

METRÔ MUDA CARA DO SCS

Andrêa Depieri
Da equipe do Correio

A modernidade está chegando ao Setor Comercial Sul (SCS). O lugar que abrigava escritórios, bancos e consultórios dá espaço para outras ramificações do mercado. Há cerca de seis meses, o Coração de Brasília pulsa com mais força: a flechada vem de um cupido chamado metrô.

A injeção de mais de R\$ 100 milhões possibilitou a retomada das obras, financiadas pelo GDF, a União e o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). Investidores já trabalham para revitalizar a área onde 100 mil pessoas circulam diariamente. Novas lojas, importadoras, restaurantes e lanchonetes totalizam 15 novos investimentos.

Apesar de todos estes novos negócios, que envolveram mais de R\$ 2 milhões e criaram mais de 80 empregos, os empresários não estão satisfeitos. Eles reclamam da falta de estacionamento, segurança, iluminação e limpeza.

"O SCS é o local que apresenta o maior número de advogados por metros quadrados. A especialidade da loja são livros de Direito. Foi pensando nisso e, principalmente, na chegada do metrô, que escolhemos o SCS para sediar nossa primeira loja em Brasília", avalia o gerente da livraria Saraiva, Fernando Silva.

Com 600 metros quadrados e estacionamento privativo com vagas, a livraria Saraiva trabalha com serviço de encomenda e entrega a domicílio. Vende cerca de 3 mil livros por mês e possui um estoque de 50 mil títulos. A maior novidade está no interior da loja: um minicafé. "É ótimo. Enquanto pesquisamos e damos uma olhada nos livros, podemos tomar um cafezinho", opina o advogado Adelino Carvalho Tucunduva, que diz gastar R\$ 300 por mês na livraria.

LOJAS DE CDs

Dois points para compra de CDs renovam a paisagem do SCS: uma filial da Cash Box e a Apple CDs. A primeira, segundo o supervisor comercial da rede, Francisco Carlos Nogueira, está no SCS para competir com as Lojas Americanas, que também vendem CDs. O proprietário da Apple CDs, Washington Santiago, aponta outras justificativas para a escolha do local: "O SCS tem um fluxo diário de milhares de pessoas. É um mercado que está em expansão. O pessoal que trabalha por aqui não vai precisar sair para fazer compras. E o metrô, sem dúvida, vai aumentar ainda mais as vendas".

