

Um centro comercial vive às moscas

Falta freguesia ao Venâncio 2000, mas lojistas ainda têm esperanças e pedem mudanças na administração do shopping

Marcio Vieira
Da equipe do Correio

Em algumas lojas a palavra liquidação já vem afixada no próprio luminoso. Recurso de marketing inusitado, mas que pela ausência de clientes no estabelecimento mostra que não surtiu o efeito desejado. Em outras, na falta de dinheiro para bancar o luminoso, a boa e velha cartolina — amarelada — traz o valor do desconto. Com a falta de consumidores, o comum é encontrar vendedores passeando nos corredores do centro comercial. Quem passa pelos grandes e vazios corredores do Ve-

nâncio 2000 encontra lojas vazias à espera de algum empreendedor para investir no local.

Para Viviane Barbosa, gerente administrativa do grupo Mourão Móveis, o shopping ainda é viável. "Acreditamos que ainda há muita possibilidade de vendas por lá", afirma. O Mourão, que conta hoje com 13 lojas no Distrito Federal e duas em Goiás, inaugurou a 8ª loja do grupo no Venâncio 2000 em 1992.

Inaugurado no dia 29 de outubro de 1997, com 150 lojas e um investimento de US\$ 60 milhões, o Pátio Brasil, bem ao lado do Venâncio, também ajudou o centro comercial a perder a

clientela. "Muitas lojas saíram do Venâncio e mudaram-se para o Pátio Brasil", acrescenta Viviane. "Além de ser novo, o Pátio é um shopping com design moderno."

Viviane apresenta duas soluções para salvar o Venâncio 2000. "É preciso mais investimentos no shopping e que a administração seja dinamizada", diz. Ela lembra que a decoração de Natal foi fraca e não atraiu a freguesia, apesar do aumento das vendas em quase todo o comércio da cidade. Mais que isso, Viviane acredita que "é preciso reestruturar a administração do Venâncio".

O Correio tentou falar com a administração do Venâncio 2000. Uma funcionária, de nome Ana, informou que quem poderia falar com a imprensa (não revelou o nome) estava viajando e que "ninguém estava disponível".