

DF - Comércio

Liquida DF

Boa hora para trocar a geladeira e o fogão

Para desovar estoque, rede de lojas de móveis e eletrodomésticos dá descontos de até 70% em suas mercadorias

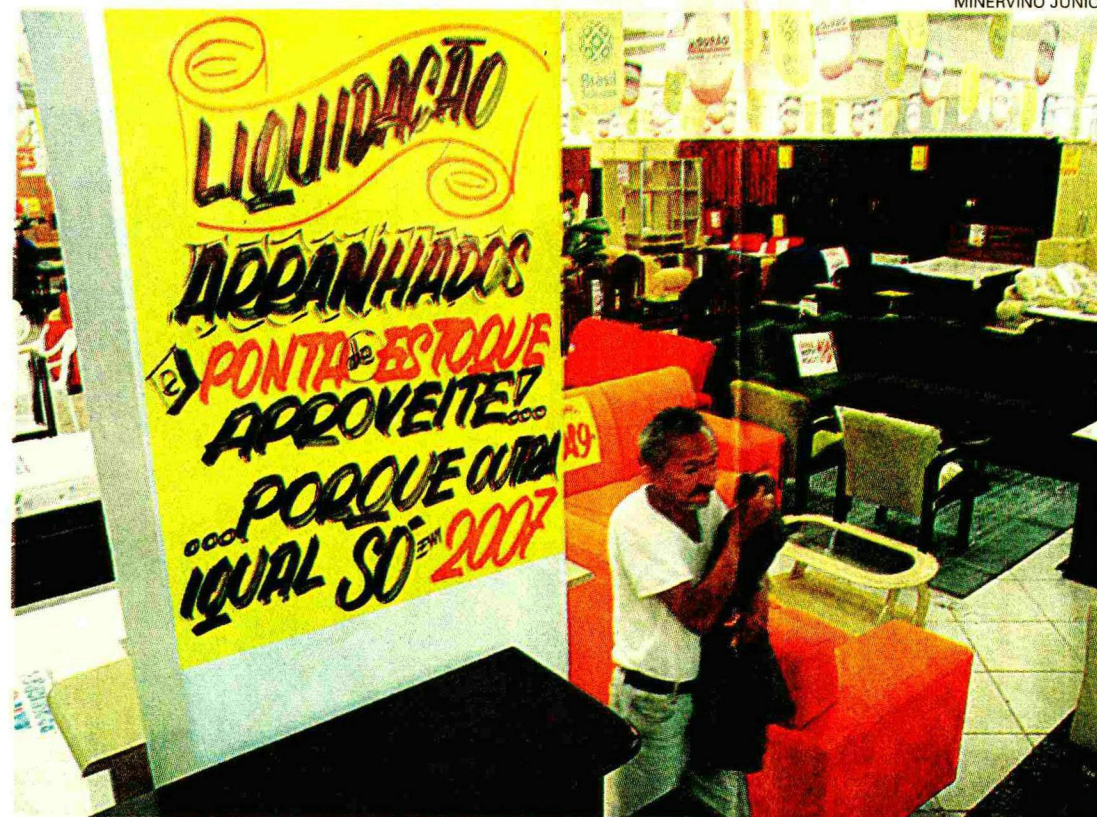
MINERVINO JÚNIOR

Comprar móveis e eletrodomésticos com 50%, 60% e até 70% de desconto. Uma pechincha que possibilita a troca do sofá velho da sala ou a compra da tão sonhada geladeira. Quem quiser aproveitar a promoção só tem hoje e amanhã. Os produtos estão à venda nas 15 lojas da Comercial Pontes e Mourão Móveis no Distrito Federal e Entorno.

Os descontos fazem parte da promoção *Arranhados, Ponta de Estoque e Embalados* da rede que começou ao meio-dia de sexta-feira e vai até às 20h de amanhã. A empresa faz a promoção há cinco anos e espera, nos quatro dias do evento, alcançar 40% de toda sua venda mensal. "Passamos um ano negociando com as indústrias para conseguir angariar fundos para fazer essa campanha", explica o diretor da rede, Hígor Pontes.

Se depender do movimento das primeiras horas da promoção, a meta será alcançada. Sexta-feira, cerca de dez mil pessoas passaram pelas lojas da Comercial Pontes e Mourão Móveis e 3.072 clientes efetivaram as compras. "Superamos nossas metas com apenas meio período de funcionamento", ressalta Hígor.

