

**TRIBUNA
DA
CIDADE**



**W3 quer novo
eixo comercial**

FERNANDO GROSSI

O debate sobre a revitalização da Avenida W3 está condenado a ficar restrito à redução de tributos se não for adiante na análise das novas oportunidades comercial e econômica do País. Quem passa pela avenida observa que é grande o número de lojas e prédios fechados, usados como reserva de valor. São latifúndios improdutivos urbanos que deveriam pagar impostos progressivos, como previsto em lei, para evitar a especulação com luvas e aluguéis que fazem o inferno dos empreendedores.

O comércio de rua, no mundo real, se especializa ou morre. Mercado das flores, ruas 24 horas, das farmácias e dos restaurantes são alternativas ao comércio pioneiro e familiar, condenado dinde das renovações e da concorrência das franquias, quiosques e strip mall. No confronto ruas x shoppings, as ruas perdem: os shoppings oferecem conforto, segurança, variedade, e estacionamento. Paga-se por isso.

Neste momento, no Rio, 15 novos empreendimentos estão em construção nos bairros emergentes: Niterói, Barra, Campo Grande, Nova Iguaçu, Duque de Caxias etc. Em 1995, os 127 shoppings instalados no País representaram 15% do faturamento do varejo nacional, promovendo 212 mil empregos em 20 mil lojas.

E já é visível a especialização por meio dos mall ou strip centers, idéia relativamente simples: um conjunto de pequenos comércios, especializados ou diversificados, ancorados em uma grande loja (supermercado ou de departamento) ou em um ponto comercial de "passagem". Temos os nosso: Carrefour, Super Box, Fashion e Liberty Mall,

“Em 1995, os 127 shoppings do País representaram 15% do faturamento do varejo nacional”

os dois últimos em processo de adaptação no mercado, que se prepara para receber três novos centros: os shoppings da

W3 e o do Lago Norte.

Um desafio para estas lojas e centros comerciais são os mercados representados pelas classes C e D, que aumentaram seu poder aquisitivo, em especial nos produtos de laticínio e alimentação, eletroeletrônicos e vestuário. A dinâmica da economia permitiu que ao lado destes mega-negócios prosperassem outras alternativas viáveis: as franquias, os quiosques e as feiras-transitórias ou permanentes.

Ano passado as 27 mil franquias instaladas no País faturaram R\$ 78,1 bilhões e geraram 184 mil empregos. Só as 4 mil lojas da área de alimentação faturaram R\$ 2,6 bilhões, e as 3.574 lojas de vestuário, R\$ 1 bilhão.

Os quiosques, lojinhas-vitrines instaladas em qualquer espaço, que vendem de incenso a computador, podem pagar até R\$ 2 mil de aluguel por metro quadrado, e obter receita de até R\$ 15 mil/mês. Além delas, abre-se o mercado das máquinas de auto-venda de camisinhas, jornais, refrigerantes, bonecos etc. Dimensionados para o momento, estes comércios dispõem publicidade, não pagam luvas, demandam pouco estoque e pessoal.

Discutir a revitalização comercial da W3 só tem sentido no contexto destas novas realidades, que não passam pelas benesses do Executivo e, sim, pela capacidade dos empreendedores. Aliás, este perfil moderno está representado nas entidades de classe de Brasília: é possível que se conte nos dedos os remanescentes de famílias e empresas pioneiras que ocupam lugar nas diretorias dos sindicatos e federações. Esta novidade sindical precisa chegar à ponta, para que comércio e indústria voltem a significar emprego e renda no DF.

■ **Fernando Grossi** é jornalista

■ A coluna Tribuna da Cidade sai às segundas, quartas e sextas-feiras e está aberta a todos os segmentos da sociedade.