

Vitória
Caucho

Imóveis

A GAZETA – Vitória (ES), quinta-feira, 7 de janeiro de 1999

A) 20182

Para quem quer fazer um bom negócio.

ALIANÇA
IMÓVEIS

Tel.: 200-3347

Cred: 37261

VENHA PARA A ALIANÇA.

SE VOCÊ TEM UM IMÓVEL DE 2 OU 3 QUARTOS EM JARDIM DA PENHA, PRAIA DO CANTO OU EM JARDIM CAMBURI, TEMOS CLIENTES CADASTRADOS PARA ELES. LIGUE JÁ PARA NÓS.

ALIANÇA
IMÓVEIS

Tel.: 200-3347

Cred: 37261

Centro busca nova identidade

Nos últimos dez anos, região passou por desvalorização imobiliária, com moradores e empresas migrando para outros bairros da Capital

MORAR
CONSTRUTORA E INCORPORADORA

2 ou 3 quartos
na quadra do mar
em Jardim da Penha

www.morar.com.br



Chico Guedes

KÁTIA FRAGA

Como aconteceu em muitas cidades, o Centro de Vitória, que já viveu dias de glória, passa por um processo de evasão de moradores, que estão preferindo outros bairros; de comerciantes que buscam pontos de vendas mais atrativos e de profissionais liberais que querem mudar de local de trabalho para acompanhar a clientela. Nos últimos dez anos esta situação ficou evidenciada com o crescimento de bairros como Praia do Canto, Jardim da Penha e Jardim Camburi, além da Enseada do Suá. A justificativa vai desde a falta de vagas para estacionamento, até a inexistência de atrações culturais, crescimento da violência e consequente insegurança.

Estas mudanças provocaram desvalorização imobiliária e pouco interesse por parte das construtoras para investir em novos empreendimentos. Com isso, um apartamento de dois quartos custa hoje, no Centro da Capital, de R\$ 20 mil a R\$ 30 mil, um preço 34% mais barato do que em Jardim Camburi, por exemplo, onde o preço de um imóvel deste tipo varia de R\$ 30 mil a R\$ 40 mil. O valor do aluguel de um imóvel do mesmo padrão é de R\$ 250,00 no Centro, contra R\$ 350,00 em Jardim da Penha

REVITALIZAÇÃO

Projeto da Prefeitura Municipal pretende dar nova vida ao Centro da Cidade, com o Porto de Vitória sendo mais voltado para atividades de lazer

que as ruas se transformaram em calçadas para o comércio – avalia José Pedro do Monte Filho, gerente comercial da Mural Imóveis.

Monte Filho sintetiza os motivos da migração para outros bairros: “ho-

vem atraindo pessoas que querem preços melhores e não se importam com imóveis mais antigos – que, na maioria das vezes, apresentam como grande atrativo o fato de serem es-

vestem na preservação dos seus imóveis, a prefeitura pretende estimular a conservação de imóveis com valor histórico para a cidade.

Para a administradora regional do

escritórios de advogados e imóveis que sejam ocupados por artistas plásticos, como ocorre no bairro de Santa Tereza, no Rio de Janeiro.

As ações oficiais em favor da re-

Comércio se mobiliza para reativar vendas

Iniciada no dia 21 de novembro do ano passado a campanha do comércio do Centro de Vitória, integrada ao processo de revitalização, é uma iniciativa da Associação Comercial de Vitória (ACV) e da Câmara de Dirigentes Lojistas de Vitória (CDL) articulada com vários parceiros como Prefeitura de Vitória, lojas do Centro, Banestes e outros. Até o dia 31 de dezembro, foram veiculados nos jornais 51 depoimentos e anúncios representando um custo de mais de R\$ 60 mil reais.

Com as campanhas e ações Roicles Coelho, presidente da ACV, acredita que haverá um incremento não só no comércio mas também no setor imobiliário, revertendo o quadro de desvalorização que gira em torno de 30% a 50% em relação a outras áreas da cidade.

A campanha começou com depoimentos de personalidades e de pessoas com participação intensa na vida da cidade. Houve uma pausa por causa das festas de fim de ano mas a campanha vai continuar. Os depoimentos e os anúncios nos jornais vão prosseguir. Na TV, a publicidade também será realizada, mas ainda não existe data para começar esta etapa.

