

ECONOMIA / Lojas iniciam período de queima de estoque. De acordo com o Sindivarejista, as vendas devem aumentar em 4,5%, na comparação com o ano passado. Especialista alerta para que os clientes não façam compras por impulso

Começa a temporada de liquidações no DF

» ARTHUR DE SOUZA

O comércio do Distrito Federal abriu a temporada de liquidações com a expectativa de atrair clientes, aquecer as vendas e renovar os estoques para 2023. Neste ano, somente no setor de varejo, mais de 400 lojas do DF devem aderir às promoções. No entanto, se incluir todo o comércio da capital, esse número pode chegar a 1.200 estabelecimentos, de acordo com o Sindicato do Comércio Varejista (Sindivarejista-DF). A entidade afirma que a expectativa é de que ocorra um aumento de 4,5% nas vendas de liquidação, contra 2,8% do mesmo período do ano passado — aumento de 1,7 ponto percentual, na comparação.

Para quem for aproveitar os descontos, a principal dica é não "crescer o olho", de acordo com o economista e coordenador de graduação em economia, gestão pública e financeira do Centro Universitário lesb, Riego Almeida. "Em tempos de orçamento apertado, comprar o essencial nesta época do ano é fundamental, pois vamos pagar alguns impostos, despesas escolares, entre outros", alerta. "Os consumidores devem ficar atentos aos detalhes: roupas sem etiquetas, produtos sem embalagem, além de não se endividar pelo impulso de comprar pelo preço. A ideia é qualidade versus preços acessíveis, para fechar o negócio", observa.

Riego Almeida destaca que muitos estabelecimentos comerciais do DF estarão prometendo liquidações nesta primeira semana de 2023. "O desconto pode ser interessante para o brasiliense, mas temos de ficar atentos à qualidade dos produtos oferecidos, pois os melhores itens produzidos em 2022, em geral, foram vendidos nas festas do final de ano e durante a Copa do Mundo", pontua. O especialista também comenta o que deve ser feito por parte dos lojistas durante a queima de estoque. "Para os comerciantes, a ordem é atrair os clientes novamente, principalmente aqueles que têm de trocar as mercadorias recebidas", aponta.

Previsão

Segundo o vice-presidente do Sindivarejista-DF, Geraldo de Araújo, os descontos devem variar entre 10% e 30%, dependendo do produto. Em relação ao pagamento, o dirigente do sindicato destaca que o cartão de crédito deve responder por 69% das vendas. "Isso porque o consumidor quer mais prazo para pagar as compras", ressalta. "O setor que mais vai liquidar é de roupas e calçados. Como o carnaval será de 19 a 21 de fevereiro, muita gente vai viajar, mas antes, fará compras gastando menos", observa.

Opinião parecida tem o presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, José Aparecido Freire. "Os produtos mais liquidados durante esse período serão: roupas, bolsas, acessórios, calçados e eletrodomésticos", frisa. "Acredito que as vendas desse ano devem ficar idênticas ou um pouco maiores do que as de 2022, para essa queima", conclui.

Oportunidade

Em um shopping localizado no Plano Piloto, alguns comércios estão oferecendo

Fotos: Minervino Júnior/CB/D.A.Press



As irmãs Lena e Miriam fizeram uma pesquisa "minuciosa" antes de irem às compras



Marton Alves aproveitou as ofertas para comprar duas TVs



Saulo Passos: otimismo com as vendas deste ano



Algumas lojas estão oferecendo boas promoções



Loja de departamento registrou fila de clientes

descontos bem acima da previsão feita pelo Sindivarejista. É o caso de uma loja de departamentos gerenciada por Saulo Passos. Ele conta que, como uma espécie de tradição, a primeira sexta-feira do ano sempre é reservada para uma mega liquidação. "No início, era feita para renovar o estoque. Atualmente, ocorre com produtos novos e de mostruário, não tem distinção", complementa. "É algo que, de fato, se torna marcante. Nossa faturamento, em média, acaba sendo o mesmo que o de 10 dias de vendas normais", calcula o gerente.

De acordo com Saulo Passos, a loja tem produtos com até 80% de desconto. "Normalmente são panelas, travesseiros, que acabam se esgotando nas primeiras horas do dia. Não temos um foco. Demos bons descontos para todos os produtos da loja.

Fica a critério do cliente", destaca. "Para quem quiser aproveitar, também teremos bons descontos no sábado (hoje) e no domingo, mas a sexta-feira é o dia que temos os melhores preços", reforça. "A gente está bem esperançoso que as vendas de janeiro sejam um sucesso, assim como foram hoje (ontem)", completa.

Assim como Saulo, a gerente de uma loja de cama, mesa e banho — localizada no mesmo shopping — está com boas expectativas para a liquidação. "Temos produtos com até 50% de desconto. Em geral, são toalhas e alguns travesseiros. Estamos sentindo uma melhora das vendas, em relação ao ano passado, e a promoção deve durar, provavelmente, até o fim da estação (verão)", ressalta. "As estratégias da loja estão mais focadas na divulgação, por meio das redes

sociais e os banners", revela.

