



Bianca Barreto aproveita a época para aumentar as vendas

Deliciosos e lucrativos

Brasilienses aproveitam a Páscoa para aumentar a renda, com comercialização de ovos de chocolates e bombons. Vendas desses produtos devem aumentar 18% em relação ao ano passado, segundo a Fecomercio-DF

» ANA LUIZA MORAES*
» JOSÉ AUGUSTO LIMAÓ*

Levantamento recente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal (Fecomercio-DF) mostra crescimento de 18% nas vendas de Páscoa em relação ao ano passado. A previsão favorável também se estende a outros presentes, que se tornaram opção para esta época do ano e que devem ter um aumento de 20%, no mesmo período. O itens mais comprados, segundo a pesquisa, continua sendo os ovos (47,7%) e os chocolates/trufas (47,7%) que, somados, totalizam 95,4% das preferências. Quem está de olho neste aumento são os confeitores caseiros, aproveitando-se dos preços das marcas mais comerciais.

Apaixonada por confeitaria, Bianca Barreto, 36, está com uma expectativa muito alta em relação às vendas. “Essa época do ano é excelente para a área de confeitaria. Mesmo com os insumos custando tão caro, a gente consegue aumentar bastante a renda. Mas busco sempre cobrar um preço justo dos meus clientes”, afirma. A empresária expõe que começou a fazer doces na época de escola, e seus amigos adoravam. Já na fase adulta, aproveitou a habilidade para fazer uma renda extra. “As pessoas preferem os ovos caseiros aos de mercado. Acho que a qualidade, por ser artesanal, atrelada ao cuidado maior com o produto, chamam a atenção”, diz Bianca.

Segundo dados do Sindicato do Comércio Varejista do DF (Sindivarejista), em 2022, as vendas de ovos de chocolate na Páscoa tiveram um crescimento de 10,6% — em 2021, foi de apenas 4%, em razão da pandemia. A estimativa para este ano é que o valor médio gasto com ovos de chocolate aumente de R\$ 112 para R\$ 117 em relação ao ano passado, enquanto que, nas vendas pela internet, o aumento será de 52% para 57%. O sindicato reúne cerca de 30 mil empresas de varejo de diferentes tipos.

A supervisora de vendas Tatiane de Sousa Silva, 40, começou a produzir ovos de páscoa caseiros há dois anos. “No início da pandemia, eu fiquei desempregada e comecei a vender bolos caseiros e, quando chega perto dessas datas comemorativas como a Páscoa, eu vou me adaptando ao produto que existe mais demanda”, declara a moradora de Planaltina. Tatiane explica que os ovos de chocolate fazem sua renda crescer em 100%. “Existe bastante demanda para os ovos. Meus produtos são a partir de R\$ 65 e o preço vai variar com tamanho e recheio. Eu vendo de todas as formas.”

A Associação Brasileira da Indústria de

Chocolates, Amendoim e Balas (ABICAD) encomendou uma pesquisa, realizada pela consultoria KPMG. O resultado revela que o feriado gerou 7,9 mil vagas de trabalho temporário no país. Para a Páscoa de 2023, novos trabalhadores contratados para atuar em fábricas e pontos de comércio já se preparam para movimentar a indústria, diante da alta demanda de ovos e chocolates nessa época.

Nascida em Juiz de Fora (MG), Camila Cindy, 32, começou sua história na confeitaria artesanal em março de 2020, quando morava em Maputo, Moçambique, no sul da África. Camila veio a Brasília para ver o nascimento de seu sobrinho, em 6 de março. “No dia 16, a fronteira fechou. Não consegui retornar e me vi um pouco perdida, sem saber o que fazer com tudo fechando aqui no Brasil”, relembra. Diante da proximidade da Páscoa, ela decidiu investir na confeitaria.

Com sua mãe, Camila é responsável por tudo. “Eu era o marketing, era a entrega, eu que recebia e fazia a confecção dos pedidos. Isso me trouxe uma autoestima muito boa, porque eu via que tinha um retorno financeiro. Então, em toda Páscoa, eu acabo investindo para fazer ovos, cativar os clientes e trazer um pouco mais de amor e doçura”, pondera. Ela atende seus clientes por meio do Instagram @confeitosdacami.

Capacitação

Focar no planejamento e nas perspectivas de mercado é essencial para quem usa datas comemorativas para empreender, como conta o gerente de atendimento personalizado do Sebrae-DF Ricardo Robson. “E, com base na definição de seus clientes, saber qual produto ou serviço será disponibilizado, tentando enxergar qual o desejo desse público, de forma que consiga estruturar o seu negócio em cima dessas necessidades”, complementa o executivo. Em um mercado onde todo mundo faz a mesma coisa é necessário se destacar e, para o especialista, a inovação e a capacitação profissional podem fazer a diferença dentro do seu empreendimento. “Então, é identificar, enxergar enquanto empresário quais são as lacunas, e seus gaps de conhecimento. Planejamento de vendas, marketing digital e os links patrocinados que ajudam muito na comercialização dos seus produtos são alguns temas que são relevantes e que são importantes para o empreendedor se capacitar”, acrescenta.

A estudante de biomedicina Rebeca Boaventura, 22, começou a fazer doces com sua irmã, como uma forma de ganhar renda extra diante das dificuldades de encontrar estágio na sua área. “Unimos uma coisa que a gente gosta muito de fazer, que é cozinhar, com o nosso amor por doces. Então, o ramo

Fotos: Marcelo Ferreira/CB/D.A Press



Rebeca e Raquel uniram o prazer e o talento à oportunidade gerar renda



O maior cuidado com a produção artesanal agrada consumidores do DF



Não apenas ovos, mas também outros produtos estão entre as preferências

da confeitaria foi perfeito para gente”, observa. Depois de um tempo produzindo somente para encomenda, as empreendedoras se sentiram prontas para o próximo passo. Foi assim que surgiu Lounitta, confeitaria digital que homenageia as falecidas avós, Lourdes e Anitta. A venda dos doces aumenta a renda

de Rebeca e sua irmã em 30% a 40%. Esta Páscoa será a primeira desde a fundação da Lounitta, e os pedidos podem ser feitos pelos contatos disponibilizados no Instagram @lounitta.confeitaria.

*Estagiários sob a supervisão de Patrick Selvatti