

Herdeiros de Antônio Venâncio, que construiu os shoppings Venâncio 2000 e 3000, deixam divergências sobre divisão de herança para a Justiça e prometem investir R\$ 10 milhões na modernização de dois dos mais tradicionais pontos de venda do DF

Em busca do tempo perdido

Carina Nucci
Da equipe do Correio

Ainda jovens, eles amargam a decadência. Têm um passado turbulento com direito a exames de paternidade e brigas na Justiça que ainda não chegaram ao fim. Esse é o estigma carregado pelos centros comerciais Venâncio 2000 e 3000, que uma reforma administrativa e arquitetônica de R\$ 10 milhões e três mil empregos promete apagar da memória dos brasilienses até o Natal do ano que vem.

Depois de longa reunião no início do ano passado, os quatro últimos herdeiros que discutem o testamento do patriarca Antônio Venâncio da Silva resolveram deixar as diferenças judiciais no tribunal e se dedicar a reerguer a empresa do pai. Primeiro empreendedor de Brasília, ele deixou aos filhos José Nicodemos, 62 anos, Antônio Venâncio Júnior, 39 anos, André, 24 anos, Priscilla, 37 anos, e Rafael, 20 anos, a administração do Grupo Venâncio. Junto com a responsabilidade, vieram três mil imóveis em Brasília e uma fortuna que ronda a casa dos R\$ 200 milhões. O primogênito, Nicó, também é sócio-diretor do grupo Venâncio, mas como tem interesses bem distintos da maioria dos irmãos, é voto vencido e, por isso, decidiu se afastar dos negócios.

O primeiro empreendimento a ganhar cara nova será o Venâncio 3000. "Decidimos começar pelo negócio mais bem sucedido", conta o segundo filho Antônio Venâncio Jr. A estimativa do Grupo é aumentar em 30% a receita da empresa, mas Venâncio Jr, que está à frente da administração, se recusa a falar em números. "O objetivo da reforma é manter os dois centros competitivos. Não estamos nos guiando por cifras", insiste. O único valor que ele faz questão de garantir é o menor preço do metro quadrado da cidade. Hoje, o lojista do Venâncio paga, em média, R\$ 12 por metro quadrado, enquanto em outros shoppings o preço varia de R\$ 30 a R\$ 50. "Vamos continuar com o menor preço", garante.

VENDA DE MÓVEIS

A despeito de ter sido ultrapassado pelos modernos shoppings que surgiram na cidade, o Venâncio 3000, aos 18 anos, é o melhor ponto comercial da cidade para o ramo de móveis com 90% de suas 80 lojas abertas. "Tenho loja em Taguatinga, no Casa Shopping, no Casa Park e no Venâncio e meu faturamento aqui chega a ser 60% maior do que nos outros pontos", conta Miguel Dias Fernandes, um dos sócios da loja de móveis German Interiores, há dez anos no 3000. O problema é que, apesar de ser o melhor lugar para se comprar móveis, o Venâncio está esteticamente e administrativamente ultrapassado. "Pelo movimento no Casa Park, temo que daqui a um ano, ele supere o Venâncio", avalia Fernandes.

"Até lá, o shopping será outro", garante André Venâncio, filho do terceiro casamento de Antônio Venâncio da Silva. O prédio cin-

José Varella



VENÂNCIO 3000, O MAIS TRADICIONAL SHOPPING DE MÓVEIS DO DISTRITO FEDERAL, FREQUENTADO PELA CLASSE MÉDIA, DEVE GANHAR NOVO VISUAL ATÉ O NATAL DO ANO QUE VEM

"A REFORMA MOVIMENTARÁ O SETOR, PODENDO GERAR 3 MIL EMPREGOS COM SALÁRIO MÉDIO DE R\$ 300"

CARLOS MAGNO DE MELO

Presidente da Associação Comercial do Distrito Federal

zento e sem graça vai dar lugar a um projeto arquitetônico escolhido entre os mais renomados arquitetos do país. "Selecionamos os melhores escritórios de arquitetura e vamos fazer um concurso para eleger o melhor projeto", adianta o arquiteto e professor da Universidade de Brasília, Aleixo Furtado, que está a frente da seleção da nova roupagem do Venâncio 3000.

Para renovar totalmente os ares do local, a porta de entrada do edifício será transferida para a frente do Estádio Mané Garrincha. Para limpar definitivamente a mácula deixada com a briga pelos milhões do patriarca, os irmãos decidiram trocar o nome do lugar. "Nossos interesses no inventário são diferentes. Mas isso não impede que trabalhem para melhorar a situação da empresa", afirma André. Com a

reforma, algumas empresas do ramo moveleiro que nunca se animaram a fazer parte do Venâncio 3000, renderam-se à iniciativa da família de revitalizar o local.

