

CENTRO COMERCIAL D. CARLOS I  
Dois pisos, muitos sorrisos, desde 1993!

# Um ano de animação para assinalar os 20 anos do centro Comercial D. Carlos I

A 15 de Maio de 1993 a cidade das Caldas da Rainha via abrir a primeira loja do seu terceiro shopping, o Centro Comercial D. Carlos I. Nesse Dia da Cidade, que por tradição se tornou dia de eleição para a abertura de estabelecimentos comerciais, Manuel Penas abria o Café Nancy no edifício promovido pela extinta Construções Centro Oeste, Lda.

O arquivo da **Gazeta das Caldas** desse ano dá conta da abertura de muitas outras lojas nos meses que se seguiram. Estabelecimentos que fazem parte da memória de muitos caldenses, como a tão conhecida Viródisco.

Hoje, uma mão chega para contar os estabelecimentos comerciais que se mantêm abertos desde 1993. Nos dois pisos do Centro Comercial D. Carlos I há 43 lojas. Destas, apenas 29 estão em funcionamento.

Quem nunca perdeu o hábito de passar pelos corredores do shopping da Rua Dr José Soudade e Silva testemunha o rodopio de lojas que marca a história daquele edifício. Lojas que resistem ao passar dos tempos e que se mantêm, algumas das quais mudando de lugar. Lojas que abriram e fecharam pouco tempo depois. Lojas que se conseguiram implementar no mercado caldense, apesar dos tempos de crise.

Mas muitos mais serão os que há anos não passam pelo interior do centro, e não fazem sequer ideia de algumas das empresas que nos últimos tempos ali se instalaram. Dentro do shopping, entre os que ali ganham a vida, a opinião é unânime: é pre-

ciso chamar caldenses e visitantes àquele espaço comercial e é preciso fazê-lo quanto antes.

É por isso que os lojistas arregaçaram as mangas e deram início às comemorações dos 20 anos do centro comercial, que a bem da verdade apenas se comemoram em 2013. O que se pretende é que nos próximos meses aquele espaço comercial acolha diversas ações que chamem potenciais clientes. A exposição de móveis da empresa Brandão Ferreira nalgumas lojas desocupadas e a disponibilização de espaços para exposições no âmbito do último Caldas Late Night são algumas destas iniciativas.

Já amanhã, dia 2, o Centro Comercial assinala o Dia da Criança com muita brincadeira para os pequenotes e a apresentação de uma escola de esgrima. Para os Santos Populares estão também a ser planeadas actividades. **“Vamos ver se conseguimos mexer isto de alguma maneira”**, diz Catarina Saraiva, que há seis anos assumiu a administração do condomínio, prometendo **“animação em cada dia temático”**.

**“Queremos chamar as pessoas, apresentar marcas diferentes, juntarmo-nos a instituições locais e aproveitar esta rua, que é excelente, pedonal e pode ser bastante utilizada”**, acrescenta.

**NOVA IMAGEM PARA ATRAIR CLIENTES, NOVOS PREÇOS PARA ATRAIR LOJISTAS**

O arranque das comemorações de duas décadas de história chegou com uma nova imagem do Centro Comercial. Há



uma semana que os pilares do edifício ostentam a frase “Centro Comercial D. Carlos I. Dois pisos, muitos sorrisos, desde 1993!”.

**“Tentámos criar algo que o centro não tinha, uma imagem e uma frase que o identifique”**, explica a responsável, confiante de que esta nova imagem ajude a atrair ao interior do edifício os que se limitam a passar na rua.

**“Por incrível que pareça, ainda há muitas pessoas que não sabem da existência do Centro Comercial D. Carlos I”**, lamenta

a administradora de condomínio.

Cientes dos tempos difíceis que se vivem, os proprietários das diversas lojas do centro optaram também por baixar os preços de aluguer das lojas. **“Estamos com rendas baixas, ao contrário do que habitualmente as pessoas associam ao Centro Comercial”**, diz Catarina Saraiva, acrescentando que **“há rendas a partir de 150 euros por mês”**, o que pode até ser uma oportunidade **“para quem queira mesmo iniciar uma actividade e fugir ao desemprego”**.

