

Para o comércio, Dia das Mães não acabou

DF - comércio

MINERVINO JÚNIOR

MÃES APARECEM NAS LOJAS PARA TROCAR PRESENTES QUE GANHARAM E SEMPRE SAEM COM MAIS COMPRAS

Paula Zuba

Motivadas pelos descontos e opções de pagamento, as mães estão aproveitando a troca de mercadorias para comprar mais presentes. Mas a maioria das promoções acaba na sexta-feira, alertam os lojistas. Novas oportunidades, só no Dia dos Namorados, daqui a um mês.

A analista de sistemas Cristina Silveira, de 29 anos, foi a um shopping da cidade na tarde de ontem com o filho Ian, de 6 meses, e a mãe, Maria Odete Silveira. Para garantir a tranquilidade nas compras, ela preferiu presentear a mãe só agora, passado o tumulto dos dias de compras. "Ainda não escolhemos o presente, mas vejo que há boas promoções", diz Cristina.

Lojistas consideram o período de trocas um estímulo para as vendas. Gerente de uma loja de roupas femininas, Eliane Borges conta que 18 pessoas fizeram trocas na loja em que trabalha de segunda-feira até a tarde de ontem. Segundo ela, apenas uma não levou outra mercadoria.

O presidente do Sindivarejista, Lazaro Marques, afirma que as vendas superaram o mesmo período do ano passado em 4,53%. Os shoppings do DF confirmam o aumento das vendas.



ELIANE: de 18 clientes que fizeram troca, 17 compraram mais

No ParkShopping, houve um crescimento de 17% no período de 1 a 11 de maio; o faturamento subiu 7%, acima do valor da inflação. No Conjunto Nacional, as vendas subiram 10%. Já o Brasília Shopping não tem os números de venda, mas contabiliza um tráfego 20% maior do que no ano passado. "As coleções outono-inverno (que não terão preços promocionais até que chegue a primavera) estão no auge a partir de agora", diz a gerente de marketing do shopping, Monalisa Maia, otimista em relação à venda dos próximos meses.

Os outros shoppings ainda não fizeram levantamento de vendas, mas observam uma melhoria em relação ao último ano. "Passados os primeiros meses, mais difíceis, a previsão é de que as vendas até o final do ano superem as de 2001", afirma o gerente de marketing do Pátio Brasil, Mário Horne.

O Sindivarejista não teme nova queda. Lazaro Marques explica que, "como as vendas em 2001 foram gravemente afetadas por fatores como o racionamento de energia e a crise argentina, é difícil ser pessimista em relação a este ano".