

ENTREVISTA

Sindilojas Porto Alegre aposta na inovação para fortalecer o varejo

Entidade desenvolve projetos para acelerar startups focadas em soluções para os lojistas da cidade

Roberta Fofonka, especial para o JC
economia@jornaldocomercio.com.br

A loja física segue importante, mas o mundo pós-pandemia exige “algo a mais” para atender a um consumidor ávido por experiências. Nesse cenário, o presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre (Sindilojas Porto Alegre), Arcione Piva, detalha como a entidade está investindo em ações para conectar seus associados a startups e desenvolver soluções que atendam às novas necessidades do setor. Além disso, ele avalia o desempenho do varejo e aponta tendências para ficar de olho, como o uso da inteligência artificial e a criação de comunidades.

Jornal do Comércio - Como o Sindilojas avalia o desempenho dos lojistas da capital gaúcha até o momento em 2023 e o que é possível esperar para o resto do ano?

Arcione Piva - O primeiro semestre teve um desempenho bom, dentro do esperado para os varejistas da Capital. As pesquisas realizadas pelo Sindilojas demonstram esse fato. Não é o melhor momento para o comércio, mas longe de ser um ano apenas de maus resultados. Tanto que as perspectivas de venda de eletrodomésticos para o inverno são de boas vendas. Para o restante de 2023, espera-se um cenário mais otimista. A estabilidade do País e a possível diminuição na taxa de juros elevam a expectativa de que o consumidor compre mais.

JC - O governo federal lançou, recentemente, o Desenrola Brasil. Quais os possíveis impactos deste programa de renegociação de dívidas para o varejo?

Piva - Sair da inadimplência é o

sonho de qualquer cidadão. Se há essa possibilidade, quem conseguir organizar a sua vida financeira vai obter sucesso. Nesse sentido, para o varejo, a princípio, este programa pode ajudar no aumento do consumo.

JC - Como outros fatores macroeconômicos, como a inflação, devem impactar no varejo no curto e médio prazo?

Piva - Com uma inflação menor, há o crescimento da produtividade, gerando redução nos custos de produção e consequentemente, mais consumo. Ao mesmo tempo, uma das nossas bandeiras no Sindilojas Porto Alegre é a redução e a simplificação dos tributos. Isso seria um ganho para o nosso setor.

JC - A direção atual do Sindilojas assumiu com o compromisso de fortalecer a cultura da inovação, principalmente no pequeno varejo. Quais ações têm sido desenvolvidas nesse sentido e quais seus impactos para os lojistas?

Piva - Nos últimos anos, o Sindilojas Porto Alegre vem agindo por conta própria e com alguns apoios em prol da inovação. O programa Deu Match é um exemplo disso. Em parceria com a Associação Gaúcha de Startups (AGS), essa ação tornou possível a conexão entre startups e lojistas para que soluções para o varejo fossem criadas. Neste ano, após realizar uma pesquisa de mercado, o Co.nectar Hub - um ambiente de inovação com foco no varejo e que também faz parte do Sindilojas POA - lançou o projeto Co.nectar Acelera. Até agora, são oito startups sendo aceleradas com foco em sanar as necessidades dos lojistas varejistas.

JC - Nesse sentido, como o varejo da Capital está se apresentando no mundo pós-pandemia?

Piva - O varejo de Porto Alegre não difere do restante do País. É preciso a aquisição de novas práticas, do envolvimento da tecnologia e de conexões com o cliente. A loja

física não perdeu a sua importância, talvez tenha que mudar um pouco o seu conceito, como valorizar, cada vez mais, a experiência do consumidor. Isso tudo para ter um “algo mais” do que apenas atender bem e vender. Quanto à adoção de ferramentas, do CRM ao uso da Inteligência Artificial, eles assessoram com banco de dados assertivos e podem antecipar tendências.

JC - De olho em 2024, onde ainda é possível evoluir? Quais são as tendências para o setor no próximo ano?

Piva - A evolução na área do comércio já tem acontecido. Após a pandemia, houve mudanças significativas em nosso ramo, como o novo comportamento do consumidor. O varejo precisa se adaptar ao novo jeito de fazer varejo, à nova maneira do consumo por parte da nova geração. Isso é uma evolução imposta pelos novos tempos. Vejo como tendência o uso da Inteligência Artificial, tecnologias andando juntas, o foco na experiência do consumidor e a adoção, cada vez mais, de comunidades, o que significa estar próximo ao seu público, entender a maneira de que ele prefere consumir. Isso humaniza a marca e cria identificação.



Arcione Piva, do Sindilojas, diz que 2023 está longe de ser um ano ruim