



Minuto Varejo

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

De Copa a eleições: ano de testar habilidade de lojistas

Entidades analisam o ambiente e pontuam as oportunidades para o setor varejista no novo ciclo

Ano com Copa do Mundo e eleições é um prato cheio, entre oportunidades para vender e motivos para ter cautela. A gangorra entre conjuntura mais positiva e outra que pode ser negativa ou mais desafiadora - juros e inadimplência que ainda estarão altos - começa a testar os limites dos varejistas desde esse fim de 2025. A coluna ouviu fontes que estão na interface de quem opera de olho no comportamento do consumidor e quem precisa levar a empreendedores condições de remar nesse oceano de águas calmas a agitadas. Irio Piva, presidente da CDL Porto Alegre, espera 2026 impactado de forma positiva pelo calendário eleitoral, mas também negativa por feriados e até a Copa. "Sempre atrapalham um pouco as vendas no varejo." Sobre o ambiente político, ele avalia que abre espaço para mais estímulos do governo. "A inflação, teoricamente, está controlada, o que abre espaço para redução de juros", lista Irio, que apostou



Irio Piva

que custo mais baixo do dinheiro darão alívio e melhora na concessão de crédito. O recurso que vai ficar fora do imposto de renda também vai pesar positivamente. O governo elevou o teto de isenção. "O desafio para o varejo será a falta de mão de obra, principalmente a qualificada", pondera o presidente da CDL-POA. "E entender e se adaptar às mudanças aceleradas do comportamento do consumidor, que está cada vez mais conectado e digitalizado e também mais exigente."

Arcione Piva, presidente do SindilojasPOA, endossa o irmão e colega e da CDL: "A nossa expectativa é de que 2026 seja melhor do que este ano, devido ao baixo índice de desemprego, por ser último ano do atual governo (sempre tem liberação de recursos extras), tem uma previsão de que a

safrinha agrícola seja melhor que as anteriores, esses são alguns fatores que podem influenciar positivamente o crescimento do mercado em 2026 na nossa opinião".



Irio Piva

No plano macro brasileiro, Arcione espera "2026 levemente melhor do que 2025, com Selic menor, controle da inflação e desemprego em baixa". O presidente do SindilojasPOA também aguarda mais gastos federais. "O

que pode preocupar um pouco é a Copa, que tira um pouco a atenção no consumo", avalia Arcione. Ivonei Pioner, presidente da Federação Varejista do RS, projeta um ano também de oportunidades. Mesmo comunicadores de débitos e representantes de empresas com mais dificuldades, Pioner avalia que os lojistas poderão ter espaço para crescer. Segundo o dirigente da federação, que comanda o SPC Brasil no Estado, há necessidades que vão de atendimento, com dificuldade de mão de obra ao uso de ferramentas, como a Inteligência Artificial.

Do lado dos empreendedores, Ariel Berti, diretor-superintendente do Sebrae-RS, vê um ano que merecerá "muita atenção". "O Mundial afeta a economia. Termina a



Ivonei Pioner

Copa e começo o período eleitoral. São dois focos que tiram a atenção das pessoas da economia de uma maneira geral", reforça Berti. "Tem que cuidar para não desacelerar demais a economia". No quadro regional, o dirigente do Sebrae alerta que o Estado terá um teste, pois será um ano sem recursos ligados à recuperação da enchente. "Vamos ver como está a capacidade de retomada mesmo. Será que o Rio Grande do Sul conseguirá voltar a crescer? Do lado da inadimplência, a

preocupação é com a situação financeira de empresas. O fechamento de operações cresceu.

A reforma tributária, cita Berti, é outro fator que vai mexer com as operações, mesmo sendo transição. "Tem uma nova categoria que está surgindo, que são a



Ariel Berti

dos novo empreendedores, pessoas físicas que pode emitir nota fiscal. É diferente do MEI. Estamos estudando ainda para ver qual será o impacto. O cenário da reforma ainda é muito incerto", conclui. O presidente da Sicredi Orléans RS, Ronaldo Sielichow, espera maior demanda por crédito, e puxado pelo aquecimento das vendas do varejo. "Isso se dá em razão da perspectiva de uma melhor safra e de eventos que ocorrerão ao longo do ano como a Copa do Mundo e as eleições. Além disso, o cenário econômico projeta um início de ciclo de cortes da taxa Selic já para o primeiro semestre de 2026, e isso impacta diretamente no custo de crédito, que se torna mais atrativo para os empreendedores", opina Sielichow. Em 2025,

O Fampe, para capital de giro, foi um dos mais buscados e tem fundo garantidor do Sebrae. Para 2026, a demanda e maior procura por linhas de crédito com prazos estendidos deve se manter, adianta o dirigente do Sicredi.



Ronaldo Sielichow

10 prioridades para encarar os desafios de 2026

Para quem ainda não listou as prioridades e os pontos de atenção para 2026, a coluna traz o menu básico, mas bem desafiador, que o coordenador de varejo do Sebrae-RS, Fabiano Zortéa, montou para os leitores. São 10 prioridades:

1. Calendário crítico (feriados, Copa do Mundo e eleições)
Serão 10 feriados nacionais, uma Copa do Mundo entre junho e julho e eleições em outubro, criando oscilações fortes de fluxo e atenção. O varejo precisa antecipar estoques, campanhas e operação para não perder venda em semanas-chave.

2. Trazer o cliente de volta para a loja física
Precisa entregar algo que o

digital não entrega: Serviços que surpreendam, experiência, conexão emocional e diferenciação sensorial que façam o cliente lembrar por que vale a pena sair de casa.

3. Digital que realmente converte

Online integrado ao físico, com jornada fluida, estoque equilibrado, atendimento ágil e captura da intenção de compra na tela do celular, que cada vez mais representa o início da jornada e o despertar do

desejo.

4. Conteúdo com autenticidade e verdade

Menos filtro e mais autoridade. Marcas que falam como gente, mostram bastidores e entregam utilidade real vão dominar a atenção em uma sociedade repleta de distrações.

5. Lideranças presentes e atentas aos times

2026 exige gestores dedicando tempo de agenda para acolher ideias, ouvir dores, recombinar soluções e liberar a criatividade do time de vendas que deve estar

empoderado para resolver problemas de clientes e elevar a performance.

6. Ampliação de mercado com novos canais na jornada real do cliente

Crescer onde o cliente está: social commerce, conversas por WhatsApp, marketplaces, eventos, comunidades e parcerias. Expandir canais segundo os momentos de vida das pessoas aumenta presença, reduz dependência de um único fluxo e abre novas alternativas de receita.

7. Sortimento mais inteligente e eficiência operacional

Calibrar mix com base em dados de procura, margem e giro para evitar estoques parados. 2026 não permite "achismo" nem coleção inflada.

8. Eficiência com IA no varejo raiz

IA aplicada ao que importa: previsões de demanda, roteiros de atendimento, recomendação de produtos e produtividade de times, sem glamour, com resultado.

9. Precificação dinâmica e promoção bem pensada

Ajustar preço rapidamente vira vantagem competitiva em meio a tantas oscilações. Promoções precisam ser cirúrgicas.

10. Construção de comunidade e fidelização

Quem criar vínculos contínuos (eventos, grupos, programas de relacionamento e storytelling) manterá o cliente perto mesmo nos períodos de baixa atenção. Venda é vínculo, mais do que nunca.



Fabiano Zortéa