PROPOSTAS – Para Roicles Coelho é preciso que cada lojista publique seu anúncio, mostre suas potencialidades, para atrair os clientes. Pensando nisso, a ACV pretende fazer com que as lojas se unam num **pool** para fazer o comercial. A idéia é juntar o aspecto comercial com o institucional num trabalho promocional, mostrando produ-

preço 34% mais barato do que em Jardim Camburi, por exemplo, onde o preço de um imóvel deste tipo varia de R\$ 30 mil a R\$ 40 mil. O valor do aluguel de um imóvel do mesmo padrão é de R\$ 250,00 no Centro, contra R\$ 350,00 em Jardim da Penha.

Tudo se inicia no Centro. A urbanização, a moradia, o comércio. Mas, depois, naturalmente, a vocação vai mudando. Em Vitória não foi diferente de outras cidades, onde a região central ficou restrita a movimentos bancários e de comércio. O morador procura bairros que não sejam tão comerciais. Porém, já existem cidades brasileiras em que os veículos não passam no Centro, já

Projeto da Prefeitura Municipal pretende dar nova vida ao Centro da Cidade, com o Porto de Vitória sendo mais voltado para atividades de lazer que as ruas se transformaram em calçadas para o comércio – avalia José Pedro do Monte Filho, gerente comercial da Mural Imóveis.

Monte Filho sintetiza os motivos da migração para outros bairros: “hoje, as pessoas buscam arrojo nas concepções de planta e modernidade na construção. Outro aspecto é que todos querem a proximidade da praia. A desvalorização dos imóveis do Centro em relação à zona Norte se deve a um diferencial chamado valor comercial. Quando há uma saída do Centro para outra região isso acarreta em queda no valor do imóvel”.

A desvalorização, por outro lado,

vem atraindo pessoas que querem preços melhores e não se importam com imóveis mais antigos – que, na maioria das vezes, apresentam como grande atrativo o fato de serem espaçosos e arejados.

A revitalização do Centro da Cidade é considerada prioritária para a Prefeitura de Vitória que planeja investir na reestruturação do Mercado da Vila Rubim, na recuperação do Parque Moscoso e na mudança no trânsito. Planeja, ainda, dar uma nova destinação a uma parte do Porto de Vitória, que deverá estar mais voltado para o lazer. Através da isenção de IPTU para os proprietários que in-

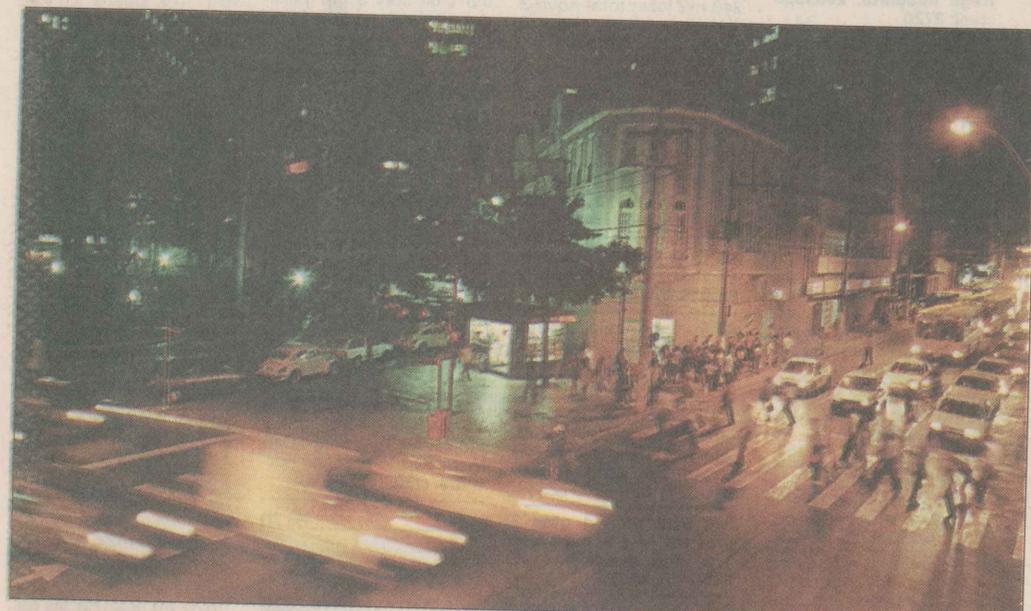
vestem na preservação dos seus imóveis, a prefeitura pretende estimular a conservação de imóveis com valor histórico para a cidade.