A crise e o arrastar dos anos

com lojas por alugar estiveram na base desta descida de preços. **“Há uns cinco anos atrás tínhamos rendas a rondar os 800 euros. Nesta altura é impensável ter uma renda desse valor e queremos ter o mínimo de lojas fechadas”**, explica a responsável. Uma medida que já deu frutos, estando prevista para breve a abertura de dois novos estabelecimentos naquele edifício.

A quem decida investir, mesmo que em contraciclo, Catarina Saraiva deixa um conselho, sustentado em 15 anos de experiência no comércio: **“É preciso**

**uma pessoa ser um bocadinho persistente. O negócio não se faz de um dia para o outro e às vezes nem mesmo nos primeiros meses”**.

Mas fica também uma garantia. **“A nossa localização é muito boa, muito positiva. Distingue-nos o ambiente entre comerciantes, que é do melhor. Todos nos damos bem, acabamos por ser uma espécie de família”**.

Joana Fialho  
jfialho@gazetacaldas.com

## Roupa para pequenotes da Mon'Amour é uma das mais recentes ofertas

Aberta há cerca de ano e meio, a Mon'Amour é uma das mais recentes lojas deste centro comercial. E o nome da loja (que traduzido do francês para o português significa “Meu Amor”), dá conta do que levou Cristina Romão a investir num negócio de roupa para crianças: o amor que a lojista tem aos mais pequenos.

Quando optou por abrir o seu próprio negócio, já em tempos de crise, Cristina Romão estava no desemprego há algum tempo, depois de oito anos a trabalhar numa empresa. **“Na altura em que eu abri, achei que havia poucas lojas de rou-**

**pa de crianças, o que agora já não é o caso”**, explica a lojista.

Foi a localização do Centro Comercial D. Carlos I que a levou a optar pelo espaço que tem alugado. E embora Cristina Romão ainda não tenha dois anos de casa, garante ter-se integrado **“muito bem”** num grupo de lojistas que **“é muito animado”**. Uma característica que a responsável pela loja de roupa gostava de ver replicada na rua pedonal pela qual se acede ao centro comercial. **“Esta rua fica sempre muito esquecida, todos os eventos são feitos noutras ruas. Nós, para contrariarmos essa situação, fazemos**

**os nossos próprios eventos”**, diz, lembrando as diversas iniciativas que animaram dias comemorativos ao longo do ano passado. Iniciativas que voltam a realizar-se este ano.

Ainda com pouco tempo de portas abertas, Cristina Romão já pode, ainda assim, gabar-se de ter alguns clientes fiéis. **“Alguns vinham na barriga das mães e agora já andam. É muito giro vê-los crescer”**, diz.

Para a fidelização dos clientes concorre a aposta **“na diferença, quer no produto, quer no atendimento, que é mais personalizado e mais próximo do cliente”**. “Chipie” e “Levi's” são

marcas internacionais sobejamente conhecidas que ali se encontram. A estas juntam-se outras que vão conquistando clientes, como a “3 Pommes” que é **“uma marca mais acessível”** ou a portuguesa “Tucha”, dedicada aos recém-nascidos.

Mas há mais que peças de roupa na Mon'Amour. Babes, mantas para bebés, conjuntos de maternidade e brinquedos, nomeadamente jogos didácticos e brinquedos de madeira compõem a oferta da loja localizada no rés-do-chão do centro comercial.

J.F.



■ Cristina Romão estava desempregada, mas é agora uma das lojistas mais recentes no espaço comercial



## “Aparece muita gente que me quer vender as suas peças”

Há uma loja no primeiro andar do centro comercial onde só se vendem peças com mais de 50 anos. Suzel Teixeira, proprietária desta loja, e de uma outra loja no Bombarral.

Suzel Teixeira, 48 anos, é de Óbidos e abriu há três anos esta loja, a que deu o seu primeiro nome. **“Como fiquei com a loja vazia depois de ter estado alugada, resolvi apostar no meu negócio também nas Caldas da Rainha”,** explicou.