As lojas ofertam quase quatro mil itens. Alguns estavam no mostruário da loja e, por isso, se danificaram. Mas os defeitos são pequenos e vale a pena aproveitar o desconto para levar o produto para casa. Como no caso do refrigerador Brastemp, cujo preço



Descontos são sobre preços de produtos fora de linha e com pequenos arranhões

caiu de R\$ 1.917 para R\$ 799, ficando 58% mais barato. Ontem de manhã, ele já estava com a placa de vendido.

Outros móveis saíram de linha e os preços mais baixos são para queimar o estoque. Assim, a empresa pode substituir os produtos por modelos novos enviados pelas fábricas. "Terça-feira queremos estar com a loja toda nova", afirma o gerente comercial da empresa, Agamenon Pereira. No caso dos produtos fora de linha, a vantagem de comprá-los na promoção é ainda maior, pois eles estão novos, sem qualquer defeito ou arranhão. Uma mesa de vidro de seis lu-

gares, por exemplo, ficou 71% mais barata só porque o fabricante lançou outro modelo para 2006. Na loja, ela pode ser comprada a R\$ 998 – custava R\$ 3.448 na quinta-feira.

A dona de casa Sheila Barbosa, 28 anos, foi atraída pela promoção e foi à loja em Ceilândia para trocar a geladeira. Ela disse que queria comprar o eletrodoméstico há tempos, mas sempre achava os preços altos. "Não tinha condições de comprar", afirmou Sheila, que não se importa em levar para casa um equipamento com defeito. "Com certeza vai estar melhor que a minha, que está bem velhi-

nha, Já tem dez anos de uso", contou.

A promotora de eventos Débora Dias, 31 anos, foi à loja procurar um sofá para a casa. Gostou dos preços, mas não queria comprar nada com defeito. "Estive olhando os preços antes e tudo estava muito caro", disse.

Os descontos valem para o pagamento à vista. Quem quiser, pode parcelar a compra em até 12 vezes, mas paga juros de 2,90% ao mês. Há, ainda, a opção de comprar no carnê e, nesse caso, o pagamento só começa em maio. Agamenon Pereira lembra que os produtos têm garantia.

A vez do Liquida DF

A oferta de produtos não ocorre, porém, apenas na rede Comercial Pontes e Mourão Móveis. Todo o comércio do Distrito Federal se prepara para o Liquida DF – campanha promovida pela Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL-DF). O evento começa quinta-feira, 2 de fevereiro, e vai até o dia 12.

Durante os dez dias, o consumidor encontrará

descontos em produtos de vestuário, calçados, CDs, informática, perfumaria e ótica, entre outros, em mais de sete mil lojas. Além do comércio de quadras, dez shoppings aderiram ao Li-

quida DF: Conjunto Nacional, Pátio Brasil, Terraço, Brasília, Taguatinga, Alameda, ParkShopping, Gama Shopping, Venâncio 2000 e Sobradinho Shopping.

O percentual de desconto ficará a critério de cada lojista. Mas a CDL propõe que eles fiquem entre 10% e 50%. As lojas também devem ficar abertas aos domingos da campanha, dependendo da vontade de cada comerciante.

A proposta da CDL com o Liquida DF é oferecer aos consumidores preços atrativos, e aos lojistas, a chance de aumentar as vendas neste período quando o movimento costuma ser fraco no comércio. A campanha fez grande investimento em mídia que inclui outdoors, cartazes luminosos em pontos de ônibus, chamadas em

emissoras de rádio e TV, e terá a participação de lojas do Plano Piloto e demais cidades do DF.

O evento é realizado há quatro anos e os lojistas que aderiram à campanha parecem ter feito bom negócio. A promoção cos-

tuma atrair o consumidor e as lojas ficaram cheias nos anos anteriores. O aumento médio das vendas foi de aproximadamente 25%.

Para os consumidores, a tentação de comprar fica mais irresistível a cada ano. Em 2004, eram quatro mil lojas no Liquida DF. Ano passado, cerca de seis mil lojas aderiram à campanha. Agora, mais de sete mil lojas estarão em liquidação, segundo a CDL.

Evento começa quinta-feira, 2 de fevereiro, e vai até o dia 12. Serão dez shoppings e sete mil lojas com descontos de 10% a 50%