

COMVEM

Prêmio Master Imobiliário 2026
Categoria Profissional | Oportunidade Estratégica

HBR
REALTY

HELBOR WIDE SÃO PAULO

COMVEM

ComVem:
Expertise que
ocupa e ativa
as fachadas



COMVEM



BELA RUSSA

WASHLAV
Lavanderia

2 E 3 SUÍTES

604

COMVEM

ENTRADA
DE
VEÍCULOS



COMVEM

Prêmio Master Imobiliário 2026
Categoria Profissional | Oportunidade Estratégica

Contexto e natureza do empreendimento

Quando o varejo brasileiro ainda operava entre extremos — shoppings como destino e ruas sem estrutura —, um modelo já testado em mercados maduros mostrava outro caminho: os strip malls, mais simples, mais eficientes e profundamente conectados à rotina do consumidor

Muito antes de ganhar força no Brasil, a transformação do varejo já havia se consolidado em mercados mais maduros. Nos Estados Unidos, os strip malls deixaram de ser apenas uma tipologia complementar para se tornar um dos ativos mais resilientes do setor.

Estruturados a partir da lógica da conveniência, com custos operacionais mais atraentes e ancorados em serviços essenciais, esses empreendimentos passaram a representar o chamado everyday retail — o varejo do dia a dia. Farmácias, mercados, academias, alimentação e serviços básicos compõem um **ecossistema pensado não para atrair deslocamentos longos, mas para resolver necessidades cotidianas com eficiência e proximidade.**

Essa lógica mostrou-se altamente adaptável ao longo do tempo. Mesmo diante do avanço do e-commerce, os strip malls mantiveram sua relevância, justamente por se posicionarem em categorias menos “substituíveis” e mais ligadas à rotina. No período pós-pandemia, o modelo ganhou ainda mais protagonismo,



ComVem Patteo Bosque Maia
Guarulhos-SP

Contexto e natureza do empreendimento

Nesse contexto, o strip mall emergiu como uma terceira via, capaz de combinar praticidade, eficiência e organização

beneficiado por mudanças profundas no comportamento do consumidor e pela valorização da proximidade.

No Brasil, essa transformação ocorreu de forma mais tardia — porém acelerada. Historicamente, o varejo nacional esteve polarizado entre dois modelos: de um lado, os shopping centers tradicionais, estruturados como destinos de consumo; de outro, o comércio de rua, muitas vezes desorganizado e sem padronização.

SEGMENTO DE STRIP MALLS NO BRAIL

O Brasil possui mais de 1.500 strip malls, distribuídos por 14 estados e dezenas de municípios, com forte concentração em regiões urbanas densas, especialmente no Sudeste.

Estudo realizado pela Kantar Worldpanel (divisão da Kantar, o maior grupo de insights, informação e consultoria do mundo), realizado em dez países da América Latina – incluindo o Brasil –, apontou que **68% dos latinos fazem suas compras perto de casa**, optando pela facilidade oferecida da proximidade do ponto de venda.



De acordo com dados mais recentes da Associação Brasileira de Strip Malls (ABMalls), que realizou o Censo Brasileiro de Strip Malls em 2024, em parceria com o Brain Instituto de Pesquisa, o crescimento do formato no País comprova essa mudança:

- +1.500 unidades no Brasil
- 14 estados e ~89 municípios, com forte concentração em regiões urbanas densas
- 96% ficam na região Sudeste
- 38% nas capitais
- 23% em regiões metropolitanas
- 39% no interior
- +50% de crescimento pós-pandemia
- 3.500 a 5.000 m² de ABL* média
- 3.000 a 5.000 m² de terreno típico
- 10 a 20 (média ~14) de lojas por ativo
- 79% têm mix formado predominantemente pelos segmentos de Conveniência, Serviços e Alimentação
- 63% são constituídos por apenas um piso

*ÁREA BRUTA LOCÁVEL
FONTE: DADOS DO CENSO ABMALLS (BASE 2025)

FACHADAS ATIVAS “VAZIAS”

Durante anos, incorporadores buscaram ativar o térreo dos empreendimentos por meio do conceito de fachada ativa — uma proposta que, em teoria, prometia dinamizar a rua, atrair comércio e gerar fluxo. Na prática, porém, o resultado foi frequentemente frustrante: **lojas fragmentadas, estrutura precária, baixa ocupação, ausência de gestão e um mix desordenado** que pouco dialogava com o entorno nem com os comerciantes de bairro.

O strip mall se fortalece exatamente por sintetizar atributos-chave: proximidade, conveniência e menor custo operacional para criar uma experiência de consumo mais acessível e integrada ao dia a dia

De acordo com dados da pesquisa realizada pela Associação Comercial de São Paulo (ACSP), no ano passado, **60% a 80% das fachadas ativas estão vazias** — isto é, uma década depois do Plano Diretor, de 2014, e da Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo, de 2016, que estimularam a construção de estabelecimentos comerciais nos térreos dos prédios junto aos incorporadores.



Fachadas ativas em SP: por que 80% delas estão vazias?

As fachadas ativas surgiram como promessa para dar mais vida às ruas de São Paulo. Mas dez anos depois de sua regulamentação, a realidade é outra: entre 60% e 80% desses espaços comerciais no térreo dos prédios estão vazios. O dado é de um levantamento da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), feito entre junho de 2024 e junho de 2025. Entenda como um projeto urbano que parecia inovador acabou se tornando um símbolo de lojas fechadas e comércios inacessíveis.

Home - Notícias do dia

Região Sudeste concentra 74% dos strip malls no Brasil, aponta censo

O estudo indica que esse tipo de shopping center tem, em média, 14 lojas, sendo 2 âncoras e 12 lojas satélites

METRÓPOLES

“Loja de fachada”: prédios mantêm térreo vazio após incentivos em SP



HBR Realty ergue strip mall de 7,1 mil m² na Zona Sul de São Paulo

DE REDAÇÃO 18 DE ABRIL DE 2024

Com 7,1 mil m², o novo strip mall da HBR Realty, desenvolvedora do setor imobiliário, nomeado como ComVem Chácara Klabin, ...

