

Dia dos Namorados deve aquecer vendas no comércio do DF

Instituto Fecomércio-DF aponta que 64,2% dos brasilienses pretendem presentear

Por Isabel Dourado

Com a chegada do Dia dos Namorados, comemorado na sexta-feira, dia 12, pesquisa do Instituto Fecomércio-DF revela que 64,2% dos consumidores pretendem comprar presentes para a data. Entre os lojistas do Distrito Federal, 63,7% esperam vendas maiores, percentual acima dos 60,2% apurados no ano passado. O índice de otimismo do setor ficou em 20,3%.

Outros 30,7% dos empresários acreditam que o volume de vendas permanecerá estável em relação ao mesmo período anterior, enquanto 5,6% projetam retração. Entre aqueles que esperam crescimento, os fatores mais mencionados foram o potencial de aquecimento das vendas proporcionado pela data comemorativa (33,54%) e as promoções realizadas no período (22,56%). Já entre os que preveem queda nas vendas, a crise econômica aparece como principal motivo de preocupação, sendo citada por 80% dos respondentes.

Segundo o economista Ciro de Avelar, com a queda da taxa Selic para 14,5%, a tendência é que as pessoas aumentem o consumo.

“É um sinal de que haverá um aquecimento da economia e da atividade econômica, principalmente no varejo, que já vem sendo bastante prejudicado em razão da ainda



Fecomércio-DF

Instituto aponta que 64,2% dos consumidores pretendem comprar presentes

elevada taxa de juros. Apesar de a Selic ter chegado agora a 14,5%, o Banco Central ainda não considera essa uma redução muito acentuada. Porém, em comparação com o ano passado, temos uma taxa menor, o que aumenta a propensão ao consumo”, explica.

Para as vendas deste ano, 31,5% dos lojistas ampliaram os estoques. Além disso, 80,7% pretendem investir em estratégias voltadas à data comemorativa, com destaque para as promoções (26,36%) e as vitrines temáticas (12,79%).

Gastos

O presidente do Sistema Fecomércio-DF, José Aparecido Freire, afirma que apesar do levantamento ter revelado que 64,2% dos consumidores pretendem presentear, o nível de cautela com o gasto está maior.

“A pesquisa mostra que o setor está confiante, mesmo em um ambiente econômico ainda desafiador para muitas famílias por conta do endividamento. Há intenção de consumo e uma expectativa positiva por parte dos empresários, mas tam-

bém uma cautela maior no gasto, o que exige do comércio estratégias bem planejadas para atrair o consumidor”, afirma.

Em relação aos preços, o levantamento revela que 74,2% dos lojistas pretendem manter as mesmas faixas do ano passado. Cerca de 21,8% planejam reajustar os valores, com aumento médio de 5,2%, motivados principalmente pelo reajuste anual, apontado por 51,9% dos entrevistados. Entre os 4% que cogitam reduzir os preços, a principal

justificativa foi conquistar mais clientes, mencionada por 40%.

O levantamento apontou uma queda de 7,5% no ticket médio dos consumidores, que passou de R\$ 242 para R\$ 223,86. Mesmo com a redução, os itens mais procurados seguem concentrados em categorias tradicionais da data. As roupas lideram a intenção de compra (25,7%), seguidas por cosméticos e perfumes (13,5%) e calçados (11,7%).

No que diz respeito ao local das compras, as lojas de shopping lideram entre os brasilienses, com 44% das intenções. Em seguida, aparecem as lojas de rua e de bairros, com 29%. Juntas, elas concentram 73% das escolhas para o Dia dos Namorados.

Pagamento

Além disso, o levantamento da Fecomércio-DF revela que 51% dos clientes planejam pagar as compras no crédito. Entre os lojistas, 77,4% esperam vendas nessa modalidade, enquanto 16,1% apostam no Pix ou transferência e 6,5% no débito.

Já entre os consumidores que não vão comprar presentes, 59% afirmaram não ter a quem presentear, 22% apontaram dificuldades financeiras e 15% relataram estar desempregados. Outros motivos citados foram não gostar de presentear na data e ter outras prioridades, ambos com 2%.

UnB desenvolve app de saúde para idosos

Divulgação/FAP-DF

A Universidade de Brasília (UnB) desenvolveu uma tecnologia voltada à ampliação do acesso de pessoas idosas aos serviços digitais de saúde. Com apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAP-DF), o Digihealth Techkit (BSB) reúne aplicativo, e-book e conteúdos interativos para auxiliar moradores com 45 anos ou mais no uso de ferramentas digitais ligadas ao cuidado com a saúde.

A iniciativa é desenvolvida pela Faculdade de Ciências e Tecnologias em Saúde e pela Universidade do Envelhecer (UniSER/UnB). O objetivo é facilitar o acesso a informações confiáveis, exames, consultas e outros recursos em plataformas digitais, reduzindo dificuldades encontradas por parte desse público.

O projeto é coordenado pela professora Camila Alves Arede, vinculada ao curso de Farmácia da UnB. O foco do trabalho está no desenvolvimento da chamada literacia digital em saúde.

O conceito se refere à capacidade de utilizar tecnologias para buscar informações confiáveis, acessar atendimentos e tomar decisões relacionadas ao próprio cuidado de forma mais segura.

O aplicativo encontra-se no nível de maturidade tecnológica 7 (TRL 7), classificação que indica estágio avançado de maturação. Nessa etapa, o protótipo já funciona em ambiente real e passa por avaliações com usuários.

A ferramenta ainda receberá ajustes antes de uma futura disponibilização para download.

O projeto também prevê a adaptação do e-book (livro digital) Digihealth BSB, estruturado a partir do conceito japonês Ikigai, associado à busca por propósito e realização. No projeto, a referência é utilizada para abordar temas ligados ao autocuidado, à aprendizagem contínua e à participação social. Um dos diferenciais da proposta é o desenvolvimento centrado nos usuários.

Os recursos foram planejados

considerando as necessidades de pessoas que tiveram pouco contato com tecnologias digitais ao longo da vida. Para isso, a equipe utiliza linguagem simples, navegação intuitiva e organização didática das informações.

A validação envolve pessoas idosas do DF, incluindo participantes e egressos do Curso de Educador Político Social em Gerontologia da UniSER/UnB. As contribuições ajudam a identificar dificuldades de utilização e aperfeiçoar a experiência.

O app utiliza gamificação, com desafios e atividades interativas, além de códigos QR que direcionam os usuários para conteúdos complementares.

A iniciativa integra ainda a versão brasileira da plataforma SMARTageCARE, um projeto internacional desenvolvido pela Universidade do Porto e pela organização 4Humanz Consultancy and Research, adaptando soluções voltadas à população idosa para a realidade brasileira.



Projeto busca facilitar contato com serviços digitais de saúde