

## / EDITORIAL

# Inteligência Artificial avança, mas o varejo segue humano

A NRF 2026 - um dos maiores eventos de varejo mundial realizado em janeiro, em Nova York - deixou um recado claro ao setor: a tecnologia não substitui a inteligência do negócio. Isto já estava claro ao longo de todo o processo de evolução técnica e de automação das lojas nas últimas décadas, e ficou ainda mais perceptível com a chegada da Inteligência Artificial (IA). A ferramenta avança com velocidade inédita, mas seu impacto real não está em uma ação isolada. Está na capacidade de gerar contexto e curadoria, em ajudar os operadores do negócio - e até mesmo os clientes - a tomar decisões inteligentes em um ambiente de consumo cada vez mais fragmentado.

Especialistas que acompanharam o evento convergem em um ponto essencial: o varejo não está encolhendo, está mudando de função. Já se sabe que a jornada de compra começa antes da loja existir. Descobertas acontecem nos feeds, com creators, em plataformas sociais e, cada vez mais, são mediadas por agentes de IA. O social commerce desafia o e-commerce tradicional, e o chamado comércio agêntico - aquele que é conduzido por agentes de IA - já projeta algoritmos escolhendo pelo consumidor.

Paradoxalmente, quanto

mais digital o mundo se torna, também por conta da ação das IAs, mais relevante fica o ponto físico. A NRF mostrou lojas que operam como clubes, espaços de convivência e ambientes de hospitalidade. Flagships sem caixas visíveis, pagamentos fluidos, ambientes pensados para a permanência de um cliente. A loja deixa de ser apenas canal de venda e assume papel de mídia, serviço e, principalmente, experiência.

Ao mesmo tempo, ficou evidente que personalização sem humanidade gera mesmice. A Inteligência Artificial organiza dados; a inteligência do varejo interpreta cultura, comportamento e desejo. A grande lição é combinar estas duas dimensões. A curadoria se transforma em vantagem competitiva. Em um ambiente de excesso de oferta, escolher bem passa a valer mais do que oferecer muito.

A NRF também reforçou que não há inovação sustentável sem investimento consistente em inteligência digital, gestão e formação de pessoas. A tecnologia amplia capacidade, mas é a cultura que define a direção. Atrás de qualquer tela existe alguém decidindo, sentindo e avaliando o valor dos objetos de consumo. A Inteligência Artificial é ferramenta. A inteligência do varejo continua sendo, essencialmente, humana.

Não há inovação sem investimento consistente em inteligência digital, gestão e formação de pessoas

## / DESTAQUES NA EDIÇÃO DIGITAL

f jornaldocomercio i jornaldocomercio t JC\_RS y JornalDoComercioRS in company/jornaldocomercio

Geraldo Rufino, referência em empreendedorismo, convida para o Marcas de Quem Decide 2026, no dia 3 de março. Acesse o QR Code e assista ao vídeo dele.



O GeraçãoE apresenta uma novidade: o gastropub Urban Bites, que opera em um casarão de 120 anos localizado na rua Miguel Tostes, no bairro Rio Branco. Mire o QR Code e confira.



Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code

## / FRASES E PERSONAGENS

“Acredito na força transformadora da nossa união e, por isso, reafirmo perante cada cidadão gaúcho o genuíno empenho para tornar o nosso Poder Judiciário ainda mais humano, transparente, eficiente e confiável. Com o coração pleno de esperança e o espírito pronto para o trabalho, convindo a todos para esta jornada de dedicação, para juntos honrarmos a história deste Tribunal e a grandeza do nosso Rio Grande do Sul.” **Desembargador Eduardo Uhlein**, durante sua posse como presidente do Tribunal de Justiça do Estado.

“A gente não vê um crescimento vertical de um ano para o outro, mas uma evolução constante, sustentada pelo aumento no número de criadores e pela demanda do consumidor. Esse tipo de crescimento dá segurança ao Programa Carne Hereford.” **Felipe Azambuja**, gerente executivo da Associação Brasileira de Hereford e Braford (ABHB).

“Completar 17 anos não é apenas marcar o tempo. No caso do Pop Center, é reafirmar um papel estratégico na vida econômica, social e urbana de Porto Alegre. O Centro Popular de Compras celebra mais de uma década e meia de uma história construída por milhares de mãos, ideias e trajetórias empreendedoras que ajudam a manter o coração da cidade pulsando.” **Elaine Deboni**, CEO do Pop Center



## Jornal do Comércio

O Jornal de economia e negócios do RS

www.jornaldocomercio.com

**Diretor-Presidente**  
Giovanni Jarros Tumelero

**Editor-Chefe**  
Guilherme Kolling

direcao@jornaldocomercio.com.br  
editorchefe@jornaldocomercio.com.br

**Conselho**

**Presidente:**  
Mércio Cláudio Tumelero

**Membros do Conselho:**  
Cristina Ribeiro Jarros  
Jenor Cardoso Jarros Neto  
Valéria Jarros Tumelero

**Fundado em 25/5/1933 por**  
Jenor C. Jarros  
Zaida Jayme Jarros

Av. João Pessoa, 1282  
Porto Alegre, RS • CEP 90040.001  
Atendimento ao Assinante: (51) 3213.1300

## / CENÁCULO/REFLEXÃO

### Uma mensagem por dia

Sempre é bom recomeçar! Em vez de procurar desculpas para os erros e fracassos, reflita e siga em frente. Quando se lastima, o maior prejudicado é você mesmo. Quem se esforça e persevera consegue superar os limites e atinge as metas a que se propôs.

#### Meditação

À medida que têm perseverança, todos amadurecem.

#### Confirmação

“No entanto, qualquer que seja o ponto a que tenhamos chegado, continuemos na mesma direção” (Fl 3,16).

Rosemary de Ross/Editora Paulinas