LEIA MAIS



Problema/ Oportunidade que originou o projeto

A HBR Realty fez uma leitura crítica sobre a evolução do varejo e seu papel nos empreendimentos urbanos, tratando as fachadas ativas não como complemento, mas como um ativo estratégico

Durante décadas, o varejo foi tratado como uma extensão do projeto — e não como um sistema com lógica própria. No caso das fachadas ativas, essa distorção se tornou ainda mais evidente. Embora o conceito urbano fosse consistente, os espaços executados não se mostraram adequados para a ocupação.

O mercado enxergava o varejo como metragem (extensão do produto imobiliário), bastando disponibilizar área comercial para que se organizasse sozinho, quando, na verdade, deveria tratá-lo como operação.

Enquanto shopping centers são concebidos e administrados como negócios complexos e integrados, e o varejo de rua seguia uma lógica orgânica, as fachadas ativas ficaram em um território intermediário: sem escala suficiente para se sustentar e sem gestão

MUDANÇA DE HÁBITO

Ao mesmo tempo, o comportamento dos clientes se transformou. O crescimento do consumo de conveniência, o aumento da frequência de compras locais, a valorização do tempo e a preferência por soluções rápidas e próximas transformaram a dinâmica de consumo. O varejo deixou de ser um programa de lazer ou passeio e passou a assumir um papel mais funcional.

É nesse contexto que nasce o ComVem, desenvolvido pela HBR Realty especialmente em empreendimentos da Helbor, além de fachadas ativas de outras incorporadoras a partir da análise dessa **demanda já consolidada e identificação de projetos que caberiam instalar um ComVem.**

Principais problemas identificados

- *Espaços comerciais fragmentados, sem escala*
- *Ausência de curadoria*
- *Falta de gestão operacional*
- *Desalinhamento com o entorno*
- *Baixa ocupação*
- *Alta rotatividade de lojistas*
- *Experiência inconsistente para o consumidor*



ComVem Cabral
Curitiba-PR



ComVem Ecoville
Curitiba - PR

Problema/Oportunidade que gerou o projeto

A HBR Realty nasceu para estruturar comércio de proximidade com operação de varejo estratégica, mix de lojas e gestão especializada

Desde a sua origem, em 2011, a HBR Realty estruturou o projeto como uma plataforma operacional, e não como uma iniciativa isolada. Em parceria com a Helbor Empreendimentos S.A., o modelo foi incorporado ao processo de desenvolvimento imobiliário desde as etapas iniciais, como resposta a um episódio que evidenciou a importância de estruturar e gerir esses espaços de uso misto no Brasil: um dos empreendimentos multiúso lançado pela Helbor no Rio de Janeiro, com unidades residenciais, salas comerciais e lojas no térreo, teve uma de suas lojas adquirida por um investidor que, posteriormente, repassou o ponto para uma empresa que não tinha aderência ao entorno ou ao condomínio.

Dessa maneira, o ComVem trata de organizar o varejo de proximidade não apenas como complemento do empreendimento, mas como um ativo estratégico, parte central da sua lógica de valor. Integrado ao tecido urbano e residencial, fortalece, ainda, o conceito “Cidade de 15 minutos”.

8 Vantagens dos ComVem

- Custo operacional baixo;
- Visibilidade da marca;
- Gestão profissional e especializada;
- Layout moderno, com espaços amplos e abertos;
- Mix focado em conveniência, serviços e alimentação;
- Estacionamento exclusivo com benefícios para os clientes;
- Soluções pensadas para o dia a dia do cliente, com praticidade e segurança;
- Ambiente de convivência agradável, com música ambiente e Wi-Fi gratuito.



Diagnóstico e linha de raciocínio

O varejo deixa de ser visto apenas como ativador de fachada e passa a ser entendido como um ativo que qualifica o entorno, gera fluxo contínuo, aumenta a atratividade do empreendimento e, principalmente, cria receita recorrente

QR Code para todas as unidades de ComVem, com suas respectivas lojas em operação.

<https://www.comvem.com.br/unidades/>



A partir desse cenário, a operação do ComVem seguiu uma linha de raciocínio direta, porém muito pouco explorada no mercado até então.

- 1. Ocupar bem o térreo de uma fachada ativa ao buscar marcas que façam sentido para o endereço em que o ComVem está inserido.**

Como: tratar o varejo como operação, incorporando ao desenvolvimento imobiliário elementos que historicamente pertenciam ao universo do varejo: inteligência de mix, gestão ativa, visão de fluxo e adaptação contínua.

- 2. Planejar a conveniência: diferentemente do comércio de rua tradicional, que se organiza de forma espontânea, o ComVem parte da premissa de que o consumo cotidiano segue padrões claros, previsíveis e replicáveis.**

Como: transformar um comportamento difuso em um modelo estruturado.

- 3. Especificidade: trazer sempre soluções ajustadas a cada realidade.**

Como: cada ComVem é desenvolvido a partir de suas condições únicas, considerando fatores como localização, dimensão do terreno e o tipo de empreendimento ao qual está integrado, entre outros aspectos que orientam sua concepção e operação.



