

VAREJO

Venda de itens adultos pode subir 30% pelo 12 de junho

Segundo associação do setor, a projeção de crescimento para o varejo em 2013 é de 12% em relação ao registrado no Dia dos Namorados de 2012

SÃO PAULO

Um dos setores varejistas que mais cresce com o Dia dos Namorados é o de produtos eróticos. Só no ano passado, foi registrado um crescimento de 15% em comparação com 2011, sendo que, no último trimestre de 2012, o aumento do volume de vendas foi na ordem de 35% em relação ao período anterior. As vendas diretas, com a proposta de trazer mais conforto e comodidade a clientes, têm se mostrado uma importante ferramenta para este nicho.

O mês de junho é o período mais importante para as redes especializadas na venda do setor.

Paula Porto, diretora e sócia da empresa Madame G, prevê aumento intenso nas vendas por causa da ocasião. "Realmente esta época do ano é muito favorável. As vendas chegam a um crescimento de 30%, e o segmento permanece aquecido por todo o mês de junho. Em comparação ao ano de 2012 e pela curva ascendente em 2013, espero crescimento de 9% a 13% nos próximos meses."

A Madame G possui um catálogo impresso composto por cerca de 500 produtos, enquanto o sortimento disponível na loja virtual é muito maior, variando en-

tre 2.500 e 3.000 itens.

A empresária, cuja empresa trabalha com vendas diretas há cinco anos, acredita que os negócios estão sendo alavancados pelo maior valor agregado aos produtos e também pela desinibição por parte do público feminino.

De acordo com dados da Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (Abeme), nos sexshops tradicionais, mulheres representam cerca de 65% dos compradores. Já quando se trata do modelo de venda direta, o percentual sobe para 88%.

A presidente da Abeme, Paula Aguiar, acredita que a data seja a mais importante para o comércio de produtos sensuais e eróticos. "Trabalhamos atualmente com uma projeção de crescer 12% em relação à mesma data do ano passado. Mensalmente, são vendidos em média 7 milhões de itens, e a nossa expectativa é alcançar neste mês a marca de 9 milhões", comenta a executiva.

Paula Aguiar ainda explica que as classes média e média baixa são as maiores consumidoras de produtos eróticos por venda direta. "Hoje temos estimativa de 85 mil mulheres trabalhando como consultoras principalmente para as classes C e D nesse mercado. O que deve ser destacado é que a mesma revendedora de marcas consagradas nesse modelo, como Avon, Natura e Jequiti, leva a suas clientes catálogos de produtos sensuais."



Mauricio Salvador

Ao avaliar as tendências do mercado de vendas diretas, a presidente da Abeme acredita em um crescimento, mas de forma generalizada. "Em volume de vendas e faturamento, a consultora representa um valor baixo,

com o tíquete médio girando em torno de R\$ 10 e R\$ 20, sobretudo por causa do público-alvo. Acredito que esse valor sempre ira se manter baixo, o que pode aumentar é a força de venda, a estimativa geral.

Na opinião de Tiago Oliveira, sócio da loja de produtos eróticos Doce Caminho, as vendas diretas são responsáveis por englobar uma grande parcela do público feminino. A empresa conta com o sistema porta a porta e recentemente também introduziu o comércio eletrônico. "Acredito que os consumidores por venda direta sejam quase 90% mulheres", comenta o empresário. "Para o mercado de produtos eróticos, o Dia dos Namorados seria algo equivalente ao Natal; estimo um crescimento de 15% a 25% nas vendas".

E-commerce

Ainda que o Dia dos Namorados não movimente uma quantidade tão grande de vendas como o Dia das Mães ou o Natal, a data é considerada crucial pelos setores do varejo. O e-commerce, por exemplo, prevê um faturamento de até R\$ 1,24 bilhão no período entre o dia 27 de maio e 12 de junho, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (AB-

Comm). As categorias mais vendidas na ocasião são moda, saúde, beleza e informática.

O presidente da ABComm, Maurício Salvador, afirma que o crescimento das vendas para o Dia dos Namorados deve ter um aumento entre 28% e 29% em relação ao ano passado.

Ele afirma que o varejo eletrônico se beneficia cada vez mais cedo das compras em datas comemorativas.

"O e-commerce realmente fidelizou, quem comprou ano passado vai continuar comprando esse ano, e vamos contar com novas experiências. Um fator interessante é que as datas sazonais na internet esticam um pouco um o período. Nós observamos que a data de vendas do Dia dos Namorados começava 14 dias antes de 12 de junho, e hoje já começa por volta de 17 dias. Cada vez mais pessoas compram com mais antecedência, para pagar menos frete e aproveitar ofertas", diz Salvador.

A Giuliana Flores é uma das empresas que esperam atingir grande aumento nas vendas devido à ocasião. A expectativa é atingir um crescimento de 25% em relação ao Dia dos Namorados do ano passado.

A data representa aproximadamente 60% de toda a receita bruta de vendas do mês de junho e cerca de 6% do faturamento anual.

IGOR UTSUMI

Publicamos 4.695 reportagens sobre

VAREJO

www.dci.com.br

www.panoramabrasil.com.br