



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

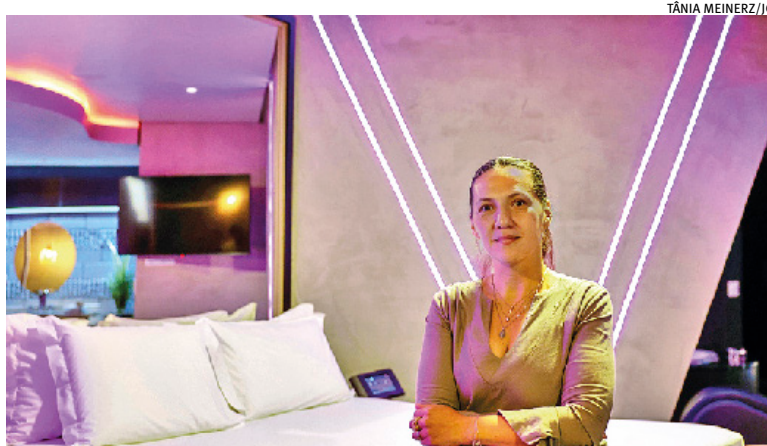


Motel a azeite: o primeiro LiquidaPOA das operações

Campanha é oportunidade para elevar visibilidade, dizem marcas

“Acabamos de publicar e o WhatsApp está bombando!”, conta a gerente do único motel na edição do Liquida Porto Alegre 2026, Fernanda Germano Corrêa. O chamariz? Desconto de 20% nas suítes, que têm como atrativo uma cadeira erótica, sucesso entre clientes, garante Fernanda. O Vis a Vis, com unidades no Paraná e em Santa Catarina, entrou pela primeira vez na campanha, que vai até 28 de fevereiro, com adesão de mais de 4 mil estabelecimentos (leia mais na página 6). A diversidade é marca dessa edição. Outra novata na campanha é uma das marcas mais premiadas de azeites gaúchos. “Queremos mostrar as diferentes aplicações da planta, de alimentos a cosméticos”, avisa a sommelier e gerente da única loja da Estância das Oliveiras, localizada no Cais Embarcadero, Caren Fernandes Ricardo. Pesquisa da CDL Porto Alegre, que comanda a campanha, aponta que eletrodomésticos, eletroeletrônicos e vestuário respondem por mais de 50% da intenção de compra.

O motel montou estratégia



TÂNIA MEINERZ/JC

Fernanda, do Vis a Vis: ‘WhatsApp bombou com aviso de descontos’

não apenas para oferecer redução de 20% nos preços de turnos de 12 horas, mas para gerar experiência, com serviço de hotelaria e estrutura para quem quiser aproveitar. “O Liquida é uma forma de impulsionamento para o pós-Carnaval, para fomentar vendas e vale para todo mundo, não só lojas”, elenca a gerente, sobre o que pesou para a rede integrar a temporada. “A ideia é que as pessoas voltem depois de experimentar”, projeta Fernanda, citando que os valores ficaram entre R\$ 215,00 e R\$ 239,00 em dias

de semana e R\$ 399,00 e R\$ 527,00, de sexta a domingo. São cinco unidades da versão Nacional e oito da Live. “São 12 horas para poder relaxar. Nosso olhar é voltado ao bem-estar e pode ser casal, sozinho ou grupo”, provoca a gerente. “Nossa expectativa é aumentar a procura e as vendas. Poderemos também chegar a clientes que desconhecem a existência da loja”, aposta Caren. É o único ponto físico da Estância, com sede em Viamão. Cosméticos, produtos para casa, como temperos, e um blend de azeite gaúcho com chileno estão na liquidação com descontos de 15%. “É uma edição limitada, mas temos estoque”, avisa a sommelier.

Líderes de preferência para comprar

- Eletrodomésticos: 30,9%
- Eletrônicos: 23%
- Roupas e Acessórios: 22,3%
- Casa e decoração: 15,1%
- Livros/Papelaria: 9,9%
- Móveis/Mobiliário: 7,9%

FONTE: CDL-POA



TÂNIA MEINERZ/JC

Campanha serve para divulgar linhas de produtos com azeite, diz Caren

Vitrine

A Petisco Brazuca está muito perto de ter um sócio, revela o co-fundador e CEO, Ricardo Rosa, ao Jcast, videocast da coluna no canal do JC no YouTube. Ricardo negocia com uma empresa com sede no Brasil: “aparentemente, encontramos pessoas que compartilham com a mesma visão de fazer o negócio crescer”. A operação, com as coxinhas brasileiras como principal quitute, pretende usar o aporte de um sócio para rodar um projeto crucial para o futuro da marca. Além de lojas e fábrica em Nova York, o negócio quer entrar no varejo de produtos congelados para consumo final. A Petisco, criada em 2013, faturou US\$ 2 milhões em 2025. O empresário prepara outra novidade em Nova York ligada à educação de empreendedores.

PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC



Ricardo e os novos planos para a brasileiríssima coxinha

No Ponto

- ▶▶ **Quati, La Cabrera, Panvel e DaColônia** têm novidades que estão na página 10 do caderno Empresas & Negócios desta edição.
- ▶▶ O **Empório Boca do Monte**, primeiro a ocupar a esquina pós-Caverna do Ratão, fechou há seis meses. Um dos sócios, Ricardo Bonini, diz que baixo fluxo na semana e falta de estacionamento afetaram o resultado: “não tem como pagar as contas”. O armazém-bar abriu no fim de 2024, reverenciando Santa Maria da “Boca do Monte”. A pizzaria Muzza entrará no ponto. Detalhes no GeraçãoE.



Coluna de quinta

A coluna segue na trilha do LiquidaPOA e mostra as táticas de veteranos da campanha para os últimos dias.

liquida
porto alegre
30 anos

ATÉ 28 DE FEVEREIRO

**CORRE PARA APROVEITAR!
A MARATONA DE OFERTAS JÁ COMEÇOU.**

Confira as lojas
participantes:



REALIZAÇÃO:
CDL POA

PARCERIA:
vero CDL banrisul

liquiportoalegre.com.br
@liquidaportoalegre

