Quarta-Feira, 21 de Maio de 2025

A festa do Carnaval para o varejo brasileiro

MAURÍCIO STAINOFF

Época de viagens, folia e diversão, o retorno pleno do carnaval pode se tornar um forte aliado para a alavanca de vendas do varejo no mês de fevereiro. Além das andanças em estradas e rodovias, o Ministério do Turismo espera que a festa leve cerca de 46 milhões de brasileiros para as ruas do país.

Ao longo de 2020 e 2021, restrições e proibições por conta da pandemia de Covid-19 impediram a realização de eventos tradicionais de carnaval, consequentemente, a aceleração econômica proveniente das festas não foi vista.

São desfiles e bloquinhos espalhados pelas capitais do país, movimentando dinheiro para pequenos, médios e grandes varejistas. Do ambulante credenciado vendendo nas ruas, a grandes restaurantes e mercados; todos desenvolvendo vendas durante o período. No setor alimentício, a Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) prevê uma elevação de 30% nas vendas neste ano.

Além do consumo de alimentos e bebidas, o setor têxtil desempenha um papel importante para a data. Confecções e lojas de fantasias colocam a produção na avenida e aceleram a criação de adereços para os foliões. Máscaras, paetês, tiaras e capas fazem parte dos itens indispensáveis no figurino carnavalesco.

E os adereços, decorações e detalhes do carnaval são peça-chave para o comércio atrair o consumidor interessado na data. Para acertar em cheio nas vendas da época e cair na folia, a utilização de cartazes, banners, serpentinas, glitter, lantejoulas, podem ser estratégias para chamar a atenção do público e aumentar as chances de venda.

Outra iniciativa são promoções e ofertas. Seja para roupas, calçados, acessórios ou para o setor alimentício, as promoções atraem o cliente para o estabelecimento antes de sair desfilando em algum bloquinho. Ficar atento ao horário de funcionamento é essencial para garantir as vendas no carnaval, fazendo uma análise do período de maior movimento de consumidores.

O consumidor quer cair na folia, no estilo “abre alas que eu quero passar”, e curtir o carnaval; já o lojista quer aproveitar a data para faturar em uma das datas de maior movimentação nas ruas do país.

Maurício Stainoff é especialista em mercado de consumo e varejo e presidente da FCDL-SP (Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Estado de São Paulo)