

Comércio se prepara para o 'Liquida DF'

Flávia Lima

Daqui a seis dias começa o Liquida DF. De 1º a 11 de fevereiro, 9 mil lojas do Distrito Federal, em shoppings e nas ruas, oferecerão descontos de 10% a 50% aos consumidores brasileiros. Esta já é a quinta edição da campanha, organizada pela Câmara de Dirigentes Lojistas do DF (CDL-DF).

O presidente da CDL, Vicente Estevanato, afirma que é esperado um aumento de 20% nas vendas durante o Liquida, em relação ao ano passado, quando o crescimento foi de 15%. Segundo ele, o Liquida DF é a terceira melhor data de vendas do ano no DF, atrás apenas do Natal e do Dia das Mães. Mas a meta é transformar as próximas edições da campanha na segunda melhor data do ano.

— Em janeiro, o comércio enfrenta concorrência com os impostos que devem ser pagos pelos consumidores. Além das contas de Natal que precisam ser quitadas — afirma Estevanato. — No início de fevereiro, as aulas já começam, a cidade volta ao ritmo normal. É uma boa época para liquidações — completa.

Este ano os lojistas estão realmente a fim de atrair mais clientes. O valor da campanha do Liquida DF é de R\$ 1 milhão. Desse total, R\$ 700 mil são para publicidade. No ano passado, o valor total gasto foi R\$ 600 mil.

Para participar, cada lojista precisa comprar um kit com material da campanha:

cartazes, etiquetas de preços, faixas de vitrines, bandeirolas. Cada kit custa R\$ 120, para sócios da CDL, e R\$ 180, para não sócios.

Parcerias com a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil foram feitas para aumentar o número de lojas na campanha. Aos empresários participantes do Liquida DF serão oferecidas taxas de juros diferenciadas nas linhas de crédito e financiamentos.

— Os pequenos lojistas não têm como atrair mais consumidores com promoções pequenas. Mas eles representam 90% do total de lojas no DF, não podem ficar de fora — justifica o presidente da CDL-DF.

O comércio das cidades satélites do DF e do Entorno não devem ficar de fora da campanha. Assim como os consumidores. A divulgação do Liquida DF começa domingo. Anúncios na televisão, nas rádios e em jornais, somados a 100 outdoors e 300 cartazes luminosos em pontos de ônibus das cidades satélites e do Plano Piloto, têm o objetivo de atrair mais e mais compradores.

Para aumentar o poder de compra dos consumidores, mais uma ação. O Banco do Brasil promete oferecer financiamentos do IPTU e IPVA. Os pagamentos poderão ser feitos em 24 meses. O objetivo? Fazer com que sobre dinheiro para que os brasileiros saiam às compras durante o Liquida DF. Eis o consumismo na ordem do dia, eis o mundo moderno.



Vicente Estevanato diz que o Liquida DF é terceira melhor data de vendas do ano no DF