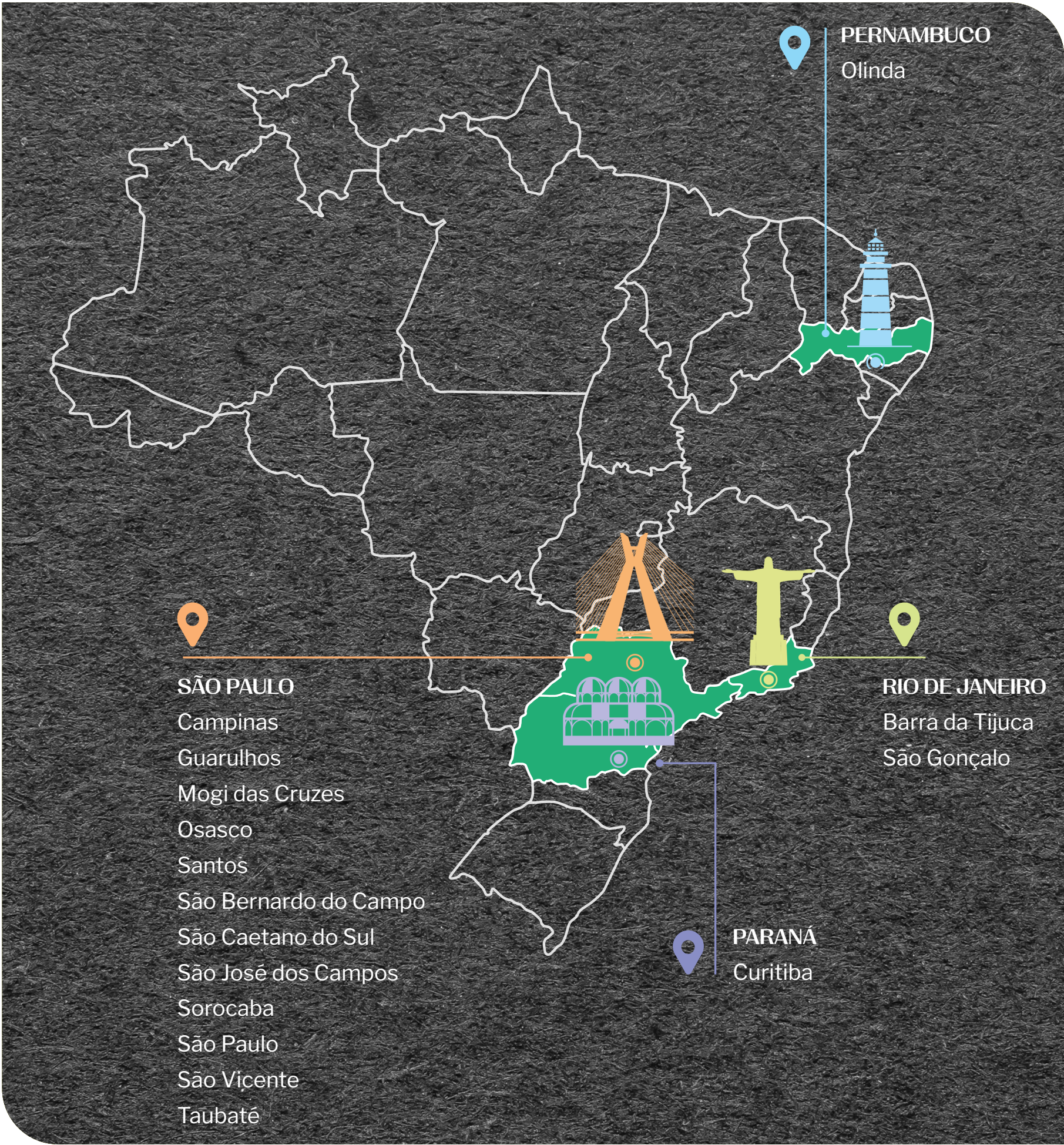
**ComVem Patteo Mogilar
Mogi das Cruzes - SP**

Diagnóstico e linha de raciocínio

A HBR Realty consolidou uma expertise de mais de uma década, passando a oferecer um modelo voltado à ocupação e gestão de áreas comerciais em empreendimentos multiúso, baseada na leitura do entorno e no perfil dos usuários — tanto dos moradores quanto dos frequentadores

“No momento que escolhi o mapa de atuação para a abertura da loja, busquei imóveis na região até descobrir o ComVem Vila Olímpia. Escolhi o espaço por conta da localização, metragem necessária para a operação da loja, além de custos de ocupação bastante interessantes. Estar na Av. Santo Amaro me traz muita visibilidade, com bastante veículos e pessoas transitando, o que contribui para o crescimento em vendas.”
Milena Boer
Franqueada da Casa de Bolos

“Estamos muito felizes com a nossa unidade da Decathlon no ComVem Chácara Klabin. Está numa localização muito privilegiada, em um ponto onde ainda não tinha Decathlon, rodeada por boas vias de acesso, trajeto para a Baixada Santista, próximo à Avenida do Estado, no coração da Vila Mariana e Chácara Klabin. É uma região com aproximadamente 500 mil habitantes, que está em plena expansão. Para nós, é uma grande satisfação ter essa parceria entre Decathlon e HBR, duas empresas que prezam tanto pela inovação e pela experiência completa para o cliente”.
Sarah Fernandes, diretora da Decathlon da unidade do ComVem Chácara Klabin