Para a administradora regional do Centro, Lilia Mello, existe um preconceito grande em relação à região. “Mas isso vai ser superado. Contamos com áreas maravilhosas para criar os filhos. Se por um lado está havendo muita saída da região, por outro há também os problemas que vão passar para a Enseada do Suá, como os flanelinhas, lixo, batedores de carteira. Aqui esperamos novas propostas, como escritórios de arquitetura para ocupar casarões, antiquários,

escritórios de advogados e imóveis que sejam ocupados por artistas plásticos, como ocorre no bairro de Santa Tereza, no Rio de Janeiro.

As ações oficiais em favor da revitalização do Centro encontram respaldo entre moradores e comerciantes da região, que cobram mais atenção para a região. A Associação Comercial de Vitória, em conjunto com outras entidades, vem inclusive desenvolvendo uma campanha de resgate da memória do Centro em apoio ao trabalho já iniciado pela prefeitura e moradores.

■ Leia mais sobre o Centro na página 4



Edson Chagas

CULTURA

Os moradores reclamam da falta de atrações culturais no Centro para animar a cidade



Joaquim Nunes

VERDE

Praça Costa Pereira é uma das poucas áreas arborizadas que ainda resiste na região

Desvalorização dos imóveis chega a 34%

A desvalorização imobiliária do Centro de Vitória é um atrativo para quem pretende comprar um imóvel mais barato e espaçoso. Pessoas de outros bairros da Grande Vitória e de bairros vizinhos do Centro estão na disputa pelos imóveis como forma de conseguir um lugar com melhor localização. Moradores de outros bairros da Grande Vitória, dos subúrbio e dos morros estão optando pela compra ou locação de apartamentos no Centro em função dos preços mais acessíveis.

É o que afirma o gerente da Assessoria Imobiliária, Expedito Cândido Santos. “As pessoas que procuram por imóveis no Centro por causa da desvalorização. Eu classifico esse processo como a evasão do subúrbio. Quem mora no Centro está buscando o status dos bairros de praia para se mudar. Já as pessoas de bairros mais simples, recém-casados, optam por buscar um financiamento para comprar um imóvel com preço acessível, querem prédio com elevador, boa localização, perto de escolas, bancos e comércio. O

Centro é um ponto convergente. Estar perto de tudo é uma grande vantagem”, explica Expedito Cândido Santos.

A imobiliária que representa também fica no Centro. Expedito afirma ser fácil negociar o imóvel que oferece preço e boas condições para uso. No Centro um apartamento de dois quartos custa de R\$ 20 mil a R\$ 30 mil, um preço 34% mais barato que em Jardim Camburi, por exemplo, onde o preço passa para a faixa de R\$ 30 mil a R\$ 40 mil. O valor do aluguel de um imóvel do mesmo padrão é de R\$ 250,00 no Centro, contra R\$ 350,00 em Jardim da Penha. Em Jardim Camburi, é possível alugar um imóvel do mesmo valor de uma locação do Centro, conforme Expedito.

MARINHA – O aposentado Lourival José Pereira procura comprador para seu apartamento de 72 metros quadrados, compreendendo dois quartos e uma dependência de empregada, sem vaga de garagem, por R\$ 20 mil. Para ele, o único entrave

que pesou para não ter comercializado o imóvel até agora é o fato de se tratar de um terreno de marinha.

Ele conta que decidiu vender o apartamento para comprar um lote em Jardim Camburi. “Eu gosto daqui, mas a região está igual ao Centro do Rio de Janeiro. Como não houve um planejamento adequado, os prédios não têm vaga de garagem suficiente em relação ao número de apartamentos. A prostituição e as drogas têm mostrado o lado triste do Centro e estão entre os principais problemas enfrentados pelos moradores. Outro fator que contribui para a saída da região é que as pessoas querem morar próximo à praia para desfrutar de um certo status social”, comenta o aposentado.

INÍCIO – O gerente comercial da Mural Imóveis, José Pedro do Monte Filho disse que até mesmo as imobiliárias da zona Norte se reservam mais aos negócios naquela área. Ele diz que isso ocorre, além da visão estratégica, pela dificuldade de acesso à região.

Admite, porém, ser um bom negócio comprar apartamentos na região central da cidade. Ele citou um imóvel localizado na Curva do Saldanha, próximo ao Centro. Com 135 metros quadrados, decorado, três quartos, suíte, varanda, duas vagas de garagem, custa R\$ 50 mil, um terço mais barato que um imóvel similar na Mata da Praia, por exemplo.

