



Regiões como os bairros da parte alta de Maceió entram no circuito

MAIKEL MARQUES
REPÓRTER

Na geografia comercial de Maceió, a novidade está nos bairros da parte alta em que a ligeira ampliação do número de unidades residenciais, associada ao crescimento da renda média do alagoano, explica a expansão de negócios diversos, dentre os quais shopping center, supermercados, restaurantes, revendedoras de automóveis, faculdades, clínicas médicas e agências bancárias também.

Os bairros da orla marítima, entre Pajuçara e Cruz das Almas, cresceram nos anos 1970 e 2000, apresentando, atualmente, aspectos de estabilidade quanto ao crescimento comercial, apesar da renda média ou alta de seus milhares de moradores e do aproveitamento de sua última fronteira, que é o Litoral Norte, onde está sendo edificado o terceiro shopping da capital.

“A novidade é a parte alta, tanto a que fica próxima do eixo Fernandes Lima, como a do eixo Via Expressa, com sua dinâmica mais forte que a média, com uma evidente capacidade de atração para novos negócios”, explica Cícero Péricles, professor da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) e conhecido estudioso da dinâmica comercial alagoana.

DEMANDA

A demanda reprimida pelos produtos básicos (alimentos, vestimenta, calçados, material de construção) também explica o crescimento do comércio da parte alta. Eis a razão pela qual os grupos Gbarbosa e Bompreço inauguraram lojas nos bairros de Santa Amélia e Antares, respectivamente, focando o bolso dos consumidores emergentes.

Os supermercados Palato, na Avenida Fernandes Lima, Atacadão, na Avenida Durval de Góes Monteiro, Assaf, na Avenida Menino Marcelo, são exemplos de negócios para satisfazer a demanda por alimentação básica ou então sofisticada da população beneficiada com a elevação do poder de compra.

O movimento de ascensão social e de mobilidade de renda que, na última década, tanto beneficiou a classe C (famílias têm renda mensal entre dois e dez salários mínimos) também justifica a expansão comercial em áreas periféricas da capital. Esse segmento representa 40% do mercado consumidor, atualmente”, analisa Cícero Péricles, da Ufal. ◻

Leia mais nas páginas A14 e A15