

Metrô Vila Madalena terá shopping center

Centro comercial com 150 lojas deve ser inaugurado em 2011

A **CONSTRUTORA MÉTODO** venceu a concorrência pública para construir um shopping center anexo à estação Vila Madalena do metrô.

O centro comercial começará a ser construído no segundo semestre do ano que vem e terá cinco andares de lojas e três subsolos.

Segundo a Método, a obra vai consumir investimentos de R\$ 50 milhões. A empresa vai administrar o shopping por 20 anos.

Com 3.800 m² (23 mil m² de área construída), o shopping vai ficar na esquina da av. Heitor Penteado com a r. Marinho Falcão. **PAG/04**

Vila Madalena vai ganhar shopping com 150 lojas

Centro comercial ficará junto ao metrô e deve abrir em 2011

GUILHERME COSTA

guilherme.costa@metrojornal.com.br



A BOÊMIA região da Vila Madalena (zona oeste) ficará mais agitada também durante o dia. Foi anunciada ontem a construção de um shopping center anexo à estação de metrô que leva o nome do bairro. O centro comercial, cujas obras estão previstas para começar no segundo semestre de 2009, vai abrigar 150 lojas. A previsão é que a inauguração seja em 2011.

O novo shopping será construído em um terreno de 3.800 m² próximo à estação de metrô, na esquina da av. Heitor Penteado com a rua Marinho Falcão. O projeto indica que a construção terá cinco pavimentos e três subsolos, somando 23 mil m² de área construída.

A proposta prevê também



Fachada do shopping que começará a ser construído na estação Vila Madalena no ano que vem

uma praça cultural no local e ações sustentáveis para reuso de água e utilização de iluminação natural.

De acordo com a Método Engenharia, empresa responsável pela construção, o empreendimento vai consu-

mir investimentos de até R\$ 50 milhões. A empresa foi selecionada pela Companhia do Metropolitano de São Paulo (Metrô) em processo de concorrência pública, e inicialmente vai administrar o shopping por 20 anos.

Para Fernando Ferreira, diretor da Método, o objetivo é que a construção seja “um shopping de vizinhança, que atraia o público de alto padrão dos bairros da região, além dos frequentadores do metrô”.