Para a gerente geral da Skema Aluga Imóveis, Karina Kfuri Leal, a ociosidade de imóveis para alugar no Centro de Vitória é 30% maior que em outras áreas da cidade. “As pessoas estão buscando imóveis na zona Norte, porque é lá que as coisas estão acontecendo”.

Os prédios são antigos, não há vaga de garagem. “É complicado conseguir alugar. Quem procura um imóvel para alugar no Centro, geralmente, é a pessoa que trabalha nessa área”, comenta a gerente ao mencionar que o cliente procura imóvel novo, com armários embutidos. Eles preferem ficar com o bom mesmo que seja mais caro, acredita ela.

O valor do aluguel, de uma forma

geral, está caindo. Um apartamento na Praia do Canto que era alugado R\$ 1,2 mil hoje é alugado por R\$ 700, o que facilita o negócio. Karina afirma que ainda há uma certa rejeição pelo Centro porque a região é vista como “decadente”.

ADEMI – O processo de esvaziamento e de desvalorização imobiliária do Centro teve início há 20 anos, de acordo com o presidente da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário do Espírito Santo (Ademi-ES), José Luiz Kfuri. “Há anos vem sendo sinalizado que as coisas iriam acontecer. Na verdade, as pessoas estão se conscientizando que o processo se concretizou.

Ele lembra que no Centro não se constrói imóveis há mais de dez anos. Na Praia do Canto, em contrapartida, existe um volume grande de oferta. Kfuri fez um comparativo da população da cidade. Em Jardim da Penha estima-se uma população de 35 mil habitantes; em Jardim Camburi, 50 mil; enquanto no Centro, 18 mil.

é preciso que cada lojista publique seu anúncio, mostre suas potencialidades, para atrair os clientes. Pensando nisso, a ACV pretende fazer com que as lojas se unam num **pool** para fazer o comercial. A idéia é juntar o aspecto comercial com o institucional num trabalho promocional, mostrando produtos, anúncios com várias lojas de um determinado segmento, como óticas, lojas de calçados e outras. “Vamos redimensionar a campanha para dar um fôlego maior, uma valorização dos produtos”, explica Roicles Coelho.

As entidades envolvidas na campanha já estudam um projeto criado há oito anos pelo advogado Pedro Silveira que prevê a criação de linhas de ônibus que circulem apenas pelo Centro. Para tanto é preciso criar áreas de estacionamento estratégicas – no Mercado da Capixaba e nas imediações da Ponte Seca.

Estender o horário de funcionamento do comércio do Centro da cidade é outra idéia, assim como criar edifícios-garagem. Mas, para estender o expediente do comércio é preciso que haja reforço da segurança e do sistema de transporte coletivo para atender à demanda num novo horário. Roicles assegura, entretanto, que todas as ações a curto, médio e longo prazos dependem de apoio do poder público municipal e estadual.

A ACV pretende contratar uma empresa de consultoria para verificar que tipo de comércio se adaptaria melhor na área central da cidade, para evitar abertura e fechamento de lojas. Para incrementar a vida noturna do Centro um projeto deverá se levado adiante. Criar um centro gastronômico, aproveitando as potencialidades dos 91 estabelecimentos entre lanchonetes, bares e restaurantes. O projeto prevê ainda a realização de atividades culturais. Também está em estudo uma proposta em conjunto com a Ademi (Associação das Empresas do Mercado Imobiliário) e do Creci, órgão que regula as transações na área imobiliária. O objetivo é fazer uma campanha integrada mostrando que as pessoas podem alugar e comprar salas e apartamentos mais baratos que em outro lugar da cidade, atraindo, entre outros interessados recém-formados e recém-casados.

Desde a implantação do Plano Real, em 1994, até agora 33 lojas fecharam as portas. Isso representa aproximadamente 5% do universo de 600 estabelecimentos existentes na região central da ilha. O Centro conta com 17 grandes estabelecimentos e quatro lojas de departamento.

Nem mesmo o apelo dos fregueses foi suficiente para que o comerciante Joenes Rangel mantenha aberto o Marear, um dos bares mais movimentados da região central da cidade. O número de frequentadores não é o problema. “O movimento é bom, a clientela é boa, mas o problema é que moro em Bela Aurora, Cariaciça e está ficando difícil e cansativo vir para cá todos os dias. A gente (referindo-se a ele e à esposa) sai de casa cedo e só volta de madrugada”, confia.