

Comércio se expande e muda a face de Brasília

14 ABR 1994

Com mais de 30% da população economicamente ativa, o comércio de Brasília supre desde as necessidades básicas aos gostos mais sofisticados. São milhares de lojas que ajudam com seu Imposto sobre Circulação de Mercadorias a responder com 40% dos tributos arrecadados no Distrito Federal.

Ainda há os que se lembram quando o pouco comércio que havia em Brasília se restringia à W/3 Sul. Uma avenida com pequenas lojas de confecções, que imprimiam à cidade um certo ar provinciano. O Conjunto Nacional, um dos mais antigos shoppings do País, consolidaria sua importância no final da década de 70, com a chegada das primeiras griffes de sucesso. Hoje, o ParkShopping não fica nada a dever aos similares de outras capitais. São lojas sofisticadas e uma programação mercadológica voltada aos eventos anuais, atraindo multidões, principalmente nas vésperas de feriados e aos sábados.

Satélites — Esta estrutura foi gradativamente absorvida nas satélites. Taguatinga já ganhou seu shopping, o Alameda. Até a região do Entorno teve seu potencial descoberto. O Valparaíso Shopping, um dos primeiros do tipo aberto em todo o Brasil, aposta no potencial da área. Neste caso, a inovação está estritamente ligada à economia.

Vídeo locadoras, postos de conveniência, aluguel de roupas usadas — as oportunidades são criadas conforme a necessidade e a criatividade dos clientes/proprietários. “Brasília tem uma das maiores rendas per capita do País. É natural que os empresários vejam com bons olhos a possibilidade de fazerem investimentos”, diz Lázaro Marques, presidente do Sindicato do Comércio Varejista.

Não é difícil portanto agradar aos gregos e troianos, possibilitando que as novidades da moda sejam rapidamente incorporadas nas vitri-

nes candangas.

Futuro — A capital se prepara para o futuro. Redes como o Makro já se instalaram na cidade, de olho no forte potencial de seus clientes. Antiga parceira no atendimento das necessidades da população, a rede Carrefour está com seu novo hipermercado, na Asa Norte, praticamente pronto. Maior do que o primeiro, a nova loja poderá significar o desafogamento de uma ampla parcela da população, que se verá livre das filas e da oruga por vagas no estacionamento.

Empresários já começam a trabalhar com o potencial de outras áreas. O Lago Norte e Sobradinho são duas das mais requisitadas. Eles levam em conta a tendência de migração de boa parte da classe média, atraída por espaço e aluguéis mais em conta. “O comércio de Brasília está definitivamente atrelado à concepção modernista da cidade”, conclui Lázaro.