

Potencial agrícola e comercial

A cidade movimentada e barulhenta é também uma das maiores forças agrícolas do Centro-Oeste. De toda a produção do DF, 40% vêm das terras de Ceilândia. Os 200 produtores do Incra 9, por exemplo, distribuem cenoura, beterraba, repolho, abobrinha e até mel na Feira do Produtor, Ceasa e supermercados.

De acordo com o presidente da Associação de Moradores e Produtores do Incra 9, Robson Pereira da Silva, 16% das bananas consumidas nas mesas do DF também são de Ceilândia. "O único inconveniente que temos é o clima, que não nos ajuda às vezes. Mas temos muito apoio para fazer o nosso trabalho", diz. Ele garante que a cidade é a campeã do DF na produção de maxixe, alface, chuchu e cenoura. "É tudo de boa qualidade", assegura. A cidade também vende parte da produção para outros lugares. "Mandamos cenoura para Goiânia, Manaus e Palmas. Nosso morango também vai para fora daqui", comenta.

VENDAS - Na parte movimentada da cidade, o comércio ferve. São 800 quiosques, 2,6 mil ambulantes, sete feiras permanentes e seis mil pequenas e médias empresas. Durante o Carnaval, os comerciantes trabalharam como nunca. "As empresas que tiveram relação com o feriado, como de alimentação e salões de beleza, faturaram cinco vezes mais nesse período", afirma o presidente da Associação Comercial e Industrial de Ceilândia (Acic), José Alves dos Santos. "Foi muito bom porque o dinheiro circulou aqui", diz.



Lugar é um dos grandes produtores de repolho, abobrinha, cenoura e beterraba do DF

Segundo Alves, destacam-se no comércio de Ceilândia os atacadistas de alimentos, as lojas de móveis e vestuário. Na indústria, o setor campeão é o de móveis, responsável por 38% da produção do DF. "A maioria dos nossos empresários são daqui. Muitos de fora não vieram para cá pela imagem violenta da cidade, que não é verdadeira", explica. "E aqui temos alto potencial de consumo, pois a maior

ria da população tem casa própria", completa.

Para o presidente da Acic, o principal objetivo é fazer os moradores da cidade valorizarem o que é de lá. "Precisamos fazer o ceilandense gostar de Ceilândia. Mas também queremos mostrar o potencial da cidade para o DF e o restante do País", afirma. Ele afirma que falta estrutura para a produção de vestuário em grande escala, por exemplo. "Muitos produtores de fora vendem mais barato aqui. Se tivéssemos grandes galpões, seria ótimo", diz Alves.

A informalidade é outro problema apontado pelo pre-

sidente da ACIC. "Queremos trazer os informais para a formalidade. Precisamos revitalizar o centro da cidade, hoje dominado pela informalidade. O local escolhido para a construção do Shopping Popular deveria ser destinado a um shopping center, pois é área nobre", opina.

O Shopping Popular, para onde serão transferidos camelôs do centro de Ceilândia, será construído atrás do fórum da cidade. A previsão é de que o estabelecimento comece a funcionar em fevereiro do ano que vem, de acordo com o administrador de Ceilândia, Rogério Rosso.