

Pátio Brasil abre mais 50 ^{DF - COMÉRCIO} novas lojas em 2001

LUCIANA VIEIRA DE SOUSA

Nos últimos 12 meses, cinco shoppings centers foram inaugurados em Brasília: Terraço, Free Shop, Pier 21, Casa Park e Taguatinga. Mas quem pensa que o mercado saturou, está enganado. No próximo ano, o Pátio Brasil, localizado no Setor Comercial Sul, vai expandir o terceiro piso e colocará à disposição da população mais 50 lojas, entre elas, âncoras como Renner e Ponto Frio, que somarão 210 pontos de venda. Com a expansão, a área de comercialização vai passar de 25 mil metros quadrados para 30,2 mil metros quadrados.

De acordo com o superintendente do shopping, Eduardo Rezek Ajub, o novo espaço está sendo criado em função da alta procura. "O Pátio Brasil tem localização privilegiada", argumentou. No ano passado, cerca de 13,5 milhões de pessoas passaram pelo shopping, o que equivale a 45 mil por dia. Em média, cinco mil carros estacionam diariamente no local. "Mas, por causa da

localização, próximo à Zona Central, muitas pessoas vêm à pé", destacou.

Em três anos de funcionamento, as vendas passaram de R\$ 110 milhões, em 98, para R\$ 180 milhões, em 2000. A previsão da superintendência é que, no próximo ano, esse valor chegue a R\$ 250 milhões.

Além da expansão do terceiro piso, o shopping também vai inaugurar uma ala específica para serviços, no primeiro subsolo, com 10 novas lojas como banca de jornal, chaveiro, relojoeiro, de acessórios automotivos, entre outros. "Essa é uma tendência mundial. As pessoas querem encontrar no shopping tudo o que precisa", comentou Ajub.

O shopping também registrou um baixo índice de fechamento de lojas. O superintendente afirmou que a média normal é de 30% em um centro comercial com mais tempo de funcionamento, que no caso do Pátio Brasil, corresponderia a 45 lojas por ano. Em três anos de atividade, o shopping registrou o fechamento de apenas 20 lojas.

13 DEZ 2000

JORNAL DE BRASÍLIA