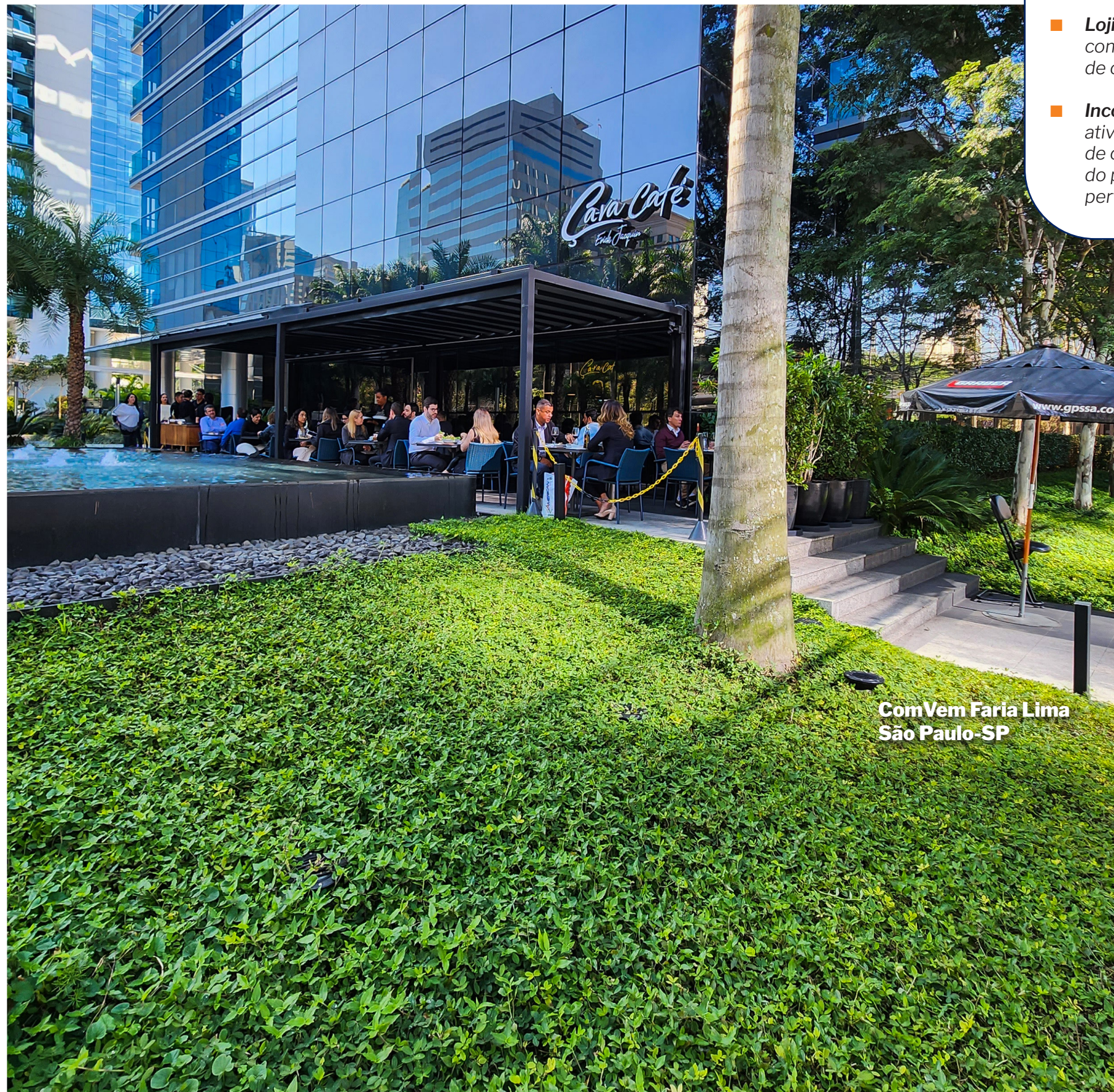


Solução proposta e diferenciais

O ComVem não se limita a ocupar o térreo. A plataforma de conveniência estruturada funciona como um ecossistema integrado, onde localização, mix, operação e gestão atuam de forma coordenada

Mais do que ocupar o térreo, o ComVem propõe organizar a conveniência como uma plataforma estruturada. Isso significa tratar cada unidade não como um conjunto de lojas independentes, mas como um ecossistema integrado, onde localização, mix, operação e gestão atuam de forma coordenada. Esse modelo já tem sido aplicado em diferentes mercados (São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná e Pernambuco), e segue em expansão, com foco prioritário na capital paulista.

Os ComVem não são um shopping center tradicional, tampouco reproduzem o comportamento orgânico do comércio de rua. Em vez disso, estabelecem uma nova categoria: uma infraestrutura de conveniência



ComVem Faria Lima
São Paulo-SP

ComVem atende a todos

- **Consumidor:** entrega conveniência, proximidade e agilidade.
- **Lojista:** oferece um ambiente organizado, com fluxo qualificado e menor custo de ocupação.
- **Incorporador:** transforma o térreo em um ativo gerador de valor recorrente, capaz de contribuir não apenas para a atratividade do projeto, mas também para sua performance ao longo do tempo.

urbana, planejada desde a origem para atender às dinâmicas contemporâneas de consumo.

Inspirado nos strip malls internacionais, mas adaptado às especificidades do mercado brasileiro, **o modelo posiciona-se em um território híbrido: eles estão situados em pontos estratégicos de áreas com alta densidade demográfica e econômica, inseridos em complexos multiuso com torres comerciais, residenciais, corporativas ou em um centro de conveniência independente.**

O modelo de posicionamento do ComVem responde aos desafios das cidades brasileiras: a desconexão entre edifício e rua, marcada por muros, grades e térreos pouco ativos. O ComVem atua justamente nesse ponto, ao promover maior permeabilidade física e visual, incorporar usos que estimulam a permanência e favorecer a presença contínua de pessoas, contribuindo para uma relação mais integrada entre o empreendimento e o espaço urbano — com reflexos diretos na valorização e dinâmica do mercado imobiliário local.

Solução proposta e diferenciais

LINHA DO TEMPO

2011

- Criação da HBR Realty**
- Desenvolvimento e administração de ativos urbanos, com foco em varejo e espaços corporativos, conectando marcas às melhores localizações.
 - Parte da holding Hélio Borenstein S.A., atua por meio de quatro plataformas estratégicas: ComVem, HBR 3A, HBR Malls e HBR Opportunities. Atualmente, empresa de capital aberto.

2016-2023

- Fase de consolidação**
- 2016- Grande expansão na capital paulista, a partir da lei de zoneamento que estimula o desenvolvimento de empreendimentos multiúso, com lojas no térreo desses projetos.
 - O primeiro e icônico empreendimento dessa nova fase foi o ComVem Rebouças, no empreendimento multiúso Helbor Wide São Paulo, primeiro da Av. Rebouças com a concepção de lojas no térreo, uma torre do Hotel Hilton Garden Inn e apartamentos residenciais.
 - Aquisição de espaços comerciais desenvolvidos pela Even (+463,79 m² de ABL)

2025

- Aceleração e maturidade**
- +50 mil m² de ABL em operação
 - 36+ unidades operacionais e 26 em desenvolvimento
 - 30% crescimento NOI
 - +40% de crescimento da receita em alguns trimestres de ABL

2013

- Lançamento do conceito ComVem**
- Plataforma de centros de conveniência e comércio de proximidade, com o objetivo de trazer o varejo de rua para um ambiente planejado (strip mall). Os projetos se destacam por unir baixo custo operacional e estrutura eficiente, com lojas voltadas a serviços, alimentação e conveniência.

