



Patrícia Comunello, de Austin, Texas (EUA)
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br



Vitrine 🇺🇸

Lições do app de moda da filha de Bill Gates

Phia mostra que venda de segunda mão depende mais de preço e muita informação; a sustentabilidade vem junto

A filha mais nova de Bill Gates, Phoebe Gates, não ficou famosa por causa do pai, mas pelo aplicativo de moda (Phia), que vende segunda mão (second hand) e novos, lançado com a sócia Sophia Kianni em 2025. A dupla foi um dos achados da coluna entre centenas de palestras do South by Southwest (SXSW), em Austin, nos Estados Unidos. As mensagens da dupla valerem demais, unindo desde como tornar a compra de produto usado mais relevante para os consumidores ao uso de inteligência artificial (IA) para apoiar pesquisa de preço, melhor oferta e parceria com milhares de marcas. O propósito é reduzir impacto da indústria que

mais polui no mundo. “As pessoas não vão simplesmente comprar de forma sustentável só porque você diz que deveriam”, observa Phoebe e cita o desafio: “Focar menos em pressionar pela sustentabilidade e mais em explicar valor e qualidade da compra, isso vai fazer a diferença”.

Uma das constatações é de que é melhor mostrar os ganhos (preço, opções de marcas e perfil de produto) para ter uma roupa que dure mais tempo. “Isso nos permitiu atrair consumidores que nunca tinham comprado produtos de segunda mão. Eles falavam que vinham até nós porque viam sentido em fazer a com-

pra dos itens”, pontuou a filha do megaempresário de tecnologia. As duas jovens também ganharam mais autoridade ao fazer podcasts entrevistando criadores (marcas). Muitas consumidoras acessam o Phia por meio dos programas. “Isso criou uma comunidade que acompanha em tempo real novos recursos e funcionalidades do app”, disse Sophia. A relação mais forte com quem compra também repercute para quem vende. Phoebe destacou a parceria com mais de 7 mil marcas, que têm análises do app sem custo para elevar vendas: “Ajudamos as empresas e elas fazem a nossa comunidade ser mais forte.”



Phoebe (esq.) citou que estratégia valoriza vantagens para usuários

No Ponto

▶ O **Grupo Sinosserra** instalou ponto de venda temporário dos modelos da Jetour no Iguatemi POA. Além disso, mais duas unidades da marca de veículos chinesa abrirão na Capital (avenida Padre Cacique) e em Novo Hamburgo (rua Primeiro de Março). Uma terceira unidade - a segunda em Porto Alegre, localizada na avenida Brino, esquina com a avenida Sertório - já está em construção, com previsão de operação no segundo semestre de 2026, diz o grupo.



JOSÉ PEDRO JOBIM/DIVULGAÇÃO/JC

▶ O **Rissul da Otto**, como o Unidasul vai chamar a loja na Zona Sul de Porto Alegre, abre em maio, com 1.675 m² de área de vendas, com seis self-checkouts, estacionamento com 133 vagas, e duas vagas para carros elétricos. Serão 150 empregos diretos. Já o Macromix no ex-Nacional da Aureliano de Figueiredo Pinto, na Cidade Baixa, deve estrear até fim de junho, atualiza a coluna depois de informar que seria maio.

▶ O **Grupo Pereira**, dono do Fort Atacadista, com atacarejos no Rio Grande do Sul, comprou a rede Celeiro, do Oeste de Santa Catarina. Sétimo do País, o Pereira já tinha arrematado o também conterrâneo Supermercados Schmit em 2025. As unidades devem seguir a bandeira Comper, braço de supermercados de vizinhança do grupo.

'Bandeira' do RS no palco global da inovação

O Rio Grande do Sul fincou pela primeira vez bandeira oficial no palco do South by Southwest (SXSW), em Austin, no Texas, nos Estados Unidos. A InvestRS montou um estande no Innovation Clubhouse, estrutura com diferentes ocupantes, como outros estados brasileiros, para fazer a interação no festival. Além de itens formais de programas e informações técnicas, a “casa” contou com um churrasco no domingo para convidados entre empresas e participantes do SXSW. O presidente da InvestRS, Rafael Prikladnicki, explica que a iniciativa busca “promover o ecossistema de inovação” gaúcho. “Vamos falar de criatividade e de temas como transição energética, área em que o Rio Grande do Sul também é referência”, exemplifica ele, citando que

outros hubs de inovação do Estado enviam e já enviaram representantes, como Tecnopuc, Instituto Caldeira e Sebrae ao festival, que começou quinta passada e vai até dia 18. O evento principal ocorreu ontem, com um panorama dos parques tecnológicos, startups e universidades gaúchas, Caldeira e iniciativas da Dell, de tecnologia, e Cemvita, de biotecnologia, para investimento no Estado. “A Cemvita, de Houston, também aqui no Texas, que atua em biotecnologia e economia circular, está em negociação com a Be8, em Passo Fundo, para a construção de uma planta voltada à produção de óleo de baixo carbono, que poderá ser utilizado como matéria-prima para combustível sustentável de aviação (SAF)”, adianta o presidente.



Espaço gaúcho fica em um dos pontos de grande fluxo no festival



PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Palco de inovação e de insatisfação? Direto de Austin, imagens que mostram uma das marcas dessa edição do SXSW: extensas filas para assistir (ou tentar) às conferências. O motivo é que este é o primeiro ano sem o centro de convenções, que foi demolido para um novo ser erguido e que fica pronto em 2029. Portanto, os mais de 300 mil participantes (30% mais que o 1 milhão de habitantes da cidade) terão de arranjar um jeito de conseguir aproveitar e bem (até mesmo pelo investimento US\$ -, passagens aéreas, transporte, hospedagem e refeições) as mais de 800 palestras, além de outras atrações, em 2027 e 2028.



Confira o vídeo apontando seu celular para o QR Code.



Coluna de quinta

A coluna de quinta segue com a cobertura do SXSW 2026, direto de Austin (EUA).