

minuto VAREJO
Patrícia Comunello
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Sindilojas RS
Porto Alegre

‘Tem de ir para dentro da área’, incentiva Tinga aos vendedores

Ex-jogador mostra como futebol pode ajudar lojistas nas campanhas de Black Friday e Natal

O gol que garantiu a conquista mais importante da carreira do ex-jogador Paulo César Tinga se deve a uma atitude: seguir à risca a gíria do futebol “pisa na área, entra na área”, conta o hoje palestrante e empreendedor no bate-papo do Jcast do Minuto Varejo (YouTube e Spotify). “Isso também é venda. Quantas vezes a gente vai na loja e não dá venda?” Na conquista do Gauchão de 2005, a bola bateu duas vezes na trave, e ele estava lá para marcar. Tinga levou as lições de dentro de campo ao palco da Unisinos na última terça-feira, em palestra promovida pelo SindilojasPOA.

SINDILOJASPOA/DIVULGAÇÃO/JC



‘Sempre alerto quem atua no varejo: tem que conhecer o que vende’

Minuto Varejo - O que o futebol ensina ao comércio?

Paulo César Tinga - Acredito que quem está no comércio tem vendas que, às vezes, batem na trave. O cliente vai à loja, escolhe um produto, mas não compra naquele dia. Assim como no futebol, temos que ir para o rebote. Tem de ir para dentro da área. Se bater na trave e sobrar de novo, a gente pode fazer o gol.

MV - Quando a bola (ou a venda) não entra, o que fazer?

Tinga - Primeiro, assim como no jogo, para vender, você tem que conhecer o que você faz, seja sobre produto ou serviço. Há 20 anos ou 30 anos, quando o consumidor saía de casa para ir ao shopping center ou loja de rua, ele não sabia muitas vezes o que queria comprar. Hoje a pessoa já sai de casa sabendo o que quer. Se ela chegar na loja, e o vendedor mostrar que conhece menos do que ela sobre a mercadoria, a venda pode ficar distante. O conhecimento aproxima, e a dúvida afasta. Sempre alerto quem atua no varejo: tem que conhecer o que você vende. Outra coisa comum entre futebol e venda é a constância. Tem de estar pronto sempre, independentemente do dia que o cliente vai chegar ou vai decidir comprar.

MV - Qual momento da tua carreira é exemplo disso?

Tinga - Em 16 de agosto de 2006, fiz o gol mais importante da minha vida e da história do clube até aquele momento. O Inter, depois de 97 anos de fundação, não tinha título internacional. Tem uma gíria no futebol que, para fazer gol, é mais fácil estar dentro da área, nossa vitrine. A gente fala: “Pisa na área, pisa, entra na área”. Antes de marcar na conquista da primeira Libertadores, estava entrando na área desde fevereiro, começo do campeonato. Entrei e não tinha feito nenhum gol. Na hora em que jogaram a bola para o falecido Fernandão (morreu em um acidente em 2014), imagina se eu, lá fora da área, tivesse pensado: “Ah, não vou entrar, fiz isso em fevereiro, março, abril, maio, junho. Não vai sobrar (a bola)”. Mas pensei justamente o contrário: “Vou de novo”. Fui e sobrou o melhor lance, a melhor oportunidade, a melhor de todas as outras sete que eu tinha perdido. Melhor porque era o gol mais importante da final do campeonato. Isso também é venda. Quantas vezes a gente vai na loja e não dá venda? Entra um cliente na loja, e o vendedor pensa: “Cara, já abordei ele muitas vezes e não veio nada. Ah, não vou de novo”. Talvez, ali está a grande venda. Minha dica é: pisa na área, pisa na área, continua pisando na área.

MV - O que faz um time ganhar e que serve para a loja?

Tinga - É mais fácil ganhar com time alinhado e todo mundo unido do que vencer com time no qual as pessoas não se dão bem. No futebol, já ganhei com clubes em que os atletas não se davam tão bem. Mas é muito mais difícil. É muito mais fácil quando as pessoas se conhecem. Todos os lugares em que joguei e meus colegas conheciam a minha história e eu a deles, virávamos um time. Tínhamos o domínio da gestão humana. Isso não acontece em muitas empresas porque as pessoas trabalham juntas, mas não se conhecem.

MV - Como a tecnologia entra neste jogo?

Tinga - A tecnologia é meio. Nas duas pontas, vai ser sempre o ser humano. É ele que faz a compra. Robô não vende para robô, mas está a serviço de algum ser humano.

MV - Como ganhar o jogo da Black Friday e do Natal?

Tinga - Sempre digo que, na hora das pressões, todo mundo vai entregar o que é. Se eu te apertar e tu for uma pessoa ruim, tu vai ser ruim. Se eu te apertar e tu for uma pessoa coletiva, tu vai ser coletiva. Não posso querer na Black Friday ser um exímio vendedor se não fui de janeiro a outubro. Vai ter mais oportunidade e você precisa estar preparado. Pode ter um dia ruim, outros mais motivantes, mas a gente tem que fazer de qualquer forma. Não era fácil ir treinar no frio na beira do Guaíba, mas eu ia.

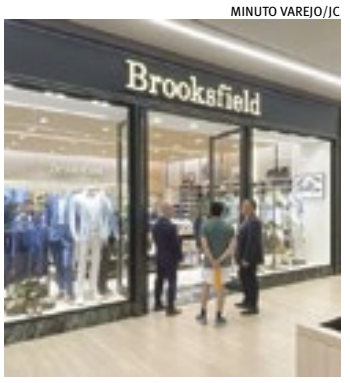
MV - Qual foi a bola que bateu na trave que mais te marcou?

Tinga - Final do Campeonato Gaúcho de 2005. A bola bateu nas duas traves. Fui conferir e ela bate, sobra pra mim e faço o gol. Fui lá na área. Qual é a conclusão de tudo que falamos? Não fiz isso somente em 2006. Fiz em 2005 também. É constância, é sobre constância.

No Ponto

A **Brooksfield** acaba de abrir no Bourbon Carlos Gomes, do Grupo Zaffari. Mas antes teve de fechar no IguatemiPOA, que adota cláusula de proximidade dos complexos. Teve marca que criou nova operação para seguir no Iguatemi, mas entrar no Carlos Gomes.

MINUTO VAREJO/JC



CDL POA 1: última edição do Programa de Aceleração com IA no Varejo, com Rafael Wainberg, é no sábado, das 9h às 17h, na sede da entidade, na Capital. Ainda tem vagas.

CDL POA 2: o Liquida Lab, esquenta com capacitações para a campanha de descontos de 2027, estreia dia 18 com Intensivão de TikTok Shop, com o gerente de conta do TikTok Shop, Allyson Miranda. É gratuito, das 7h30min às 8h30min, no Centro de Eventos da entidade (avenida Júlio de Castilhos, 377, no Centro).

Coluna de segunda

Alertas e oportunidades da Black Friday 2026 no Jcast com Lucas Alban (Serafina Marketing) e Guto Rocha (Pmweb).