Até porque nessa altura, Suzel Teixeira estava em casa, depois de ter anteriormente trabalhado no ramo imobiliário na praia del' Rey.

**“Aqui somos como uma família”,** disse a empresária, referindo-se ao ambiente entre os comerciantes do centro. Conta a responsável que desde sempre que gosta de objectos antigos e por isso um dia decidiu começar também a vender as peças que tanto gosta. Suzel Teixeira é proprietária de algumas casas e gosta de as decorar com peças de outros tempos. **“Gosto particularmente de frequentar os leilões em Lisboa, onde se compram vários lotes de peças acessíveis”,** contou.

**“Actualmente vem a esta loja muita gente que me quer vender as suas peças”,** diz a



■ Suzel Teixeira é proprietária e só abre a sua loja quatro dias por semana

empresária. Algumas até com produtos que ela não comercializa, como é o caso do ouro e da prata.

Esta empresária gostaria que o centro comercial estivesse um pouco mais animado, **“mas quando olho para os outros vejo que também não estão melhores...”**.

A comerciante gosta realmente de trabalhar com este ramo, mas só abre a sua loja nas Caldas durante quatro dias por semana: segundas, terças, quintas e sextas-feiras.

N. N.

PUB.

## Seis anos de Artes Gráficas na TAG

Instalada há seis anos no rés-do-chão do Centro Comercial D. Carlos I, a TAG - Tecnologias. Artes. Grafismos, tem uma ampla oferta nas áreas das artes gráficas, imagem corporativa, publicidade, flyers, cartazes, bem como em artigos para casamentos e baptizados, como convites e lembranças. A esta junta-se **“uma vasta gama de artigos personalizados, como o caso de tapetes de rato, calendários, bases de secretária, t-shirts, relógios ou carteiras”**.

A garantia é deixada por Sílvia Eusébio, a proprietária da empresa que, depois de ter trabalhado em Alcobaça e em Lisboa, escolheu as Caldas para se estabelecer. **“Na altura eu não tinha muita informação sobre o comércio de cá e o que eu queria era um sítio central. As lojas de rua, na altura, estavam bastante mais caras e aqui encontramos lojas em conta, com bastante passagem e boa localização”,** diz a empresária, justificando a escolha deste centro comercial.

A opção feita em 2006 continua a satisfazer a empresária, **“apesar de as coisas estarem bastante diferentes pois longo destes seis anos notou-se uma diferença brutal, mesmo”,** diz Sílvia Eusébio. Mas nem tudo mudou para pior.

Antes os clientes procuravam os artigos personalizados como complemento de presentes. **“Mas quem recebia acabava**



■ Sílvia Eusébio quer que os corredores do D. Carlos I voltem a ter movimento

**por ficar mais satisfeito com este miminho do que com o presente em si. Então agora as pessoas juntam o útil ao agradável e têm um presente em conta, personalizado, a pensar na pessoa a quem se faz a oferta”,** diz a empresária.

Os tempos de crise trouxeram também outros clientes à TAG. A impressão digital permite uma grande oferta de cartões, envelopes, pape timbrado, entre outros artigos, sem um mínimo obrigatório de quantidade. Assim, já **“não é preciso ir às gráficas encomendar milhares de exemplares, vai-se fazendo à medida do que se precisa”**. Uma vantagem significativa, tendo em conta que **“as pessoas deixaram de ter**

**stock, não há poder económico para isso”**.

Instalada numa loja alugada, a TAG tem clientes não só das Caldas, mas também dos arredores. **“Por incrível que pareça, ainda há muita gente, mas mesmo muita gente das Caldas não sabe que a loja existe. Passam por fora do centro e há anos que não vêm cá dentro”**. É precisamente a falta de gente a circular pelos corredores do centro comercial que Sílvia Eusébio acha que deve ser combatida. **“Vamos mostrar que temos bastante oferta e aqui ao pé de tudo”,** acredita a empresária.

J.F.

## “Shampoo & Companhia” é agora gerida por ex-funcionária

“Shampoo & Companhia” é como se designa a loja de produtos de cosmética que fica no rés do chão do centro comercial D. Carlos I. É um mundo sobretudo feminino e que está presente nesta loja que é explorada por Maria Inês Pereira, de 27 anos.

