

Parabólica Econômica

Flávio Resende

e-mail: flavioresende@gmail.com - Tel.: (61) 3242-9058



FOTO: TELMO XIMENES

NOTAS

Varejo

Comércio deve vender 1,4% a mais em 2017

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) revisou suas expectativas para o varejo ampliado em 2017 de +1,2% para +1,4%. Para o conceito restrito, projeta alta de 1,0%. Segundo a entidade, o setor vem se aproximando da recuperação após três anos de quedas, mesmo que lentamente. Essa revisão ocorreu depois que a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada nesta terça-feira (13) pelo IBGE, mostrou que, em abril, o faturamento do comércio varejista no conceito ampliado cresceu 1,5%, na

comparação com março, já descontados os efeitos sazonais. Segundo o IBGE, essa foi a quinta alta registrada nos últimos seis meses e o segundo melhor resultado do varejo desde abril de 2016 - em janeiro deste ano, o varejo no conceito ampliado apurou variação de +3,0%. Nessa base comparativa, destacaram-se positivamente os ramos de vestuário e acessórios (+3,5%) e de equipamentos de informática e comunicação, cuja variação mensal observada em abril (+10,2%) foi a maior desde novembro de 2015 (+16,0%).

Moda

Highstil celebra primeiro ano de atuação em Brasília

Referência em moda masculina e maior produtora de pólos da América Latina, a Highstil realiza no próximo dia 22 um coquetel especial em sua loja no ParkShopping Brasília, celebrando seu primeiro ano de atuação como loja própria na capital federal. A partir das 17h, formadores de opinião, amigos e imprensa serão recebidos neste momento especial.

“Essa é uma data muito especial para a marca, que iniciou sua expansão através de lojas próprias no Centro-Oeste através dessa loja em Brasília”, destacou Ron Horowitz, diretor da Highstil. “Neste primeiro ano de atuação, temos conquistado o público brasileiro, exigente por vestir-se bem e com muito conforto

e qualidade”, completa. Desde 1969 atuando no mercado de moda masculina, a Highstil tem como grande diferencial a produção vertical e 100% nacional de seus produtos - desde o cultivo de algodão na Bahia, passando pela fiação em João Pessoa, pela tecelagem e tinturaria no interior de São Paulo, e finalizando com a confecção na capital, que permitiu ser reconhecida pela qualidade de suas camisas polos e conquistar a expressividade que apresenta em mais 20 lojas próprias e 2.500 multimarcas pelo Brasil. Além disso, a Highstil acabou de inaugurar uma fábrica no interior de São Paulo para produzir também as melhores camisas do mercado.

Internet

Vendas do e-commerce crescem 5,1% no Dia dos Namorados

O e-commerce faturou R\$1,71 bilhão, alta de 5,1% ante o mesmo período de 2016, aponta o monitoramento da Ebit, empresa referência em informações sobre o comércio eletrônico brasileiro. O número de pedidos cresceu 7,2%, para 4,070 milhões, e o ticket médio foi de R\$420.

Os smartphones, tradicionalmente o produto com maior volume de vendas do e-commerce no Brasil, lideraram a lista de presentes mais comprados para presentear os namorados. Completam o ranking dos cinco presentes mais comprados: livros, relógio de pulso, perfume e tênis.

Para Pedro Guasti, CEO da Ebit, o resultado está de acordo com a expectativa do mercado para a data. “Dos cinco produtos mais vendidos excetuando-se os smartphones, temos produtos com preços abaixo do ticket médio de compras o que demonstra alternativas muito acessíveis para presentear os namorados em tempos de orçamento reduzido”, disse.

Ao contrário de outras datas, o monitoramento da Ebit mostra que o brasileiro não deixou para comprar o presente dos namorados na última hora. Os dias 5 e 6 de junho foram os que registraram as maiores concentrações de vendas.

