

Boletim de Inteligência
e Mercado

**DIA DOS NAMORADOS
E FESTA JUNINA 2023**

Junho, mês de muitas oportunidades
para os pequenos negócios



Inteligência e Mercado

DIÁ DOS NAMORADOS E FESTA JUNINA 2023



DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA

José Conrado Santos - Presidente do Conselho Deliberativo

Rubens da Costa Magno Júnior - Diretor Superintendente

Maria Domingas Ribeiro - Diretora Técnica

Cássia Alessandra da Costa Rodrigues - Diretora Administrativa e Financeira

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA DO SEBRAE/PA

Clemilton Jansen Holanda - Gerente

Miguel Pantoja da Costa Junior - Gerente Adjunto

Adauto Lobo de Oliveira - Analista

Roberto Belluci - Analista

Solano de Vasconcelos Lisboa Filho - Analista

Mara Cristiane Barroso Juarez Peres - Analista

Maryellen Lima Rodrigues Pinto - Analista

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS

Gualter de Oliveira Rocha - Coordenador Geral

Maika Sória Corrêa Minatti

DUX Office

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Thyago Reis Paula - Designer

REVISÃO DE CONTEÚDO

Gualter de Oliveira Rocha - Analista de Gestão e Pesquisador Organizacional

Maika Sória Corrêa Minatti

DUX Office

EMPRESA ORGANIZADORA

Evolucionar Consultoria em Gestão Organizacional Ltda.



SUMÁRIO



1.Introdução	6
1.1 Como tirar o melhor proveito de datas comemorativas?	
2. Qual o impacto das datas promocionais para o varejo?	9
2.1 Aumento nas vendas	
2.2 Estímulo ao consumo	
2.3 Atração de novos clientes	
2.4 Fidelização de clientes	
2.5 Aumento do ticket médio	
2.6 Desafios logísticos	
3 O que esperar do Dia dos Namorados?	11
3.1 Entenda como foi o comportamento do consumidor em 2022 para que você possa formar sua estratégia para 2023	
3.2 Destaques	
3.3 Qual a expectativa para a celebração da data em 2023?	
3.3.1 Qual o comportamento de consumo esperado para 2023 no Dia dos Namorados?	
3.3.2 Quais as intenções de comemoração para o Dia dos Namorados 2023?	
3.3.3 Quais as intenções de presentes para o Dia dos Namorados 2023 em comparação ao ano passado?	
3.3.4 Como está distribuído os presentes para aqueles que pretendem presentear?	
3.3.5 Onde pretendem comprar os presentes?	
4 Crie sua campanha para o Dia dos Namorados 2023 e tire as melhores vantagens	20
4.1 Dia dos Namorados em loja física	
4.2 Dia dos Namorados em loja virtual	
4.3 O Papel das redes sociais na campanha para o Dia dos Namorados	
4.4 O que mais vende no Dia dos Namorados?	
4.5 Considerações Finais	
5 Festas Juninas	28
5.1 Cenário em 2022	
5.2 As tradicionais festas geram oportunidade para o turismo religioso	
5.3 As principais festividades no Pará	
5.4 O varejo nas festas juninas	
6 Prepare seu negócio para a temporada de festas juninas	32

7 Festa Junina no varejo: como melhorar os lucros	34
7.1 Crie uma ambientação temática	
7.2 Monte ilhas de produtos típicos	
7.3 Promova a degustação de produtos juninos	
7.4 Ofereça kits juninos	
8 Quanto aos impactos causados	37
9 Conclusão	39
10 Referências	40



CAPÍTULO 1

BOAS-VINDAS!

Empreendedores,

O mês de junho é marcado por dezenas de datas comemorativas, sendo as mais importantes delas o Dia dos Namorados e as Festas Juninas com suas comemorações dos santos.

Abaixo, apresentamos um quadro com algumas delas que podem servir de conexão e engajamento com o seu público-alvo, a medida em que você consiga ancorar significados e conteúdo de valor entre sua empresa e seus clientes por meio destas datas.

[Confira aqui todas as datas comemorativas do mês de junho!](#)



PRINCIPAIS DATAS COMEMORATIVAS DO MÊS DE JUNHO DE 2023.

3

**Dia da
Conscientização
Contra a Obesidade
Mórbida Infantil**



Pode ser aproveitado por todos os negócios que operam com esse público, desde lojas de roupas infantis até empreendimentos que trabalham com alimentação.

5

**Dia Mundial do
Meio Ambiente**



Todos os pequenos negócios podem criar conteúdos interessantes para criar conexão com seus clientes a partir desse tema.

8

**Corpus
Christi**



Agências de turismos, locadoras de automóveis e empresas de hospedagem possuem oportunidades únicas de conversarem com seu público dando dicas, informações ou até mesmo ajudando seus clientes a escolherem seus destinos

12

**Dia dos
Namorados**



Uma infinidade de negócios podem fazer uso da criatividade para se comunicar com casais de 20 a 80 anos. O amor não tem rótulos e nem idade.

13

**Dia de Santo
Antônio**



Nunca é demais desejar coisas boas a quem a gente gosta. Vivemos em um mundo no qual precisamos de proteção, saúde e bençãos.

15

**Dia Nacional do
Desporto**



Esta data, serve para todas as idades. Desde crianças que não saem da frente das telas de computadores e celulares até adultos sedentários. Valorizar a prática da atividade física significa salvar vidas.

24

**Dia de
São João**



Dia de festa, alegria, comida, fartura, dança, música, roupas estilizadas sem esquecer que tudo isso só acontece pelo dom da vida que temos e pela proteção dos Santos.

29

**Dia Internacional
do Orgulho LGBTI**



Comunidade expressiva, que movimenta anualmente algo em torno de 420 bilhões de reais² em negócios que vão de acessórios a viagens internacionais. Analise seu público.

29

**Dia de São Pedro e
São Paulo**



Idem ao Dia de São João.

1.1 COMO TIRAR O MELHOR PROVEITO DE DATAS COMEMORATIVAS?

Sempre colocando em prática duas ferramentas já bastante conhecidas do marketing: **Merchandising e Promoção de Vendas**.

Acreditamos que uma estratégia de varejo eficiente, que tem como objetivo criar uma experiência única para os clientes na **atmosfera de vendas** de uma loja (seja física ou virtual), deva utilizar integradamente as ferramentas de **merchandising** e as ações de **promoções de vendas**.³

Antes de iniciarmos nossa jornada pelo tema, achamos por bem conceituarmos alguns termos que, porventura, mereçam serem recordados.



Experiência única: É toda interação que seus clientes⁴ têm com sua empresa durante todo o relacionamento que se estabelece. Investir em uma boa experiência para o cliente é deixar sua marca mais presente na memória do consumidor.



Atmosfera de vendas: Kotler (1973), define atmosfera como o ambiente da loja⁵ que é planejado para afetar emocionalmente os clientes, beneficiando a compra, por meio da alteração do estado de humor.



Merchandising: Essa é uma ferramenta de marketing⁶ cujas técnicas têm a finalidade de apresentar e repassar informações sobre os produtos disponíveis nos pontos de venda. O objetivo final é que as mercadorias tenham giro, ou seja, grande rotatividade, evitando que fiquem paradas muito tempo no estoque.



Promoção de vendas: A ideia é levar, a partir dessas ações, os valores, ideias, produtos e serviços de uma empresa para o consumidor. Com ofertas, brindes, amostras grátis ou mesmo promoções especiais, uma marca consegue chamar a atenção do cliente e, assim, divulgar exatamente o que quer, aumentando as suas chances de conversão.⁷

Neste Boletim de Inteligência e Mercado, nós do Sebrae Pará lhes ofereceremos um conjunto de informações sobre estas duas importantes datas para o varejo brasileiro, que podem ser extrapoladas para outras datas que tiver conexão e poder de engajamento com o seu negócio.

Ao trazermos explicações sobre conceitos e um passo a passo de como você pode ser mais eficaz no aproveitamento dessas datas sazonais, aproveitamos para fundamentar o impacto que esses períodos causam em nossas operações quando são estrategicamente bem aproveitados.

Desde prospectarmos novos clientes, que até então nem sabiam de nossa existência, até o processo de recompra desse, quando bem atendidos e satisfeitos é claro, fazem parte de um elemento que costumamos chamar de a jornada do cliente.

