

Luxo continua em alta no Distrito Federal

MARIANA FLORES E
LUCIANA NAVARRO

DA EQUIPE DO CORREIO

Cristiano Sergio/Divulgação

Os empresários do setor de varejo voltado para o luxo mantêm os investimentos e o otimismo. O cenário de crise não atrapalhou as expectativas dos investidores do ParkShopping. A nova ala do centro de compras, que será inaugurada esta semana, terá 22 lojas voltadas para o público mais endinheirado. Destas, 20 estreiam a atuação na capital federal. Entre as marcas, algumas das mais badaladas no exterior. O preço de uma peça passa de R\$ 1 mil com facilidade.

Mas há demanda. "Por ter o maior PIB (Produto Interno Bruto) per capita do país, o Distrito Federal tem potencial de absorção desse mercado de luxo. Não dá para dizer que o mercado de Brasília está blindado à crise, mas ele tem uma carência desse tipo de varejo, por isso não será tão afetado", aposta o superintendente do ParkShopping, Marcelo Martins. "Brasília é a terceira cidade a demonstrar forte potencial de recepção ao luxo", acrescenta o consultor Carlos Ferreirinha, da MCF Consultoria.

Para Sidney Chreem, diretor da Avec Nuance, loja do Rio de Janeiro que desembarca na capital federal nesta semana, a crise financeira pode até ajudar. Com grifes como Lanvin, Dior, Marc by Marc Jacobs, Stella McCartney, Chloé, Luella, Moschino e preços com mais de quatro dígitos, ele acredita que o aumento do dólar pode lhe ajudar a atrair clientes, apesar de seus produtos serem importados. "Hoje nosso maior concorrente são as viagens internacionais. Com o dólar alto as



PARKSHOPPING INAUGURA ESTA SEMANA NOVA ALA COM 22 LOJAS QUE VÃO VENDER PRODUTOS DE GRIFE PARA ATRAIR PÚBLICO DE ALTA RENDA

pessoas deixam de viajar. Então, por um lado, a crise pode nos beneficiar", afirma. No mercado de luxo, explica Ferreirinha, o dólar sobe, mas o consumo aumenta. "É paradoxal", avalia.

Na Avec Nuance, que possui 23 das marcas mais cobiçadas do mercado da moda, os preços chegam a R\$ 6 mil, valor cobrado por uma bolsa. Mas para garantir a demanda, pelo menos no primeiro mês após a inauguração, as compras poderão ser divididas em até 12 vezes sem juros. O investimento para trazer a loja para Brasília

será de R\$ 1 milhão. "Brasília tem um público muito carente deste tipo de peça. Preferimos a capital federal à cidade de São Paulo, que apesar de ser um mercado bem maior, já está saturado e a concorrência é grande", afirma Chreem. A loja ocupará um espaço de 300 metros quadrados dos 2,9 mil metros quadrados que constituem a nova área.

A crise não afetou nem mesmo a segunda etapa de expansão do shopping, prevista para o segundo semestre do próximo ano. Mais 88 lojas serão inauguradas

em um espaço de 8,5 mil metros quadrados. Juntas, as duas fases vão consumir R\$ 83,4 milhões em investimentos. E mesmo com a incerteza do mercado financeiro, a empresa proprietária do ParkShopping, Multiplan, manteve a expectativa de retorno. Nos primeiros 12 meses de funcionamento da primeira etapa, que será inaugurada esta semana, a estimativa é que a receita líquida chegue a R\$ 2,9 milhões. E no segundo ano, a R\$ 3,5 milhões.

Mas nem tudo são flores nesse setor do varejo. Mais cedo ou

mais tarde, a crise vai impactar nas vendas de luxo no Brasil. Pela previsão da MCF, esse mercado deveria crescer acima de 17% este ano em todo o país, com chances de atingir 22%. Com o agravamento da crise financeira mundial, a estimativa de expansão foi para 14%, podendo chegar a 17%. "O que preocupa é como ficará o crédito porque isso vai comprometer o consumo de luxo, principalmente da classe média, que vinha consumindo esse tipo de produto de forma significativa", afirma Ferreirinha.