

# Comércio prepara liquidação

FELIPE CAMPBELL  
MARIANA FLORES

DA EQUIPE DO CORREIO

Daniel Ferreira 17.12.03



MOVIMENTO EM SHOPPING DE BRASÍLIA: ALGUNS COMERCIANTES JÁ INICIARAM A TEMPORADA DE DESCONTOS PARA ALIVIAR O CAIXA E PAGAR OS FORNECEDORES

Quem esperou até agora para fazer compras nas liquidações do comércio local deve aguardar mais um pouco. Os shoppings e o comércio da cidade anunciam que vão começar a organizar promoções no fim de janeiro e começo de fevereiro, depois que as lojas tiverem em mãos o balanço das vendas no fim do ano passado. Assim, poderão fazer as desovas de estoques. Normalmente, roupas, acessórios, CDs e DVDs são os principais produtos vendidos a preços mais baixos.

A Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL) anunciou que fará uma ação coordenada com 4 mil lojas de todo o Distrito Federal, incluindo comércio de rua e shoppings, entre os dias 5 e 15 de fevereiro. Segundo o diretor financeiro da CDL, Álvaro Silveira Júnior, os shoppings também devem participar da campanha Liquida DF. "Apenas o Parkshopping não entrará. Esperamos o começo de fevereiro justamente porque, com o retorno das aulas, a cidade vai estar mais cheia", ressalta.

A CDL ainda não tem os números fechados do movimento do comércio no fim do ano passado, mas Álvaro Júnior diz que alguns fatores levam a crer numa melhora no setor. Ele aponta a queda dos juros bancários, reabilitação de crédito e menores taxas no cheque especial como indicativos de que as vendas melhoraram.

A liquidação da CDL está adiando os planos de muitos comerciantes de começarem a reduzir seus estoques já nos primeiros dias do ano. A maioria dos lojistas decidiu atender ao pedido da associação e esperar até o dia 5 de fevereiro, quando terá início a Liquida DF. "Estamos estimulando os lojistas para que liquidem junto com a CDL", afirma o gerente de Marketing do Alameda Shopping, Alexandre Mendes.

Os shoppings confirmaram a participação e já estão separando os recursos para comprar o kit com etiquetas de vitrine e cartazes para fazer a publicidade. Os recursos virão de seus fundos de promoções coletivas, o mesmo que abastece as propagandas e a decoração

de Natal. A publicidade do Liquida DF vai contar também com o patrocínio de bancos e empresas de cartão de crédito.

Apesar da liquidação ser feita em conjunto, os descontos ficarão por conta de cada comerciante. Não haverá uma padronização, mas a expectativa é que as reduções fiquem entre 20% e 50%. A promoção deve atingir tanto o comércio de roupas e calçados, quanto o de jóias, brinquedos e eletroeletrônicos.

## Promoções

Algumas lojas, no entanto, não conseguiram esperar até o fim do mês para aproveitar todo o esforço de marketing da liquidação conjunta organizada pela CDL e começaram a fazer promoções pontuais para aliviar um pouco o caixa. Alguns comerciantes contavam com um Natal muito superior ao

## "AS DUPLICATAS ESTÃO VENCENDO E MUITAS LOJAS NÃO PUDEAM ESPERAR. É PRECISO DESOVAR OS ESTOQUES PARA PAGAR OS FORNECEDORES"

*Fernando Brites,  
presidente da Associação  
Comercial do DF*

que foi verificado de fato, quando as vendas cresceram 3% em relação a 2002. A expectativa era de crescimento de 20% no faturamento. "As duplicatas estão vencendo e muitas lojas não puderam esperar. É preciso desovar os estoques para pagar os fornecedores", afirma o presidente da Associação Co-

mercial do DF, Fernando Brites.

No shopping Pátio-Brasil, por exemplo, cerca de 40% das 170 lojas de varejo estão fazendo saldos de produtos que ficaram encalhados nas prateleiras. São pequenos comerciantes e grandes redes de calçados, roupas e jóias. Mas mesmo estas estão se preparando para participar do Liquida DF. "Ultimamente tem havido essas promoções porque as pessoas criam expectativas que não se concretizam no final do ano", diz o superintendente do shopping, José Eduardo Rezek. Ele acredita que todas as lojas participarão também no Liquida DF.

## Cada um por si

Já o Parkshopping, um dos mais tradicionais da cidade, vai na direção contrária. A gerente de marketing do empreendimento, Patrícia Santiago, diz que neste ano as lojas serão incenti-

vadas a fazer promoções individuais. "A gente já constatou que mudou muito a atuação das lojas. Cada rede hoje em dia faz uma liquidação mundial. Por isso, a gente não tem como casar as liquidações do shopping com as dessas lojas", diz.

Depois de reinar ao lado do Conjunto Nacional como um dos poucos shoppings da cidade, o ParkShopping sofreu um esvaziamento há cinco anos, com a inauguração do Brasília Shopping e do Pátio Brasil. Desde então, o estabelecimento se recuperou mudando seu foco de atuação. Assim, voltou suas atenções para lojas destinadas às classes A e B.

A gerência de marketing do Brasília Shopping confirma que haverá promoção em fevereiro, mas não precisa a data. A maior parte dos objetos em liquidação devem ser de roupas e acessórios. A explicação é

que em março começa uma nova estação. "Eletrodomésticos geralmente não têm descontos tão grande quanto a parte de vestuários", acredita a gerente de marketing, Paula Motta.

O maior shopping da cidade ainda não vive o clima de liquidações. Com 320 lojas, o Conjunto Nacional estava relativamente vazio na semana passada. Normalmente, o shopping faz quatro dias de grande queima de estoque, em que chegam a ser dados descontos de até 60%. Em dezembro, a expectativa era de que as vendas subissem até 13%. O gerente de marketing do Conjunto também não aposta num saldão muito forte para os eletroeletrônicos. "Nesse caso, o que ocorre normalmente são facilidades no pagamento. O que deve vender bastante são os produtos sazonais, como jóias, brinquedos, sapatos e vestuário", afirma João Marcos Mesquita.