A primeira data comemorativa que o leitor irá se deparar é a do Dia dos Namorados. Com movimentações anuais na casa dos bilhões de reais e sem restrições de regionalismos, classes sociais, gêneros e gostos demos um foco maior neste tema.

Na segunda e última parte, não menos importante, focamos no período das Quadras Juninas. A movimentação nessa data comemorativa envolve mais expressivamente os segmentos culturais, alimentícios e de turismo religioso.

De maneira geral, todos os negócios podem se aproveitar de datas como essas. O principal gatilho de engajamento entre o seu negócio e a data, é o estabelecimento de uma conexão que consiga ligar o que você vende com aquilo que está sendo demandado.

Quer saber como? Leia nosso Boletim e tenha um excelente mês de junho!

Boas vendas!



CAPÍTULO 2

QUAL O IMPACTO DAS DATAS PROMOCIONAIS PARA O VAREJO?

Pesquisa divulgada pela **Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL)**⁸ mostrou que:

71% dos internautas gostam de receber ofertas ao abrirem sites ou redes sociais;

58% das compras não planejadas por internautas brasileiros são impulsionadas por notificações de aplicativos de lojas;

61% das compras por impulso⁹ têm como motivo as promoções.

Pessoas costumam comprar por dois motivos: necessidades e/ou desejos. Quando um cliente entra em uma farmácia, está gripado, e adquire um antigripal ele está satisfazendo uma necessidade. Quando o mesmo cliente entra na mesma farmácia e compra um produto para coloração de cabelo, ele está satisfazendo um desejo. Captou?

Bom, é nesse ponto que queremos chegar. Quando existe uma estratégia de merchandising alinhada a uma eficiente promoção de vendas com intenção de criar sensações nos consumidores que projetem experiências memoráveis e **cativantes**¹⁰ a loja, seja ela física ou virtual consegue impulsionar rapidamente desejos em necessidades. A consequência disso é:



Aumento nas vendas: As datas promocionais costumam gerar um aumento significativo no volume de vendas. Os consumidores são atraídos pelos descontos e ofertas especiais, o que leva a um aumento do fluxo de clientes nas lojas físicas e nas compras online.



Estímulo ao consumo: As datas promocionais criam um senso de urgência nos consumidores, levando-os a realizar compras que podem ser adiadas ou consideradas não essenciais. A ideia de que os preços são mais baixos por um tempo limitado estimula o consumo imediato.



Atração de novos clientes: As promoções e descontos durante as datas promocionais podem atrair novos clientes para as lojas. Pessoas que normalmente não comprariam em determinada loja podem ser incentivadas a experimentar seus produtos ou serviços devido às ofertas especiais.



Fidelização de clientes: As datas promocionais também oferecem uma oportunidade para as lojas fortalecerem o relacionamento com seus clientes existentes. Oferecer descontos exclusivos ou brindes para clientes fiéis é uma estratégia comum para aumentar a satisfação e a fidelidade do cliente.



Aumento do ticket médio: Durante as datas promocionais, os consumidores muitas vezes estão dispostos a gastar mais dinheiro do que o habitual devido aos descontos oferecidos. Isso pode resultar em um aumento no ticket médio das vendas, o que é benéfico para as lojas.

Nota técnica: O ticket médio é um indicador que mensura a performance de vendas da empresa. Ele se baseia em um número de negócios fechados por um determinado período de tempo.



Desafios logísticos: O aumento repentino na demanda durante as datas promocionais pode criar desafios logísticos para as empresas varejistas. As lojas precisam lidar com um volume maior de estoque, gerenciar a entrega dos pedidos online dentro dos prazos e garantir que a experiência do cliente não seja prejudicada pela demanda intensa.



CAPÍTULO 3

O QUE ESPERAR DO DIA DOS NAMORADOS?

3.1 ENTENDA COMO FOI O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM 2022 PARA QUE VOCÊ POSSA FORMAR SUA ESTRATÉGIA PARA 2023

Dados do **Monitor Mercantil**¹¹ confirmam a seguinte conjuntura da data em 2022:

Aumento expressivo de vendas em lojas físicas. O varejo físico teve um volume de vendas 47% maior do que o obtido em 2021;

Preferência por pagamentos com cartão de crédito, que teve um crescimento de 93% em comparação a 2021, representando 60% das vendas;

Já as vendas por Pix e dinheiro representaram 18% das vendas em 2021 e 14% em 2022;

As vendas do Dia dos Namorados resultaram ainda em um crescimento de 70% no faturamento bruto das lojas;

O número de pedidos virtuais cresceu 9,8% com o Dia dos Namorados em 2022, alcançando 15,4 milhões de compras digitais;

O Dia dos Namorados movimentou o varejo online, que registrou crescimento de 115% entre os dias 10, 11 e 12 de junho, na comparação com a data do ano anterior 2021 (11, 12 e 13 de junho).

Houve uma redução de 8,6% no tíquete médio durante o Dia dos Namorados de 2021, que passou de R\$ 463,65 para R\$ 423,64 em 2022;

Quadro 01 – Comparativo entre operações nos 3 dias que antecederam a data do Dia dos Namorados em 2022

Físico



Quando se observa os gastos no ambiente físico, os segmentos que se sobressaem com aumento no faturamento são: turismo, considerando atrações turísticas e exposições (145%); entretenimento, incluindo cinema, clubes de esportes profissionais, lojas de vídeo games e boliche (113%); calçados (60%); bares e choperias (55%), lojas de presentes, bijuterias e artesanatos (53%), bolsas e acessórios (51%), e restaurantes (42%).

Virtual



O Dia dos Namorados movimentou o varejo online, que registrou crescimento de 115% entre os dias 10, 11 e 12 de junho, na comparação com a data do ano anterior 2021 (11, 12 e 13 de junho). Segundo a Rede, empresa de meios de pagamento do Itaú Unibanco, os grandes destaques foram as lojas de relógios, joias e artigos de prata, e os ramos de turismo e eletrodomésticos, que tiveram alta expressiva nas vendas de 267%, 213% e 136%, respectivamente.

Fonte: [Monitor Mercantil \(2022\)](#).¹²

O faturamento total apurado nas transações tanto no varejo digital, quanto no físico, aumentou **+25,7%** em relação ao volume financeiro transacionado em 2021, segundo os dados analisados no intervalo.

3.2 DESTAQUES

Gráfico 01 – Vendas por categoria em 2022 antes e durante o evento.



Fonte: All In, 2022 ¹³

TOP 3 DAS CATEGORIAS MAIS VENDIDAS POR REGIÃO EM 2022

Centro Oeste

Eletrodomésticos e eletroportáteis **6,18%**

Beleza **5,86%**

Bebidas **5,69%**

Nordeste

Beleza **18,32%**

Bebidas **11,47%**

Eletrodomésticos e eletroportáteis **9,50%**

Norte

Beleza **2,20%**

Bebidas **1,64%**

Modas e acessórios **1,11%**

Sudeste

Farmácia e saúde **90,97%**

Moda e acessórios **70,78%**

Bebidas **65,64%**

Sul

Casa e construção **35,42%**

Eletrodomésticos e eletroportáteis **27,18%**

Alimentos e supermercado **23,47%**

Dados referentes a base de All in, apurados entre 16/05 a 12 de junho de 2022



Fonte: All In, 2022 ¹³

TOP CATEGORIAS QUE MAIS FATURARAM

2022	2021
1° Telefonia	1° Telefonia
2° Eletrodomésticos	2° Eletrodomésticos
3° Moda e Acessórios	3° Eletrônicos
4° Eletrônicos	4° Moda e Acessórios
5° Móveis	5° Informática

Fonte: [All In, 2022](#) ¹³

TOP CATEGORIAS QUE MAIS FATURARAM POR PEDIDOS

2022	2021
1° Moda e Acessórios	1° Moda e Acessórios
2° Alimentos e Bebidas	2° Beleza e Perfumaria
3° Beleza e Perfumaria	3° Saúde
4° Saúde	4° Telefonia
5° Utilidades domésticas	5° Utilidades domésticas

Fonte: [All In, 2022](#) ¹³



REPRESENTATIVIDADE NO NÚMERO DE PEDIDOS DE CADA SEGMENTO NO DIA DO EVENTO NO DELIVERY



Fonte: [All In, 2022](#) ¹³

3.3 QUAL A EXPECTATIVA PARA A CELEBRAÇÃO DA DATA EM 2023?

Um país de apaixonados

O Brasil é um país de muitos apaixonados.¹⁸ Uma vez que, por aqui, 62,5% da população afirma estar em algum tipo de relacionamento: 59% são casados (as), 27% estão namorando, 11% se encontram em um relacionamento casual e outros 3% são noivos.