A jovem começou a trabalhar neste estabelecimento em 2008 até que o anterior proprietário lhe sugeriu que ficasse com a loja. Maria Inês ponderou e aceitou o desafio, tendo agora o seu negócio próprio na área da cosmética.

**“Fiquei muito satisfeita de ter ficado com a loja”,** disse a empresária, que reabriu o estabelecimento em Janeiro de 2010.

A “Shampoo & Companhia” vende produtos de cosmética de vários tipos, desde os shampoos aos produtos de maquilhagem, de depilação ou de manicure.

Maria Inês Pereira contou que estava satisfeita com a localização do espaço pois está virado para a rua que, por ser pedonal, **“é interessante e movimentada”**.

Esta responsável conta ainda que os comerciantes se dão



■ Depois das Caldas, Maria Inês Pereira pensa em expandir o seu negócio para outras localidades

todos bem, o que torna agradável o ambiente de trabalho.

Maria Inês Pereira considera que a área da cosmética e necessita de actualização constante pois estão sempre a sair novos produtos. Entre o que mais se vende, Maria Inês Pereira salientou os vernizes, os shampoos e os produtos brasileiros afro, destinados a desfrisar o cabelo ou para fazer tranças.

**“O negócio tem corrido bem”,** disse a empresária, que assegura mais um posto de trabalho. Corre tão bem que Maria Inês Pereira está a pensar em expandir o seu negócio e conceito para outras localidades como, por exemplo, Nazaré ou, quem sabe, no Algarve.

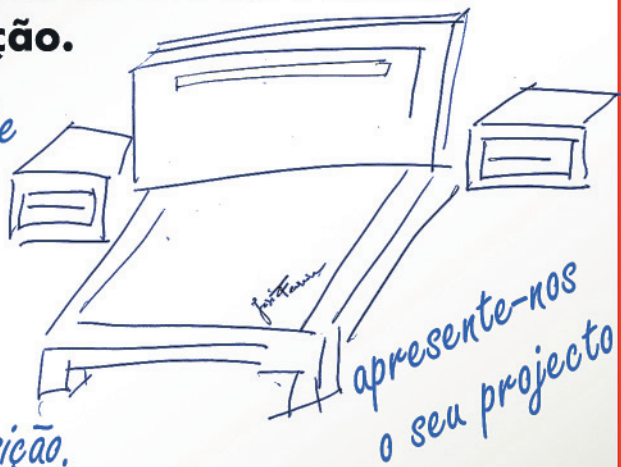
N.N.



Rua da Indústria n.º 2  
Estrada da Foz (junto à Zona Industrial)  
2500 Caldas da Rainha  
Telef.: 262 844 816

**Faça a decoração da sua casa usando a sua imaginação.**

*Nós fornecemos-lhe o melhor produto, mesmo que o não tenhamos em exposição.*



*apresente-nos o seu projecto*

**Fabricamos sofás e móveis por medida ao seu gosto.**

CENTRO COMERCIAL D. CARLOS I

Dois pisos, muitos sorrisos, desde 1993!



## Cabeleireiro Lufi foi dos primeiros a instalar-se no primeiro andar

**“Já aqui estou há 19 anos”.** Palavras da cabeleireira Lurdes Capitão, a responsável pelo Cabeleireiro Lufi, que funciona no primeiro andar do centro comercial.

A empresária vive em Santa Catarina e conta que foi das primeiras lojistas a instalar-se neste centro comercial que agora se prepara para iniciar as comemorações dos seus 20 anos.

**“Tenho uma clientela fixa – crianças, homens e senhoras – e há também sempre pessoas de passagem, sobretudo no Verão, altura em que estão cá mais emigrantes e estrangeiros”,** disse a cabeleireira.

Que acções é que toma para combater estes tempos difíceis? **“Tento estar aqui o máximo de tempo possível, abrimos às nove da manhã e se for preciso fechamos às nove da noite e não fechamos à hora do almoço. Sempre foi assim e vai continuar a ser”**, disse.

