



**SEBRAE**



SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARÁ

FERNANDO YAMADA  
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

FABRIZIO GUAGLIANONE  
Diretor Superintendente

HUGO SUENAGA  
Diretor Técnico

ANDRÉ FERNANDES DE PONTES  
Diretor Administrativo e Financeiro

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E MERCADO

CLEMILTON JANSEN HOLANDA  
Gerente da Unidade

WALDINÉA DO SOCORRO CASTRO DE ANDRADE  
Analista

ADAUTO LOBO DE OLIVEIRA  
Analista

ALESSANDRA KELMA DE SOUZA  
Analista

FELINTO COELHO MENDES  
Analista

EDUARDO PEREIRA CARNEIRO  
Analista

MARYELLEN LIMA RODRIGUES PINTO  
Analista

JULIO CESAR CONCEIÇÃO DE MELO  
Analista



INFORME DE MERCADO

# Halloween

## Sumário

Oportunidades de negócio para o Halloween 9

Como é o mercado do Halloween no Brasil? 6

Como é o Halloween nos EUA 4

A origem do Halloween 3

16 Sugestões para atrair mais clientes e vender mais

23 Dicas para um bom negócio

24 Como o Sebrae/PA pode ajudar

25 Links úteis para consulta

27 Glossário





## A origem do Halloween

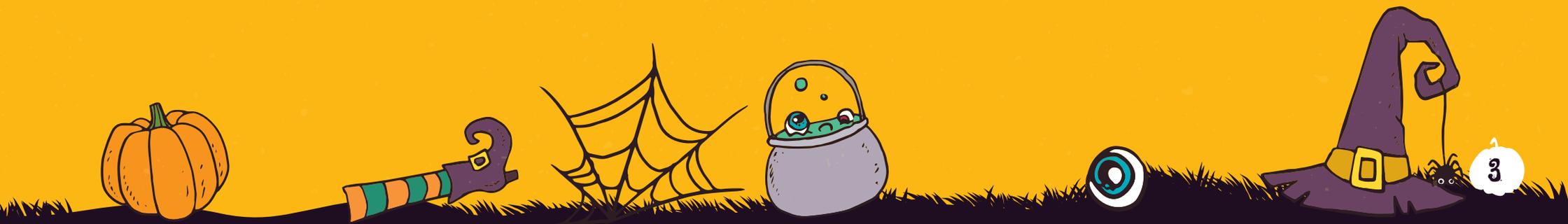
Cidades iluminadas, casas decoradas, ruas coloridas e cheias de crianças e adultos fantasiados, e a tradicional pergunta: “Trick or treat?” – que na tradução para o português significa “gostosuras ou travessuras?”; são algumas características típicas do mês de outubro, mais precisamente do dia 31, em diferentes regiões do globo.

O *Halloween*, ou Dia das Bruxas, como também é chamado no Brasil, teve início há centenas de anos antes de Cristo, por um povo que habitou a Grã-Bretanha e a França, e que praticava rituais celtas na noite de 31 de outubro, como referência ao início do *Samhain* – uma importante celebração que marcava o Ano-Novo celta, o fim da colheita e o início do inverno.

O período era considerado como a estação da escuridão e do frio e, segundo a mitologia desse povo, era um período associado aos mortos no qual era possível entrar em contato com o mundo dos desencarnados. Na crença, os fantasmas, demônios e fadas ficavam à solta durante a noite do dia 31 e para acalmá-los, os celtas precisavam deixar disponível leite e comida como oferenda.

O termo *Halloween* foi originado da expressão “*all hallows eve*” que em português quer dizer “véspera do dia de Todos os Santos”, em uma tentativa de colocar fim aos festejos pagãos do *Samhain*, em meados do século VIII.

A tradição de celebrar o *Halloween* iniciou na Europa, sendo incorporada às demais regiões através da migração dos povos durante os períodos de guerra. Nos Estados Unidos da América (EUA), por exemplo, a tradição do dia 31 de outubro foi fundida às comemorações locais pela colheita, por isso foram incorporados os espantalhos; além das bruxas em vassouras, gatos pretos, caveiras, abóboras, travessuras de crianças e outros elementos originários de lendas e tradições, que hoje são comuns aos cenários de *Halloween*.