A propósito, entre os que estão casados, mais da metade (54%) tem mais de 10 anos de relacionamento. Já entre os casais de namorados, há maior concentração para relacionamentos de até 2 anos.

Existem ainda variados tipos e configurações. Em alguns casos, elementos geracionais ou de orientação sexual ganham relevância, como nos relacionamentos abertos, mais comuns entre casais heterossexuais.



4.3.1 Qual o comportamento de consumo esperado para 2023 no Dia dos Namorados?

6 em cada 10 dizem que o Dia dos Namorados é tão importante quanto o aniversário de namoro/casamento;

7 em cada 10 acreditam que o Dia dos Namorados é um momento para fortalecer o relacionamento;

E **não importa o tempo de relacionamento**, o Dia dos Namorados é uma data que costuma ser muito comemorada;

86% dos entrevistados costumam comemorar o Dia dos Namorados. Esse resultado é maior para a classe social AB (91%);

34% dos casais pretendem aumentar os gastos com presentes e **54%** pretendem manter os gastos de 2022;

61% pretendem gastar entre **R\$ 51,00 a R\$ 300,00**. **10%** dos casados masculinos tem a intenção de desembolsar mais de R\$ 1.000 reais com a data;

88% dos casais pretendem comemorar o Dia dos Namorados esse ano. Um aumento de 12 pontos percentuais em relação a 2022.

85% dos casais dizem que pretendem presentear no Dia dos Namorados este ano;

76% dizem que presentear no Dia dos Namorados é uma forma de demonstrar carinho e afeto;

60% preferem comprar o presente em loja física porque é mais fácil trocar;

57% não gostam de comprar em sites estrangeiros pela dificuldade de trocar o produto, caso necessite;

Facilidade e troca é um tema importante em datas sazonais e são assuntos que podem estar presente nas comunicações;

Mulheres compram os presentes com mais antecedência do que os homens.

Em 2022, **83% dos consumidores recorreram ao aplicativo WhatsApp** para contatos com as empresas as quais estavam se relacionando

Fonte: Gente Globo (2023).¹⁴

4.3.2 Quais as intenções de comemorações para o Dia dos Namorados 2023?

Gráfico 02 – Intenções de comemoração do Dia dos Namorados 2023

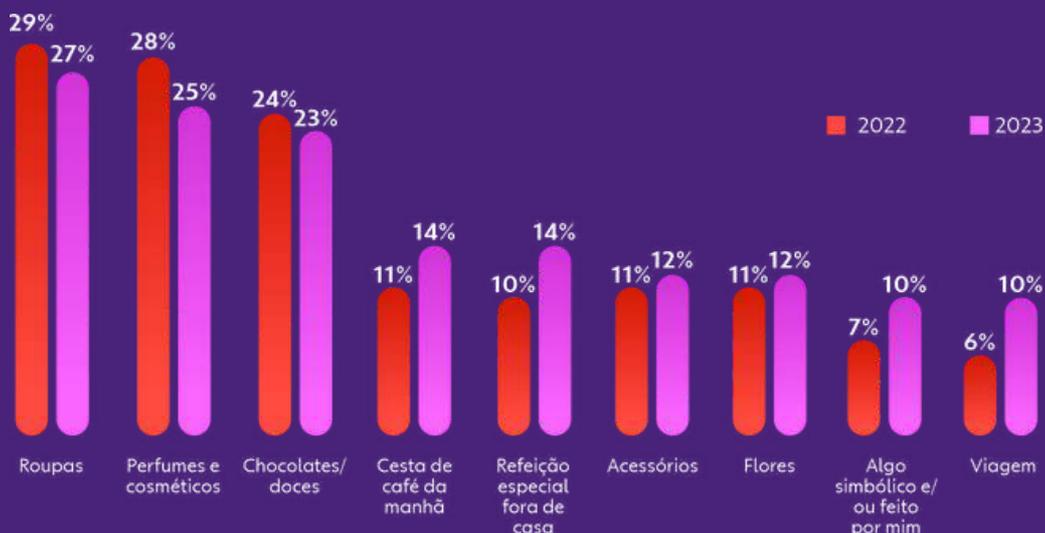


Sobre viagens, 29% da classe AB e 20% da classe C diz que pretende viajar, enquanto somente 10% da classe DE afirma o mesmo

Fonte: Gente Globo (2023).¹⁴

4.3.3 Quais as intenções de comemorações para o Dia dos Namorados 2023?

Gráfico 03 – Intenções de comemorações do Dia dos Namorados 2023



Fonte: Gente Globo (2023).¹⁴



Fonte: Gente Globo (2023).¹⁴

4.3.4 Como estão distribuídos os presentes para aqueles que pretendem presentear com roupas ou eletroeletrônicos?

ROUPAS

-  Blusas, camisetas ou camisas **56%**
-  Shorts ou bermudas **35%**
-  Calças **33%**
-  Bolsas ou calçados **25%**
-  Lingerie **22%**
-  Vestidos **20%**
-  Roupas esportivas **19%**
-  Casacos ou jaquetas **18%**

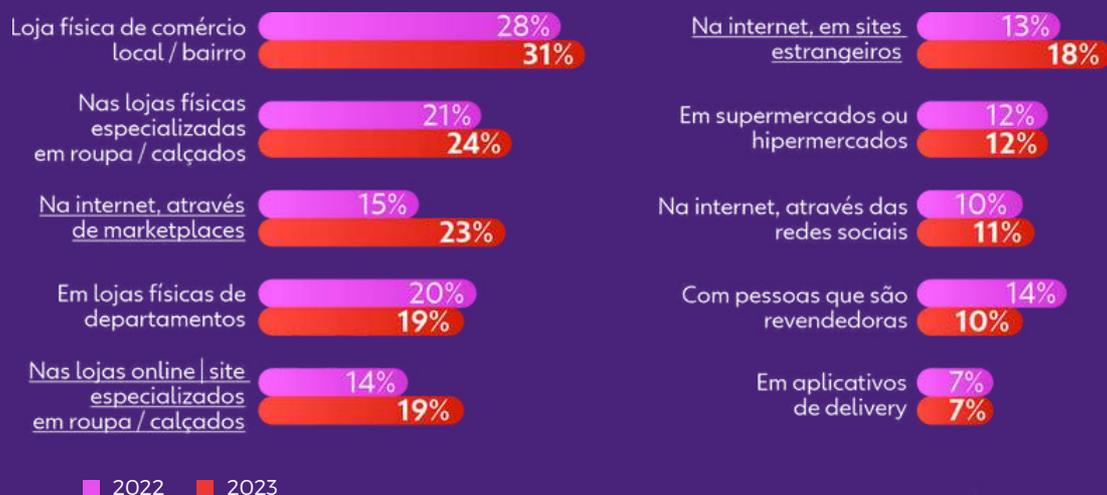
ELETRÔNICOS

-  Computador/Notebook **66%**
-  Televisão **56%**
-  Fone de ouvido **54%**
-  Smartwatch **49%**
-  Jogos eletrônicos **46%**
-  Home Theater/ Soundbar **41%**
-  Carregador portátil **37%**
-  Tablet **37%**
-  E-reader **37%**
-  Assistentes de voz **34%**

Fonte: Gente Globo (2023).¹⁴

4.3.5 Onde pretendem comprar os presentes?

Gráfico 04 – Por qual canal pretendem comprar os presentes (2022 versus 2023)



Fonte: Gente Globo (2023).¹⁴





CAPÍTULO 4

CRIE SUA CAMPANHA PARA O DIA DOS NAMORADOS 2023 E TIRE AS MELHORES VANTAGENS

Este dia é comemorado em uma das épocas mais movimentadas do varejo. Por ser uma data sazonal forte, a intenção de compra já existe, o que torna excelente a oportunidade para criar **campanhas de marketing** a fim de atrair esse consumidor em potencial. Confira algumas [dicas para ações para lojas físicas, e-commerce e redes sociais](#)¹⁹ para que a sua campanha de Dia dos Namorados seja um sucesso!

