

## VAREJO

Lojistas e shopping centers ampliam o tempo de funcionamento e investem na publicidade e na decoração para atrair a clientela

# Horas a mais para gastar

» MARIANA FLORES

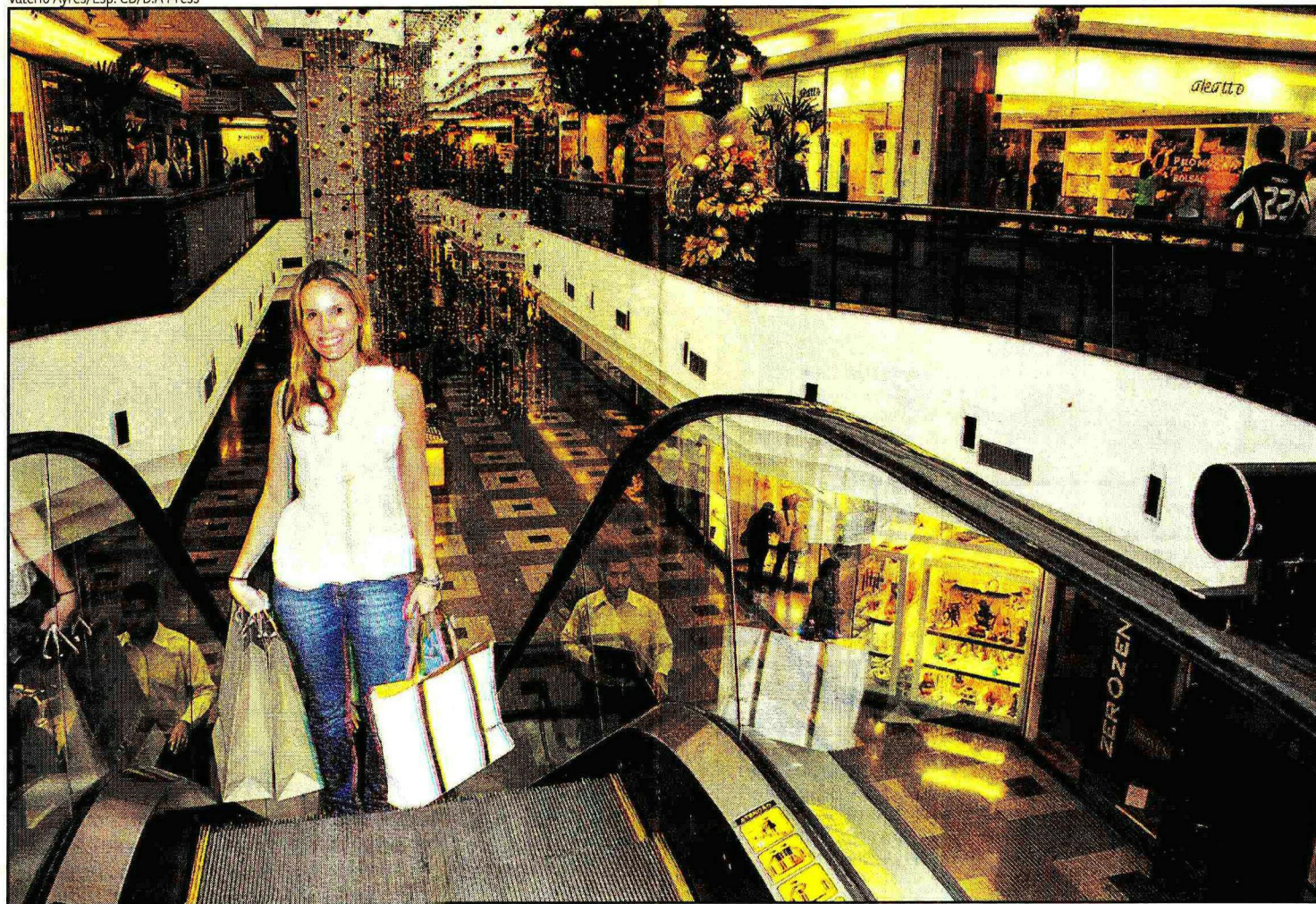
Os preparativos para o Natal já começaram no Distrito Federal. Pelo menos no quesito presentes. Com o 13º salário em mãos, os consumidores saíram às compras no último fim de semana. Um levantamento feito pelo Correio entre os oito maiores shopping centers da cidade mostra que mais de 750 mil pessoas circularam por seus corredores no sábado e no domingo. No próximo fim de semana, o fluxo de clientes deve ser até 10% superior, segundo a expectativa dos lojistas.

Os horários de funcionamento das lojas começam ser estendidos para aumentar as possibilidades de venda (veja quadro). Alguns estão abertos até as 23h, a partir desta semana. Nos últimos dias antes do Natal, a maioria funcionará até meia-noite. A estratégia é oferecer todas as oportunidades que induzem ao consumo. "O Natal é a melhor data de faturamento do varejo. Então, todos aumentam o horário de funcionamento, decoram lojas, contratam funcionários, fazem de tudo para atrair o consumidor", afirma o presidente do Sindicato do Comércio Varejista do Distrito Federal (Sindivarejista-DF), Antônio Augusto de Moraes.

