



# Dia dos Namorados anima o comércio

Expectativa é de crescimento nas vendas para a data. Pesquisa da Fecomércio-DF estima que o gasto médio com o presente pelos consumidores será de R\$ 114,45. Lojistas apostam em promoções, kits e venda virtual

» PEDRO MARRA

Com pouco menos de um mês para o Dia dos Namorados, o comércio do Distrito Federal aguarda ansiosamente pela chegada do 12 de junho. Lojistas estimam um crescimento médio de 16,28% nas vendas, em relação ao mesmo período do ano passado. É o que aponta uma pesquisa da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal (Fecomércio-DF). No levantamento, feito de 26 de abril a 3 de maio com 401 consumidores e 401 lojistas, 55,61% dos comerciantes esperam alta nos negócios ou, pelo menos, repetir o desempenho do ano passado.

Entre os consumidores, 55,36% dos entrevistados devem presentear a pessoa amada na data comemorativa. O valor médio do presente será de R\$ 114,45, prevê a pesquisa. Para aproveitar a data especial, a gerente da BellePele Perfumaria, Roberta Oliveira, 44 anos, vai montar kits de perfumes e cosméticos. "São shampoos, cremes e perfumes. Então, focamos em vender produtos que atendam toda a linha de beleza de modo geral, tanto o público masculino quanto o feminino. A maioria do nosso público está acima dos 40 anos, pessoas que gostam de montar esses kits por serem úteis na rotina", explica.

Roberta adianta que espera uma alta considerável nas vendas, acima da média estipulada para o setor. "Com a última ampliação do horário de funcionamento do comércio, espero um crescimento de 50% neste ano. É um ano de recuperação e de aumento para nós lojistas. Espero que continue assim por mais tempo", celebra a gerente.

O presidente da Fecomércio, José Aparecido da Costa Freire, destaca a ampliação no horário de funcionamento do setor como uma medida animadora para os lojistas. "A gente pode ter algum decreto restringindo as atividades, mas espero que não. A expectativa é boa com as flexibilizações de horários, tanto que o comércio está investindo em publicidade. As pessoas podem ver que os shoppings estão fazendo mídia sobre isso, pois o comércio ficou fechado por um longo período e, depois, funcionou com horário reduzido. Estou otimista".

Para a dona da rede de lojas Morana, Ana Paula Bandeira Braga, 36, especializada em venda de acessórios femininos, as datas comemorativas deste ano representam uma recuperação para os negócios. "Espero um crescimento em até 100% da venda em todas as lojas em relação a 2020, quando tivemos um movimento fraco. Foi um ano perdido, infelizmente, pois a gente tinha acabado de reabrir. O comércio ainda está em retomada lenta, porém melhor do que no ano anterior. Acredito que, neste ano, o Dia dos Namorados trará bons resultados", projeta.

## Estratégia

A Fecomércio estima que 63,34% dos comerciantes do DF vão usar alguma estratégia de venda. Fator esse que Ana Paula

Marcelo Ferreira/CB/D.A Press



"Espero um crescimento de 50% neste ano"

conta Roberta Oliveira, gerente da BellePele Perfumaria

## PESQUISA DA FECOMÉRCIO-DF

**16,28%** Expectativa de crescimento médio do comércio

**55,61%** Dos lojistas entrevistados esperam alta nas vendas ou o mesmo resultado do ano passado

**63,34%** Vão usar alguma estratégia de venda

Ticket médio do consumidor: **R\$ 114,45**

## PREFERÊNCIAS DE COMPRAS

Roupas/Acessórios: **29,12%**

Calçados/Acessórios: **19,12%**

Café da Manhã: **15,61%**

Arquivo Pessoal



Ana Paula Braga, da loja Morana, espera crescimento de até 100% nas vendas

preza na comercialização de acessórios, que representam 29,12% das preferências de vendas. "Normalmente, os companheiros compram conjuntos, brincos e colares. Mas a gente costuma já montar os kits com peças que combinam, junto de brindes para essa época. Isso porque os homens, principalmente, procuram praticidade na hora da compra. Os casais conseguem comprar conosco também de forma on-line. Estamos com uma estratégia forte no atendimento virtual", relata a empresária.

Dona da loja de doces Dulce Patagonia, com três unidades e 60 pontos de venda no DF, Mirella Montella, 37, conta que a loja teve de reformular a forma de abordar os clientes, que antes era voltada só para o varejo. "Virou um contato também virtual com o cliente, que está sem sair de casa. O contato é via rede social, e-mail e por aplicativo de mensagem. Dessa forma, a gente vem com uma crescente nas datas comemorativas. É tentar acessar o cliente de outra forma. A nossa expectativa trabalha sempre em 15% de aumento do último ano. Então, a gente lança os nossos produtos com 30 dias de antecedência e a nossa campanha 15 dias antes", esclarece.

Mirella vai apostar em doces como alfajores de coração e corações de chocolate meio amargo, recheado com doce de leite. "São produtos exclusivos para a data. A gente vai focar muito em chegar ao cliente via entrega. Temos um delivery próprio e, também, trabalhamos com aplicativos, além das nossas lojas abertas pelo DF", acrescenta.

## Otimismo

O presidente do Sindicato do Comércio Varejista do Distrito Federal (Sindivarejista-DF), Edson de Castro, também está otimista com a chegada do Dia dos Namorados. "As pessoas casadas consideram o parceiro como namorada ou namorado. Então, realmente existe uma grande troca de presentes. Isso movimentou o comércio, e o empresário investe. É uma data muito boa para restaurantes e motéis. Normalmente, o primeiro semestre é bem mais fraco que o segundo. Como estamos atravessando uma crise de janeiro para cá, com esse abre e fecha do comércio, acreditamos que a situação vai estar bem melhor daqui para frente, pois os empresários estão investindo", analisa Edson.

Gerente de marketing do Brasília Shopping, Renata Monerat destaca as novidades do centro comercial para a data. "A gente está sorteando um carro, que é um Jeep Compass, de aproximadamente R\$ 150 mil. Participam da promoção as notas desde o final de abril, quando começamos a campanha do Dia das Mães, até 15 de junho. O sorteio será em 16 de junho. É um carro só que contempla as duas campanhas. Para o Dia das Mães, a gente fez uma troca das notas com brinde instantâneo, que foram hidratantes e sabonetes líquidos. Continuamos com o brinde instantâneo, mas agora com uma lata decorativa de sabonetes para o Dia dos Namorados. A ideia é valorizar o autocuidado e esse carinho especial de cuidar de quem a gente ama, nesse momento que a gente está vivendo", afirma.