



**Patricia 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



# Moda pelo RS vai ajudar a calibrar os negócios

Imersão terá 10 horas de conteúdos no dia 18, no Bourbon Country

Quase 10 horas de conteúdos que vão percorrer temas básicos e obrigatórios como entender o consumidor e o que ele vai querer vestir, passando por inteligência artificial, visual da loja que assume papel de curadoria à marca e gestão de pessoas. A coluna avisa: a terceira edição do Moda Pelo Rio Grande do Sul, realizado pela CDL Porto Alegre e idealizado por Joy Alano, na quinta-feira, 18 de junho, no Teatro Bourbon Country, em Porto Alegre, é essencial para atualizar o que está impac-

tando os negócios. Os promotores esperam atrair centenas de participantes, entre lojistas, equipes das operações e profissionais do setor.

O Moda pelo RS surgiu no pós-enchente, em 2024, para apoiar na recuperação de varejistas. Este ano o tema é O Invisível que Vende, com foco na decisão de compra. O presidente da CDL-POA, Carlos Klein, diz que o programa não é só para quem atua com moda, “mas terá ferramentas multissetoriais para todos

os ramos”. “É imperdível para quem quer dar início, ampliar e ou modernizar os empreendimentos. Com margens cada vez mais apertadas, é fundamental otimizar o resultado do negócio. O evento vai levar conhecimento teórico e prático em um dia inteiro de imersão”, valoriza Klein.

### Veja como participar

- 📅 **Data:** 18 de junho
- 🕒 **Horário:** 9h às 18h
- 📍 **Onde:** Teatro Bourbon Country
- 🎫 **Ingressos:** cdlpoa.com.br

## 'Maior venda da loja não é de produto, mas de uma escolha'

### O que mudou na loja?

Deixou de competir apenas com outras lojas e passou a competir com o excesso. A cliente é impactada por milhares de produtos, vídeos e anúncios todos os dias. Por isso, não basta ter variedade. É preciso ter clareza. O papel da loja física está deixando de ser expor produtos e passando a ser facilitar escolhas. O consumidor procura segurança para decidir.

PAULO SELANI/SUA LOJA FAZ PSIU?/DIVULGAÇÃO/JC



**Paulo Selani, do Sua Loja Faz Psiu?! abordará Visual do ponto físico**

### O que cuidar ao "inovar"?

Existe ainda uma grande oportunidade dentro do básico. Lojas investem em tecnologia, café, eventos e experiências sofisticadas, enquanto a cliente ainda encontra dificuldade para entender a arara, localizar produtos ou visualizar combinações. Inovar não é necessariamente adicionar algo novo. Muitas vezes é retirar o que está atrapalhando. Experiência não é excesso de estímulos, é coerência.

Vale perguntar: minha loja já está facilitando a vida da cliente? **O que funciona no ponto?** A maior oportunidade está escondida justamente onde muita gente não olha: na organização do estoque, na clareza da exposição e na construção de uma jornada mais simples. O problema raramente é falta de produto, mas excesso de informação. O consumidor entra na loja querendo decidir e encontra dificuldade para enxergar. Quando a loja reduz excessos, organiza melhor seu mix e apresenta os produtos de forma mais clara, vende mais sem precisar comprar mais. A maior venda que uma loja pode fazer não é de um produto, mas de uma escolha.

## 'Lojista que investe em pesquisa consegue diminuir riscos'

### Onde colocar a atenção?

O lojista de moda tem de estar sempre estudando comportamentos de consumo para ver o que impacta o que vai ser comprado, entender a narrativa dos perfis de clientes e como se comunicar melhor com ele. Sustentabilidade virou pré-requisito para alguns públicos. Mas ainda há muitas pessoas que não se preocupam com isso, por isso vemos o crescimento das grandes ultra fast fashion, como Shein e Temu, empresas chinesas. Uma parte das novas gerações está atenta na questão ambiental, mas outra parcela não está nem aí e olha o mais barato. O lojista tem que entender com quem está conversando para ver qual o caminho que vai seguir.

### O que está mudando na moda?

Quando a indústria pesquisava com muita antecedência, tinha informações que o consumidor não tinha e conseguia planejar a coleção e editar o que ia ser tendência, que ia estar na vitrine. Hoje isso mudou à medida que o consumidor tem o mesmo acesso que a marca e na velocidade de informação. A marca não tem muito como se antecipar para colocar aquele produto na vitrine. Pesquisas de comportamento conseguem prever um pouco o que vai ser buscado, por



**Raquel Leão, da Start by WGSN, focará estilo e tendências**

isso marcas lançam coleções semanais ou mensais. A cultura da cópia que vemos crescer está muito ligada à velocidade para atender os consumidores. **A decisão é do consumidor?** Independentemente do produto, é preciso entender o que o consumidor vai querer. Quando a loja investe em pesquisas para antecipar o que deve ser mais demandado, consegue diminuir os riscos, o estoque parado e ter uma conversa muito mais direta e fluida com o seu público porque sabe exatamente o que ele quer.



**COPA 2026, AERO SHOP E SIGREDI DA RESTINGA**



### Assista ao novo programa da Coluna!

O programa em vídeo da coluna, que já superou 50 episódios, estreou novo estúdio no estúdio Prohub e formato, com entrevistas mais rápidas de diferentes assuntos e notícias que rolam no Minuto Varejo na semana. Na estreia, Ivonei Pioner, presidente da Federação Varejista do RS, falou sobre o comércio na Copa do Mundo, Rafael Guerra, head de

Comunicação e Marketing da Fraport Brasil, trouxe novidades do "aero shop" do Aeroporto Internacional Salgado Filho, e o Alegre, e Ronaldo Sielichow, presidente da Sicredi Origens RS, comentou sobre a agência recém-aberta na Restinga, bairro mais populoso da Capital. Para assistir, acesse o QR Code aqui na página. Os programas são semanais.



### No Ponto

- ▶▶ A **Francino**, marca mineira de mobiliário interno e externo, ganha na quarta-feira sua primeira loja no Estado. A filial já funciona na rua Silva Jardim, 120, em Porto Alegre, informa Claudete Tavares, que é uma das sócias-proprietárias da Casa de Alessa, que abriu em março na avenida Carlos Gomes.
- ▶▶ A **Comercial Zaffari** abre em 30 de junho a segunda filial do Stok Center, em Novo Hamburgo, e chega a 46 atacarejos. O grupo de Passo Fundo, aliás, é dono do Bella Città Shopping, que agora está sendo administrado pela gestora Niad Shopping Centers.
- ▶▶ O **Empresas & Negócios**: Minuto Varejo está na Reportagem especial do caderno, abordando o que os varejistas podem ganhar na Copa do Mundo.
- ▶▶ A **Tinta la Vida** abriu a primeira franquia em Porto Alegre, com fila de espera para ter a experiência de pintar a própria cerâmica em uma cafeteria. Fica na esquina das ruas Dr Timóteo e Tobias da Silva, no bairro Moinhos de Vento. Na foto, as veterinárias e Bianca Zago (esq.) e Bruna Willhelm, mostram seus trabalhos na estreia no espaço.



### Coluna de quinta

A coluna vai mostrar novidades, do aeroporto à cafeteria em Porto Alegre.