2023-2024

- Escala Nacional**
- 33 unidades em operação, 14 cidades
 - Expansão relevante em São Paulo (Pinheiros, Moema, Chácara Klabin, Lapa etc.)
 - Parcerias com grandes marcas (McDonald's, Burger King, Cacau Show)

2025-2026

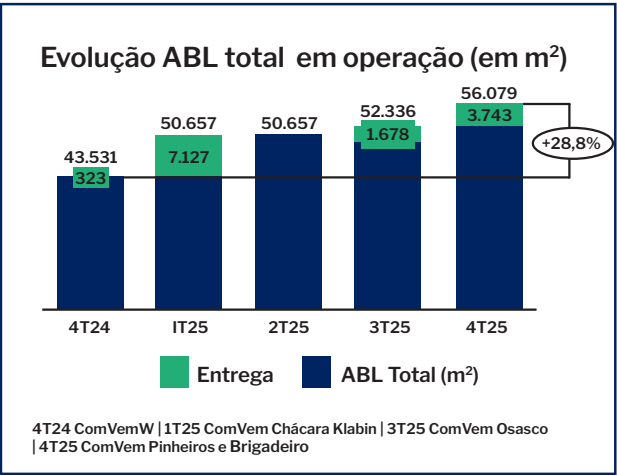
- Atual**
- Um dos principais vetores de crescimento da HBR
 - Encerrou o ano com R\$ 6,3 milhões de NOI (+44,1% YoY) e ocupação recorde de 86,9%, mesmo com o recorde de entregas de 13 mil m² (% total) no ano.
 - +60 unidades (incluindo pipeline)
 - 110 mil m² de ABL total



A HBR Realty atua no desenvolvimento e na gestão de ativos imobiliários nos segmentos varejista e corporativo por meio de quatro plataformas estratégicas: ComVem, HBR 3A, HBR Malls e HBR Opportunities. A plataforma ComVem, um dos principais negócios da companhia, conta com 60 projetos, sendo 40 em operação e os demais em fase de desenvolvimento.

CRESCIMENTO OPERACIONAL DA PLATAFORMA COMVEM										
COMVEM	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	2024	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	2025
Ocupação	84%	84%	84%	85%	85%	85%	85%	86%	87%	87%
Vendas Totais (R\$ MM)	65,7	76,8	80,8	89,5	142,5	78,8	101,4	108,3	114,1	402,6
Aluguéis Totais (R\$MM)	6,2	6,8	7,2	7,5	13,0	7,6	8,8	9,6	10,4	36,4
NOI (R\$Milhares)	3.701	3.686	4.714	5.277	17.378	5.159	6.077	6.569	8.698	26.504
Margem NOI	69,8%	67,9%	74,7%	80,5%	73,6%	74,0%	77,5%	74,0%	89,1%	79,2%

Ativos em operação	Ativos	ABL Total (m²)	ABL %HBR (m²)	ABL %HBR (%)	Ativos totais (operação + ativos em desenvolvimento)	Ativos	ABL Total (m²)	ABL %HBR (m²)	ABL %HBR (%)
COMVEM	40	56.079	44.348	79%	COMVEM	62	110.232	95.705	87%
HBR 3A	2	17.533	13.037	74%	HBR 3A	8	54.306	41.138	76%
HBR Malls	4	119.388	65.552	55%	HBR Malls	4	125.627	68.672	55%
HBR Opportunities	5	53.967	45.105	84%	HBR Opportunities	5	53.967	45.105	84%
TOTAL	51	246.966	168.042	68%	TOTAL	79	344.132	250.620	73%



Ativos totais (ativos em desenvolvimento)	Ativos	ABL Total (m²)	ABL %HBR (m²)	ABL %HBR (%)
COMVEM	22	54.154	51.358	95%
HBR 3A	6	36.773	28.100	76%
HBR Malls	1	6.239	3.120	50%
TOTAL	29	97.165	82.578	85%

O desempenho da plataforma ComVem reforça a diferenciação do modelo, a qualidade das localizações e a capacidade de captura de demanda, em um mercado de fachadas ativas que tem ocupação média entre 20% e 40% na cidade de São Paulo

Solução proposta e diferenciais



ComVem Chácara Klabin

■ A maior unidade do portfólio é um mall completo, inaugurado no primeiro de semestre de 2025, com operações de serviços e alimentação que facilitam o dia a dia. Possui 24 lojas e 7.127 m² de ABL, além de estacionamento e espaços aconchegantes de convivência na Av. Dr. Ricardo Jafet, 2.070, em São Paulo.



ComVem Barra da Tijuca

■ Inaugurado no primeiro semestre de 2016 em uma das principais vias do Rio de Janeiro, o ComVem Barra da Tijuca possui 1.596 m² de ABL, 650 vagas de estacionamento e 20 lojas, incluindo a sede da Unimed, empresa de alto renome no segmento da saúde.



ComVem Brigadeiro

■ Está localizado no térreo do empreendimento Helbor Duo Lifestyle, situado na Rua Caconde, 30/40, no bairro Jardim Paulista (Jardins), em São Paulo - SP. Fica na esquina com a Avenida Brigadeiro Luís Antônio, próximo ao Parque Ibirapuera e à Avenida Paulista, com ABL de 1.069,63 m² e com duas lojas.



ComVem Itaim Open Mall

■ Com 2 torres comerciais e 1 hotel, foi adquirido pela HBR Realty em 2023. Com 2.849,84 m² de ABL e 33 lojas, está passando por um retrofit e requalificação das marcas, com foco em gastronomia na principal esquina.