Na loja de departamentos, as filas eram grandes, até mesmo para entrar no local. Todos em busca da melhor oportunidade, como é o caso das irmãs Lena Nascimento, 54 anos, e Miriam Nascimento, 62. As servidoras públicas contam que fazem uma pesquisa bastante minuciosa, para saber se aquilo que está sendo anunciado é, realmente, o que está sendo vendido. "Costumamos esperar as propagandas, depois disso, a gente vai atrás das promoções. Estamos desde o início da semana em busca de algo interessante", destaca Lena. "A gente vem em busca da famosa compra de oportunidade, ou seja, vemos um produto e, se nos interessar, levamos. Eu, por exemplo, estou à procura de um armário de cozinha", afirma. Enquanto isso, Miriam diz que pretende equipar a

cozinha com outro item. "Estou querendo uma geladeira, mas tenho outras compras no cartão e não consegui achar, por enquanto, uma que caiba no orçamento. Além disso, tenho que levar em consideração as despesas obrigatórias de início de ano, como IPTU e IPVA", pondera.

Foco

Mas existem aqueles que são decididos na hora de aproveitar as promoções. O casal Dejane Alves, 35, e Marton Alves, 37, foi às compras em busca de televisões novas e voltou para casa satisfeitos. "A gente vem sabendo o que vai levar. Costumamos esperar esse período, pois costuma ser ainda melhor do que as promoções da Black Friday ou de Natal, sempre tem ofertas que compensam muito mais", comenta. "Neste ano, a gente levou três produtos, uma air fryer e duas televisões — uma para o quarto dos filhos e outra para o nosso quarto. Era o que estávamos precisando. A gente começo o ano com a casa renovada, mas sem dívidas, pois pagamos tudo à vista", comemora Marton.

Assim como o casal, a moradora do Itapoã Eliesir Lopes, 47, também vai até as lojas focada em um produto apenas, não gosta de comprar por impulso. "Todo ano eu busco por essas promoções. Faço uma pesquisa antes e confiro na loja o que está batendo com o anúncio", conta. Neste ano, a dona de casa comenta que buscou eletrodomésticos e acabou levando uma TV. "Mas no ano passado, por exemplo, troquei a minha cama, também em uma liquidação de janeiro", lembra.

Direitos

Professor de direito do consumidor do Ceub, Nauê Bernardo dá dicas para que o consumidor não saia prejudicado na hora de aproveitar os descontos. De acordo com o especialista, é muito importante que o cliente, primeiro, faça uma pesquisa sobre os preços do produto. "Isso para que ele não acabe sendo enganado por essa prática que, infelizmente, se tornou muito comum aqui no Brasil: aumentar o preço e depois dar um desconto, dizer que é liquidação e, então, cobrar o preço que seria muito próximo daquele normal", explica. Além disso, o professor ressalta que o consumidor precisa ter certeza ou pelo menos ter consciência, na hora de comprar, que não se trata de um produto de mostruário (que normalmente sofrem, desgastes pelo manuseio dos clientes). "Caso seja um produto de mostruário, isso precisa ser muito bem comunicado pelo lojista, antes da compra", alerta.

Outro fator destacado por Nauê Bernardo é em relação às trocas. O especialista comenta que o cliente tem que ficar atento às regras. "O Código de Defesa do Consumidor não obriga a troca do produto, a não ser que ele seja comprado pela internet", esclarece. "No entanto, se a loja física tiver alguma política de troca ou devolução, ela terá que cumprir-la. E, caso o produto venha com defeitos ou com algum tipo de vício, o consumidor pode fazer a substituição, ter o seu dinheiro de volta ou mesmo ter o abatimento proporcional do preço em outro produto. Essas escolhas ficam a critério do consumidor", observa.

Black Friday também foi sucesso

Outro momento utilizado pelas lojas para renovar os estoques, a Black Friday de 2022 teve alta adesão dos comerciantes do DF. É o que afirma uma pesquisa da Fecomércio-DF, recebida em primeira mão pelo **Correio**. Segundo o levantamento, 78,86% dos 502 donos de estabelecimentos entrevistados participaram do período de promoções, realizado em novembro. Desses, 36,73% disseram que as vendas foram melhores que as de 2021.

O faturamento médio registrado, por empresa, foi de R\$ 40,5 mil. Os cinco

segmentos com melhor desempenho foram: eletrodomésticos (R\$ 152 mil); móveis (R\$ 118 mil); artigos para presente e lojas de utilidades (R\$ 75 mil); supermercado e mercearia (R\$ 46 mil); brinquedos (R\$ 44 mil). No ranking de seis itens mais vendidos, os filtros de água foram os vencedores, com 27,14%. Em seguida aparecem: cama (18,57%); utilidades domésticas (18,57%); alimentos (15,71%); blusas e camisetas (10%); e celulares (10%).

As vendas mais registradas foram por meio físico (97,68%). Apenas 2,32% vendem mais pelas plataformas online



O faturamento médio registrado, por empresa, foi de R\$ 40,5 mil, durante o período