## COMO É O MERCADO DE HALLOWEEN NOS EUA?

No decorrer dos anos, a celebração do dia 31 de outubro ganhou força nos EUA, a ponto de superar os países da Europa e ser considerado como a pátria do *Halloween* – principalmente por aqueles que desconhecem a origem da história.

De acordo com a pesquisa anual sobre o *Halloween*, divulgada no mês de setembro de 2017, pela *National Retail Federation e Prosper Insights & Analytics*, nos Estados Unidos esta celebração é considerada como o maior feriado não cristão - sendo previsto para o presente ano o recorde de vendas de US\$ 9,1 bilhões, como pode ser observado no gráfico 1. O valor representa um crescimento de 8,3% em relação a 2016, quando atingiu US\$ 8,4 bilhões em vendas.



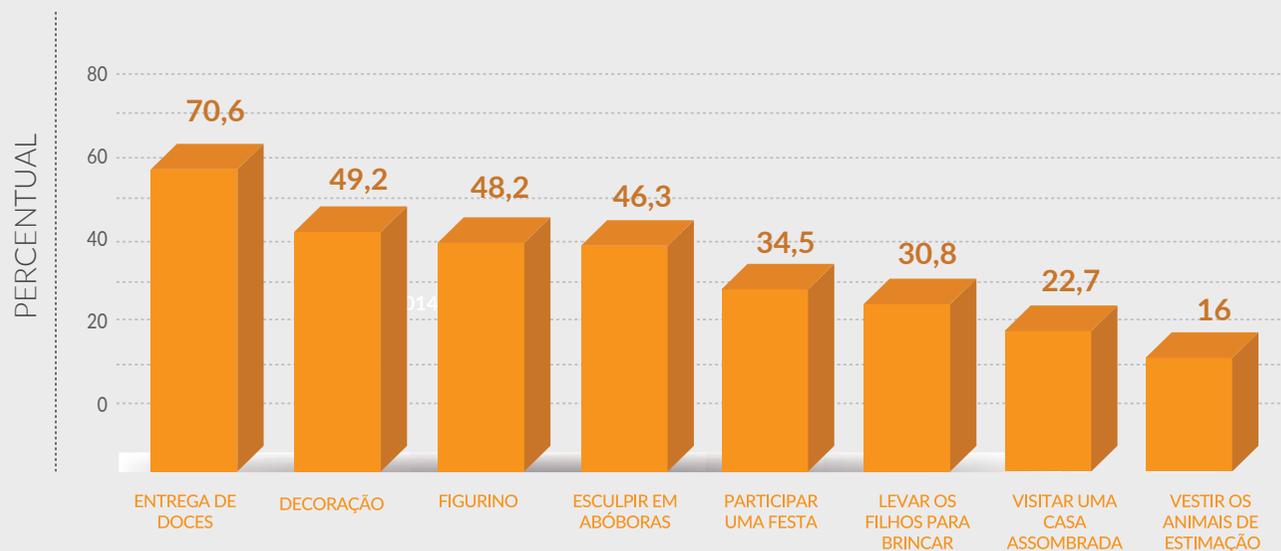
Fonte: NRF's Annual Halloween Spending Survey, conducted by Prosper Insights & Analytic, 2017





Ainda para este ano, espera-se que os 179 milhões de americanos que planejam participar das festividades de *Halloween*, gastem em média US\$ 86,13, em doces, decoração da casa, figurinos, esculturas em abóboras (como manda a tradição), entre outros. No gráfico 2 é possível observar em detalhes as ações a serem realizadas e o percentual de americanos que investirá em cada uma delas.

Gráfico 2 - Expectativa de gastos a serem realizadas pelos americanos na celebração do Halloween em 2017.



Fonte: NRF's Annual Halloween Spending Survey, conducted by Prosper Insights & Analytic, 2017.





## COMO ESTÁ HALLOWEEN NO BRASIL?



### Dica

Diferente do mercado americano, historicamente, aqui no Brasil as comemorações do *Halloween* nunca tiveram grande expressividade, a ponto de ser identificada uma grande escassez de informações relacionadas à esta temática e pouca mensuração de resultados comerciais, tanto por parte de lojistas quanto de instituições ligadas ao comércio.

