

MINUTO VAREJO

FBV confirma nomes com foco em inovação e desafios digitais

Evento vai de 20 a 22 de maio no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre

Patrícia Comunello
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Depois de NRF, em Nova York, e de South by Southwest, em Austin, os dois nos Estados Unidos, agora o mundo do comércio, com serviço cada vez mais presente, foca a nova edição da Feira Brasileira do Varejo (FBV), de 20 a 22 de maio, no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre, comandada por SindilojasPOA e Sebrae-RS. A organização acelera a confirmação das atrações, com nomes do exterior. A coluna Minuto Varejo registra a presença prevista do dinamarquês Jesper Rhode, referência internacional em inovação e tecnologia, dizem as duas entidades.

“Radicado no Brasil há cerca de 30 anos, Jesper construiu uma sólida carreira como executivo sênior em empresas globais de tecnologia, como Ericsson e Alstom”, descreve a direção da FBV. O dinamarquês, que atuou com a digitalização da rede ce-



SINDILOJASPOA/DIVULGAÇÃO/JC

Rhode é referência internacional em transformação e ecossistemas

lular na Amazônia e tem experiência em liderança, estratégia e implementação de iniciativas de transformação digital em diferentes mercados, abordará a transformação digital como fator determinante na competitividade das empresas e perspectivas sobre o ecossistema de inovação, com foco na aplicação concreta de tecnologias emergentes e na construção de modelos de negócio mais resilientes, detalha a direção do evento, que aposta em atrair mais de 12 mil participantes este ano e superar 150 expositores na feira paralela à

programação de conferências e palestras, palcos temáticos e rodadas de negócios.

Rhode é mentor em organizações como Hyper Island, Startup Farm, Oxigênio e Google for Startups. O presidente do SindilojasPOA, Arcione Piva, já disse à coluna que projeta crescimento de 20% no evento, entre público e negócios. Também estarão na agenda outros nomes que são fontes do setor, como o coordenador de varejo do Sebrae-RS, Fabiano Zortéa, e Juliana Velozo, da Thoughtworks (TW), para a operação na América Latina.

Desafios para lojistas em 2026: do ponto ao digital

O que está na cabeça de executivos de varejo? Estudo da consultoria PwC mostrou que a cesta de itens que precisam ser considerados vai do impacto das canetinhas de emagrecimento (com efeito direto no gasto no supermercado) à adoção de inteligência artificial (IA). “Das empresas que usam IA, 34% indicam que têm retorno. A tecnologia também parou de ser um tema estratosférico. Agora pode ser usado e tem de ser usada”, observa Luciana Medeiros, sócia e líder de Varejo e Consumo da PwC Brasil. A emergência da IA e suas aplicações dominou a NRF Retail’s Big Show, em Nova York, e o festival South by Southwest, em Austin, os dois nos Estados Unidos. Luciana também ressalta que 2026 será desafiador pela conjuntura e mudanças no comportamento e como as marcas acessam os consumidores. “No Brasil, 76% da população é classe C e está mudando rápido”. Um dos pontos que está na mira de lojistas é a mão de obra. “Existe expectativa de diminuição de mão de obra

com uso de IA, mas a disputa por pessoal qualificado continua”, arremata a sócia da PwC Brasil. O estudo mostra que 33% das empresas usam a tecnologia para melhorar a experiência do consumidor. Outro sintoma é de como isso afeta o ponto físico. “Não tem mais o furor de abertura de loja devido aos custos”, elenca Luciana.

A ascensão acelerada do comércio online também precisa de resposta. Nos últimos cinco anos, 42% das empresas passaram a competir em novos setores, diz a PwC. “Os players do e-commerce vêm com mais força”, lembra a executiva. Para 42% dos executivos no Brasil, a falta de mão de obra, a inflação e a instabilidade macroeconômica seguem como principais preocupações. Em seguida, aparecem os riscos cibernéticos e a disrupção tecnológica, ambos com 30%. O movimento e impacto são claros em duas frentes: plataformas digitais cada vez mais avançando no mix de venda de supermercados e atacaremos e com entrega rápida.

PWC/DIVULGAÇÃO/JC

No Ponto

► O **Bourbon Shopping Ipiranga** acaba de receber uma unidade da Mar de Sonhos, marca brasileira focada em itens de sleepwear e homewear com proposta de conforto para toda a família. A loja é especializada em pijamas no estilo americano e se destaca por oferecer modelos femininos, masculinos e infantis, além de opções coordenadas para pais e filhos. Há, ainda, coleções especiais temáticas, voltadas às diferentes estações do ano e datas comemorativas.



BOURBON SHOPPING/DIVULGAÇÃO/JC



HERVAL/DIVULGAÇÃO/JC

► A **Volis Colchões**, marca especializada em colchões do Grupo Herval (Dois Irmãos/RS), aposta em uma tecnologia inovadora para elevar a saúde do sono. Batizado de Heat Way, o sistema desenvolvido pela empresa para o colchão Zart atua no controle da temperatura, proporcionando conforto térmico, melhor ventilação interna e redução de umidade. A novidade já está disponível no mercado nacional e reforça o posicionamento da marca no segmento de maior valor agregado. Isso porque, além da tecnologia, reúne malha com percentual de seda, tecido Air Mesh, molas ensacadas e sistema one-side pillow.



Varejo está se tornando ecossistema diversificado, diz Luciana