A impressão dos empresários é de que os consumidores estão antecipando as compras. Para a Superintendência de Shopping Centers do Grupo Paulo Octávio, que congrega o Taguatinga Shopping, o Brasília Shopping e o Terraço Shopping, Natal já começou. O fluxo de clientes aumentou e as vendas estão aquecidas. "As pessoas estão mais organizadas, comprando com mais antecedência, e ao estender o horário de funcionamento estamos dando mais opções para que elas possam se programar", completa o gerente de marketing do Pátio Brasil, Renato Horne.

O gerente de Marketing do Conjunto Nacional, João Marcos Mesquita, concorda. "Parece que as pessoas estão mais preocupadas em pesquisar, aproveitar promoções. Elas estão planejando melhor suas compras."

Valério Ayres/Esp. CB/D.A Press



A advogada Clarice Coutinho não deixa para a última hora a compra de presentes. "Com antecedência, você consegue escolher melhor", diz

## Aquecimento

A antecipação foi sentida no Liberty Mall. Dos 3 mil brindes que serviriam à campanha promocional do centro comercial, todos foram requisitados até a primeira semana de dezembro. 20 dias antes do previsto, segundo a gerente de Marketing Priscila Lacerda. Até o dia 24, a estimativa é de crescimento constante. "Daqui para a frente, o aumento é exponencial até dia 23", afirma o gerente de Marketing do Alameda Shopping, Alexandre Mendes. As vendas em todo o mês de dezembro devem superar entre 6% e 8% as registradas no mesmo mês do ano passado, esperam os empresários do segmento. Cada presente deve custar, em média, R\$ 117, de acordo com levantamento feito pela Federação do Comércio do DF (Fecomércio-DF).

A vantagem de antecipar é que o consumidor pode contar com um atendimento melhor, além de ter mais opções, aconselha o superintendente do ParkShopping,

## Massa de rendimentos

O volume é obtido a partir da multiplicação do número de ocupados pelo rendimento médio dos trabalhadores, tirando a inflação do período. O cálculo é feito pelo Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) para compor a Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED).

Marcelo Martins. Foi o que fez a advogada Clarice Coutinho, de 31 anos. Ontem, ela saiu às compras e garantiu boa parte dos presentes. "Nunca deixo para ir na semana de Natal. Não tenho paciência para shopping cheio, filas grandes e atendimento ruim. Com antecedência, você consegue escolher melhor, tem mais opções e o atendimento também é melhor", afirma a moradora do Lago Norte que gastou cerca de R\$ 500 nas primeiras compras.

## Varejo ataca

Em campanhas promocionais e em decoração, os investimentos dos shoppings, somados, passam dos sete dígitos. Vale tudo para atrair o dinheiro do consumidor brasileiro. Além do aumento de 3,8% acima da inflação registrado no volume de **dinheiro em circulação** no DF de janeiro a outubro, o pagamento do 13º salário injetou R\$ 3,2 bilhões na economia da capital federal neste ano. E o consumidor responde à

investida. "Temos uma cultura que propicia dar presente nesta época do ano. Além do Natal, temos as estratégias utilizadas pelo varejo e o pagamento do 13º salário", afirma o professor da Universidade de Brasília (UnB) Rafael Porto, membro fundador do grupo Consuma, que reúne pesquisadores na área do consumo.

Os consumidores caem direitinho na estratégia dos empresários do varejo, segundo especialistas. "No Natal, com o bombardeio de propaganda, o desejo consumista se amplia. O fato das pessoas gastarem nesta época não necessariamente é ruim, porque ativa a economia", afirma o economista Rogério Boieri, professor da Universidade Católica de Brasília (UCB). "Só não é bom se meterem os pés pelas mãos. Não podem comprometer o orçamento de hoje e muito menos o do futuro. O ideal é fazer uma lista com os nomes dos presenteados e valores que pretende gastar. E tem que seguir a lista à risca", aconselha.

**PROJEÇÕES**  
**750 mil**

Estimativa do total de pessoas que circularam pelos oito maiores shopping centers da cidade no último fim de semana

**6% a 8%**

Expectativa de aumento de vendas neste Natal em relação ao mesmo período do ano passado

**R\$ 117,19**

Valor médio de cada presente que o brasiliense pretende comprar

**R\$ 3,36 bilhões**

Total que deverá ser injetado na economia do DF com o pagamento do 13º salário

**6 mil**

Oferta total de contratações temporárias no varejo

» Correio Notícias



Nesta edição, o Correio Notícias mostra que nem a época de Natal estimula as vendas no Shopping Popular. Para assistir à reportagem fotografe o QR Code ao lado com o software leitor de código de barras do seu celular e acesse o conteúdo multimídia. Caso você não tenha o programa, envie um SMS com a palavra QR para o número 50035. Você receberá um link para fazer o download gratuito do software. O custo do SMS é de R\$ 0,31 + impostos. Só é preciso baixar o software uma vez. O Correio não cobra nada pelo conteúdo, mas, a cada vez que você o acessar, estará navegando na internet e pagará pelo tráfego de dados à sua operadora. Críticas e sugestões podem ser encaminhadas para correionoticias.df@adabr.com.br