



Patrícia Comunello, de Nova York
 patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Quer alugar seu imóvel para farmácias?

PLDA
 INTELIGÊNCIA EM REAL ESTATE
 51 99644 9434



CDL POA

Fecomércio RS
 CNC Sesc Senac
 Sindicatos

Slow retail aponta novo caminho para a loja física

Pai do conceito explica como deve ser o ponto para atrair clientes

Bem-vindo ao mundo do “slow retail”. A coluna Minuto Varejo conversou com o “pai” da expressão em inglês, Lee Peterson, da WD Partners, que fez uma das palestras mais disputadas na edição da NRF Retail’s Big Show de 2025, que foi de 12 a 14 de janeiro em Nova York. Peterson demarcou o novo caminho para o varejo físico também como forma de contrapor e ter atração frente à concorrência das compras online, cada vez mais “fast, fast, fast” (rápidas, rápidas, rápidas), principalmente na entrega: “‘Slow’ não significa ir devagar, mas fazer as coisas de uma forma melhor. Dedicar mais tempo e atenção a aspectos como funcionários (atendimento), produtos e observar as pessoas (que estão nas lojas)”, descreve Peterson, na conversa com a coluna. Além disso, o conferencista alertou para impactos da “proliferação” das entregas de pacotes” para o meio ambiente, um tema que deveria ter atenção de todo mundo. O especialista conquistou a plateia também ao destacar a presença dos brasileiros, maior grupo de participantes do exterior no evento. Peterson também alertou para impactos ambientais do digital (pacotes) e opinou que muitas redes estão fechando lojas no país, e entre grandes marcas varejistas, porque não se atualizaram. “O melhor foi fechar”, concluiu. Os atributos da nova loja (varejo físico) surgiram após uma pesquisa com mais de 2,2 mil pessoas nos Estados Unidos. Na apuração, 68% dos entrevistados indicaram que preferem comprar pelo online porque encontram os produtos e têm entrega rápida e listaram 25 razões para não consumirem no



“Não significa ir devagar, mas fazer melhor”, diz Peterson

físico, que vão da falta de atrativos, espaço desorganizado, mal atendimento, demora no pagamento (caixa) à falta de produtos. Para ir à loja, as pessoas sugeriram melhorar todos esses itens.

Minuto Varejo - O que é o “slow retail”?

Lee Peterson - Significa fazer as coisas melhor e dedicar mais tempo e atenção para aspectos como colaboradores (atendimento), produtos e como se observa as pessoas (fluxo na loja) e as coisas que você faz. O varejista pode ser rápido dentro desse conceito, mas tem de pensar o seu varejo de uma forma muito diferente. Desacelere para fazer algo certo, ao contrário de só fazer rápido.

MV - As pessoas têm tempo para ir à loja?

Peterson - Sim! Eles (varejistas) vão ter de fazer isso ou vão ter de fechar o negócio. Com a proliferação de entregas e pacotes que chegam no dia seguinte, é só uma questão de tempo. Pre-

cisamos desacelerar como no “slow food”. Fazer o que é melhor para que os clientes voltem e tenham uma ótima experiência. Outro detalhe: quase 90% das pessoas gostariam de consumir no comércio local em vez de shopping center. Isso tem muito a ver com desacelerar.

MV - E qual é o futuro da compra online?

Peterson - A compra digital sempre estará presente, mas é algo totalmente diferente das lojas, que têm mais emoção. A compra digital é tática, por isso precisa ter outra condução. Estamos tentando fazer rápido, rápido, rápido o tempo todo. Refletir sobre isso é importante para a saúde do planeta. O varejo em todo o mundo precisa pensar sobre os efeitos para o meio ambiente com tantos pacotes sendo entregues todos os dias.

MV - Por que tantas lojas estão fechando nos EUA?

Peterson - Fechar as lojas foi o melhor a fazer.



Aponte a câmera do seu celular para o QR Code e assista ao vídeo da entrevista

No Ponto

> A **CDL Porto Alegre**, com apoio do SindilojasPOA, promove o primeiro pós-NRF do Estado nesta quarta-feira, no Vista Pontal, no Pontal Shopping, em Porto Alegre, a partir das 18h30min. Inscrições pelo cdlpoa.com.br.



> O **Grupo Pereira**, dono do atacarejo Fort, com quatro lojas no Rio Grande do Sul, lança amanhã, no Instituto Caldeira, na Capital, o programa Grupo Pereira Startups (GPS), para impulsionar a inovação no setor. A ação abrange estados onde o grupo atua. “Novas lojas estão previstas no Estado e esta aproximação faz parte da visão estratégica da empresa em busca de tecnologia”, disse, à coluna, o diretor de TI do grupo, Alfredo Lopes.

> O **Índice de Confiança dos Empresários do Comércio Gaúcho** (ICEC-RS), da Fecomércio-RS, ficou em 105,2 pontos em dezembro, três pontos menos que novembro, quando subiu um ponto. Ante dezembro de 2023, a queda foi de 3,3 pontos. O dado de dezembro interrompeu a sequência de aumentos marginais, verificada desde agosto de 2024.

> **Indicadores de Inadimplência de Pessoas Físicas e Jurídicas**, calculados pela CDL-POA, apontam que as taxas de atraso de consumidores finais em dezembro voltaram ao pré-enchente de maio passado, ficando em 32,57% no Estado, e 33,33% em Porto Alegre, com altas frente a novembro. Entre as empresas, houve elevação no recorte estadual, chegando a 12,86%, e queda para 14,23% na Capital.

> A **rede taQi**, do grupo Herval, faz sua Liquida Total com descontos de até 70% nos pontos físicos e no e-commerce.

> O **Moinhos Shopping** ganhou duas novas marcas: Milky Moo, de milkshakes, e a Splash Boutique, de moda feminina e que já vestiu celebridades como Anitta e Gisele Bündchen.

> O **Shopping Iguatemi** terá o Megadiver, a partir de amanhã, com diversos brinquedos.



Coluna de quinta

A coluna de quinta-feira tem entrevista exclusiva com o CEO da Lojas Renner, Fabio Faccio.

PLDA
 INTELIGÊNCIA EM REAL ESTATE

Nenhuma tendência da NRF 2025 terá efeito se a loja não estiver no ponto certo.



plda.com.br



51 99644 9434