PERFUMARIAS

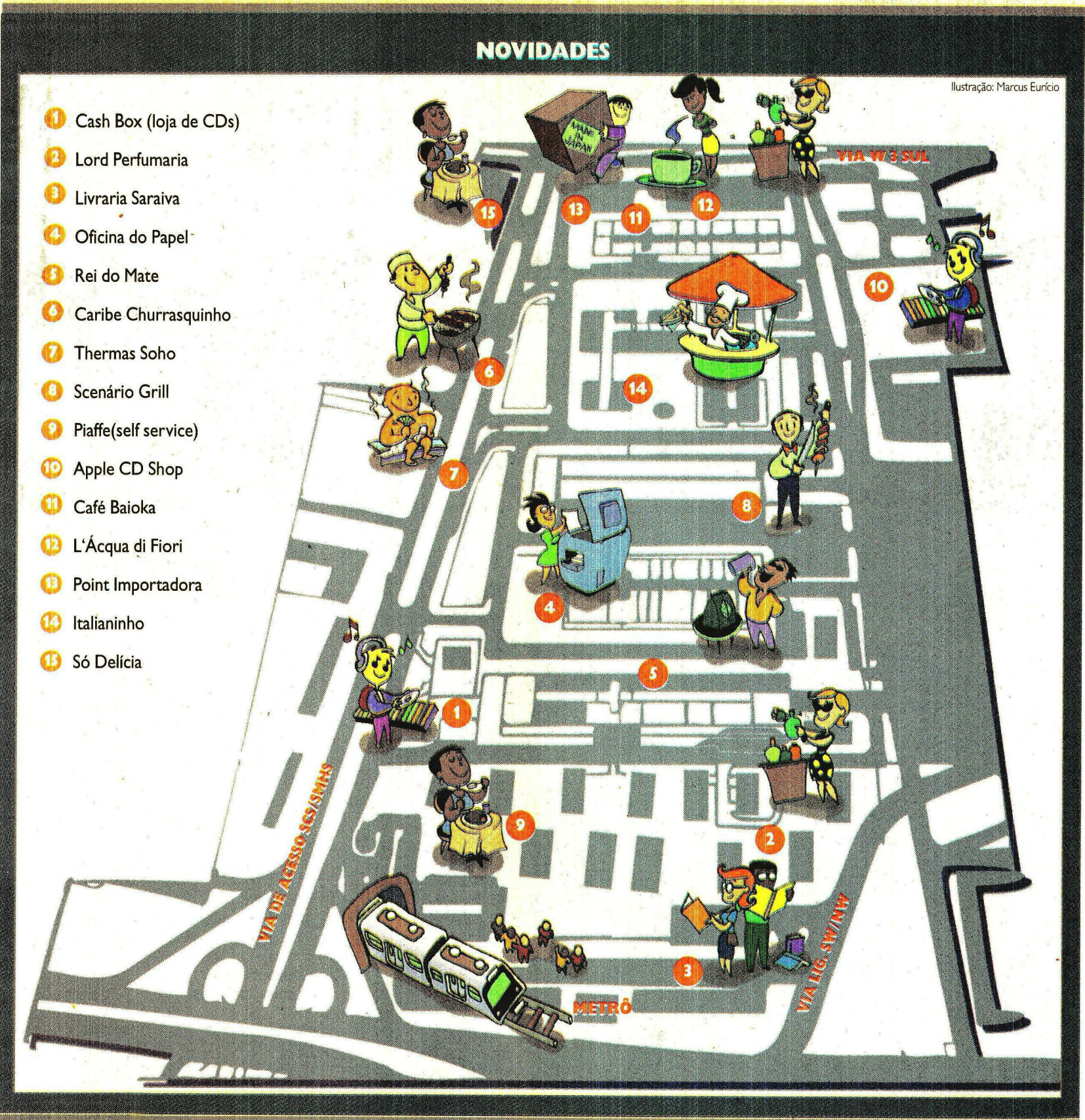
Também são duas as novas perfumarias: Lord e L'Acqua di Fiori. Márcia Correa Silva, proprietária da Lord, aponta a localização privilegiada de seu negócio. "O metrô vai sair na porta da minha loja. Vai aumentar ainda mais o movimento". Pensando na consumidora executiva, que não tem tempo para nada, Márcia instalou um salão de beleza no interior do estabelecimento. "Elas não vão precisar sair daqui para fazer a mão ou arrumar o cabelo". A empresária também aposta no projeto de revitalização do setor: "O estacionamento, segurança e a iluminação vão dar mais vida para esta área. A Rua 24 horas, se sair do papel, vai transformar o SCS em um grande centro de consumo e lazer". Já a proprietária da L'Acqua di Fiori, Ângela Oliveira, abriu sua loja de 35 metros quadrados, pensando no fluxo de pessoas que transita diariamente do SCS. Ela gastou R\$ 30 mil e fatura cerca de R\$ 3 mil por mês.

Há mais negócios. A sauna masculina Termas Soho foi aberta há 10

Raimundo Paccó



O quiosque Italianinho espera dobrar a venda de refeições com a criação da rua 24 horas, um dos itens do projeto de revitalização do SCS



dias. "Aqui tem lanchonete, sauna seca e a vapor, som, sala de repouso, de leitura e de vídeo", diz o proprietário Uajara Cabral de Almeida. Ele gastou R\$ 130 mil para reformar o

espaço de 450 metros quadrados. Com cinco funcionários, a Termas Soho recebe, das 15h à meia-noite, cerca de 50 clientes. A expectativa é de que este número suba para 120

com a chegada do metrô. Uajara já tem outros planos: abrir outra sauna. Desta vez, feminina.

