

Varejo

Pequenos comércios precisam resistir menos e pôr IA como prioridade, diz Piva

Médias e grandes empresas estão mais avançadas na implementação da ferramenta no cotidiano

Cássio Fonseca

O aviso já foi dado há tempos: a inteligência artificial deixou de ser opção para se tornar realidade e estratégia de negócios no varejo. Mesmo assim, ainda há resistência, principalmente nos pequenos empreendimentos, em adotar a ferramenta. Justamente onde, nas palavras do presidente do Sindilojas Porto Alegre, Arcione Piva, há a maior margem para garantir uma vantagem competitiva no mercado, por conta da proximidade com o cliente.

“A realidade está aí e a IA tem que ser utilizada. Minha sugestão para o lojista é que não use desculpas, que vá atrás e busque o uso, porque é necessário para todos os negócios, queira ou não queira”, acrescenta Piva. Outros desafios, segundo o presidente, são os mesmos dos últimos anos, encabeçados pela taxa de juros elevada e sem uma perspectiva positiva a longo prazo, apesar dos cortes da Selic, a escassez de mão de obra qualificada e a recuperação econômica das crises da pandemia e das enchentes, que culminou no endividamento das famílias.

Jornal do Comércio – Como o



O ano de 2027, independentemente de quem esteja no comando do País, será de muitos desafios para a economia

setor lojista está utilizando a IA?

Arcione Piva – As médias e grandes empresas estão trabalhando mais fortemente com o uso de inteligência artificial, mas com os pequenos não andou tanto. Um dos fatores é, com certeza, o recurso mais escasso, embora, a cada dia que passa, a necessidade vá diminuindo. Tem muitas ferramentas de IA de forma gratuita que ajudam no processo em uma série de tarefas que tomam bastante tempo do empreendedor. O que ele precisa, na verdade, é pôr isso como prioridade no negócio e dedicar um tempo para implementar essa nova ferramenta.

JC – Em quais processos a IA melhor auxilia o negócio?

Piva – Especialmente na identificação das necessidades do consumidor para tornar essa conexão mais assertiva. A IA faz isso através da junção e consolidação dos dados das empresas. Isso faz com que o produto seja mais direcionado, mais personalizado. Também se usa muito para geração de mídias, especialmente nas redes sociais. Tem ferramentas bastante acessíveis para transformar a comunicação nas redes mais rápida, mais bonita e mais eficiente. Além daqueles trabalhos mais burocráticos que podem ser feitos pela inteligência artificial de forma mais rápida, sem perder muito tempo.

JC – Como o setor lojista está se preparando para o El Niño?

Piva – Não tem nenhum movimento especificamente dos lojistas. Temos acompanhado o tema como sindicato, indo em reuniões corriqueiras na Câmara de Vereadores, na prefeitura, no governo do Estado, e pressionando, usando da nossa relação com o poder público e pedindo para não deixarem de tomar as providências necessárias. Claro que muitos empreendedores estão apreensivos, especialmente aqueles que vivem em áreas que foram mais atingidas em 2024, mas tudo o que a gente ouve, tudo o que a gente vê, é que as possibilidades de acontecer uma catástrofe



Presidente do Sindilojas Porto Alegre, Arcione Piva aposta que segundo semestre será melhor para o setor

como aquela são muito remotas.

JC – Como foi o desempenho do varejo no primeiro semestre?

Piva – O varejo vive num momento de alta complexidade. Além da necessidade da recuperação econômica das empresas em função das enchentes e da pandemia, a mudança do comportamento do consumidor também tem trazido desafios. A transformação digital e a exigência por mais conveniência e mais experiência dentro dos negócios tem tornado o varejo muito desafiador. E o primeiro semestre foi exatamente disso, de muitos desafios e resiliência. Foi um pouco melhor do que 2025, até porque alguns segmentos estavam muito prejudicados à época, justamente por conta das cheias e do processo de recuperação.

JC – E o segundo semestre?

Piva – A expectativa é de um segundo semestre, de fato, melhor do que o primeiro, como tradicionalmente vem sendo. Tem Dia dos Pais, Dia das Crianças, Black Friday, Natal – que é a principal data do ano –, a entrada do 13º salário e férias coletivas no final do ano. Entram recursos maiores na economia, nossa expectativa em 2026 é que o desempenho siga crescendo. Embora ainda tenhamos um desafio muito grande, que é o custo do dinheiro, com a taxa de juros 14,25%. Isso retira a possibilidade de consumo de muita gente. Além disso, temos o endividamento das famílias, que em função de todos esses ocorridos de 2020 para cá, é um desafio extra.

JC – A Selic chegou a 15%, mas vem baixando. O quanto isso

anima o setor?

Piva – Uma sinalização de redução de custo do dinheiro anima o consumidor, mas está sendo insuficiente para gerar um movimento duradouro. Dá uma respirada, mas volta a trancar a respiração. Ainda está muito devagar, precisaria dar um sinal maior para que a economia de fato acreditasse em uma melhora significativa. E tem muita preocupação política com o não trabalho do governo federal de contenção de gastos. O ano de 2027, independente de quem esteja no comando do País, será de muitos desafios para a economia.

JC – Qual foi o impacto da Copa do Mundo no varejo?

Piva – Se o Brasil tivesse avançado, pelo menos até as quartas de final, certamente nós teríamos um pouco mais de consumo de produtos, especificamente com camisas, calções, bonés e jaquetas com a logo do Brasil. Mas alguns segmentos foram muito bem. Eletrônicos em geral. Televisões vendeu bem e fizemos uma pesquisa que apontou que o mercado de aquecedores aumentou significativamente nesse período. Mas poderia ser melhor, é verdade, se o Brasil continuasse mais uma ou duas etapas.

JC – As obras concluídas no Centro Histórico melhoraram as vendas no coração do comércio da cidade?

Piva – Melhorou sim, especialmente no quadrilátero central. No viaduto da Borges ainda não tem as operações todas funcionando, que com certeza vão melhorar mais ainda o local. Houve um trabalho também na Andradinhas, da retirada

dos camelôs naquele espaço que ficou designado para serviços de segurança, ambulâncias e corpo de bombeiros, que ajudou na caminhabilidade. A iluminação melhorou significativamente, temos tido menos ocorrências de furtos, o que também ajuda na percepção do consumidor de segurança. E ainda houve uma retomada de muitos empreendimentos que estavam fechados por conta das enchentes, e que hoje já tem outros negócios funcionando.

JC – Como enxergam o projeto que prevê o fim da escala 6x1?

Piva – Somos contra essa mudança do jeito que está sendo proposta. Precisamos de mais tempo. A discussão, em tempos de eleição, tem um viés político muito forte. Não que sejamos contra a redução da carga horária de trabalho, das pessoas terem mais tempo para viver com a família. Não é isso. Nesse sentido, a gente é a favor. Mas também vemos por um ângulo que quem vai pagar a conta, na verdade, acaba sendo o próprio trabalhador, que é sempre o maior prejudicado. Não tem como se manter os mesmos salários sem aumentar o preço dos produtos. O trabalhador, que no primeiro momento parece ser o mais beneficiado, ao fim e ao cabo, será o mais prejudicado. Hoje, se de fato acontecer a alteração da escala de 6x1 para 5x2, com redução da carga horária para 40 horas, isso representa em torno de 10% a 11% no custo das mercadorias, na prateleira de supermercado, no freezer do açougue, no material de construção, em todos os setores.