

economia



Observador

Affonso Ritter

aritter20@gmail.com

Ô Xiss bate meta no Planeta

Pelo 3º ano, o Grupo Press levou o Ô Xiss ao camarote do Planeta Atlântida e celebrou resultado acima do esperado: vendeu mais de 5 mil lanches nos dois dias de festival, superando a meta inicial. A operação apostou nos carros-chefe Xiss Salada e Calabresa e estreou o Cachorro do Xiss, pensado para consumo ágil em grandes eventos. O desempenho reforça a estratégia de usar festivais como plataforma de visibilidade e receita no verão. Em Porto Alegre, a marca soma quatro unidades (Padre Chagas, Cais Embarcadeiro, Fernandes Vieira e BarraShopping Sul) e atua como franquia desde 2024 com plano de expansão no Sul e SC.

Bertolini Móveis na Movelpar

A Bertolini Móveis participa da Movelpar Home Show, que começou nesta terça (3) e segue até quinta (5), em Arapongas (PR). Haverá lançamentos para o varejo, incluindo novos módulos da linha Dona Maria, a cozinha Essência na cor Areia e a linha Multi, reforçando seu portfólio em aço e madeira e a estratégia de negócios no setor moveleiro.

O couro brasileiro vai à Itália

Lançadora de tendências e maior exportadora mundial de couros, a Itália é um território-chave para pesquisa, negócios e desenvolvimento da indústria curtidora. Sua principal feira, a Lineapelle, terá sua 107ª edição em breve, entre os dias 11 e 13 deste mês, em Milão, com cinco curtumes do Brasil em estandes individuais. A participação do couro brasileiro nesse evento tem o apoio do projeto Brazilian Leather, realizado pela parceria entre o Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB) e a ApexBrasil.

Cursos na educa+Tramontina

A Tramontina encerra 2025 com resultados expressivos da Educa+, sua plataforma gratuita de cursos online. A iniciativa somou mais de 36 mil acessos no ano, oferecendo capacitações em desenvolvimento pessoal e profissional, com certificação, e ampliando o acesso ao conhecimento para diferentes públicos. Para 2026, a marca prevê o lançamento de seis novos cursos na plataforma.

Moda no Bourbon Carlos Gomes

O mix de moda do Bourbon Carlos Gomes vem se ampliando com a chegada de novas marcas como Reserva, com foco em moda masculina de estilo casual e moderno, além de linhas kids, feminina e esportiva; Farm, com estilo vibrante, estampas autorais e inspiração carioca; e a primeira unidade no Estado da Bayard Esportes, conhecida pela curadoria das principais marcas de artigos esportivos há 70 anos, com marcas como Adidas, Nike, Lacoste, On Running, Garmin e Columbia. A abertura da loja faz parte de um plano de expansão pelo país, por meio de lojas e franquias.

Tukan da Volks tem nome e cor

Alguns projetos começam ganhando forma. Outros começam ganhando nome e cor. A Volkswagen do Brasil anuncia, pela primeira vez, o nome de sua nova picape inédita e antecipa uma das cores que marcarão sua chegada ao mercado. Tukan tem nome revelado e confirma o retorno da tonalidade Amarelo Canário ao portfólio da marca como símbolo de identidade e legado.

As novas regras do Pix e os golpes

As novas regras do Pix que passaram a valer agora deixam mais claro como o sistema vai reagir quando alguém cai num golpe. A principal mudança é que o tempo passou a jogar menos a favor do criminoso e mais a favor da vítima. Na prática, a partir deste mês de fevereiro, o Pix agora conta com dois mecanismos que atuam de forma complementar. O primeiro independe da ação da vítima: é o bloqueio cautelar. O segundo é o Mecanismo Especial de Devolução (MED 2.0), que entra em ação quando a própria vítima percebe rapidamente que foi enganada.

