

Liquidações atraem consumidores

~~Janeiro e fevereiro são meses~~ em que o comércio da cidade realiza liquidações para vender o estoque comprado para o verão. Os três shoppings (Brasília, Terraço e Taguatinga) que decidiram fazer a Maxiliquidação, com até 60% de descontos, até o dia 17 de fevereiro, conseguiram até o final da tarde de ontem um aumento de cerca de 20% no movimento de consumidores.

Esse crescimento foi observado no Brasília Shopping, na Asa Norte, por exemplo, onde passam 20 mil pessoas, em média, por dia. No primeiro dia da liquidação, a loja de artigos moda/praias Raia 3 vendeu todo o estoque depois de colocar seus produtos à venda por R\$ 10,00 — qualquer peça. A Arrogance, de artigos masculinos e femininos, a Maison Andrea e a Arezzo se destacaram pelo movimento nesses dias, segundo a gerente de marketing do shopping, Monaliza Maia.

“Os lojistas se empenham para vender as peças do verão porque em março recebem novas coleções”, observa Monaliza. Ela afirma que 90% dos estabelecimentos do Brasília Shopping estão com descontos que variam de 30% a 60%. A promoção atraiu as consumidoras para a Arezzo, de sapatos e bolsas. A gerente da loja, Cléa Maria da Silva, conta que vende cerca de 70 peças diariamente. Na sexta-feira, primeiro dia de liquidação, vendeu 150. Principalmente sandálias que custam R\$ 59,90 e estão saindo por R\$ 39,90 ou por R\$ 29,90.

No Terraço Shopping, na Área Octogonal, a comerciante Silvana Rocha, 29 anos, decidiu comprar roupas por causa dos preços mais baixos. Ela e a irmã Sirlene, de 24 anos, moradoras de Taguatinga, compraram juntas cinco peças. “Tudo isso daria quase R\$ 400,00. Estou pagando R\$ 200,00”, comemora Silvana o desconto de 50%.

Atraídos pelas ofertas, os consumidores podem se esquecer de verificar detalhe importante: a qualidade da mercadoria. Um olhar mais atento é importante. A maioria das lojas não troca produto em promoção. Afinal, a intenção dos lojistas é vender o restante do estoque.