

## Empresários investem em centros comerciais da L2 Sul. Aluguéis mais baratos e estacionamento são pontos fortes dos empreendimentos

Fotos: Breno Fortes/CB



OBRAS NA GALERIA DO CINE KARIM: CINEMA SERÁ SUBSTITUÍDO COMO LOJA ÂNCORA PELA ACADEMIA JULIO ADNET. INAUGURAÇÃO SERÁ NO INÍCIO DO ANO QUE VEM

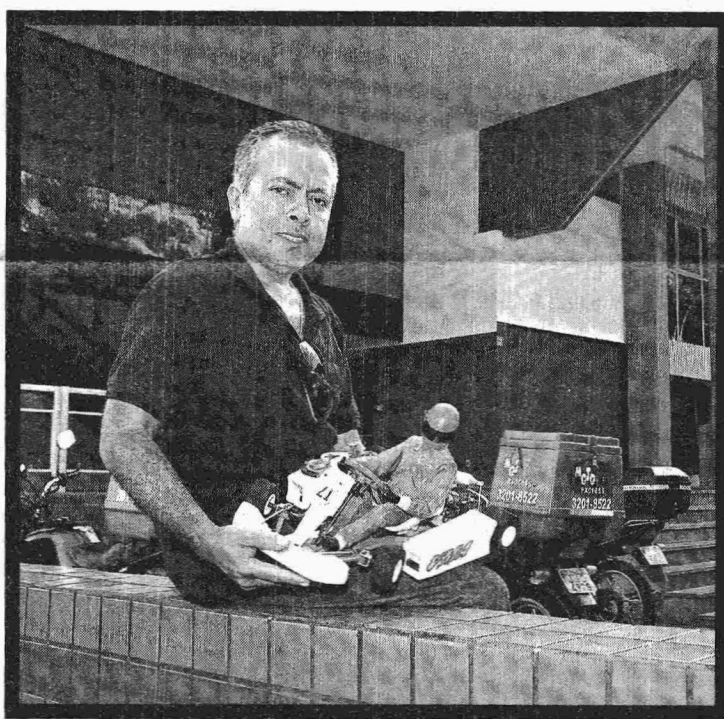
# Galerias são revitalizadas

MARIANA FLORES

DA EQUIPE DO CORREIO

**S**em o histórico de glamour da W3 Sul do início de Brasília e sem o poder de atratividade que os shoppings conseguiram a partir da década de 1990, as galerias da Asa Sul tentam ganhar espaço com a explosão de carros na capital federal. Com quase um milhão de veículos, a falta de vagas se tornou um problema para os lojistas de rua, o que serve como propaganda para as galerias localizadas ao longo do eixo L Sul, o mais antigo da cidade. O espaço para estacionamento, aliado ao argumento de ter aluguéis mais acessíveis que as lojas de shoppings, são a principal bandeira dos empreendedores para alavancar os centros comerciais. E investimentos são feitos para criar o cenário necessário ao recebimento dos comerciantes.

A Galeria do Cine Karim passa por um processo de revitalização e já no início de 2008 será reinaugurada, com novo nome e nova âncora. Depois do cinema, que durou de 1969 a 2000, o espaço sediou uma igreja, um bar e a partir do ano que vem passará a ser uma academia. Algumas quadras adiante, nascerá uma nova galeria, na entrequadra 114/115, também no início do ano. Após de 20 anos desativado, o terreno ganhou um prédio comercial, com 34 lojas e 40 salas. Também no mesmo eixo, o Centro Empresarial São Francisco está com toda sua capacidade preenchida, depois de muitos anos lutando contra a ociosidade de alguns pontos. Apesar de ainda sofrer



CARVALHO, DA VELOCIDADE MÁXIMA: CLIENTES FIXOS, INDEPENDENTE DO LUGAR

com lojas vazias, a Galeria dos Estados vê aumentar o fluxo de pessoas — hoje passam pelo local cerca de 50 mil diariamente —, e as vendas, à medida que o metrô ganha força.

As mudanças no espaço onde antes era instalado o Cine Karim incluem reformas na estrutura, ampliação do estacionamento, atração de novas lojas e publicidade. Cerca de R\$ 2 milhões estão sendo investidos. A intenção é ocupar os espaços vazios, que hoje representam quase 50% do centro — são 10 lojas ocupadas e outras 10 inativas, de acordo com os administradores. “Vamos dar vida para essa área que estava quase esquecida”, resume

o responsável pelo projeto de revitalização, José Raimundo Pires, da José Pires Negócios Inteligentes.

A principal mudança virá com a chegada de uma nova âncora. Depois de 46 anos instalada no mesmo local, na 709 Sul, a academia Julio Adnet vai se mudar para o espaço antes ocupado pelo Cine Karim. O responsável pela mudança, segundo seu fundador, Julio Adnet, é a falta de vagas para os frequentadores estacionarem seus carros. “Há uma tradição no local onde estamos, mas vimos que o problema de Brasília nos alcançou e não há estacionamentos. Mas vamos manter as características do prédio”, afirma Adnet.

Também foi a escassez de es-

tacionamentos e os preços elevados de lojas em shoppings que fizeram com que o empresário Geraldo Vasconcelos, da GV Construtora iniciasse as obras da galeria Casablanca. O terreno na entrequadra 114/115 já era seu há 20 anos, mas só agora ele sentiu que haveria mercado para alugar ou vender suas lojas. E investiu R\$ 18 milhões no empreendimento. “Senti que havia chegado o momento de apostar ali e acho que o empreendimento vai dar certo principalmente pela facilidade de acesso”, afirma.

### Clientela fidelizada

Os lojistas localizados nas galerias contam com a fidelidade dos consumidores para manter as vendas em locais que não têm fluxo elevado de pessoas passando, como é comum nos shoppings. Há 14 anos, Maria José Mota transferiu sua loja de roupas localizada em uma quadra da Asa Sul para o comércio do Cine Karim. Sem mulheres passando para ver suas vitrines, ela mantém as mesmas clientes da Patty's há 30 anos. “Minhas clientes não gostam de shoppings, e nem de promoções. Elas querem ser bem atendidas e ter onde estacionar fácil.”

O mesmo pensamento tem Jorge de Carvalho, dono da Velocidade Máxima, loja de venda e conserto de carros de automodelismo, localizada no Centro São Francisco. “Como minha loja é mais direcionada, tenho clientes fixos, que sabem onde estou e vêm até aqui. Já não faço propaganda há um tempo, porque não preciso. A propaganda acaba sendo boca-a-boca e eu pago um aluguel mais barato.”