A Oficina do Papel, uma gráfica de conveniência, também é um ne-

gício novo. Só existem duas filiais na cidade. Uma fica no SCS porque, de acordo com Edson Mendes Ribeiro, dono da loja, o local é o de maior movimentação de dinheiro

na capital. "Se eu montasse uma barraca de cachorro-quente, ganharia dinheiro do mesmo jeito". Edson gastou R\$ 160 mil para montar a loja e fatura cerca de R\$ 70 mil por mês. Ele é outro que confessa que com a chegada do metrô, seu negócio deve se expandir.

ALIMENTAÇÃO

Também há novidades no setor da alimentação, como o Café Baioka, o Rei do Mate e o Italianinho (quiosque que serve massas). O Rei do Mate é uma casa de chá, estilo fast food, franqueada de São Paulo. Inaugurada há uma semana, com investimento de R\$ 80 mil, a loja já recebe por volta de 300 clientes diariamente. "Tem mais: Se o projeto da Rua 24 horas der certo, vamos fazer o happy hour do chimarrão e a loja ficará aberta a madrugada inteira", promete Celso Gomes, dono do Rei do Mate.

"Sem dúvida nenhuma, escolhi o SCS para montar o café por causa do metrô, que vai aumentar o fluxo de pessoas do local. O forte, aqui, é o setor de alimentação, mas estava faltando um serviço de qualidade diferente. Faltava exatamente um café", afirma Marco Túlio Castro, do Café Baioka.

O Italianinho apostou no fluxo de pessoas na área. Com o metrô, eles pretendem dobrar as vendas, que são, hoje, da ordem de 50 refeições diárias. Mas segundo Elisângela Bitencourt, dona do quiosque, melhor ainda seria a instalação da rua 24 horas. "Falta apenas segurança e iluminação, porque isto aqui parece um deserto à noite".

SELF SERVICE

Há também opções entre restaurantes. O primeiro é o Caribe Churrasquinho. Segundo a proprietária Vanda Veiga, o projeto de revitalização com a Rua 24 horas e o espaço foram os fatores que contribuíram para escolha do local. Mas ela é mais uma a afirmar: "O metrô deve melhorar muito o movimento. O SCS é história em Brasília. Ele não pode ser esquecido. Quem sabe com o metrô é consequente aumento do fluxo de pessoas que por aqui vão passar, o governo se sensibilize em revitalizar esta área".

Três self services — Scenários Grill, o Piaffe, e o Só Delícia — entram na briga na hora do almoço. O primeiro vende 350 refeições diariamente. O dono do Scenários, Caio Luiz de Souza Faria, acha que as vendas podem subir para 500 refeições/dia com a vinda do metrô.

Os 20 funcionários do Piaffe, aberto em fevereiro por Ronan Borges, atendem de 500 a 700 clientes diariamente numa área de 841 metros quadrados. Foram investidos R\$ 700 mil para montar o restaurante de três andares. O happy hour também está nos planos de Ronan por causa do metrô.

O Só Delícia, com 500 metros quadrados, é um dos negócios mais recentes do SCS. Com um investimento de R\$ 40 mil, há 20 dias, foi inaugurado com a expectativa de com o metrô, o retorno da aplicação venha em seis meses. Os 11 funcionários atendem cerca de 350 pessoas por dia. O restaurante também pensa em expansão: abrir o sistema à la carte e funcionar aos domingos.

IMPORTADOS

O mercado de produtos importados no SCS é pequeno. Foi pensando nisso e no fluxo de pessoas que passam por ali que Edson Alves Ferreira aplicou R\$ 20 mil na Point Importadora. Hoje ele tem três funcionários, mas como todos os outros novos empresários do SCS, está disposto a criar dois turnos para funcionar 24 horas se o projeto de revitalização sair do papel.

Para a publicitária Cláudia Silva, que trabalha no SCS, o metrô vai ajudar muito. "Se novas lojas já estão sendo inauguradas por aqui, poderemos pegar um tempo do nosso almoço ou sair 10 minutos mais cedo do trabalho para fazer uma comprinha. Outra coisa, é que muita gente que vem de carro para cá, vai passar a vir de metrô e o problema do trânsito vai melhorar".