

Natal faz comerciante disputar cliente

■ Shoppings investem em prêmios milionários e decoração para aumentar as vendas

Jamil Bittar

A menos de um mês do Natal, os shoppings e lojas da cidade entram em ritmo de concorrência. Para atrair uma clientela que este ano está mais retraída, por causa da crise econômica, investiram milhares de dólares em prêmios, ornamentação e campanhas publicitárias no rádio e na televisão.

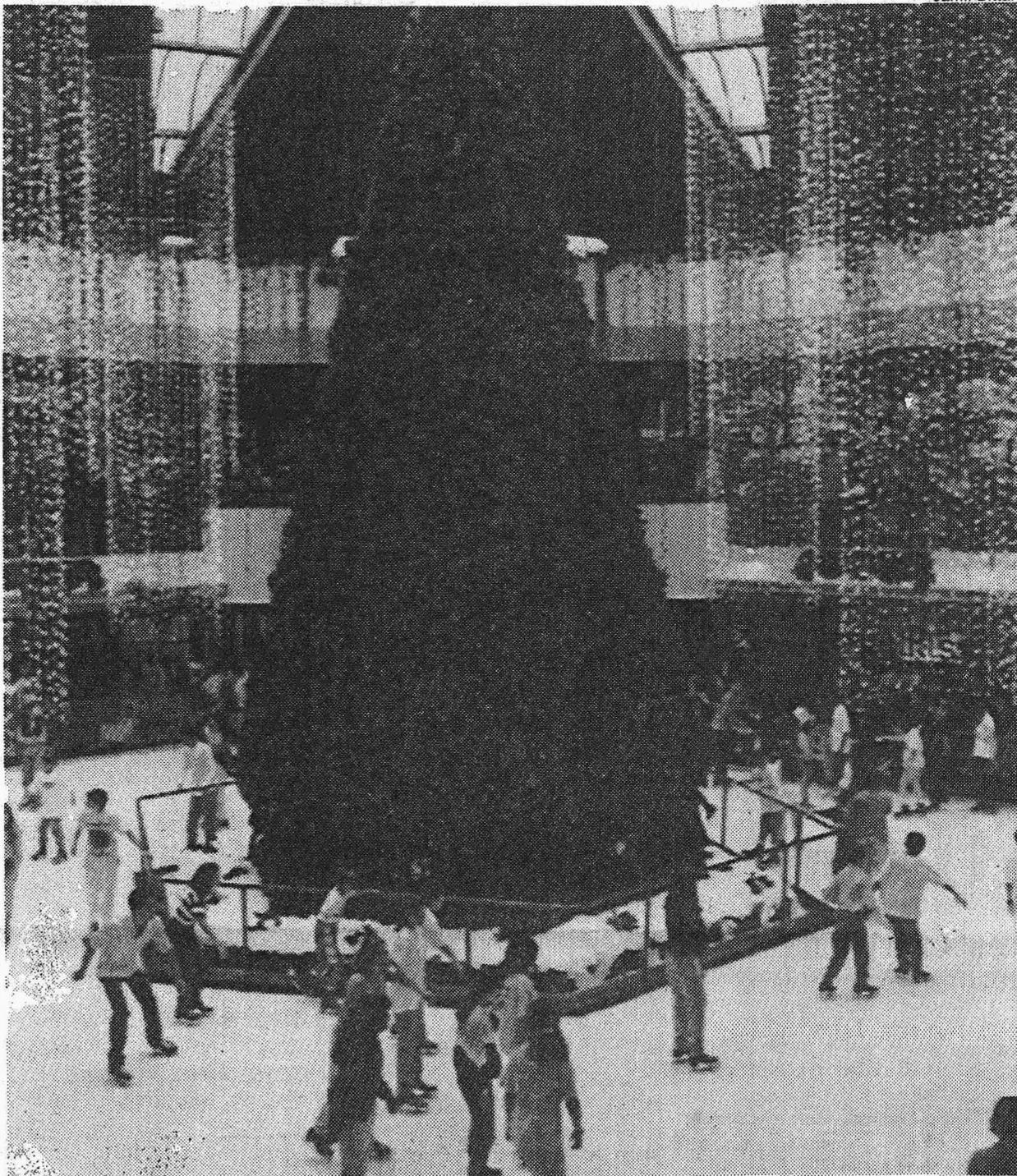
“As premiações atraem de fato os consumidores”, garante a gerente de Marketing do Conjunto Nacional, Sheila Maia. O shopping investiu cerca de US\$ 400 mil na campanha do Natal. O ParkShopping, que gastou US\$ 150 mil, só na ornamentação, e outros US\$ 12 milhões, em prêmios, espera receber um público de 160 mil consumidores no pique do movimento, no sábado, dia 18.

A expectativa otimista dos administradores dos shoppings contrasta com os números do Sindicato do Comércio Varejista sobre o movimento do comércio durante o ano e as expectativas para as festas de fim de ano. “Não teremos um Natal tão gordo quanto desejávamos”, avalia Lázaro Marques, presidente do sindicato, que alerta para a “guerra de números” com que os shoppings tentam impressionar os consumidores.

Segundo ele, a expectativa do comércio em janeiro era obter durante este ano faturamento 60% maior que o de 1992, considerado o pior da década para as vendas. Marques acredita que o índice ficará em torno de 30%.

Mas as gerências de marketing dos shoppings estão satisfeitas com o movimento e garantem que, no Natal, as vendas devem superar as do ano passado. “Há expectativa de acréscimo real de 40% em relação a 1992”, afirma o gerente de marketing do ParkShopping, Luiz Marinho, acrescentando que cerca de 80 mil pessoas movimentaram o shopping no último sábado e que as vendas já estão 11% maiores que as de novembro de 92.

Prêmio — Na disputa pelos consumidores, os shoppings oferecem prêmios como apartamentos e



O ParkShopping, com árvore de Natal de 12 metros e pista de patinação, aumentou as vendas em 11%

carros importados. A ornamentação também faz parte do marketing para conquistar consumidores. Uma árvore de Natal de 12 metros e uma pista de patinação no gelo são as novidades do ParkShopping. O Conjunto Nacional optou por decoração tradicional, com anjos barrocos e um presépio.

No início de dezembro, o shopping sorteará um apartamento de dois quartos no Setor Sudoeste, com 110 metros quadrados, prontos para morar. Outro imóvel será sorteado no fim de dezembro. Para participar, é necessário comprar pelo menos CR\$ 4 mil em produtos. O ParkShopping estará, ainda, sor-

teando diariamente vales-compra no valor de CR\$ 500 mil, que podem ser gastos em qualquer loja. De 1º a 24 de dezembro, um carro importado será sorteado por dia.

Já o Alameda Shopping, em Taguatinga vai sortear sete chaves de ouro. Uma vai abrir a porta de um apartamento de dois quartos.