



Patrícia Comunello
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br



Além da edição impressa, as notícias da coluna Minuto Varejo são publicadas ao longo da semana no site do JC. Aponte a câmera do celular para o QR Code e acesse.
jornaldocomercio.com/minutovarejo



Shein terá vendedores gaúchos até dezembro

Plataforma estreou loja temporária em Porto Alegre, que fica até domingo



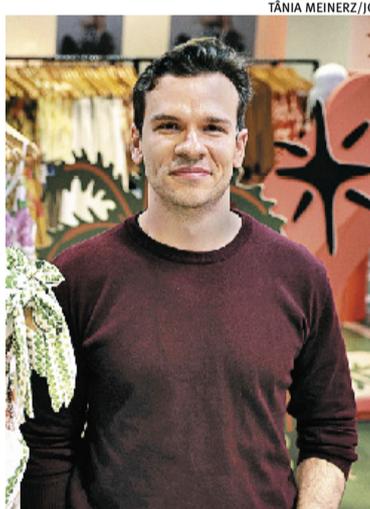
TÂNIA MEINERZ/JC

Coleções apresentadas incluem modelos da Cajuni, marca desenvolvida com designers do Brasil

“Foco em vendedores que criam moda.” A senha foi dada pelo principal executivo da plataforma chinesa Shein no Brasil, Felipe Feistler, ao confirmar que, até dezembro, serão incluídos designers, fabricantes e até mesmo varejos do Rio Grande do Sul no marketplace da gigante. O alcance da operação é irresistível: fluxo de 50 milhões de usuários por mês no Brasil. “A gente faz muita parceria com marcas”, reforça o diretor para o Brasil, um recado para marcas autorais, que têm muitos exemplos na área da moda gaúcha.

A Shein abriu nesta quarta-feira sua primeira loja temporária (pop-up) em Porto Alegre, que vai funcionar até domingo no Bourbon Wallig, um dos shopping centers do Grupo Zaffari, localizado na Zona Norte de Porto Alegre. Feistler também reforça que a operação busca design para ampliar as opções de características das regiões brasileiras. Hoje são 40 mil vendedores na plataforma, com comissão de 16% para a Shein. O marketplace está hoje disponível apenas para São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná e Santa Catarina.

“Queremos ter a moda gaúcha para todo o Brasil”, avisa o executivo. Mas o comércio pode ir além. Na pop-up mesmo, uma das marcas à venda, a Cajuni, foi criada



TÂNIA MEINERZ/JC

Queremos ter a moda gaúcha para todo o País, diz Feistler

por desenvolvedores do Brasil e é levada a dezenas de países. A plataforma não revela se a confecção é nacional. Feistler diz ainda que o mercado brasileiro tem a maior proporção de vendedores locais frente a outros lugares do mundo onde opera. A Shein comercializa produtos em 200 países. Detalhe: a marca foi criada para vender fora da China, ou seja, os chineses não têm acesso e nem são atingidos pelo canal digital. O diretor também falou que a demanda logística cresce muito, hoje a plataforma concentra hub em centro logístico de 250 mil metros quadrados em Guarulhos (SP). Uma 12ª loja tem-

porária vai ser instalada ainda este ano. Mas a marca faz suspense e deve informar bem próximo da data da abertura, como foi na instalação no shopping do Zaffari. A pop-up porto-alegrense foi mega restrita no acesso ao público. Foram liberados apenas 3 mil ingressos por dia. A oferta em diferentes lotes e dias esgotava em 10 minutos ou menos após ser aberta, segundo a companhia.

O ponto físico integra estratégia da gigante para testar coleções, literalmente, a receptividade entre consumidores. Um dos trunfos da marca é conseguir rapidamente lançamentos e com muita diversidade para venda no online. Mas o ponto físico não estará acessível a todo mundo. Apenas quem conseguiu reservar ingressos vai poder ter a experiência de consumir numa autêntica loja física da chinesa.

O foco da gigante é no digital. O estoque tem 12,5 mil peças, para dar conta da demanda e reposição. A experiência de outras pop-ups indica que 70% do inventário são vendidos. Loja física permanente ainda não entrou no radar da Shein, mas o diretor no Brasil deixou uma janelinha aberta. “A resposta é que não tem planos de ter loja física permanente, mas, no futuro, pode mudar alguma coisa.”

No Ponto

Nicolini eleva venda em lojas do Nacional

Ainda há muita incerteza sobre o destino de alguns pontos que tinham Nacional (grupo Carrefour) ou ainda têm (poucos abertos), como os situados em Porto Alegre. Mas grupos que assumiram unidades, como o Nicolini, de Bagé, e que arrematou 11 pontos, já registram aumento nas vendas nas filiais que estão com a nova bandeira. Seis das 11 lojas já estão com o grupo e com a fachada nova.

As unidades estão sendo reformadas, enquanto estão funcionando. São elas as de Alegrete, Bagé, Camaquã, Rosário do Sul, Santa Rosa e São Borja. As outras cinco ficam em Dom Pedrito, Pelotas (duas), Santa Cruz do Sul e Santa Maria.

“Nesse curto período, já fizemos algumas mudanças principalmente nos setores de padaria e açougue. Isso também refletiu no faturamento”, comenta Selmo Dias, diretor de relacionamento da rede. “Todas as lojas têm localização e pontos privilegiados.

São os melhores das cidades”, valoriza o diretor. “As lojas passam por ampla reforma, que inclui comunicação visual, fachada, pintura, forro e até troca de piso. Mais funcionários estão sendo contratados. Até as inaugurações, tem bastante trabalho pela frente”, detalha Dias. A previsão é ter a reinauguração das lojas em Santa Cruz do Sul e Santa Maria, até outubro.

A loja do Nacional na rua Gomes de Freitas, com a avenida Assis Brasil, na Zona Norte de Porto Alegre, já tem novo dono. A negociação acaba de ser concluída com os proprietários do imóvel onde funcionava a filial. A coluna teve confirmação direta do fundador da rede que vai assumir. Estão ainda indefinidos os futuros ocupantes de outros pontos que operavam nas avenidas Aureliano de Figueiredo Pinto e Teresópolis, nas ruas José de Alencar e Romaguera da Cunha Correa, na Zona Norte, e no Praia de Belas Shopping, na Capital.



GRUPO NICOLINI/DIVULGAÇÃO/JC

Filial em Rosário do Sul mudou para novo dono, após reforma

VIDEOCAST: Tudo sobre a CDL IA

Já está no ar o videocast da coluna (JCast) que destrincha uma novidade no mercado de ferramentas de Inteligência Artificial, mas desta vez com foco total nos varejistas. Os convidados e parte da equipe envolvida na plataforma, **João Galdino, professor da Unicamp e fundador da Genesis Inteligência, Gustavo Caetano, sócio-fundador da Samba (investidor e referência em empreendedorismo em tecnologia), e Victória Luz, mentora de IA e autora do livro IA - Além do Hype**, explicaram como funciona a CDL IA, uma iniciativa da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), com apoio da Federação Varejista do RS. Lojistas podem acessar as funcionalidades com assinatura de R\$ 119,00



15 FILMES/DIVULGAÇÃO/JC

mensais. São mais de 80 especialidades digitais, para dar conta de ações em marketing, jurídicas, tributárias, formação de preços, compra de produtos, entre outras. A CDL IA é uma solução 100% brasileira. A solução está em cdlia.com.br.



Coluna de segunda

A coluna da próxima segunda-feira mostrará o movimento do comércio de souvenirs na Semana Farroupilha, que se encerra oficialmente no sábado.