5.1 DIA DOS NAMORADOS EM LOJA FÍSICA

Preparar a loja física para o Dia dos Namorados é essencial, independente do segmento. Aqui estão algumas estratégias que você pode adotar:

Fachada de loja: Ter uma fachada externa encantadora. Ter uma porta de acesso grande e acessível. Ter espaço para caminhar. Ter uma luminosidade atrativa. Ter produtos bem-organizados na vitrine. Tudo isso são atributos que podem auxiliar na captação da atenção do consumidor e, por consequência, na geração de sensações boas para os consumidores. São esses pequenos detalhes que no coletivo fazem a diferença de uma loja.¹⁶



Decoração temática: Crie uma atmosfera romântica na sua loja com decoração temática do Dia dos Namorados. Utilize cores relacionadas ao amor, como vermelho e rosa, e coloque elementos decorativos como corações, flores e velas. A decoração gera efeitos diretos na quantidade de espaço atribuída a um produto, na localização da prateleira e na eficácia da exibição de um produto. Por essa razão, não resta dúvida de que a decoração influencia significativamente as vendas.¹⁶



Exiba produtos relacionados: Destaque os produtos e presentes mais adequados para o Dia dos Namorados em áreas de evidência da sua loja. Crie displays atrativos e organizados, com sugestões de presentes para diferentes gostos e orçamentos. Os produtos devem ser colocados nas prateleiras de uma maneira atraente, que faça os consumidores sentirem interesse a manuseá-los e, ao mesmo tempo, motivados a adquiri-los. Além disso, deve existir um monitoramento constante para que não falem os produtos nas prateleiras, nem que os produtos fiquem desorganizados.¹⁶



Ofereça promoções especiais: Crie promoções exclusivas para o Dia dos Namorados. Isso pode incluir descontos, brindes ou pacotes especiais para casais. Certifique-se de destacar as ofertas e os benefícios na vitrine da loja e em pontos estratégicos dentro do estabelecimento.



Realize eventos ou workshops: Considere a possibilidade de realizar eventos ou workshops relacionados ao Dia dos Namorados. Isso pode incluir demonstrações de produtos, degustações, aulas de culinária ou workshops de presentes personalizados. Essas atividades ajudam a atrair clientes para a sua loja e proporcionam uma experiência diferenciada.



Crie embalagens especiais: Invista em embalagens temáticas e atrativas para os presentes de Dia dos Namorados. Ofereça opções de embrulhos elegantes e personalizados, o que pode tornar o presente ainda mais especial para os clientes.



Tenha um atendimento excepcional: Capacite sua equipe de vendas para oferecer um atendimento excepcional aos clientes. Incentive-os a conhecer os produtos, oferecer sugestões personalizadas e garantir uma experiência de compra agradável.



Parcerias estratégicas: Estabeleça parcerias com outros negócios complementares, como floriculturas, restaurantes ou spas, para oferecer pacotes especiais de Dia dos Namorados. Isso pode atrair um público maior para a sua loja e fornecer benefícios adicionais aos clientes.



Invista em publicidade local: Utilize canais de publicidade local, como jornais, rádios comunitárias e panfletos, para promover suas ofertas de Dia dos Namorados. Além disso, utilize as redes sociais e envie newsletters para sua base de clientes, destacando as promoções e eventos especiais da sua loja.



Cuide da atmosfera de loja: Construa cenários e leve em consideração as variáveis como o piso, carpetes, aromas, sons, iluminação, paredes, cores, temperatura e limpeza. Se, por acaso, a empresa tiver como objetivo atender clientes de alta renda que buscam status, as variáveis de interior devem expressar exclusividade por meio de músicas, aromas e iluminação. Caso a estratégia da empresa almeje alcançar clientes com baixo poder aquisitivo, aconselha-se aqui elaborar um ambiente interior que seja funcional, que demonstre a importância dos produtos utilitários.¹⁶



É importante lembrar de **treinar sua equipe** de vendas, garantir que haja estoque suficiente dos produtos em destaque e oferecer opções de pagamento convenientes para os clientes. A criação de uma experiência de compra memorável e a satisfação do cliente são fundamentais para o sucesso das vendas durante o Dia dos Namorados.

O fator humano é imprescindível em qualquer ambiente. É ele que dá vida por meio das interações sociais. Esta dimensão inclui a densidade do número de pessoas no ambiente, a sensação de privacidade, as características pessoais dos consumidores e dos vendedores e os uniformes dos empregados.¹⁶

Outra forma bastante efetiva de aumentar as vendas é **facilitar o pagamento**, a fim de permitir parcelamentos maiores e assim, facilitar a venda.

Por último, fique atento ao **estilo dos casais** que combinam com a sua loja, e não esqueça da diversidade! Existem casais recém-casados, LGBTQIA+, e aqueles casados há muitos anos. No entanto, defina sua estratégia e leve em consideração o seu público-alvo ou o perfil ideal do seu cliente.

Afinal, o amor não tem rótulos.

5.2 DIA DOS NAMORADOS EM LOJA VIRTUAL

O Dia dos Namorados é uma excelente oportunidade para lojas virtuais aumentarem suas vendas e alcançarem um público mais amplo. Aqui estão algumas estratégias que podem ser adotadas:



Desenvolva campanhas temáticas: Crie campanhas de marketing online com temas românticos e direcionadas para o Dia dos Namorados. Utilize imagens, cores e mensagens que transmitam amor e romance. Inclua chamadas para ação claras e destaque os produtos ou serviços relacionados ao tema.



Ofereça descontos e promoções especiais: Crie ofertas exclusivas para o Dia dos Namorados, como descontos, brindes ou frete grátis. Destaque essas promoções em sua página inicial e nas páginas de produtos relacionados. Utilize códigos de cupom promocionais para rastrear a eficácia das suas campanhas.



Crie kits de presentes: Facilite a escolha dos clientes criando kits de presentes que incluam produtos complementares. Por exemplo, você pode oferecer um pacote com flores, chocolates e um cartão personalizado. Essa abordagem pode incentivar os clientes a comprarem mais de uma vez e economizarem tempo na escolha de presentes.



Personalize a experiência do cliente: Utilize informações sobre os clientes, como histórico de compras e preferências, para personalizar as recomendações de produtos. Ofereça sugestões personalizadas de presentes com base nos interesses e características dos clientes.



Otimize o site para dispositivos móveis: Certifique-se de que seu site esteja otimizado para dispositivos móveis, já que muitos consumidores realizam compras online por meio de smartphones e tablets. Garanta que o processo de compra seja fácil e intuitivo em dispositivos móveis, para que os clientes possam fazer suas compras de forma conveniente.



Invista em marketing de conteúdo: Crie conteúdo relevante relacionado ao Dia dos Namorados, como artigos, guias de presentes e dicas românticas. Compartilhe esse conteúdo em seu blog, nas redes sociais e por meio de newsletters. Isso ajudará a atrair tráfego para o seu site e a criar um relacionamento mais próximo com os clientes.



Utilize as redes sociais: Aproveite o poder das redes sociais para promover suas ofertas e produtos. Crie posts temáticos, compartilhe fotos inspiradoras, faça sorteios ou concursos relacionados ao Dia dos Namorados. Incentive os seguidores a compartilharem suas experiências e a marcarem seus parceiros nas postagens.



Ofereça opções de entrega rápidas e seguras: Certifique-se de que suas opções de entrega sejam rápidas e confiáveis, especialmente durante o período do Dia dos Namorados. Destaque a disponibilidade de entrega expressa para garantir que os presentes cheguem a tempo para a data comemorativa.

Lembre-se de monitorar e analisar os resultados das suas campanhas para identificar o que funcionou melhor e fazer ajustes necessários. Esteja preparado para lidar com o aumento da demanda durante o período do Dia dos Namorados e ofereça um excelente atendimento ao cliente para garantir a satisfação dos compradores.

