

MINUTO VAREJO

'IA de verdade é a que elimina processos antigos', alerta Enea

Painelistas destacam como empreendedores podem ter mais ganhos com novas tecnologias

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Conjugar e implementar tecnologia em múltiplos canais - do físico ao digital - gera mais ganhos para o varejista, garantiu o presidente da VTEX no Brasil, Massimo Enea. O executivo da gigante brasileira de soluções em tech, muito plugadas em adoção de rotinas para turbinar a operação, foi um dos palestrantes da OmniVarejo 2026, em João, na Paraíba, de 27 a 29 de agosto. A 58ª Convenção Nacional do Comércio Lojista reuniu mais de 2,5 mil integrantes do sistema. O Rio Grande do Sul levou sua maior comitiva na história da convenção, diz a Federação Varejista do RS.

"Qualquer varejista que faça um projeto bem feito (omnicanalidade) tem normalmente resultados três vezes maiores com uma conversão", contrasta Enea. "O cliente quando vai comprar, será servido com a opção mais rápida de entrega e tem mais segurança sobre a marca e os produtos",



PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Enea diz que tecnologia deve estar acoplada à cultura e a processos

diz o presidente da VTEX Brasil. "A experiência como um todo do usuário é sem fricção, pois o cadastro é unificado (WhatsApp, site e loja física)", resume.

"O seu cliente pode comprar online e devolver na loja sem nenhuma fricção? O seu cliente é servido realmente com a melhor opção para ele? Precisa ter todos os seus canais muito bem integrados, do PDV, ERP, tudo integrado e funcionando de forma harmoniosa", enumera o executivo. Outro foco de Enea é como

fazer o encaixe da inteligência artificial (IA) na operação. "A IA não pode ser uma camada adicional acima de um processo que já existe, mas tem que fazer parte do núcleo da empresa, que precisa reinvestir em processos", adverte o executivo.

"A IA de verdade é a que elimina processos e não a que só executa um procedimento antigo", contrasta o especialista. Para Enea, a tecnologia vai impor revisão do perfil de atuação das equipes e vai estar "no núcleo de conhecimento de todos os profissionais do futuro".

'Não é só ter uma loja bonita, com bom sofazinho ou café'

"O Brasil já é chinês", avisou o sócio da Startse Fabio Neto, após descrever, no placo da OmniVarejo 2026, o que está reformatando a face do varejo e que tem a ver com a presença de asiáticos no mercado, novas práticas de gestão e venda e como o consumidor está definindo a compra. "Ele decide no online e não é na hora de pagar", descreve Neto, que mapeou quatro reconfigurações em curso no setor.

"A primeira delas é a transversalidade. O hábito do consumidor está sendo moldado fora do varejo", alertou. A geografia também colocou mais e mais concorrentes chineses no ambiente. "A terceira é essa aceleração da inteligência artificial, que, pela primeira vez, separou consumidor de comprador. Eu continuo consumindo, mas não sou mais eu que compro, eu delego para alguém comprar por mim", rastreou o sócio da Startse. "Sua loja não tem mais que ser configurada para o ser humano comprar. Maior risco hoje não é o concorrente que vende o mesmo produto que eu. O risco é a invisibilidade", pontua Neto, devido a mudanças em forma de busca nas plataformas e atuação de agentes de IA.

Mas nem tudo está perdido. O sócio da Startse opinou que nunca foi "tão fácil e promissor para o pequeno varejista agora surfar

essa onda". "Antigamente, só os grandes tinham acesso a tecnologias. Agora, tudo isso é gratuito e está na mão de todo mundo. Basta ter vontade e querer usar uma inteligência artificial que todo mundo já tem", cita.

A exemplo de Massimo Enea, da VTEX, Neto atentou para a fricção na compra. "Se tiver atrito, a pessoa vai tentar evitar", adverte. "O grande desafio é: o que a gente faz hoje é convidativo para que as pessoas entreguem o tempo delas para isso? Não é só ter uma loja bonita, com bom sofazinho ou café. Agora é de fato convencer as pessoas que aquela transação tem que partir para uma relação".



PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

'Consumidor decide no online'

Zortéa é um dos nomes mais influentes do empreendedorismo brasileiro



PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Especialista lembra que reputação e repertório pesaram na seleção

Tem gaúcho na lista da Pulso 2026/2027, com 30 nomes mais influentes no empreendedorismo do Brasil. Fabiano Zortéa, coordenador de varejo do Sebrae-RS e que esteve na OmniVarejo, na Paraíba, está na lista pela primeira vez. Autoridade, reputação, relevância e capacidade de influenciar decisões são fatores decisivos para definir os integrantes da lista, que tem ainda Flávio Augusto, Geraldo Rufino (foi um dos principais nomes do Marcas de Quem Decide, do Jornal do Comércio, em 2026), João Appolinário, Rony Meisler (fundador da rede Reserva), Joel Jota, Camila Farani, Cris Arcangeli e Alê Costa.

"É uma honra enorme dividir

esse espaço com pessoas que admiro. E existe algo que torna esse reconhecimento ainda mais especial para mim: estar ali como especialista mostra que conhecimento, repertório, experiência e a capacidade de transformar tudo isso em algo útil para outras pessoas também constroem influência", valoriza ele.

Zortéa é filho de varejistas que tinham comércio em Canoas, na Região Metropolitana de Porto Alegre. A experiência de viver o varejo desde criança foi decisiva na carreira de mais de 20 anos analisando e orientando negócios sobre comportamento de consumo e estratégias de ação. Ele faz também a curadoria técnica das visitas anuais da comitiva gaúcha em

meio à NRF Retail's Big Show, em Nova York, que tem cobertura do Minuto Varejo. Também vem acompanhando a NRF Ásia-Pacífico, em Singapura, além de ter participado de edições do festival de criatividade e inovação South By Southwest (SXSW), em Austin, no Texas.

"Meu exercício sempre foi trazer esse conhecimento de volta e entender o que ele significa para uma loja, um pequeno negócio ou um empresário que precisa tomar uma decisão amanhã", destaca Zortéa: "Esse reconhecimento reforça algo em que acredito profundamente: conhecimento também constrói influência, principalmente quando ajuda alguém a tomar uma decisão melhor".