Lurdes Capitão diz que é des-



**■ Lurdes Capitão diz que ir ao cabeleireiro é importante para aumentar a imagem e a auto-estima das pessoas**

ta forma que luta pelo seu negócio, mas há algo que não faz: promoções. Tem as promoções das marcas que oferecem prendas a quem compra dois ou três produtos, mas em relação aos seus serviços, recusa-se a fazer descontos porque **“não acho que seja correcto”**, disse. Representa algumas marcas e neste momento o Cabeleireiro Lufi, além da proprietária, tem

três funcionárias. Para Lurdes Capitão é importante que toda a gente continue a ir ao cabeleireiro pois **“as pessoas estão quase todas muito em baixo, é preciso vir aqui melhorar a imagem de forma a sentirem-se melhor e assim enfrentar melhor os desafios”**, rematou.

N.N.

## Café Cocktail aposta nas refeições ligeiras e nos sumos naturais

Cocktail é nome do café que fica no primeiro andar do centro comercial. O seu responsável é João Ferrão, 57 anos, natural de Abrantes, mas a viver nas Caldas há mais de duas décadas.

Este estabelecimento, que abriu portas logo no início do centro comercial há 19 anos, apostou recentemente nalgumas remodelações – um nova máquina de café e novas loiças – e oferece diariamente aos seus clientes sopa diária, bifanas e tostas e salgados. **“Tenho clientela fixa e de vez em quando temos que remodelar”**, disse João Ferrão. E não são só clientes das Caldas pois **“tenho algumas pessoas com casa na Foz ou S. Martinho que aparecem cá sempre que vêm às compras às Caldas”**.

Recentemente e por causa da lei do Tabaco teve que aumentar a esplanada para a dividir entre fumadores e não fumadores. Conta que na altura chegou a temer a perda de clientes que para fumar têm que vir para as



**■ João Ferrão diz que há amizade e funcionamento em equipa entre os lojistas do Centro**

mesas da esplanada, no exterior do café.

Por causa das dificuldades económicas, João Ferrão conta que apostou forte nas refeições ligeiras e que esta área tem corrido bem. Também tem habitualmente sumos naturais – de laranja, cenoura e banana – que têm sido muito solicitados entre os frequentadores do Café Cocktail.

Considera também que ao

nível do D. Carlos I, entre os comerciantes **“há uma certa amizade e quando é preciso somos uma equipa”**.

João Ferrão está satisfeito com a realização de exposições e do centro comercial se ter aberto a eventos como o Caldas Late Night **“pois acabam por ser sempre por atrair mais gente ao centro”**, disse.

N.N.

## “Aposto muito cedo nas novas colecções”

Elizabete Rebelo dedica-se ao ramo do pronto-a-vestir e dos acessórios de moda há 11 anos e há cinco que se mudou para o Centro Comercial D. Carlos I. A sua loja designa-se Exclusive e fica no rés do chão. **“Gosto de aqui estar pois estou virada para esta rua, que é bastante movimentada e relativamente próxima à Rua das Montras”**, disse a responsável, acrescentando que se trata de uma artéria sossegada e pacata, **“onde as pessoas**

**vêm às compras e passear com as crianças e não há perigo de carros”**.

A empresária abriu a sua primeira loja na Cova da Onça, depois esteve no centro comercial **“que nunca abriu”** na Rua Miguel Bombarda e quando pensava em desistir do ramo, **“apareceu-me a proposta de vir para aqui, que ainda bem que aceitei. Agora estou bem”**, disse a comerciante.

Na sua loja está atenta às novas tendências e colecções

e trabalha bem com marcas portuguesas. Algumas, especializadas em números grandes, **“mas sempre com uma linha jovem”**, acrescentou. Além do vestuário feminino vendem-se acessórios como fios, brincos e malas.

Para se distinguir das suas concorrentes, conta que aposta muito cedo nas novas colecções e que tem também as chamadas marcas brancas, tendo por isso algumas peças mais baratas. **“Tenho de tudo: des-**

**de os 12 aos 50 ou 60 euros”**, disse.

A empresária decidiu investir noutra área do negócio e abriu, ao lado do seu pronto a vestir, no passado mês de Março, a Loja das Prendas, onde diz que há *gifts* para as mais variadas idades. **“Vou agora apostar numa linha francesa de prendas, que espero que tenha muito êxito”**, comentou Elizabete Rebelo.