5.3 O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NA CAMPANHA PARA O DIA DOS NAMORADOS

As redes sociais desempenham um papel fundamental na campanha do Dia dos Namorados, pois oferecem uma plataforma eficaz para alcançar e engajar um público amplo. Aqui estão algumas maneiras pelas quais as redes sociais podem contribuir para o sucesso da campanha:



Criação de conteúdo temático: As redes sociais permitem que você crie e compartilhe conteúdo temático relacionado ao Dia dos Namorados. Isso inclui postagens, imagens, vídeos e histórias que transmitam o espírito romântico da data. Você pode criar guias de presentes, dicas de namoro, histórias de amor inspiradoras e outros conteúdos relevantes para atrair e envolver seu público.



Promoção de ofertas e descontos: Utilize as redes sociais para anunciar e promover suas ofertas e descontos especiais para o Dia dos Namorados. Crie postagens atrativas com informações sobre as promoções, incluindo os produtos em destaque, os descontos oferecidos e qualquer benefício adicional. Incentive os seguidores a compartilharem as promoções com amigos e familiares.



Influenciadores e parcerias: Considere trabalhar com influenciadores digitais que tenham relevância no segmento de relacionamentos, romance e presentes. Eles podem ajudar a promover seus produtos e criar conteúdo relacionado ao Dia dos Namorados, alcançando um público mais amplo e engajado. Além disso, estabeleça parcerias com outras marcas complementares para aumentar a exposição e alcançar novos públicos.



Interatividade e engajamento: As redes sociais oferecem a oportunidade de interagir diretamente com seu público. Responda aos comentários e mensagens dos seguidores, incentive-os a compartilhar suas histórias ou opiniões relacionadas ao Dia dos Namorados e faça perguntas para promover o engajamento. Isso cria um senso de comunidade e fortalece o relacionamento com os clientes.



Anúncios segmentados: Aproveite as opções de segmentação de anúncios oferecidas pelas plataformas de redes sociais para direcionar sua mensagem para o público certo. Você pode definir critérios demográficos, interesses e comportamentos específicos para garantir que seus anúncios alcancem as pessoas mais propensas a se interessarem por seus produtos ou serviços.

Lembre-se de criar uma promoção de vendas para suas ações nas redes sociais, definindo quais plataformas são mais relevantes para o seu público-alvo e adaptando sua mensagem de acordo com cada uma delas. A consistência e a criatividade são essenciais para o sucesso da sua campanha nas redes sociais durante o Dia dos Namorados.

5.4 O QUE MAIS VENDE NO DIA DOS NAMORADOS?

Analisando as principais tendências¹⁷ dos últimos anos, percebemos que estes produtos têm alta procura:

- Cesta de café da manhã
- Caneca personalizada
- Perfumes
- Chocolates
- Cosméticos
- Roupas e Calçados
- Flores
- Eletrônicos

Mas para sair do óbvio, reunimos aqui algumas dicas de como é possível presentear de forma diferente, sem perder o romantismo:

Cestas de produtos

Ao invés da tradicional cesta de café da manhã, que tal oferecer uma cesta de presentes? Se a sua loja trabalha com produtos de beleza, por exemplo, é possível oferecer opções de cestas com kits variados de maquiagem, cremes, etc.



Buquês diferenciados

Não são apenas as floriculturas que podem vender buquês. Vale para doces, acessórios, utensílios, bebidas, cosméticos e o que mais a imaginação puder criar!



Personalização

Em qualquer data, a customização de produtos sempre é uma boa pedida. Gravações, fotos, imagens, caricaturas, são diversas alternativas para adicionar um toque carinhoso nas opções de presente.



5.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em comparação com o ano passado, os casais brasileiros parecem, de forma geral, querer aumentar os gastos com presentes, aquecendo o comércio do país. Ainda assim, a intenção de compra fica para itens com menor desembolso como roupas, perfumes e chocolates, na comparação com outros objetos de desejo, como eletroeletrônicos e *Smartphones*, que possuem menor percentual.

Para as marcas, vale reforçar que os casados, namorados e outros tantos inseridos em diferentes perfis de relacionamento, tem a intenção de celebrar a data este ano - inclusive, com a compra antecipada de presentes.

Sendo assim, o Dia dos Namorados será, mais uma vez, uma oportunidade imperdível para o comércio, com aumento da demanda, e para os apaixonados, que prometem, mais do que nunca, aproveitar a data ao lado de quem se ama.





CAPÍTULO 5

FESTAS JUNINAS

Segundo relatos históricos,¹⁸ as festas juninas têm origem pagã. As comemorações tiveram início na Europa para brindar as colheitas e a produtividade da terra. Ao longo do tempo, as festividades foram associadas ao calendário católico devido à proximidade com aniversários de importantes padroeiros.

Daí em diante você conhece: viraram datas comemorativas com excelentes oportunidades de geração de renda e emprego por todo o país.

6.1 CENÁRIO EM 2022

Estimada inicialmente em R\$ 2 bilhões pelo Ministério do Turismo,¹⁹ a movimentação econômica das festas juninas pelo país cresceu 70% em novo levantamento realizado pela Pasta. Agora, a expectativa é que as festividades gerem mais de R\$ 3,4 bilhões em retorno financeiro.

Somente no estado da Bahia, por exemplo, são esperados mais de R\$ 1,3 bilhões injetados na economia. Em Caruaru (PE) e Campina Grande (PB) algumas das festas mais tradicionais do país, a estimativa é de R\$ 300 milhões e R\$ 400 milhões, respectivamente.



Outra cidade pernambucana que está movimentando milhões é Petrolina. A expectativa é de R\$ 273 milhões sejam injetados no município. Além disso, devem ser criados 10 mil empregos diretos e indiretos.

Em Parintins (AM), a tradicional festa dos bois Garantido e Caprichoso espera circular R\$ 100 milhões na economia local. E em São Paulo, são esperados R\$ 641 milhões e a geração de 15.950 empregos.

Além da movimentação econômica, as festividades também lotam os **meios de hospedagens** em todo o Brasil. Nos principais destinos pernambucanos, a média de ocupação hoteleira ultrapassou os 90%, como é o caso de Caruaru (91,04%), Petrolina (90%), Taquaritinga do Norte (100%), Bezerros (95%) e Bonito (95%).

Daí em diante você conhece: viraram datas comemorativas com excelentes oportunidades de geração de renda e emprego por todo o país.

6.2 AS TRADIÇÃOAIS FESTAS GERAM OPORTUNIDADE PARA O TURISMO RELIGIOSO

Muito além dos shows, quadrilhas e dos deliciosos quitutes culinários, os festejos juninos têm um significado a mais para os religiosos. As comemorações da segunda maior festa popular do Brasil são oriundas das celebrações de padroeiros da igreja católica bastante conhecidos em nosso país: Santo Antônio, São João e São Pedro. São eles, os responsáveis por levar multidões aos tradicionais festejos e por movimentar, também, o turismo religioso nesses destinos.

Veja as principais cidades do Brasil com aumento de fluxo turístico em função do período:

- 📍 **Campo Maior (PI)** – espera-se 30 mil visitantes;
- 📍 **Barbalha (CE)** – espera-se 300 mil pessoas;
- 📍 **Campina Grande (PB), Caruaru (PE), Mossoró (RN) e São Luís (MA)** – número de visitantes não calculados pelo alto volume;
- 📍 **São João do Itaperiú (SC)** – espera-se receber 15 mil pessoas;
- 📍 **Olinda (PE)** – estima-se um público com mais de 100 mil pessoas*.

Fonte: [Brasil, Ministério do Turismo \(2022\)](#)²⁷

*Última estimativa em função de pandemia e chuvas.



6.3 AS PRINCIPAIS FESTIVIDADES NO PARÁ

Muito além dos shows, quadrilhas e dos deliciosos quitutes culinários, os festejos juninos têm um significado a mais para os religiosos. As comemorações da segunda maior festa popular do Brasil são oriundas das celebrações de padroeiros da igreja católica bastante conhecidos em nosso país: Santo Antônio, São João e São Pedro. São eles, os responsáveis por levar multidões aos tradicionais festejos e por movimentar, também, o turismo religioso nesses destinos.