Em contraste, apesar da carência de estudos e estatísticas para esse evento específico de mercado, percebe-se que ano após ano o mercado brasileiro importa mais costumes americanos e os ressignifica para

nossa cultura. Desde 2012, por exemplo, o *Halloween* vem ganhando cada vez mais adeptos à celebração e vem despertando a atenção de lojistas e empresários para as oportunidades geradas pela data.

Exemplo disso são as manifestações, cada vez mais comuns, e/ou grandes festas de *Halloween* em centros de eventos, clubes, casas noturnas e, principalmente, escolas infantis e de inglês do que ações “porta-a-porta” feito pelas crianças, como nos EUA; influenciando diretamente na busca por fantasias mais elaboradas, objetos de decoração característicos da época e doces.

As grandes festas temáticas começaram na cidade de São Paulo, e hoje se estendem por todo o Brasil. Apesar de ser um evento realizado em um único dia, a expansão para outras localidades, ratifica as oportunidades de negócios que podem surgir para quem deseja investir em algo fora do comum nesta época do ano, inclusive de cunho turístico, visto que a data é próxima ao feriado de Finados (dia 02 de novembro). Misturar a realidade com lendas nacionais e/ou locais e superstições é um dos segredos para ter sucesso neste tipo de evento.





A partir deste comportamento, o que se pode observar é que os promotores de eventos e, principalmente, os setores varejistas de fantasias, acessórios e itens de decoração são os mais demandados no Dia das Bruxas dos brasileiros — de maneira similar ao mercado americano nesta época do ano, como pode ser observado no detalhamento de suas intenções de gastos; demonstrando que há grande potencial e oportunidades para quem deseja entrar no mercado ou incrementar as vendas.

Nos últimos anos, o *Halloween* tem sido considerado pelos lojistas do setor de comércio da região Sudeste, em especial do centro comercial de São Paulo, como uma das datas mais importantes do calendário: segundo eles, no encerramento do mês de outubro, as vendas chegam a registrar crescimento entre 40% e 60%.



## Dica

Algumas lojas abrem espaços específicos para a oferta dos produtos com o tema *Halloween*, visando aumentar a visibilidade perante os concorrentes, facilitar a localização dos itens pelos consumidores e expor tudo o que tem de produto em estoque.

De maneira similar ao mercado americano, nota-se que no Brasil, entre o público infantil a maior procura é por fantasias completas enquanto que, entre os adultos, geralmente, a busca é mais direcionada para os acessórios que compõem o vestuário tradicional, como as capas, máscaras e chapéus.

Apesar do comportamento típico dos adultos, o que os comerciantes também têm percebido é o crescimento nas buscas por itens diferenciados ou que auxiliam na criação de uma fantasia única e exclusiva. Isto é, muitos têm investido na inovação e caracterização de personagens de filmes, séries e até mesmo desenhos animados ligados ao terror, contando para isto não apenas o investimento em roupas e acessórios, mas também em maquiagens profissionais artísticas e penteados que auxiliam na incorporação do personagem.

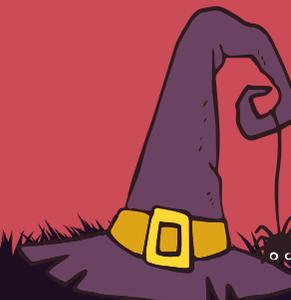




## Curiosidade

Influenciados por filmes de terror e seriados com tramas que envolvem mortos-vivos, em diversas partes do mundo surgiu um evento que reúne pessoas com fantasias macabras. Chamado no Brasil de "Zombie Walk" ou a "Marcha dos Zumbis", o evento leva às ruas de São Paulo, Belo Horizonte, Goiânia, Fortaleza e João Pessoa diversas pessoas fantasiadas incorporando seus personagens.

Além disso, em meio à crise econômica-social que se intensificou nos anos de 2015 e 2016, nota-se que consumidores adultos e adolescentes também têm optado por alugar fantasias e/ou acessórios somente para o dia do evento, em uma alternativa de se divertir com os amigos e familiares, mas sem gerar dívidas.





## OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO PARA O HALLOWEEN

Fruto da observação do mercado e do comportamento dos novos consumidores, nota-se que, nesta época do ano, nem só de fantasias e acessórios pessoais se vive. Pelo contrário, a cada ano, a data tem apresentado muitas oportunidades para empreendedores, micro e pequenas empresas e empresários de segmentos do varejo, como o de doces, convites e lembranças personalizadas, e vestuário. Para ficar mais claro, abaixo pontuamos algumas oportunidades de negócios para você:



### 1 maquiagens artísticas

Em virtude do crescimento de produções televisivas nacionais, da facilidade de acesso às informações e referências internacionais “hollywoodianas” (através de blogs e redes sociais) e da característica nata do povo brasileiro: de ser festivo! É que têm crescido o mercado para a produção de maquiagens artísticas, tanto no que tange a criação da arte em si quanto a comercialização de produtos de maquiagem de alta qualidade, e a oferta de cursos especializados nos diferentes segmentos da área.





INFORME DE MERCADO

# Halloween

## 2 Fantasias e acessórios

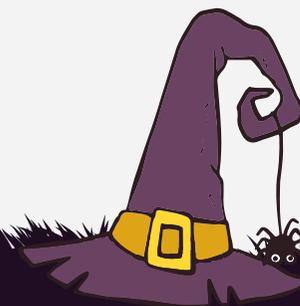
No período de crise financeira é que os brasileiros tendem a ser mais criativos e, claro, relutantes a fazer compras de produtos que não utilizarão com frequência, como as fantasias. Neste cenário, cresce a busca por ateliês de costura não apenas para fazer consertos tradicionais em fantasias ou outras peças de vestuário e/ou acessórios antigos, mas principalmente para dar novos significados, ou seja, adicionar novos elementos ou criar trajes novos a partir do personagem escolhido para se caracterizar.

Neste cenário, se manter atualizado sobre as novidades do cinema e das séries de televisão é um diferencial tanto para auxiliar os clientes quanto atrair novos, quando estão em busca de inspiração na internet.



## Dica

Nos Estados Unidos existem sites que mostram os termos de busca mais populares para fantasias. Usando dados do [Google Trends](#), os usuários conseguem visualizar um gráfico com as fantasias mais populares em cada cidade, o número de buscas e a categoria que aquela criação se encaixa, como revista em quadrinhos, televisão ou cinema. Através do site é possível descobrir quais são as principais tendências em fantasias e caracterizações para as comemorações de *Halloween*, bem como se antecipar as novidades que deverão ser utilizadas no Brasil.





### 3

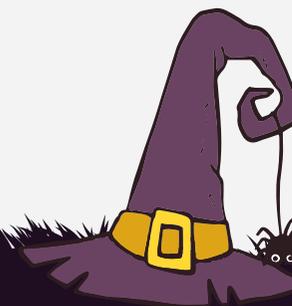
## Gostosuras ou travessuras?

Ainda que, atualmente, não haja dados específicos para o aumento das vendas que o *Halloween* proporciona ao segmento de balas e pirulitos, percebe-se seu crescimento a cada ano, através da antecipação dos pedidos (pelos lojistas) ao período de sazonalidade, geralmente iniciados no mês de julho, e da ampliação do portfólio de produtos por parte da indústria, com inovações em formatos, sabores, tamanhos e nomes de chocolates, balas, chicletes e pirulitos.



## Dica

Próximo ao período de comemoração do *Halloween* as principais marcas do segmento de balas e pirulitos lançam as novidades para a festividade. Para acompanhar o que há de novo e/ou as tendências é importante acompanhar as notícias das principais marcas, através dos sites institucionais, portais de notícias do varejo ou a Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados (ABICAB).





### 3 Gostosuras ou travessuras?



## Importante

Com as mudanças do portfólio de produto para atender a demanda sazonal do *Halloween*, as indústrias acabam se aproximando mais dos revendedores e/ou distribuidores, gerando assim melhores condições para o fechamento de parcerias e oportunidades para a realização de ações diferenciadas, em conjunto, no ponto de vendas. Uma excelente oportunidade para estreitar o relacionamento com o fornecedor e alavancar as vendas da categoria!

O *trade marketing* ou *marketing* de varejo têm como prioridade o relacionamento estratégico entre o fornecedor e os seus canais de venda, seja de varejo, atacado ou distribuidor. É uma atividade que tem como objetivo planejar os canais de venda, direcionar suas estratégias, melhorar seu posicionamento no mercado e garantir o bom desempenho e exposição da marca juntos aos potenciais consumidores.