Nobel e Main Line são duas grandes lojas de móveis de Brasília que levarão mais glamour para o novo shopping. Transformar o vizinho em aliado é outra estratégia adotada pelo Grupo Venâncio para conquistar o consumidor classe A. Pesquisa feita pela Retrato Consultoria e Pesquisa de Mercado mostra que 80% das pessoas de classe média que compram móveis em Brasília vão ao Venâncio. Na A, esse número cai para 45%, mas as pessoas afirmam que frequentariam mais o lugar se ele fosse agradável e tivesse melhores opções. "Por isso, queremos acostumar o cliente do Brasília Shopping a passear pelo novo Venâncio quando o assunto for móveis", afirma Cristiane Mardine, diretora de marketing do Grupo Venâncio.

ALUNOS CONSUMIDORES

O mais complicado, o Grupo Venâncio deixou para depois. Nas vitrines acostumadas a sapatos e modelitos da moda, muitas propagandas de cursos de língua e informática. É assim que os irmãos Venâncio visualizam o novo Venâncio 2000, mas a mudança não será visível antes de 2002. O início da reforma do elefante branco Venâncio 2000, que de 300 lojas não tem 100 ocupadas, ficará para o segundo semestre do ano que vem.

A estratégia é aproveitar os 10 mil alunos da Faculdade Michelângelo que estudam no terceiro andar do edifício transformando-os em consumidores. "Temos um público cativo, que vem ao 2000 todos os dias e poderia ficar mais se o lugar suprisse suas necessidades", analisa Cristiane. Para descobrir o que o brasiliense queria do 2000, o Grupo Venâncio encomendou pesquisa à Connection Pesquisa de Mercado revelando que 66% dos frequentadores do shopping tem segundo grau completo. "Temos um público potencial para cursos de línguas e informática", avalia Cristiane Mardine. Cafés, livrarias e uma sala de espetáculos foram outras boas pedidas dos consumidores.

Se o 3000 ganha em vendas do setor moveleiro, o 2000 fica milhas atrás. Com a chegada dos novos shoppings nos anos 90, o lugar foi perdendo lojas de peso como o Boticário, que virou um quiosque. Outras fixaram endereços nos shoppings mais novos e, com a perda de atrativos, o preço do aluguel no Venâncio caiu muito perante os outros shoppings. Uma loja que custa R\$ 2,1 mil por mês nos shoppings da cidade sai por R\$ 500 no 2000. A vontade de recuperar o prestígio do Venâncio agrada a todo o comércio de Brasília. "A revitalização vai movimentar todo o setor da cidade. Podemos esperar a geração de 3 mil empregos com salário médio de R\$ 300", estima Carlos Magno de Melo, presidente da Associação Comercial do DF.

MEMÓRIA

Anderson Schneider 3.2.99

Milhões disputados na Justiça

No álbum de fotografias da família Venâncio, a história dos negócios do patriarca Antônio Venâncio da Silva é registrada pela prosperidade do cearense que começou a vida vendendo cera de carnaúba até chegar a Brasília como o primeiro construtor independente da nova capital. Abriu as portas do Venâncio 2000 em 1976, seis anos depois da inauguração do Conjunto Nacional, primeiro shopping da cidade. Em 1982, nascia a maior concentração de lojas de móveis de Brasília levando o nome do patriarca na versão 3000. Ambos conheceram dias gloriosos com todas as lojas ocupadas e corredores abarrotados de consumidores. Mas a saúde do Grupo Venâncio foi abalada com o câncer que acometeu o empresário Antônio Venâncio na década de 90.

Centralizador, o pai nunca dividiu com os herdeiros a administração dos negócios. Os dois centros comerciais foram abandonados e, pressionado



ANDRÉ: DISPUTA JUDICIAL

pela concorrência dos novos shoppings, o Grupo assistiu ao declínio das receitas. Em 1997, a morte do patriarca levou os cinco herdeiros de três casamentos, José Nicodemos, 62 anos, Antônio Venâncio Júnior, 39 anos, André, 24 anos, Priscilla, 37 anos, e Rafael, 20 anos, a se encontrar na Justiça. Os quatro mais novos tentam anular o testamento da única mulher com quem Venâncio se casou no civil, Antônia Odontina, mãe do primogênito José Nicodemos. Odontina deixou para o filho tudo o que lhe cabia na herança: metade de todo o patrimônio da família, nunca confirmado, mas estimado em R\$ 200 milhões. O caso ainda está sendo analisado pela Justiça.