Bragança

Festival Junino de Bragança (07/06 a 11/06)

Vitória do Xingu

Forró da Integração (01/06 a 24/06)

Santana do Araguaia

Eventos Juninos (01/06 a 30/06)

Bujaru

Festival Junino (01/06 a 24/06)

Castanhal

Festival Junino (01/06 a 30/06)

Bagre

Abertura do Forrozão Bagrense (02/06 a 30/06)

Tracuateua

Festival Folclórico (07/06 a 11/06)

Anajás

XIV Forrozão Anajaense (08/06 a 09/06)

Abaetetuba

Festival Junino de quadrilhas e grupos folclóricos (10/06 a 17/06)

Curionópolis

Santo Antônio e São João (13/06 a 24/06)

Moju

Festival Junino (14/06 a 17/06)

Baião

Festival Junino (15/06 a 17/06)

Itaituba

Festival Junino da Comunidade de Campo Verde (21/06 a 23/06)

Dom Eliseu

2º Arraiá do Povo (15/06 a 17/06)

Oriximiná

XXVIII Concurso de Quadrilhas Juninas de Oriximiná (01/06 a 02/06)

Tucuruí

XXVIII Festival do Folclore Junino - Amostra e Circuito Junino (01/06 a 01/07)

Barcarena

Arraiá Junino de Barcarena (01/06 a 30/06)

Acará

Festival Junino (01/06 a 08/07)

Santa Luzia do Pará

Festa das Flores (02/06 a 30/06)

Rio Maria

Arraiá com Maria (09/06 a 16/06)

Cachoeira do Arari

Festival de Quadrilhas (09/06 a 10/06)

Fonte: Tofano; Colnago; Souza (2019)²⁰

As datas das festividades mencionadas nos municípios acima servem orientação baseada nas festividades anteriores de cada cidade, podendo essas serem alteradas conforme programação de cada prefeitura local.

Em Belém...

Ainda não há divulgação de números relacionados as Festas Juninas. Para os comerciantes locais o pico do faturamento se concentra entre a primeira e segunda semana de junho e os produtos mais demandados são: roupas quadriculadas, chapéus de palha, tecidos, fitas, papéis coloridos, flores e pérolas.

Outros produtos como bandeirinhas, balões, fitas de cetim e muita renda também são muito procurados, bem como o volume de serviços para costureiras, estilistas, músicos, dançarinos, artistas, chefs de cozinha, garçons e seguranças que aumentam igualmente. A expectativa é que o faturamento seja maior que a de 2022.²¹

6.4 AS FESTIVIDADES JUNINAS E AS DIVERSAS OPORTUNIDADES PARA COMÉRCIO VAREJISTA NO PARÁ

No contexto do varejo, as Festas Juninas oferecem uma excelente oportunidade para os comerciantes aumentarem suas vendas. Durante este período, as pessoas estão em busca de roupas típicas, acessórios, artigos de decoração, alimentos e bebidas tradicionais, como pipoca, maçã do amor, quentão e pé de moleque.

O setor de mercados em geral por exemplo, deve compor o mix com itens como **amendoim, caldo, canjica, chá, milho de pipoca, doces em geral, paçoca, pé de moleque, fubá e vinhos.**

Outros complementos sazonais como **batata palha, chocolates, carnes, coco ralado e leite de coco** também precisam estar estocados porque fazem parte do consumo dos produtos típicos. Ainda em virtude das festas e quermesses, descartáveis como copos, pratos, talheres e guardanapos têm muita saída durante o período.

As lojas do varejo costumam se preparar para a temporada de Festas Juninas, oferecendo uma variedade de produtos temáticos. **Elas podem criar seções específicas dedicadas a itens juninos, como trajes caipiras, chapéus de palha, camisas xadrez, vestidos de chita** e outros acessórios relacionados.

Além disso, os varejistas podem aproveitar as Festas Juninas para realizar promoções e descontos especiais, atraindo assim mais clientes. **As barracas de jogos como pescaria, argolas e tiro ao alvo**, também são comuns, e os varejistas podem fornecer os materiais necessários para essas atividades.

Com o crescimento do comércio eletrônico, também é comum encontrar **plataformas online oferecendo produtos juninos, permitindo que as pessoas comprem itens temáticos sem sair de casa.**





CAPÍTULO 6

PREPARE SEU NEGÓCIO PARA A TEMPORADA DE FESTAS JUNINAS

Junho é um mês importante para o comércio, especialmente para esse segmento. Porém, nem sempre é fácil aumentar as vendas nesse período, já que a concorrência é grande e muitas pessoas preferem economizar para as férias de julho. Mas não se preocupe, com algumas estratégias é possível aumentar as vendas no período junino e garantir um bom faturamento. Nós, do [Sebrae](#),¹⁰ preparamos algumas dicas:

A primeira dica muito importante, é fazer um **planejamento de ações e estratégias** que irão ajudá-lo a vender mais. A recomendação é conhecer muito bem o que você vende e ter claro qual é o seu público-alvo. São muito bem-vindas parcerias com produtores ou fornecedores locais que façam produtos relacionados com festa junina.



Outra dica igualmente importante é **conhecer a sua capacidade de produção e de atendimento** para não ter problemas. Defina sua expectativa de vendas e programe-se para a compra de matéria-prima, de itens para revenda, ou para a contratação de estrutura para os eventos.



Investir na decoração da loja. Aproveite o clima junino para criar um ambiente aconchegante e temático. Coloque bandeirinhas, balões, chapéus de palha e outros elementos típicos das festas juninas. Isso vai chamar a atenção dos clientes e deixar a loja mais atraente.



Outra estratégia é **oferecer promoções e descontos especiais** para quem comprar produtos juninos em grande quantidade. Por exemplo, se um cliente comprar uma caixa de pipoca, pode ganhar um desconto na compra de um saco de milho para pipoca. Isso incentiva o cliente a comprar mais e ainda ajuda a esvaziar o estoque.

Também é importante **diversificar os produtos oferecidos**. Além dos tradicionais itens juninos, como pipoca, pinhão e quentão, ofereça opções diferentes, como doces e salgados típicos de outras regiões do país. Isso pode atrair clientes que buscam novidades e aumentar o ticket médio das vendas.



Outra orientação é **investir nas redes sociais** para divulgar a loja e os produtos. Crie posts temáticos e compartilhe fotos dos produtos para chamar a atenção dos clientes. Também é importante responder rapidamente as mensagens e comentários dos clientes nas redes sociais, isso ajuda a criar um relacionamento mais próximo e aumentar as chances de venda.

Por fim, é importante lembrar que o **atendimento ao cliente é fundamental** para aumentar as vendas. Treine a equipe para ser simpática, prestativa e estar sempre pronta para ajudar os clientes. Isso pode fazer toda a diferença na hora da decisão de compra.



Seguindo essas dicas, é possível aumentar as vendas no período junino e garantir um bom faturamento para a loja. E mais uma vez, lembre-se de ser criativo, investir na decoração e no atendimento ao cliente, diversificar os produtos e divulgar a loja nas redes sociais.



CAPÍTULO 7

FESTA JUNINA NO VAREJO: COMO MELHORAR OS LUCROS

O dia de São João é comemorado, anualmente, em 24 de junho. Em uma mistura com outras comemorações religiosas – como o dia de Santo Antônio, dia 13, e São Pedro e São Paulo, 29 – e férias escolares, o brasileiro estendeu as comemorações entre os meses de junho, julho e, em alguns locais, até agosto. Portanto, a data é um ótimo período para que o varejo explore comercialmente produtos típicos da festividade.

A seguir, selecionamos algumas ações que podem trazer ótimos resultados²⁶ para o seu negócio; confira:

8.1 Crie uma ambientação temática

Como já falamos anteriormente, a decoração da loja precisa ser atrativa para encantar os clientes. Entrar no clima de São João com bandeirinhas, balões e outros adereços relacionados ao tema facilita bastante para chamar os clientes para dentro da loja e você pode ir ainda além disso. Não esqueça da música e tenha bom senso em relação à altura do som nas dependências internas da loja.





Você já ouviu falar em **Retailment?**²³ É o que chamamos de entretenimento no varejo. O Retailment é um conjunto de práticas voltadas ao entretenimento do cliente e que são aplicadas em lojas físicas. Essa experiência é uma ótima promoção para a época das festividades caipiras. A empresa pode promover brincadeiras e passatempos típicos da data a fim de reter a atenção da clientela. Uma pescaria com prêmios e descontos, por exemplo, é uma opção interessante para divertir e cativar os clientes no ponto de venda.

