

Isonomia pode dar Natal gordo a shopping center

FÁBIO OLIVEIRA

A isonomia salarial no serviço público e a inexistência de pacotes econômicos animaram os shopping centers de Brasília com relação às vendas de final de ano. Embora a comercialização média durante este ano tenha ficado na faixa de 10% abaixo da registrada no anterior, a expectativa é de que no Natal os comerciantes consigam superar o mesmo período de 91 também neste percentual. O objetivo é atrair o dinheiro que os servidores receberam na isonomia, com grandes promoções ao público.

Apesar de não confessar o tipo de promoção que o ParkShopping vai utilizar, seu gerente de marketing, Luís Alberto Marinho, garantiu que será uma campanha do nível das anteriores. É bom lembrar que no Natal do ano passado foram sorteados 27 automóveis Uno Mille — um por dia. No Dia dos Pais, foram veículos importados da marca Suzuki e na comemoração das crianças seis minibuggies.

“Queremos firmar a imagem

de sermos o shopping mais requintado da cidade”, afirmou Marinho. O otimismo com o período natalino é tanto que os funcionários das lojas já começaram a receber treinamento especializado, feito por técnicos vindos de São Paulo especificamente para isso. Além disso, o ParkShopping pretende manter alguns eventos até o início da campanha de Natal, como as 90 Horas de Pintura e “Amor, Sublime Amor” — em que decoradores terão que preparar um ambiente de acordo com músicas da MPB.

Quanto a percentuais, Luís Alberto Marinho disse que se conseguirem superar o ano de 91, pelo menos em 10%, já será uma grande conquista. “Precisamos é fazer uma campanha de impacto”, lembrou. Ele afirmou que o ParkShopping foi o que obteve o melhor desempenho entre os seis da rede em todo o País, justamente porque foi também o único que realizou sorteio de prêmios no Dia das Crianças. “Naquela data nosso desempenho foi superior dentro da rede. Coincidentemente, fomos o único

com prêmios”, alertou Marinho. **Conjunto Nacional** — O Conjunto Nacional também prepara uma estratégia para o final de ano no nível das outras, como ocorreu no ano passado, quando foram sorteados diversos automóveis Kadett. A grande novidade para os consumidores neste Natal será um novo espaço, com 51 novas lojas e uma área de quatro mil metros quadrados só para os estabelecimentos, que será chamado de Ala Norte. Neste local, será inaugurada a primeira lanchonete da rede Bob's, além de uma pista de boliche totalmente automatizada.

Confiante na recuperação do poder aquisitivo dos servidores públicos — que representam cerca de 70% do mercado consumidor da cidade —, o gerente de marketing do conjunto, Renato Horne, confia numa melhoria. Apesar da confiança, o shopping apresentou uma pequena redução em valores reais nos últimos anos. Em 90, foram vendidos US\$ 190 milhões, sendo que em 91 este número chegou a US\$ 180 milhões.

Sorteio ajuda a aumentar vendas

Márcio Batista

Com o objetivo de elevar suas vendas em até 20% — em comparação com o Natal de 91 — o Alameda Shopping sorteará vales-compras diariamente entre o período de 21 de novembro até 24 de dezembro. A partir de uma determinada quantia gasta, o consumidor recebe um cupom e concorre todos os dias a vales — que poderão ser utilizados em qualquer loja do local. Os valores ainda não foram definidos pela administração, mas a premiação geral chega a Cr\$ 150 milhões em valores de hoje.

Apesar desta expectativa otimista, o administrador do Alameda, Odair Daroque, concordou que durante todo este ano as vendas estiveram abaixo do ano anterior. “Passamos 92 com uma média de vendas 10% inferior a 91”, admitiu. Entretanto, o motivo para o otimismo se deve a alguns fatores básicos: isonomia para os servidores públicos e militares, a tranquilidade política e a inexistência de choques econômicos e a própria campanha a ser realizada.

Para confirmar as previsões de recuperação, Daroque lembrou que os lojistas estão encomendando mais do que no Natal passado para compor estoque. “Em conversas



Movimento de compras este ano ainda é 10% inferior ao de 91

com empresários já dá para sentir um pouco de esperança”, disse ele. Explicou, também, que o comércio varejista é o setor mais sensível da economia, pois se a procura cai o lojista percebe no mesmo dia, caso as vendas melhorem é neste setor que o impacto vem primeiro.

A ornamentação do Alameda Shopping ficará pronta no mesmo dia do início da promoção, dia 21

de novembro, quando chegará um Papai Noel. A previsão é de que 1,2 milhão de pessoas transitem pelas instalações do local, onde será colocada uma árvore de Natal suspensa em seu interior. Até a iluminação externa — que tem sido reduzida, inclusive pelo Governo, para economizar energia — não será esquecida: haverá um arranjo e luzes na entrada principal. (Fábio Oliveira)