N.N.



**■ Elizabete Rebelo possui no centro uma loja de roupa e outra de prendas**

## Café Camé é um dos resistentes

O Café Camé foi uma das primeiras lojas que abriu no Centro Comercial D. Carlos I, o que quer dizer que há 19 anos que Maria Salomé e Carlos Lino Ferreira servem o café a muitos caldenses que se habituaram a ir ali tomar a bica. **“Na altura isto era convidativo”**, diz Maria Salomé, explicando porque decidiram, em 1993, ali comprar a loja onde se estabeleceram.

No balanço de tantos anos de negócio, a proprietária diz que **“tem sido mais ou menos bom”**, mas não esconde que **“de há dois anos para cá se tem sentido um abatimentozinho”** e garante que **“se a loja não fosse nossa, já cá não estávamos”**. Ainda assim, diz que não está arrependida de ter investido no espaço. **“Se não estivesse aqui onde é que estava? Aqui ao menos passamos o tempo, vêm os clientes, que já é como se fossem família”**, afiança.

No Café Camé encontram-se os produtos habitualmente à venda em espaços semelhantes, entre bolos, refrigerantes, torradas, tostas e sandes.



**■ Maria Salomé e Carlos Lino Ferreira foram dos primeiros lojistas do centro**

**“Não podemos fazer comida, infelizmente”**, lamentando a proibição imposta por legislação mais apertada na confecção de refeições para venda que saiu nos últimos anos. **“Foi desde essa altura que nos sentimos um bocado mais”**, diz. Mas há algo que caracteriza o espaço, **“um convívio que é muito agradável”** e que se verifica quer com os clientes do

café, quer com os vizinhos do centro comercial.

Durante muitos anos, o casal manteve o Café Camé aberto todos os dias. Uma rotina que se alterou quando, há cerca de três anos, o centro comercial D. Carlos I começou a fechar ao domingo, bem como em alguns feriados.

J.F.

## Espaço da Catarina veste crianças há 12 anos

“Espaço Catarina” é como se designa a loja de roupa de criança (e alguma de senhora) que se localiza no primeiro andar do centro comercial. A loja vende peças a partir dos seis meses aos 16 anos e **“também faço arranjos de costura”**, explica Catarina Horta, de 41 anos, que está há 12 neste centro. Dedicase sobretudo à venda de roupa de criança e diz que aposta forte em marcas portuguesas. Já para senhora, Catarina Horta representa também algumas marcas italianas.

**“Sempre tentei ter preços acessíveis pois as crianças estão sempre a crescer e a precisar de roupa”**, disse a comerciante que assegura o seu posto de trabalho. Conta que a maioria das peças que vende custam entre os cinco e os 17,50 euros (conjuntos) e diz que este é um factor importante para a constituição da sua clientela **“que é da região e também de outras localidades”**.



**■ Catarina Horta trabalhou na loja e hoje tem o seu próprio negócio**

O “Espaço da Catarina” ao longo dos anos foi-se tornando numa loja bastante conhecida e com a sua clientela fixa. **“Tento, sempre que possível, ter uma relação personalizada com as minhas clientes a quem ligo muitas vezes quando chegam as novidades”**, contou a lojista.

Catarina Horta era também

funcionária da loja e por proposta da anterior responsável acabou por ficar com o negócio há oito anos. Antes já tinha estado noutra espaço do primeiro andar do centro comercial e há agora mudado, podendo contar com uma renda mais baixa.

N.N.



## Loja Kanga aposta nas marcas nacionais do vestuário feminino

A loja Kanga dedica-se ao vestuário feminino e trabalha maioritariamente com marcas portuguesas. É o que explica Catarina Margalho, funcionária daquele espaço desde 2000, altura em que a loja abriu ao público, no rés do chão do Centro Comercial D. Carlos I.

