

Luxo continua em alta no Distrito Federal

MARIANA FLORES E
LUCIANA NAVARRO

DA EQUIPE DO CORREIO

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 voltados para o público mais endinheirado. Destas, 20 estréiam 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 Ferreira, 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

pessoas deixam de viajar. Então, por um lado, a crise pode nos beneficiar", afirma. No mercado de luxo, explica Ferreira, 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 Ferreira.

Cristiano Sergio/Divulgação



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