

# ‘Varejo é vínculo e não somente transação’

Para ter conexão com clientes, loja vira ponto de encontro, diz Zortéa

Todo lojista quer emitir a nota fiscal, que é a venda. Todo mundo concorda. Mas como chegar a este momento tão desejado? “O varejista que entender que vender hoje é criar vínculo, e não só transação, sai na frente”, desvenda o coordenador de varejo do Sebrae-RS, Fabiano Zortéa, que fez a conferência de largada, ontem, da 12ª Feira Brasileira do Varejo.

O “vínculo”, que Zortéa tanto sublima, é o passaporte para a nota fiscal. E por que essa conexão é tão relevante, à frente até mesmo do foco no resultado, que é movimentar o caixa? Vibrante ao listar as mudanças e novos desafios na relação entre negócios e clientes, Zortéa escancarou uma constatação: “O consumidor está cansado de excesso de estímulo e carente de conexão real”, endereçou o painelistas, apenas uma das primeiras atrações entre mais de 160 que vão passar pelo palco principal da FBV, que vai até sexta-feira no Centro de Eventos da Fiergs, na Zona Norte de Porto Alegre. A feira é organizada por SindilojasPOA e Sebrae-RS. Na lista de mais temas que merecem atenção do setor, passou pelo painel, é claro, o uso de tecnologia. A inteligência artificial (IA) é o foco, mas Zortéa alerta que a forma como a ado-



DANI BARCELLOS/JC

Zortéa mostrou que as pessoas querem menos estímulos e mais conexão

ção for conduzida pode gerar mais dificuldades que soluções.

“A tecnologia virou obrigação e não diferencial. O erro é achar que IA substitui a relação humana”, critica o coordenador de varejo do Sebrae-RS. “Ela (tecnologia) precisa liberar tempo para o humano atender melhor”, demarcou. Agora o que mais se consagra e deve merecer mais sinalizações de conferencistas, é a loja física. “Ela deixou de ser só ponto de venda e virou ponto de encontro, experiência e pertencimento. Isso exige revisar atendimento, ambiente, curadoria e o papel do vendedor dentro da jornada”, lista Zortéa, sobre novo patamar de entregas para quem

está no físico.

“A loja sem energia, vendedor distraído no celular, atendimento robotizado e excesso de foco em produto. Tem varejista investindo em LED e esquecendo do olho no olho”, cutuca ele, para sacudir o segmento. Para um varejo dar certo, que é emitir a nota fiscal para se manter aberto, seja no físico ou no digital, o coordenador do Sebrae-RS reforçou que é preciso combinar “cultura de atendimento, uso inteligente de dados e uma experiência coerente entre físico e digital”. Sobre a IA, outro recado: “Já deixou de ser tendência. Quem não começar agora vai perder competitividade muito rápido”.

## FBV 2026: Palcos lotados e fila de espera para rodadas de negócios

Quem for para o Centro de Eventos da Fiergs, palco da Feira Brasileira do Varejo (FBV) 2026, deve se preparar para espaços lotados com público, filas para entrar e rodadas de negócios que já têm lista de espera para 2027. Mas isso tudo é parte da atração da FBV, aposta o presidente do SindilojasPOA, Arcione Piva, que definiu o primeiro dia do evento como “acima das expectativas.”

“Estamos muito felizes com a entrega. Tinha fila para entrar bem antes da hora de começar”, valoriza Piva. O Palco de Negócios, que tem as atrações principais, tem rivais nas sessões do Mão na Massa, Marketing e Vendas, Pequenos Gigantes e Palco Fecomércio, também sempre com público atento. O dirigente citou que a demanda pelas Rodadas de Negócios já transfere candidatos para 2027.

### Agenda de hoje

Centro de Eventos Fiergs, das 10h às 19h

#### Palco Negócios

- ⌚ 10h20min: Rafa Lotto (Creator Economy no varejo)
- ⌚ 11h20min: Lu Bazanella (Reimaginar o varejo)
- ⌚ 12h: Marcus Tonin (Eles aparecem a empresa cresce)
- ⌚ 14h: Facundo Guerra (O seu negócio como Palco)
- ⌚ 15h: Juliana Velozo (IA que decide junto com o varejo)
- ⌚ 16h: Mari Kruger (Influência como estratégia, não como tendência)
- ⌚ 17h: Jesper Rhode (Atrito Zero, Conexão Máxima)
- ⌚ 18h: Estevan Sartorelli (Quando o propósito vira produto)



DANI BARCELLOS/JC

Primeiro dia do evento teve fluxo acima do esperado pela organização



DANI BARCELLOS/JC

Operação vem com diversas novidades, com inovações e recursos para valorizar ponto

### Loja Tendência vai de IA, live commerce a aromas

Assistente de IA para definir o melhor produto para o bem-estar do cliente, live commerce para vendas no físico, pontos de calor e até aromas e playlist. O que uma loja física precisa ter para fazer o empreendedor ter resultado no negócio está na Feira Brasileira do Varejo (FBV) até amanhã. Todas as frentes foram arranjadas na Loja Tendência, com mais de 200 metros quadrados, criada pelo Sebrae-RS, com avanços em relação ao modelo de 2025, quando a operação exclusiva para a feira estreou. Para auxiliar o público, visitas guiadas esmiuçam o que tem no espaço. A equipe do Sebrae encarou um desafio e tanto. Em meio à revalorização do ponto físico, a exigência do que está na operação aumentou.

Maria Eduarda Santos, gestora de projeto do organismo, explicou que a Tendência reúne tecnologia, como a parceria com a Altervision para gerar mapa de calor do ambiente. “O lojista pode usar a informação sobre os fluxos e definir estratégia”, citou ela. Também tem aroma que foi desenvolvido para o ponto, seleção musical para desacelerar o público da FBV e identidade olfativa. A IA foi desenvolvida pelo Sebrae, em parceria com o Dobralabs para dar conta de demandas para itens que auxiliem em escolha de cosméticos e outros itens que estão no conceito de cuidados. O design da loja chama a atenção, com seções que permitem o passeio pelos setores do ponto.