ComVem JK

■ Com 3.079 m² de ABL e 87 vagas para veículos, está localizado próximo à Rodovia Presidente Dutra, em São José dos Campos. O espaço, que também é pet friendly, reúne 44 lojas, com foco em gastronomia e serviços.

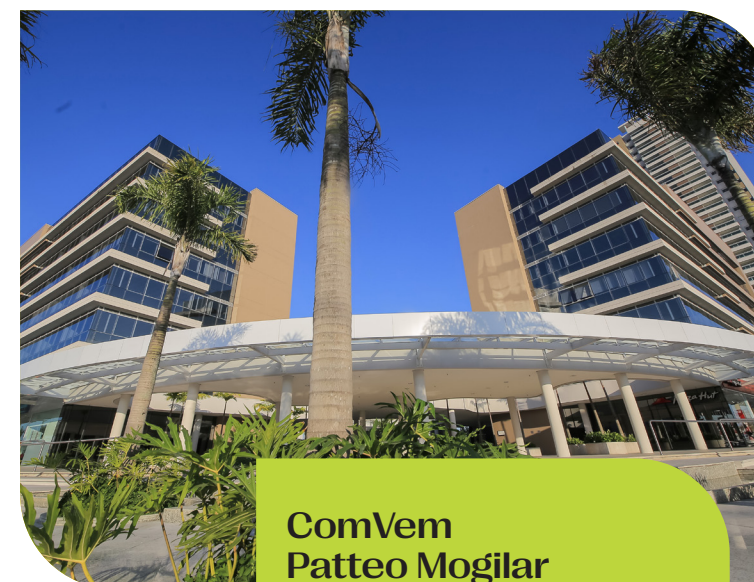
Solução proposta e diferenciais

Os ComVem se inserem como uma extensão natural da rotina urbana, organizando o varejo de proximidade em uma plataforma eficiente, acessível e integrada ao cotidiano das pessoas



ComVem Joaquim Antunes

■ Na Rua Joaquim Antunes, 450, em Pinheiros, o ComVem disponibiliza 1.482,37 m² de ABL para 4 lojas. Inaugurado no segundo semestre 2024, possui estacionamento e uma localização estratégica, próximo aos escritórios e à região do comércio em Pinheiros.



ComVem Patteo Mogilar

■ Em Mogi das Cruzes, o mall reúne operações de serviços e alimentação, além de espaços de lazer. Com 3.142 m² de ABL e 59 lojas, está integrado ao complexo Patteo Mogilar, que possui torres comerciais e residenciais.



ComVem Patteo São Paulo

■ Conectado ao Helbor Patteo São Paulo e localizado na Marginal Tietê, o ComVem tem 1.423 m² de ABL, possui um mix enxuto de 5 lojas, reforçando um posicionamento importante dentro da estratégia ComVem: atuar também em formatos menores, altamente aderentes ao entorno.



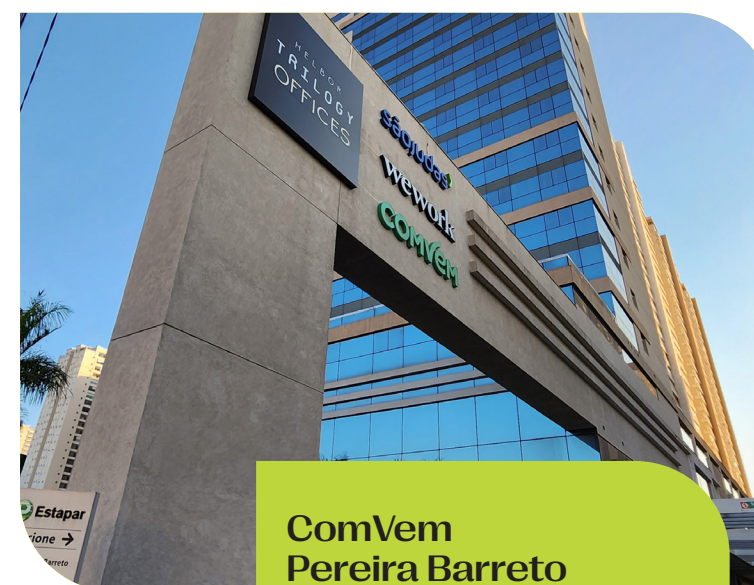
ComVem Limão

■ Com um perfil de consumo essencialmente local, o ComVem Limão, com 22 lojas e 1.365,50 m² de ABL, é estruturado para atender às demandas recorrentes — alimentação rápida, serviços, saúde e conveniência — funcionando como um ponto de apoio no dia a dia do bairro.



ComVem Osasco

■ Localizado no térreo do empreendimento Helbor New Patteo, em Osasco, conta com 1.672,66 m² de ABL, 12 lojas e um mix de operações de alimentação, bem-estar e serviços, incluindo marcas como Petz, Panobianco, Pure Pilates e Taco Bell.



ComVem Pereira Barreto

■ Modelo enxuto e altamente funcional da plataforma, está em um eixo urbano consolidado e de grande circulação. Na Avenida Pereira Barreto, no centro de São Bernardo do Campo, possui 626,88 m² de ABL e seis lojas, incluindo operações como EspaçoLaser, Sterna Café e serviços de estética.



ComVem Rebouças

■ A primeira unidade da Avenida Rebouças com a concepção de lojas no térreo também é a fachada ativa do complexo multiuso Helbor Wide São Paulo. Com 2.609 m² de ABL e 14 lojas, está 100% locado.

