

# ■ Vendas devem crescer 20%

Além do comércio de rua do Plano Piloto e das cidades satélites, os shoppings vêm com tudo para aumentar as vendas durante o Liquida DF. Conjunto Nacional, Terraço, Brasília, Taguatinga, Alameda, Pátio Brasil, Sobradinho, Gama e Valparaíso Shopping formam a lista dos participantes.

Para a gerente de Marketing do Taguatinga Shopping, Monaliza Maia, o Liquida DF vem em boa hora, aumentando as vendas em fevereiro. Segundo ela, das 150 lojas do shopping, 100 aderiram à campanha. No ano passado, as vendas aumentaram em 27%.

– Se este ano tivermos aumento de 30% será maravilhoso – diz Monaliza.

Anapaula Cunha, gerente de marketing do Brasília Shopping, afirma que 60% das 150 lojas, incluindo a praça de ali-

mentação, participarão da campanha. O crescimento esperado é mais modesto que o do Taguatinga Shopping.

– Sou realista. Acredito que o crescimento será de 10% – afirma a gerente.

A expectativa do Terraço Shopping é que todas as lojas entrem no ritmo do Liquida DF. De acordo com a presidente da Associação dos Lojistas do shopping, Luciana Vargas, o incremento nas vendas deve ser em torno de 20%.

– Esse é justamente o momento em que os moradores de Brasília voltam de férias e fazem as compras para o Carnaval e começo do ano letivo – afirma Luciana.

No Pátio Brasil, 80% das 200 lojas participarão da campanha. O shopping CasaPark é o único que ficará de fora do Liquida DF. Mas quer atrair clientes com promoções. Até o dia 11 de fevereiro, também o último dia do Liquida, o shopping de decoração promove o Bota Fora, com descontos de até 60% em todos os produtos que estiverem do lado de fora das lojas.