## 4 Confeitaria temática

O segmento de festas infantis cresce 30% a cada ano, segundo os dados da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), e em conjunto com as festas também cresce o mercado de bolos e doces artísticos. A partir da definição do tema, no caso o *Halloween*, é possível criar bolos, *brownies*, *cupcakes*, *marshmallows*, brigadeiros, entre outros doces personalizados com a temática, através de técnicas e manuseio de produtos específicos de confeitaria.

Neste segmento as oportunidades existem tanto para quem deseja investir seu tempo na produção (criando um negócio próprio ou apenas gerando uma renda extra) quanto para quem tem habilidade para ministrar cursos em pontos de venda de produtos de confeitaria ou na internet, por exemplo.





# Informe de Mercado Halloween

## 5

### Convites e lembranças personalizadas

No *Halloween* a ambientação do espaço onde será realizado o evento é ponto crucial para o sucesso. Porém, existem outros elementos pré e pós evento que também são tão importantes quanto, como: os convites e brindes entregues no final das festas.

Com o advento da superprodução das festas infantis também se intensificou a personalização dos produtos, especialmente naqueles especializados na técnica de *scrapfesta*. A procura por este tipo de serviço tem sido crescente, se mostrando uma grande oportunidade tanto para os empreendedores que têm criatividade de sobra quanto para as papelarias que comercializam os itens de produção.



### Curiosidade

O conceito de *scrapfesta* surgiu da utilização da técnica de *scrapbook* na decoração de festas, permitindo um toque mais artesanal e original, principalmente, nos objetos de decoração. O termo *scrapbook* é similar a “álbum de recortes” que representa um livro com páginas em branco onde podem ser inseridas fotos, recortes de textos, imagens e outros elementos relacionados ao momento de registro. Contudo, a técnica se refere a sobreposição de imagens e papéis estampados, de diferentes tamanhos e formatos, por meio da colagem e aplicação de outros recursos de papelaria para dar destaque e/ou personalizar o objeto em questão.





## 6 Vestuário

De acordo com os dados sobre a intenção de gastos dos americanos nas comemorações do *Halloween* 48,2% pensam em investir no figurino, que são fantasias de personagens de histórias em quadrinhos, filmes, monstros e etc... Todavia, como já foi observado, no Brasil os costumes de caracterização entre os adultos são diferentes, abrindo novas oportunidades para quem deseja entrar no mercado para aproveitar a ocasião.

Isto significa que, para se diferenciar nesta época do ano em segmentos com concorrência elevada, como o de vestuário, é válido apostar em estampas altamente customizadas com a temática do Dia das Bruxas, assim como em peças que podem ter acessórios removíveis, como capas ou cintos.





## SUGESTÕES PARA ATRAIR MAIS CLIENTES E VENDER MAIS

Planejar-se para o *Halloween* é fundamental para atrair novos clientes, aumentar as vendas e diversificar seus produtos/serviços. Pensando nisso, separamos algumas dicas para empreendedores e micro e pequenas empresas investirem no período e, assim atraírem mais clientes.

1

### Caracterização do seu ponto de venda

Nos eventos de *Halloween* a ambientação do espaço é determinante para o envolvimento das pessoas, criação do clima de “terror” e, claro, estímulo à imaginação tanto dos adultos quanto das crianças para o que irá acontecer na festa. Quanto mais caracterizado e detalhado o ambiente, melhor!

De igual maneira deve acontecer na loja, quanto mais caracterizada e atrativa a vitrine e demais áreas internas com os itens afins ao *Halloween*, melhor será para a alavancagem das vendas. Deve-se ter sempre em mente que os consumidores têm a tendência de comprar por impulso, logo, investir no tema, formar um mix de produtos coerentes, expor corretamente os itens, utilizar recursos de iluminação e sonorização, sem que haja uma poluição visual ou sonora, com certeza será um diferencial em relação à concorrência.





## 2 Merchandising na sua loja

O *merchandising* se refere a qualquer técnica, ação ou material promocional usado no ponto de venda que proporcione informação ao potencial consumidor e melhor visibilidade (destaque) as ofertas, produtos ou marcas, com o intuito de estimular e influenciar as decisões de compra dentro do ponto de venda.