Os proprietários da loja são das Caldas da Rainha e segundo a sua funcionária, de 40 anos, **“esta é uma loja que já é conhecida e temos os nossos clientes fixos”**.

E o que têm feito para combater a crise? **O negócio está parado agora, não tem nada a ver com os primeiros anos em que vendíamos muito mais...**, disse a empregada, que está no estabelecimento desde o início.

Na opinião de Catarina Margalho, hoje em dia as pessoas **“preocupam-se sobretudo com o preço, querem tudo mais barato e não olham tanto à qualidade”**.

Tendo esse aspecto em conta, a Kanga oferece descontos



■ Catarina Margalho trabalha nesta loja desde a sua abertura, há 12 anos

de 20% nas peças da nova colecção que para esta Primavera/Verão aposta nas cores alegres e muitos vivos. Segundo a funcionária, também se mantêm os tons neutros, mas a aposta na cor **“é para ver se nos animamos, apesar desta crise toda”**.

As peças de colecções anteriores têm promoções que podem chegar até aos 70%, en-

quanto que a nova colecção já tem menos 20% no preço.

**“Temos que aguardar melhores das, temos que ter esperança que a situação mude e melhore para todos”**, disse a responsável.

Alem do vestuário feminino, a Kanga também vende alguma bijutaria.

N.N.

## Retrosaria Entrelinhas em breve com loja na Internet

**“Neste momento estamos a trabalhar muito bem com os emblemas académicos”**. Quem o diz é Rosa Conchinha, a responsável por uma das mais movimentadas lojas de todo o centro comercial D. Carlos I - a Retrosaria Entrelinhas.

Os emblemas académicos estão a ser um verdadeiro sucesso entre os estudantes e desportistas, disse a empresária, para quem este segmento de mercado está em alta.

**“Neste momento já temos quase mil emblemas diferentes catalogados”**, explica a especialista também noutras matérias, como os galões, as rendas, os botões e as linhas para bebé (cambraias e bordado inglês).

Rosa Conchinha, 52 anos, trabalha há 11 anos neste centro comercial. Era funcionária da retrosaria até que os antigos proprietários lhe propuseram ficar com o negócio. Na altura já era ela que tinha uma procuração para gerir a loja, dado que os responsáveis estavam nos Estados Unidos. Com a ajuda do



■ A Rosa Conchinha mostra a sua mais recente aposta - os emblemas académicos.

seu marido aceitou o desafio **“após ter ponderado tudo muito bem. Gosto de decisões com os pés bem assentes na terra”**, disse.

Os emblemas são algo muito procurado, mas a crise instalada também fez aumentar a clientela que agora opta por dar novos arranjos à roupa antiga pois já não possui a mesma disponibilidade financeira para comprar nova. **“Às vezes tenho**

**filas de clientes... sobretudo ao sábado de manhã. Vejo, por exemplo, que há um interesse crescente pela área da costura”**, contou a comerciante, orgulhosa da sua casa.

O próximo projecto de Rosa Conchinha será a internet. E é também com a ajuda de familiares que está prestes a criar a sua loja on-line.

N.N.

## Aquijóias: uma “loja de família” no centro comercial há 19 anos

O Dia de Todos os Santos do ano de 1993 marca a abertura da Aquijóias no Centro Comercial D. Carlos I, numa pequena loja no primeiro andar do edifício pelo casal Maria José e Joaquim Carvalho, que deixa para trás cerca de 40 anos passados em Lisboa. Nos primeiros anos, a loja dedicada a artigos de ourivesaria e joalharia mudou várias vezes de instalações, até que há 15 anos se fixou no rés-do-chão do centro comercial, onde ainda hoje se mantém. Foi também nesta altura que ao casal se juntou uma das filhas do casal, a Catarina. A outra filha, Joana, mantém-se ligada ao ramo, mas com um negócio em Lisboa.

A história desta **“loja de família”** é feita de **“altos e baixos”**, diz Catarina Saraiva. Já o pai, Joaquim Carvalho, recorda os primeiros anos em que o Hospital Termal funcionava em pleno e os aquistas deixavam no comércio tradicional o dinheiro que lhes tinha sobrado da temporada de banhos. **“Cheguei a fazer bons negócios já às 21h00 ou 22h00”**, lembra. E a esposa reitera: **“eram bons tempos, esses em que o centro abria às 10h00 e fechava já de noite”**.