Também, que tal fazer uma ação interna com o seu time e sugerir que os seus colaboradores vistam-se com trajes típicos e maquiagens especiais para a celebração? Essa é uma oportunidade para eles também se divertirem com a festa ao mesmo tempo em que desempenham suas funções. Ah! Não esqueça da música ambiente, que é essencial pra todos entrarem no clima. Então, capriche na criatividade e explore os elementos-chaves das festas juninas no varejo.

8.2 Monte ilhas de produtos típicos

Uma ação que também atrai a clientela durante a data é a instalação de ilhas com produtos sazonais e típicos da festividade. Ela pode ser uma alternativa à decoração da empresa ou ser utilizada como um complemento à ambientação.

O uso de barraquinhas é uma solução simples, bem característica e bastante atrativa na confecção das ilhas. Nesse caso, é bacana expor, de maneira concentrada, produtos que façam sentido para a data – como os ingredientes necessários ao preparo dos pratos típicos.

Também, lembre-se de dar destaque para produtos juninos para quem tem restrições alimentares, já que esse é um público cada vez maior. Pensar em opções vegetarianas e veganas, além de produtos sem glúten, sem açúcar e sem lactose pode fazer toda a diferença para o seu supermercado.

Posicione essas ilhas em locais estratégicos do seu varejo. É possível fazer destaques tanto na entrada e saída da loja, quanto no seu hortifruti ou perto da padaria.



8.3 Promova a degustação de produtos juninos

A degustação é uma ação promocional com excelentes retornos. É possível organizar o cardápio da sua padaria, ou restaurante, ou caso você tenha esse espaço no seu supermercado, para servir itens juninos preparados na hora. E, é claro: divulgue tudo isso nas suas redes sociais!

Algumas sugestões são preparar pratos como: bolo de milho; pamonha (doce e salgada); cuscuz; arroz doce; mingau de milho, receitas preparadas à base de amendoim (como bolo de amendoim), e etc. Então, aproveite o período das festas juninas para promover itens em ações de degustação e, assim, aumentar as suas oportunidades de crescimento de mercado.



8.4 Ofereça kits juninos

Além da ambientação temática, instalação de ilhas e ações de degustação, a montagem e promoção de “kits juninos” é uma alternativa interessante para melhorar a lucratividade do período. Isso poderá: aumentar o ticket médio da compra, agregar valor aos produtos, fazer com que você venda itens que nem sempre seriam comprados de maneira isolada, proporcionar uma experiência positiva aos seus clientes, e muito mais!

O kit junino pode conter desde itens de decoração, como mini chapéu de palha e bandeirolas, até produtos como paçoca e demais doces de amendoim, pipoca, pedaços de bolo, farinha de milho flocada (para fazer cuscuz), entre outros. Decore a cesta de forma bem bonita e atrativa, fazendo com que as pessoas tenham vontade de comprá-la e montar a sua própria festa junina em casa. Aposte em embalagens atrativas para agregar valor ao combo promocional.

Pronto para aumentar suas vendas com a festa junina?

Com todas essas dicas, o seu negócio está, com certeza, mais preparado para aumentar as vendas durante o mês de junho, certo? Ademais, lembre-se de que desenvolver ações mensais/sazonais para o seu varejo é essencial para garantir o sucesso dele.



CAPÍTULO 8

QUANTO AOS IMPACTOS CAUSADOS

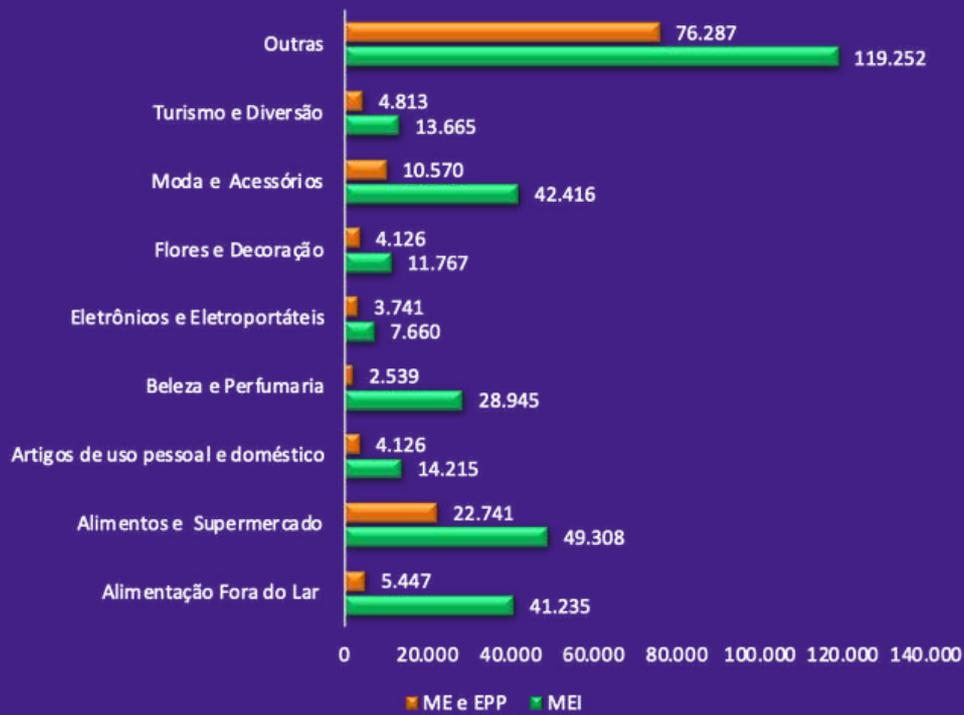
Realizamos um levantamento dos principais tipos de negócios, portes e categorias mais impactadas economicamente com essas duas datas em junho de 2023.

Quadro 02 – Número de empresas por categorias de negócios e porte impactadas nas datas comemorativas de junho de 2023 no Pará e Região Metropolitana de Belém.

Segmentos dos pequenos negócios	n° Atividades da categoria	PARÁ			REGIÃO METROPOLITANA		
		MEI	ME e EPP	Total Peq. Negócios	MEI	ME e EPP	Total Peq. Negócios
Alimentação fora do lar	9	41.235	5.447	46.682	22.965	2.310	25.275
Alimentos e supermercado	96	49.308	22.741	72.049	19.368	5.750	25.118
Artigos de uso pessoal e doméstico	31	14.215	4.126	18.341	6.878	1.632	8.510
Beleza e perfumaria	9	28.945	2.539	31.484	14.830	1.199	16.029
Eletrônicos e eletroportáteis	17	7.660	3.741	11.401	3.186	1.163	4.349
Flores e decoração	43	11.767	4.126	15.893	5.181	1.161	6.342
Moda e acessórios	48	42.416	10.570	52.986	19.296	3.529	22.825
Turismo e diversão	66	13.665	4.813	18.478	6.182	1.263	7.445
Soma categorias dos eventos juninos	319	209.211	58.103	267.314	97.886	18.007	115.893
Outras	673	119.252	76.287	195.539	60.633	27.655	88.288
Total Pequenos Negócios	992	328.463	134.390	462.853	158.519	45.662	204.181
% de participação dos negócios		63,7%	43,2%	57,8%	61,8%	39,4%	56,8%

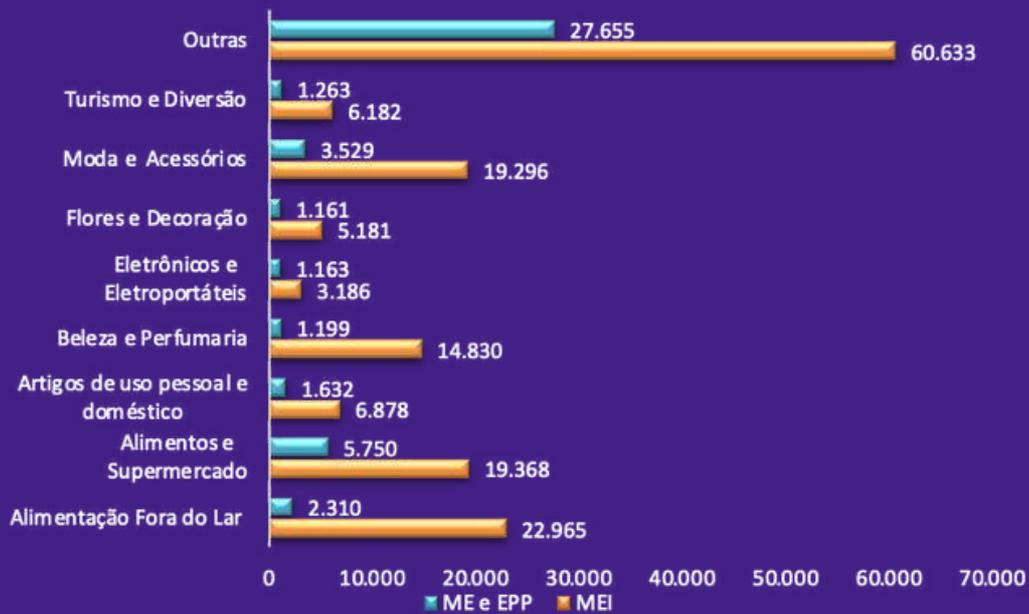
Fonte: BRASIL, Receita Federal (2023).²⁴

Gráfico 01 – Categorias de negócios envolvidos nas datas comemorativas de junho por porte no Estado do Pará.