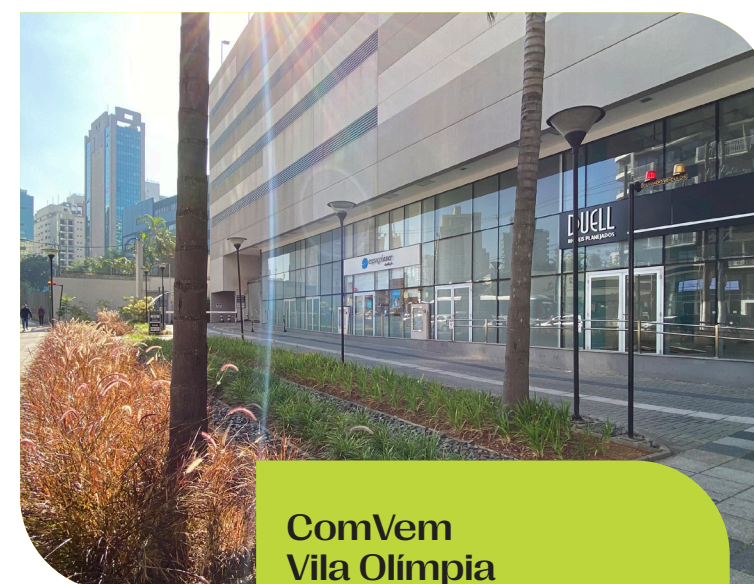
Solução proposta e diferenciais

Os ComVem se fortalecem nos endereços onde o cotidiano encontra densidade, renda e fluxo constante — e isso se repete em diversas cidades brasileiras. Em São Paulo, além dos já consolidados, bairros como Jardins, Vila Olímpia, Brooklin e Santana ampliam o mapa



ComVem Tietê

■ Situado na Rua Voluntários da Pátria, 560, em Santana, em São Paulo - SP, está próximo à estação Portuguesa-Tietê do Metrô. Com 905 m² de ABL e 19 lojas, oferece um mix completo, com operações de serviços e alimentação, entre elas opções como Burger King, Cacau Show, Rei do Mate, EspaçoLaser e OMO Lavanderia.



ComVem Vila Olímpia

■ Com 352,32 m², 4 lojas e 19 vagas de estacionamento, foi inaugurado no primeiro semestre de 2017, na Avenida Santo Amaro 1.411, região de fácil acesso e alto fluxo, próxima ao cruzamento com importantes vias da Zona Sul de São Paulo.



ComVem Giovanni Gronchi

■ Ainda em fase de desenvolvimento, será instalado na esquina da Av. Giovanni Gronchi com Av. Alberto Augusto Alves. O novo ComVem terá 3.820 m² de ABL e oferecerá à região 11 lojas e estacionamento.



ComVem Vila Madalena

■ Inaugurado no segundo semestre de 2023, na Rua Harmonia, coração da Vila Madalena, área com forte fluxo residencial, gastronômico e cultural. Com cerca de 2.900 m² de ABL, possui 7 lojas com foco em conveniência com marcas conhecidas, e serviços essenciais para o uso cotidiano.



ComVem Vila Nova

■ Em operação na Avenida Santo Amaro, 604, no bairro Vila Olímpia (próximo à Vila Nova Conceição), a unidade oferece 6 lojas, totalizando 348 m² de ABL, além de estacionamento para 22 veículos.



ComVem Barra Funda

■ Localizado em um complexo com duas torres (residencial e comercial) e um hotel, o ComVem Barra Funda conta com área bruta locável de 672,22 m² e abriga 19 lojas, além de um estacionamento.



ComVem Ecoville

■ Na região nobre do Ecoville, em Curitiba, o ComVem da Rua José Izidoro Biazetto possui 409 m² de ABL e foi inaugurado no segundo semestre de 2022, disponibilizando ao bairro 7 lojas e estacionamento.

Implementação e execução

Ao integrar as lógicas imobiliária e de varejo desde a origem, o ComVem constrói um modelo que ocupa as fachadas ativas, de forma satisfatória e qualificada, consolidando-se como uma solução que vai além das ofertas do mercado tradicional

Mais do que uma resposta a uma tendência, o ComVem consolida uma nova forma de pensar o varejo dentro das cidades. Ao estruturar aquilo que antes era disperso, o modelo redefine o papel do comércio de proximidade — não mais como um elemento complementar, mas como uma peça central na construção de empreendimentos mais eficientes, conectados e alinhados ao comportamento contemporâneo.

A proposta não é simplesmente criar áreas comerciais mais eficientes, mas estruturar o varejo de proximidade como uma verdadeira infraestrutura urbana — planejada, integrada e operada de forma contínua.



ComVem Ipoema,
Mogi das Cruzes-SP

Mais do que implantar empreendimentos, a execução do ComVem constrói uma rede de ativos operacionais, conectados por uma mesma lógica estratégica. Essa continuidade é o que garante não apenas a viabilidade de cada unidade individualmente, mas a consolidação do modelo como plataforma de longo prazo

- 1. Cada unidade ComVem nasce a partir de uma leitura aprofundada do território**
Fluxo de pessoas, densidade populacional, perfil de consumo e carências do entorno deixam de ser variáveis secundárias e passam a orientar diretamente a concepção do ativo. Dessa maneira, o formato não apenas ocupa o espaço urbano, mas responde a ele com precisão.
- 2. Integração nativa ao projeto imobiliário**
Diferentemente das fachadas ativas convencionais, o varejo no ComVem é concebido simultaneamente ao empreendimento, garantindo alinhamento com fluxos reais, acessos, visibilidade e dinâmica

Implementação e execução

Os ativos futuros contratados, que estão em desenvolvimento, concentram-se em regiões mais nobres e de maior potencial de consumo, com patamar médio de locação superior ao portfólio atualmente em operação

urbana. A implantação privilegia visibilidade, acessos facilitados, conveniência de circulação e leitura clara das lojas — elementos essenciais para o sucesso do varejo de proximidade. Essa integração elimina improvisos e aumenta a assertividade do produto.