Sabendo disto criar ilhas, terminais frontais em gôndolas ou espaços extras onde os produtos poderão ser expostos de forma agrupada e segmentada pela temática; divulgar a ação e as promoções em anúncios de massa; apostar em encartes de ofertas de *Halloween* com produtos que podem ser utilizados no evento, e não limitados apenas aos doces; expor o mix principal do evento, destacando tanto as ofertas quanto brindes e fantasias; fazer sorteios; e, investir em ações com recreadores, pinturas e maquiagem assustadoramente lindas e diferentes, além de distribuição de brindes, são algumas opções de como se diferenciar nesta época do ano.

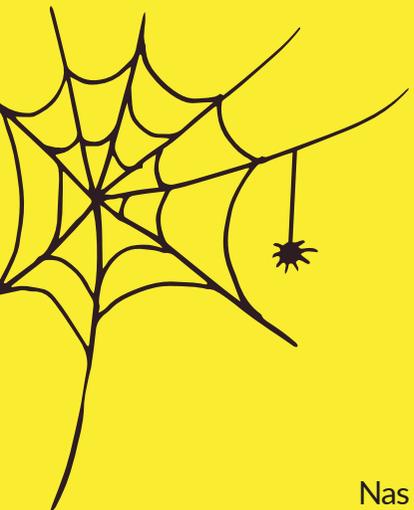
Engana-se quem pensa que, para atrair o cliente, basta ter variedade de produtos e bom preço. A arte está em encantar o consumidor, proporcionando uma compra com experiência inigualável!



### Dica

Investir no crescimento do *Halloween* e suprir as necessidades lúdicas dos consumidores é fundamental para que a data entre no calendário nacional como uma possibilidade a mais para os varejistas (e supermercadistas) colherem frutos, assim como já ocorre na Páscoa, Festa Junina e outras datas sazonais.

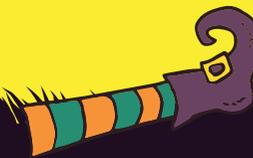
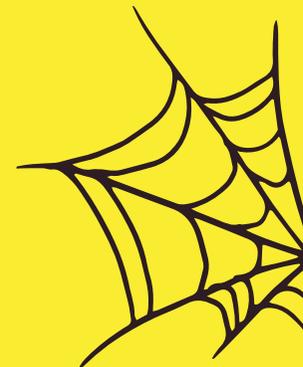




### 3

## Investimento na equipe de atendimento

Nas épocas de sazonalidade, como *Halloween*, é possível que seja necessário contratar mais colaboradores para suportar a demanda nos pontos de venda. Porém, apenas isso não é suficiente para garantir a satisfação dos clientes e nem a melhor experiência de consumo. É preciso treinar a equipe para a realização de um atendimento diferenciado, apresentar o mix de produtos que será ofertado e criar o clima de descontração, através da caracterização com fantasias, chapéus, máscaras e/ou outros acessórios. Mas, cuidado para não exagerar!





4

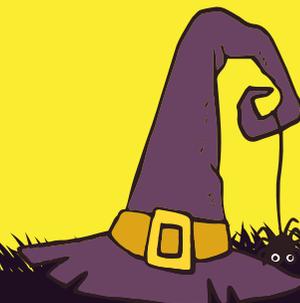
## Monitoramento e antecipação à concorrência

Observar o mercado e estar atento às tendências, e ações do concorrente é tarefa cotidiana, como você deve bem saber. Mas estar atento aos produtos não ofertados pelos concorrentes e, principalmente, se antecipar às necessidades do mercado especialmente nos períodos de sazonalidade, oferecendo, por exemplo, produtos para o *Halloween* meses antes da data, isto é diferencial!



### Importante

Tão importante quanto conhecer o mercado, suas tendências e concorrentes é saber como funciona o seu próprio negócio, quem são seus clientes e quais são seus verdadeiros desejos e necessidades, especialmente nas épocas de sazonalidade, afim de não investir em produtos que não terão aderência ao público e, conseqüentemente, rotatividade no estoque.