Fonte: BRASIL, Receita Federal (2023).²⁵

Gráfico 02 – Categorias de negócios envolvidos nas datas comemorativas de junho por porte na RMB (Região Metropolitana de Belém)



Fonte: BRASIL, Receita Federal (2023).²⁶



CAPÍTULO 9

Conclusão

E assim, chegamos ao fim deste Boletim sobre o varejo do Dia dos Namorados e Festas Juninas. Esperamos ter ajudado você a entender um pouco mais sobre as oportunidades e desafios que essas datas podem trazer para o seu negócio desde que você crie o cenário ideal e faça promoções. Movimente-se!

Lembre-se sempre de se preparar com antecedência, oferecer produtos e serviços que atendam às expectativas dos seus clientes e, claro, aproveitar também para além de vender mais, se divertir muito nessa época tão especial.

Afinal, não importa se é para celebrar o amor ou a tradição, o importante é aproveitar ao máximo essas datas tão queridas pelos brasileiros, alavancar suas vendas e prosperar seu negócio.

Boas Vendas!

Referências

- [1] REDAÇÃO, Da. **Conheça as datas comemorativas e feriados de junho de 2022**. 2022. Disponível em: <https://exame.com/pop/conheca-as-datas-comemorativas-e-feriados-de-junho-de-2022/>
- [2] BRASIL, E-Commerce. **Negócios LGBTQIA+ e seu potencial como nicho de mercado**. 2022. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/negocios-lgbtqia-e-seu-potencial-como-nicho-de-mercado>
- [3] LADEIRA, W; SANTINI, F. Merchandising e promoção de vendas: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet / Wagner Ladeira, Fernando Santini. – São Paulo: Atlas, 2018.
- [4] CONTENT, Redator Rock. **Como aprimorar a experiência do cliente na sua empresa?** 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/experiencia-do-cliente/#:~:text=A%20experiência%20do%20cliente%20é, presente%20na%20memória%20do%20consumidor.>
- [5] SILVA, José Roberto da. **Atmosfera de Varejo**. 2017. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/atmosfera-de-varejo-josé-roberto-silva/?originalSubdomain=pt>
- [6] RAMOS, Ana Julia. **Product placement: o que é e como usar**. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/product-placement/#:~:text=O%20merchandising%20consiste%20em%20qu, alquer.nos%20famosos%20programas%20vespertinos%20brasileiros>
- [7] CAMARGO, Gabriel. **Saiba como se aproximar dos seus consumidores com o Marketing Promocional**. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-promocional/#:~:text=A%20ideia%20é%20levar%20a, as%20suas%20chances%20de%20conversão>
- [8] CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Logistas. **Notificações de aplicativos de lojas são os principais canais que levam às compras por impulso, aponta estudo CNDL/SPC Brasil**. 2021. Disponível em: <https://site.cndl.org.br/notificacoes-de-aplicativos-de-lojas-sao-os-principais-canais-que-levam-as-compras-por-impulso-aponta-estudo-cndlspc-brasil/>
- [9] SEBRAE. **Aplique a estratégia da compra por impulso para aumentar suas vendas**. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/aplique-a-estrategia-da-compra-por-impulso-para-aumentar-suas-vendas.2394434be3b81810VgnVCM100000d701210aRCRD>
- [10] LADEIRA, W; SANTINI, F. **Merchandising e promoção de vendas**: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet / Wagner Ladeira, Fernando Santini. – São Paulo: Atlas, 2018.
- [11] MERCANTIL, Monitor. **Namorados: varejo físico teve aumento de 47%**. 2022. Disponível em: <https://monitormercantil.com.br/namorados-varejo-fisico-teve-aumento-de-47/>
- [12] MERCANTIL, Monitor. **Comércio eletrônico teve aumento de 115% nas vendas nos Namorados**. 2022. Disponível em: <https://monitormercantil.com.br/comercio-eletronico-teve-aumento-de-115-nas-vendas-nos-namorados/>
- [13] IN, All. **Relatório Dia dos Namorados 2022**. 2022. Disponível em: <https://allftp.allin.com.br/branding/relatorios/relatorio-dia-dos-namorados-2022.pdf>
- [14] GLOBO. **O que esperar para o Dia dos Namorados?** 2023. Disponível em: <https://gente.globo.com/infografico-o-que-esperar-para-o-dia-dos-namorados/>
- [15] PONTALTECH. **Dicas para criar uma campanha para o Dia dos Namorados 2023**. 2023. Disponível em: <https://pontaltech.com.br/blog/planejamento-estrategico/dia-dos-namorados/>
- [16] LADEIRA, W; SANTINI, F. Merchandising e promoção de vendas: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet / Wagner Ladeira, Fernando Santini. – São Paulo: Atlas, 2018.
- [17] OLIST. **Ideias para vender no Dia dos Namorados 2023: dicas para faturar mais!** 2023. Disponível em: <https://olist.com/blog/pt/como-vender-mais/inteligencia-competitiva/como-vender-mais-no-dia-dos-namorados/>
- [18] VASQUES, Elyn. **Comemorações de festa junina trazem fôlego à economia criativa e local**. 2022. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/economia/comemoracoes-de-festa-junina-trazem-folego-a-economia-criativa-e-local/>
- [19] TURISMO, Ministério do. **Movimentação econômica das festas juninas cresce e ultrapassa os R\$ 3,4 bi**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/movimentacao-economica-das-festas-juninas-cresce-e-ultrapassa-os-r-3-4-bi>
- [20] SOUZA, Tofano, Colnago. **As principais festividades no Pará**. 2019
- [21] COSTA, Ana Laura. **Quadra junina começa a movimentar lojas no centro de Belém**. 2023. Disponível em: <https://dol.com.br/noticias/para/807425/quadra-junina-comeca-a-movimentar-lojas-no-centro-de-belem?d=1>
- [22] INFOPRICE. **Festa junina no Varejo: como melhorar os lucros**. 2022. Disponível em: <https://www.infoprice.co/blog/festa-junina-varejo/>
- [23] INFOPRICE. **Retailment: o que é? Veja exemplos de lojas brasileiras. 2021**. Disponível em: <https://www.infoprice.co/blog/retailment-o-que-e-exemplos-de-lojas-brasileiras/>
- [24] BRASIL. **IBGE - CONCLA, CNAE 2.3**, 2022. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/>. Acesso em 01/mar/23 as 16h 30min.
- [25] BRASIL. **Receita Federal - Simples Nacional - SINAC**, Estatísticas, Brasília, DF, 2023. Disponível em: [http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Aplicacoes/ATBH/E/estatisticasSinac.app/EstatisticasOptantesPorCNAE.aspx?tipoConsulta=1&anoConsulta=](http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Aplicacoes/ATBH/E/estatisticasSinac.app/EstatisticasOptantesPorCNAE.aspx?tipoConsulta=1&anoConsulta=;). Acesso em 22/maio/2023 as 16h30min
- [26] BRASIL. **Empresas&Negócios - Portal do Empreendedor**, Estatísticas, Brasília, DF, 2023. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf>. Acesso em 22/maio/2023 as 18h10min
- [27] BRASIL, Ministério do Turismo. Brasília, DF, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/santos-juninos-unem-tradicionais-festividades-culturais-ao-turismo-religioso>



0800 570 0800

www.sebrae.com.br/para

2023