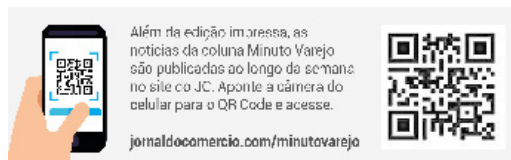




**Patrícia Comunello**

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br



# Como encarar as mudanças

Pós-NRF da CDL-POA listou transformações badaladas na edição do evento, em Nova York

Se o futuro já chegou, como demarcou a mais recente NRF Retail's Big Show, em Nova York, o que os varejistas precisam fazer? O rol de medidas e o panorama para ajudar a desvendar o cenário de 2026 e daqui para frente tiveram leituras bem claras dos palestrantes do Pós-NRF da CDL Porto Alegre, na temporada de eventos que atualiza a agenda do setor. "Precisamos resgatar a lógica do relacionamento e da confiança que marcava o comércio no tempo dos nossos avós, somada às tecnologias e população hiperconectada", defendeu o presidente da CDL-POA, Carlos Klein: "O pequeno varejo entende isso de forma natural, porque conhece o cliente pelo nome".

Quatro palestrantes experientes em NRF passaram pelo palco do Teatro CIEE na última quinta-feira. O vice-presidente (VP) de marketing e vendas da Pmweb, Guto Rocha, afirmou que muitas das maiores inovações do varejo vêm da China, enquanto o mercado norte-americano, em alguns casos, perdeu humanidade em sua operação. Para ele, as lojas que prosperam são aquelas que buscam per-



Plateia lotou o Teatro CIEE, na Capital, para ter detalhes das novidades que afetam varejistas

manência e identificação com o cliente. Natália Schifino, curadora da FFX, mostrou "que o humano é o novo luxo em um ambiente cada vez mais automatizado". Outro ponto por Natália foi a lógica de "encontrar" e não apenas "buscar" produtos. "Há o cliente que pesquisa ativamente e aquele que descobre sem intenção prévia", sugeriu a especialista.

O ex-presidente da CDL-POA e sócio da FFX Guga Schifino acentuou o lado emocional dos lojistas: "a transformação estrutural exige coragem". Criatividade é hoje o verdadeiro sistema operacional do varejo, argumentou Schifino. Para o sócio da FFX, a decisão de compra nasce no "sentimento antes da razão e cuidar do outro é o papel central do comércio". Fabia-

no Zortéa, coordenador de varejo do Sebrae-RS e curador da missão gaúcha em Nova York, descreveu o papel da loja física como "terceiro lugar" (depois da casa e do trabalho): "Lojas colocam cafés e sofás, um espaço para desacelerar". Zortéa citou que a Inteligência Artificial (IA) veio mais aplicada na NRF 2026, mostrando caminhos para uso inevitável pelo lojista.

## No Ponto



▶ O **Asun** terá mais importados exclusivos para elevar a receita em 2026, conta Lucas Ortiz, na página 10 do Empresas&Negócios nesta edição. Na foto, Ortiz mostra o livro da avó Asunción, que fundou a rede e nasceu em Valência, na Espanha, nome da marca de itens de bazar trazidos do exterior.

▶ O **Grupo Lebes**, com lojas de vestuário e eletrodomésticos, lançou o Meu Pet Saúde, serviço para cães e gatos, parte da estratégia para atrair clientes e faturar mais.

▶ O **La Cabrera**, grife argentina de restaurantes de carnes, abrirá até junho no Iguatemi Porto Alegre. Será o 1º do Brasil.

## Coluna de quinta



A coluna mostra como varejistas estão se adequando à NR-1, que tem mudanças na gestão de riscos psicossociais no trabalho.

## Rede SIM terá mais postos com bandeira Petronas

O posto da rede gaúcha SIM, aberto na semana passada em Porto Alegre com bandeira Petronas, é o primeiro de outros que virão. Uma nova unidade está em obras em frente à planta da Be8 em Passo Fundo e outros três postos serão convertidos para Petronas, sendo dois no Paraná e um em Santa Catarina, adianta o superintendente da SIM, Diego Argenta. Os quatro são previstos até o começo de 2027. Mas Argenta ressalta que a

expansão com a grife malaia não descuida da "força da marca gaúcha", maior bandeira independente do País, garante ele: "Continuamos com nossa estratégia de crescimento com SIM". A loja de conveniência da rede gaúcha, com mix e ambiente para clientes ficarem mais tempo (e consumirem), é um dos pilares do casamento entre as marcas. A loja também impulsiona serviços, de troca de óleo à lavagem. Esse detalhe pesou no

acordo firmado com o Argenta, de Flores da Cunha, e a malaia, player global de combustíveis, para operar no varejo no Sudeste e Centro-Oeste. A negociação envolve a Nexta, braço do grupo gaúcho em distribuição. A nova unidade da Capital estreou na esquina das avenidas Ipiranga com Lucas de Oliveira e marcou a chegada ao posto número 200, que gerou 32 empregos diretos. Foi também a segunda unidade da rede aberta em 2026.



Marca gaúcha estreia unidade 200 com a bandeira da companhia da Malásia



Com soluções para negócios, capacitação, eventos e parcerias, desde sempre a **CDL Porto Alegre** mostra sua força e relevância sendo protagonista no crescimento do varejo e no desenvolvimento econômico de todo o Estado. É uma trajetória que tem em sua essência grandes histórias e futuros gigantes.



Assista ao vídeo da campanha.