# 5

## Campanhas nas redes sociais

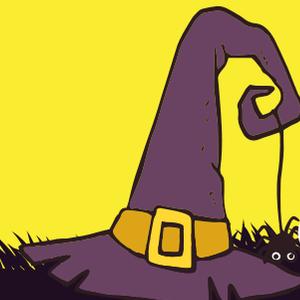
Atualmente, pensar em atração de (novos) clientes e planejar ações focadas apenas no ponto de vendas não é sinônimo de sucesso e aumento do faturamento. É preciso ir além, ir onde os seus clientes estão mais presentes, ir para as redes sociais! E isto não deve ser feito apenas nas vésperas do *Halloween* e como uma ação isolada; pelo contrário, deve ser feita com antecedência, de forma planejada e com estratégias e objetivos bem definidos.

Criar campanhas promocionais somente para os canais online, promover ações de engajamento entre os seguidores, estimular o compartilhamento de imagens ou informações, estimular os seguidores à ação (como entrar em contato, visitar o ponto de venda, indicar um amigo), inserir janelas de ofertas especiais no site ou investir em anúncios patrocinados são diferenciais que poderão manter seu negócio à frente da concorrência.



### importante

As janelas de ofertas podem ser apresentadas de diferentes formas no site institucional da empresa. Para decidir qual é a melhor opção é relevante pesquisar na internet suas funcionalidades ou entrar em contato com especialistas na área de marketing digital. Atualmente, enquanto opções mais comuns, existem os componentes modal e os pop ups.





## 6 experiências de consumo

O consumidor quando planeja adquirir um produto ele já sabe a jornada que irá percorrer, afinal, em todos os estabelecimentos o tratamento é o mesmo. Que tal surpreender este cliente com uma ação ou amenidade no ato da compra? Uma abordagem diferenciada, um doce temático ou brinde inesperado são ações simples, que ficarão marcadas em sua memória. E será compartilhada com os amigos, parentes ou até mesmo nas redes sociais.





## 7 Planejamento

O planejamento é uma atividade básica a todos os tipos de negócio e ações empresarias. Mas, quando se trata de ações sazonais, sua importância alcança outros patamares, em virtude da antecipação de ações frente aos concorrentes, prevenção de desperdício de verba e má alocação de recursos, muitas vezes, já escassos. É importantíssimo que as ações sazonais sejam planejadas com antecedência para que a empresa possa pesquisar e investir em novidades do mercado, reduzir custos de aquisição de produtos e executar as ações de divulgação corretamente e em tempo hábil.





## Dicas para um bom negócio



### Planejamento

O planejamento é uma atividade básica a todos os tipos de negócio e ações empresarias. Além de ajudar reduzir custos de aquisição de produtos e executar as ações de divulgação corretamente e em tempo hábil.

### Experiências de consumo

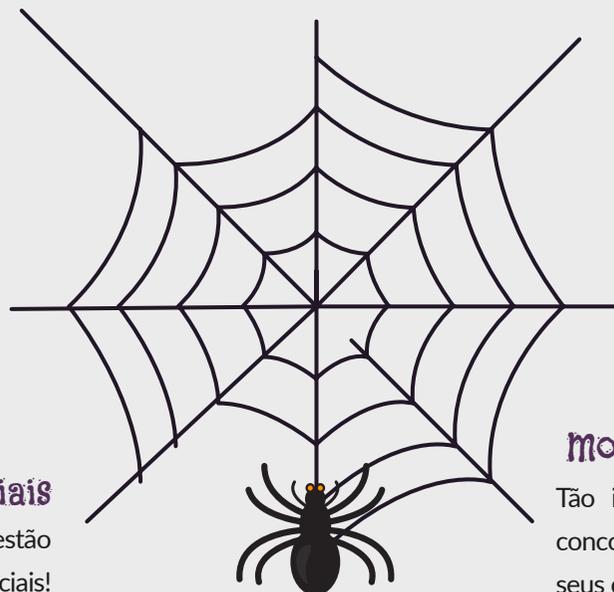
O consumidor quando planeja adquirir um produto ele já sabe o que deseja. Uma abordagem diferenciada, um doce temático ou brinde inesperado são ações simples, que ficarão marcadas em sua memória.

### Campanhas nas redes sociais

É preciso ir além, ir onde os seus clientes estão mais presentes, ir para as redes sociais!

### Merchandising na sua loja

Engana-se quem pensa que, para atrair o cliente, basta ter variedade de produtos e bom preço.



### Procure o SEBRAE

Ainda tem dúvida? Procure o SEBRAE para ter o melhor direcionamento para sua empresa se desenvolver.

