



ANA NÉRI, vendedora em Sobradinho, espera mais divulgação

Satélites atraem clientes

DF - Comércio

RAFAEL BALDO

O comércio de satélites como Ceilândia, Taguatinga e Sobradinho pretende baixar os preços e oferecer prêmios para aumentar as vendas e os empregos temporários no final de ano. A iniciativa partiu dos próprios lojistas. Em média, o preço de etiqueta nas satélites chega a ser 10% menor do que em estabelecimentos nos shoppings, dependendo do produto. As associações comerciais e os administradores regionais querem mostrar o fato à população.

Em Taguatinga, um projeto de incentivo ao consumo no fim de ano está sob observação do administrador local. Entre as ações prevê-se iluminação de Natal, sorteio de prêmios patrocinados por lojistas e divulgação por panfletos e outdoors. A decisão será tomada na quinta-feira.

Um grupo de 180 comerciantes de Ceilândia acertaram uma promoção onde o cliente estará concorrendo a um automóvel. As iniciativas, no entanto, ainda não estão atraindo a população.

Uma parceria entre a associação comercial e a administração de Sobradinho promete atrair mais moradores para

as compras. "Vamos intensificar a divulgação a partir do dia 1º", anuncia o administrador de Sobradinho, Paulo Cavalcanti. Embora a intenção seja boa, a divulgação não é.

– Não recebi nenhum aviso da Associação – responde Julianne Cristina, proprietária de uma loja de roupas.

Nenhum comerciante da Quadra Central também sabia da campanha. Para alguns comerciantes, esta não é a solução da falta de clientes.

– Baixar o preço não é estímulo o suficiente. A pessoa que mora fora e trabalha no Plano Piloto, por exemplo, costuma comprar por lá mesmo – acredita a vendedora Ana Néri Rolim.

Para os comerciantes da Quadra Central de Sobradinho falta publicidade nas ruas. A associação explica que os lojistas estão sendo avisados esta semana e os preparativos estarão prontos até a próxima semana. Uma das estratégicas divulgadas é o uso de um carro de som. Por enquanto, nenhum sinal dele.

– Enquanto não avisam, mantemos nossos preços e descontos. Se for esperar a população ficar sabendo, perdemos as vendas do Natal – ironiza o gerente Oscar Amado.