Fecomércio-RS mostra impactos da NRF 2026 para varejo gaúcho

Lideranças compartilham experiências na NRF e visitas a lojas

/ MINUTO VAREJO

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

O varejo do Rio Grande do Sul aprofunda e busca calibrar a bússola das tendências e temas relevantes com eventos de pós-NRF, a Retail's Big Show, que ocorre em Nova York, em janeiro, promovida pela Federação Nacional do Varejo (NRF) dos Estados Unidos.

A mais recente sessão foi na sede da Fecomércio-RS, em Porto Alegre, ontem. A plateia lotada ficou atenta às contribuições de integrantes da entidade e de outras instituições que fizeram parte da comitiva gaúcha na imersão na cidade norte-americana. Na quinta-feira, a CDL Porto Alegre promove seu evento de pós-NRF, às 18h30min no Teatro do CIEE.

O presidente da federação, Luiz Carlos Bohn, lembrou que a entidade envia representantes pelo terceiro ano consecutivo. “A NRF é reconhecidamente a maior feira de varejo do mundo e é um espaço onde o futuro deixa de ser conceito para ser prática”, ressaltou o dirigente. Este ano, Bohn, frisou, o tema foi mais evidente sobre a importância da feira. “O próximo agora chegou” com uma mensagem poderosa indicando que o futuro do varejo não está distante, mas

já está em curso na loja física, nos canais digitais e na gestão das empresas”, citou.

“A gente volta e começa a fazer algo bom com o que a gente viu lá”, avisou o coordenador de varejo do Sebrae-RS, Fabiano Zortéa, ao abrir a participação na sessão. Zortéa chamou a atenção para a nova configuração ou papel da loja, que ganhou mais relevância entre agentes de comércio baseados em inteligência artificial (IA), os agentic commerce, que foram uma das sensações da NRF. O coordenador do Sebrae citou que mais que venda de produto é preciso observar mais o consumidor que está no ambiente e o que ele espera do varejo. “Como resolver isso e ter mais fluxo?”, provocou Zortéa.

O tema da IA veio com tudo em 2026 e muito aplicada, reforçou o especialista, com 13 edições da feira de Nova York no currículo. Zortéa também detalhou os atrativos que diferentes marcas, com operações visitadas pela comitiva em 10 dias de missão, estão mostrando para se diferenciar e estar na trilha dos consumidores. Um dos exemplos foi da rede Target, uma varejista de departamento tradicional, que vem fazendo mudanças de forma inusitada, sem mudar tudo na loja, mas para testar a recepção, por exemplo, das no-

vas gerações. “Muito vem do que a marca vem observando em conversas nas redes sociais”, pontuou o coordenador de varejo do Sebrae-RS. “O consumidor quer mais conexão emocional?”, atentou Zortéa.

Integrantes da diretoria da Fecomércio-RS listaram um conjunto de aprendizados da imersão. Dilson Mireski, presidente do Sindilojas de Três de Maio, citou experiências que as pessoas podem ter e que vão além de só comprar produtos. Leomar Rehbein, presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos (Sinprofar-RS), conheceu modelos de farmácias, com perfil forte de conveniência. Marcos Volnei dos Santos, presidente do Sindilojas Fronteira Noroeste, comentou que muitas das informações e inovações podem ser aplicadas nas diferentes regiões do Estado. “Fazer o básico bem feito é fundamental”, diz Santos.

Sérgio Jardim Cogoy, presidente do Secovi Zona Sul, motivou o público e quem estava assistindo pelo YouTube da Fecomércio-RS, a buscar interação com o grupo de varejistas para trocar ideias e fazer mudanças. Sérgio Renato Silveira, presidente do Sindilojas de Santana do Livramento, citou a expansão de uso de assistentes pessoais e quanto isso entra na agenda do comércio.



Dirigentes contaram o que mais impressionou entre usos da IA e como marcas atraem clientes

CARLOS MACEDO/DIVULGAÇÃO/JC