### Caracterização do seu ponto de venda

A ambientação do espaço é determinante para o envolvimento das pessoas, criação do clima de "terror" e, claro, estímulo à imaginação tanto dos adultos quanto das crianças para o que irá acontecer na festa.

### Investimento na equipe de atendimento

É preciso treinar a equipe para a realização de um atendimento diferenciado, apresentar o mix de produtos que será ofertado e criar o clima de descontração

### Monitoramento e antecipação à concorrência

Tão importante quanto conhecer o mercado, suas tendências e concorrentes é saber como funciona o seu próprio negócio, quem são seus clientes e quais são seus verdadeiros desejos e necessidades





## COMO O SEBRAE PODE AJUDAR?

### CURSO PRESENCIAIS

#### CONSULTORIA SEBRAETEC

Conheça as inovações práticas e efetivas aos pequenos negócios. Este formato traz inúmeras soluções de capacitação e consultorias tecnológicas.

### CURSO ONLINE: EAD SEBRAE

#### MARKETING DIGITAL PARA O EMPREENDEDOR

Conheça e aplique o marketing digital aos seus negócios para alavancar os resultados da sua empresa.

#### PEQUENAS EMPRESAS NAS REDES SOCIAIS

Conheça as vantagens e os cuidados necessários para definir a presença digital de sua empresa na internet e prepare-se para decidir com segurança, sem riscos.

Ainda tem dúvidas?

Acesse [SEBRAE Mercados](#).





## Links Úteis

### [Associação Brasileira de Empresas de Eventos \(ABEOC\)](#)

A associação tem entre seus objetivos a orientação dos interessados em como proceder para atuar na área de eventos de acordo com a legislação.

### [Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados \(ABICAB\)](#)

A associação fomenta o desenvolvimento e o aprimoramento das indústrias mediante ações no mercado, estudos científicos e tecnológicos, bem como análises econômicas.

### [Associação Brasileira de Supermercados \(ABRAS\)](#)

A entidade tem como missão representar, defender, integrar, impulsionar e desenvolver o setor supermercadista do país.

### [Google Trends](#)

Demonstra as tendências, os dados e as visualizações mais recentes do buscador Google.

### [Portal NOVAREJO](#)

O portal é dirigido aos empresários e executivos do setor de varejo no Brasil, com foco em estratégia, inovação e gestão.





## GLOSSÁRIO

**All hallows eve:** Expressão inglesa que significa “véspera de Todos os Santos”.

**Hollywoodianas:** Expressão que se refere a pessoas ou coisas que são oriundas ou relacionadas às produções cinematográficas de Hollywood.

**Merchandising:** É o conjunto de atividades de marketing e comunicação destinadas a identificar, controlar, ambientar e promover marcas, produtos e serviços nos pontos de venda. É o responsável pela apresentação destacada de produtos na loja, criando espaço e visibilidade de maneira tal que acelere sua rotatividade.

**Mix:** Combinação de diferentes tipos de produtos que formam uma categoria.

**Modal:** Boxes simplificados e flexíveis de diálogo em sites, com tamanho padrão de 550 px de largura, ou menores de 450 px de largura, geralmente utilizados para mostrar mensagens de alerta.

**Pop up:** Box que abre em sites apresentando informações de destaque ou, na maioria dos casos, publicidades e anúncios.

**Scrapbook:** Termo que se refere a “álbum de recortes”, que representa um livro com páginas em branco onde podem ser inseridas fotos, recortes de textos, imagens e outros elementos relacionados ao momento de registro. A técnica scrapbooking se refere a sobreposição de imagens e papéis estampados, de diferentes tamanhos e formatos, por meio da colagem e aplicação de outros recursos de papelaria para dar destaque e/ou personalizar o objeto em questão.

**Scrapfesta:** Aplicação da técnica de scrapbooking na decoração de festa.

**Trick or treat:** Expressão americana comumente utilizada por crianças nas brincadeiras do dia do Halloween, que em português significa “gostosuras ou travessuras.”





SEBRAE/PA



@SEBRAE/PA



@SEBRAE/PA

0800 570 0800 | [WWW.PA.SEBRAE.COM.BR](http://WWW.PA.SEBRAE.COM.BR)  
2017