Hoje, a loja não escapa à crise instalada em todo o país, nem aos furtos que acontecem em tantas ourivesarias. A juntar a estes constrangimentos, destaca-se ainda o facto de haver cada vez menos gente a percorrer o centro comercial.



■ Joaquim Carvalho, Maria José e Catarina Saraiva. Pais e filha, que há quase duas décadas se dedicam aos artigos de ourivesaria e joalharia

**“Deixaram abrir as grandes superfícies comerciais à volta da cidade e as pessoas deixaram de vir ao centro”**, queixa-se Joaquim Carvalho.

Mas a Aquijóias tem conseguido manter-se firme e conquistar novos clientes, que se juntam aos que já o eram desde os primeiros anos. **“Nesta fase de crise vendemos sobretudo alianças de casamento, fazemos feiras de noivos, estamos com assiduidade em tudo o que tenha a ver com casamentos e talvez por causa disso conseguimos um bom retorno”**, diz Catarina Saraiva.

Outro ponto forte da loja é a diversidade de relógios, com marcas como Festina, Celsius, Calypso e Swatch. Há ainda

**“pratas para todos os gostos e preços”** e uma grande diversidade de artigos, alguns deles importados. **“O facto de estarmos cá há muitos anos permite-nos ter um stock robusto”**.

Também à Aquijóias chegam ainda hoje clientes que se mostram surpreendidos por verem ali uma ourivesaria que não sabiam existir. E também aqui os lojistas estão empenhados em dinamizar o espaço e em fazer com que o centro comercial D. Carlos I se torne ponto de passagem e animação. **“É pena que a Câmara não queira saber desta rua para nada”**, lamenta o proprietário.

J.F.

## Stefanel traz roupa italiana para a cidade desde 1993

Foi pela mão de Ana Isabel Sousa que a marca italiana Stefanel chegou às Caldas da Rainha em meados de Setembro de 1993. Inicialmente, a loja de roupa instalou-se num outro espaço do Centro Comercial D. Carlos I, mas poucos anos depois mudou-se para as instalações onde ainda hoje se mantém, com porta virada para Rua Heróis da Grande Guerra.

Há 19 anos que a loja mantém as suas características: **“moda, com uma colecção que é sempre muito forte, com bom design e roupa com qualidade”**. A garantia é da proprietária: **“quando as pessoas se habituam à roupa da Stefanel, depois é difícil mudar porque as peças vestem muito bem, os tecidos são muito confortáveis”**.

Até os preços se mantêm os mesmos. **“Temos peças que têm o mesmo preço de há 19 anos atrás. As t-shirts, por exemplo, custavam cinco ou seis contos e hoje em dia custam 30 euros”**.

Por tudo isto, Ana Isabel tem clientes que se mantêm fiéis à sua loja desde o início. E para os detentores do cartão cliente



■ Uma colecção “muito forte, com bom design e roupa de qualidade” é o que Ana Isabel Sousa garante na sua loja

há campanhas privadas que se realizam com alguma frequência. Uma forma de incrementar as vendas numa altura em que todos sentem a crise. **“Os clientes compram menos, os custos de vida aumentaram e os salários ou mantiveram-se ou baixaram para muitos. Estamos todos a sentir alguma dificuldade”**, diz Ana Isabel.

A proprietária da loja garante

nunca ter ponderado sair do Centro Comercial D. Carlos I. E porque? **“A localização é boa, temos muitas condições de trabalho aqui, com um ótimo armazém”**, diz. E apesar da crise, acredita que a Stefanel está nas Caldas para ficar. **“Nós esperamos passar estes momentos mais difíceis e continuar cá. É para isso que trabalhamos”**.

J.F.



# CABELEIREIRO UNISSEXO

## Venha conhecer-nos

➤ Serviços personalizados

➤ Novas técnicas

Centro Comercial D. Carlos I, Loja 29 | 2500 Caldas da Rainha | Telef.: 262 844 511