

Novos eixos

de desenvolvimento econômico

Série de reportagens mostra a partir de hoje os principais vetores de crescimento da economia do Distrito Federal. Com a ascensão da classe C, cidades antes vistas como periferia recebem investimentos imobiliários e nos setores de comércio e serviços

» DIEGO AMORIM
» MARIANA BRANCO

As fronteiras do consumo no Distrito Federal caíram por terra. O crédito farto, o emprego e a renda nas alturas, além das facilidades de pagamento, deram força aos setores de comércio e serviços longe do Plano Piloto. Ao longo da última década, as riquezas locais deixaram de se concentrar na ilha da prosperidade. Moradores de cidades que rodeiam o centro do poder não dependem mais do Plano Piloto para consumir. A série de reportagens que o *Correio* começa a publicar hoje mostra como o dinheiro passou a circular nas principais regiões administrativas, criando novos polos econômicos e avançando a economia local.

Com a escassez de terrenos na área tombada da capital, o superaquecido mercado imobiliário candango conquistou os arredores e serviu como indutor de desenvolvimento. Onde ainda existe área livre, prédios e casas não param de ser construídos. E os condomínios continuam a se espalhar em volta de Brasília. No embalo do avanço demográfico, lojas e bancos não perdem tempo e investem pesado nas cidades do DF. Empresas nacionais e estrangeiras que chegaram nos últimos anos já colhem os frutos da aposta e alimentam uma expectativa enorme. Cidades antes consideradas de periferia, como Samambaia e Riacho Fundo, começam a chamar a atenção de franquias em áreas de comércio e serviços.

A venda de imóveis no DF fechou 2010 com crescimento superior a 20%. Neste ano, o ritmo de expansão deve se manter, ainda que em velocidade menor. Virão novas obras em Águas Claras e o Setor Noroeste começará a tomar forma. Em cidades como Santa Maria, Ceilândia, Samambaia e Gama, os investimentos das empreiteiras serão intensificados. Não bastasse, o governador Agnelo Queiroz (PT) espera, ao longo de seu mandato, entregar 100 mil moradias voltadas para o público de baixa renda, o que deve ser facilitado com a doação de terrenos pela Companhia Imobiliária de Brasília (Terracap).

Entre 2000 e 2010, a população do DF saltou 20,4% e chegou a 2,469 milhões de habitantes, segundo os primeiros resultados do último Censo divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Cerca de 85% dessas pessoas vivem fora do Plano Piloto. Um público consumidor de 2,1 milhões de pessoas. O aumento da renda média e a queda da taxa de desemprego nas regiões administrativas sustentam o otimismo de quem aposta nesses novos consumidores do DF. O avanço das classes C e D reflete o bom momento da economia brasileira. O fenômeno estimula o consumo, puxa o avanço do setor de serviços e aquece a atividade industrial.

Arredores

Assim que perceberam a demanda crescente em torno de

Brasília, as principais magazines do país não hesitaram em dividir espaço com os comerciantes locais. Em quase todas as cidades, lojas de eletroeletrônicos, móveis e calçados do DF e nacionais disputam clientes lado a lado. “Os arredores do Plano se tornaram atraentes porque possuem boa margem para expansão”, justifica o presidente da Câmara dos Dirigentes Lojistas do DF (CDL-DF), Geraldo Araújo. “Só na área central de Brasília, temos oito shoppings. As grandes redes querem conquistar outros espaços, onde os moradores também têm poder de compra.”

Na avaliação do consultor Marcos André Melo, sócio-diretor da Valorum Consultoria em Gestão Estratégica, o crescimento econômico das cidades do DF é sustentável e tende a se intensificar nos próximos anos. “Há uma clara mudança de perfil de consumo na capital do país. Lojas e serviços antes presentes somente no Plano agora

podem ser encontrados nas outras cidades, que têm um público cada vez mais exigente”, observa ele, que reforça a importância das classes C e D nesse processo. “A renda dessa fatia da população tem crescido mais do que o dobro em relação às classes A e B”, afirma.

Além dos setores de comércio e serviços, a indústria brasileira — tradicionalmente tímida — também acompanha o avanço econômico fora do Plano Piloto. “A produção ainda é mais forte na região central, onde estão as sedes das construtoras e as principais fábricas de informática e alimentação. Mas muitas empresas estão descobrindo as demais cidades”, diz o presidente da Federação da Indústria do Distrito Federal (Fibra), Antônio Rocha. “Precisamos de mais incentivo, mas temos uma situação favorável: renda per capita elevada, proximidade com os governos federal e local e com as embaixadas, que são grandes clientes”, acrescenta.