3. Desenvolvimento de mix
Seleção de lojistas e comportamento de consumo, priorizando serviços essenciais e marcas com alta recorrência de uso. A presença de operações como McDonald's, Burger King, Cacau Show, Outback Steakhouse e Espaçolaser ilustra essa lógica: marcas fortes, com demanda comprovada e aderência ao cotidiano. Esse processo

é conduzido de forma antecipada, muitas vezes ainda durante a obra, permitindo que o empreendimento seja entregue já com um nível relevante de ocupação e com o mix estruturado.

4. Gestão centralizada e contínua
O ComVem adota uma administração profissionalizada, centralizada e contínua, monitorando desempenho, ajustando o mix, apoiando lojistas e garantindo a manutenção do padrão operacional. Essa presença ativa reduz riscos típicos do varejo pulverizado, como vacância, desalinhamento de posicionamento e perda de atratividade ao longo do tempo.

5. Eficiência operacional e financeira
Com projetos mais compactos, custos reduzidos e operação otimizada, o modelo apresenta maior eficiência quando comparado a formatos tradicionais. Para o lojista, isso se traduz em menor custo de ocupação. Para o empreendedor, em maior previsibilidade e rentabilidade.

6. Escalabilidade e replicabilidade
Ao transformar conveniência em plataforma, o ComVem deixa de ser uma solução pontual e se torna um modelo replicável em diferentes contextos urbanos. Essa capacidade de escala é essencial para consolidar a proposta como uma nova categoria dentro do mercado.



Resultados

A consolidação do ComVem como plataforma de varejo de proximidade não se sustenta apenas no conceito — ela se comprova, sobretudo, pelos resultados consistentes. A NOI próxima a 80, por exemplo, posiciona a marca como um dos modelos mais eficientes do varejo físico

600 lojas em 15 cidades*

* Em operação e em desenvolvimento.

** 359 lojas em operação até o 4Tri de 2025

40 empreendimentos em operação

22 empreendimentos
em desenvolvimento

86,9% de ocupação

+40 segmentos de atuação

Até **29 lojas** em um único empreendimento

+7,2% de crescimento das lojas

+ 110 mil m² de ABL

Entre **3 mil m²** e **6 mil m²**
de ABL média por unidade

Repercussão na mídia



<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/sp1/video/maior-parte-do-comercio-no-terreo-de-predios-residenciais-esta-vazia-na-capital-14107915.ghtml>

BRAZILECONOMY

Conveniente e estratégico: HBR acelera a rede ComVem e investe em self storage

No plano geral a médio prazo, companhia prevê investimento de R\$ 1 bilhão até 2030, com projeção de revisão para cima. Apenas neste ano, serão R\$ 394,7 milhões

<https://brazileconomy.com.br/empresas/2025/05/conveniente-e-estrategico-hbr-acelera-expansao-com-comvem-e-aposta-em-self-storage/>



EDP inaugurou oficialmente novo espaço de atendimento no ComVem Bosque Maia

Por Valdir Carleto 21 de maio de 2025

<https://www.clickguarulhos.com.br/2025/05/21/edp-inaugurou-oficialmente-novo-espaco-de-atendimento-no-comvem-bosque-maia/>

Resultados

R\$ 402,6 milhões
de vendas totais (2025) | +28,7%

R\$ 36,4 milhões
de vendas totais (2025) | +31,4%

OUTRAS PERFORMANCES
Receita líquida:
R\$ 9,75 milhões (4T25) | +48,9%

R\$ 33,45 milhões (2025) | +41,8%

Receita bruta:
R\$ 10,67 milhões (4T25) | +44,2%

R\$ 36,88 milhões (2025) | 32,8%

NOI (indicador-chave)
R\$ 34 milhões (ORÇAMENTO 2026)

Margem NOI:
79,2% (2025)



Como a boa gestão da fachada ativa valoriza o condomínio

A fachada ativa pode ser um ótimo negócio para o condomínio. Porém, precisa de planejamento. Conheça os erros e acertos feitos até aqui e se prepare para exercer uma boa gestão

<https://www.sindiconet.com.br/informese/fachada-ativa-condominio-administracao-condominios-novos>



Home > Varejo

Decathlon inaugura 50ª loja no Brasil com nova identidade visual global

A nova unidade será inaugurada no ComVem Chácara Klabin, na Avenida Ricardo Jafet

<https://mercadoeconsumo.com.br/22/05/2025/noticias-varejo/decathlon-inaugura-50a-loja-no-brasil-com-nova-identidade-visual-global/>



Home > Shopping centers

Strip malls avançam pelo Brasil como opção de varejo de proximidade

Entre as lojas âncoras, predominam academias, mercados, farmácias e restaurantes

<https://mercadoeconsumo.com.br/12/09/2025/shopping-centers/strip-malls-avancam-pelo-brasil-como-opcao-de-varejo-de-proximidade/>



NEOFEED



Receita líquida da HBR avança 36% e despesas chegam ao menor nível histórico

No melhor trimestre de sua história, a empresa especializada em desenvolvimento e gestão de ativos imobiliários mantém eficiência operacional. W Hotel São Paulo e plataforma ComVem são destaques

<https://neofeed.com.br/negocios/receita-liquida-da-hbr-avanca-36-e-despesas-chegam-ao-menor-nivel-historico/>

COMVEM

Com o ComVem, a HBR Realty estrutura o comércio de proximidade como um **ativo integrado e gerador de valor**, alinhado ao comportamento do consumidor. Com mais de **60 unidades** entre operação e pipeline, cerca de **600 lojas, 110 mil m²** de ABL e ocupação superior a **86,9%**, a plataforma organiza o varejo como um ecossistema que combina localização, mix, operação e gestão. Os resultados reforçam sua eficiência: **crescimento consistente**, NOI de **R\$ 34 milhões** e margem próxima a **80%**, posicionando o ComVem entre os formatos mais rentáveis do varejo físico.

Produção do case

Scribas Produção de Conteúdo

Direção Editorial

Jorge Tarquini

Edição e reportagem

Patrícia Rodrigues

Direção de arte

Rodney Monti

Revisão

Carlos Mercuri

Produção editorial

Cristina Redoschi

HBR
REALTY