Confira as cinco categorias mais pedidas:

Subcategorias	Share Pedidos
Celular e Smartphone	16,8%
Livros	5,4%
Relógio de Pulso	5,1%
Perfume	4,8%
Tênis	3,2%

ENTREVISTA

Tiago e Felipe Fonseca - Diretores da The Drink Shop

Bebidas exóticas em Águas Claras



Cada vez mais, Águas Claras se consolida como um importante polo gastronômico do Distrito Federal. De franquias de restaurantes a empreendimentos próprios, o bairro tem atraído investimentos

que atendem os mais variados gostos. Com ambiente ideal para quem aprecia um bom happy hour, a The Drink Shop é um destes locais. A loja une a criatividade e a ousadia de bebidas diferenciadas - de drinks a cervejas especiais - a um espaço aprazível, onde é possível ainda apreciar uma boa música. A carta, cuidadosamente montada em parceria com o mixologista **Avener Viera**, possui variedade de sabores para os gostos mais exóticos, a exemplo da ousada caipirinha de pepino. The Drink foi concebida com o intuito de fugir dos modelos do comércio varejista de bebidas e, para isso, buscou um conceito que prioriza a proximidade com o cliente, oferecendo um ambiente agradável e convidativo, agregando o serviço ao produto. Comandada pelos irmãos e sócios, Felipe (atua no ramo de bebidas há mais de dez anos) e **Tiago Fonseca** (sommelier de cervejas), a loja foi então inspirada na vivência de ambos em viagens e em visitas a estabelecimentos similares - como as lojas de “duty free” -, mas sempre com o toque original de cada um. Confira, a seguir, a entrevista com os dois irmãos e sócios:

Como surgiu a The Drink Shop?

Tiago Fonseca - No mercado de bebidas há mais de 30 anos, a atuação das empresas de nossa família sempre estiveram voltadas para o atacado. Esse foco começou a mudar em 2007, quando um espaço voltado para o varejo foi aberto em nossa atacadista. Com as experiências ganhas nesse espaço (e com outras ideias que surgiram), vimos o momento para a criação de um novo conceito de loja de bebidas. Com o intuito de fugir dos modelos existentes de comércio varejista de bebidas, buscamos um conceito mais próximo do cliente, que garantisse um ambiente agradável e convidativo, agregando, assim, o nosso serviço ao produto. E foi então que chegamos à The Drink Shop.

E as inspirações para esse conceito vocês também buscaram fora do Brasil?

Felipe Fonseca - Seguimos uma linha original de conceito, mas fomos mais abrangentes e fugimos do ‘mesmismo’ do mercado. Algumas coisas, no entanto, não podemos negar, foram inspiradas em outros locais, muitos deles provenientes de nossa própria vivência. O ambiente, por exemplo, possui inspiração em lojas que já visitamos, mesmo que de outros ramos. Comumente somos comparados a lojas de ‘duty free’ e, de fato, esta foi uma de nossas inspirações, bem como tantos outros lugares. No entanto, buscamos dar nossos próprios toques a tudo que fazemos aqui.

Qual o diferencial da loja com relação às demais do mercado?

Tiago Fonseca - Dentre os diferenciais de nossa loja, frisamos que a experiência do cliente é o principal. Queremos que a vinda de qualquer pessoa à The Drink Shop se torne inesquecível, por isso investimos no bom atendimento, na consultoria dos produtos que estão à venda, na beleza do ambiente e na qualidade dos nossos drinks. Para nós, além de gostar, é importante que o cliente elogie, recomende aos amigos e volte outras vezes.

Felipe Fonseca - Grande parte dessa experiência é vivenciada no The Bar, espaço que proporciona a degustação e a aprendizagem de drinks. Fazemos questão de disseminar aos nossos clientes os nossos conhecimentos sobre as bebidas que vendemos e fazemos. Auxiliamos então na escolha da bebida, do presente ou mesmo na elaboração de drinks para uma reunião em sua casa.

SERVIÇO:

The Drink Shop

Lt. 3 - Lj. 5 - R. 12 Norte - Águas Claras

Tel.: (61) 3254 - 8788

E-mail: contato@thedrinkshopbrasil

Facebook: @thedrinkshopbrasil