

## DROPS DO GERAÇÃO

## Coragem para fazer aquilo que você acredita

Mateus Barcelos de Menezes está à frente da marca Meu Sapato Preto, que completou cinco anos em 2024 e se prepara para abrir em São Paulo. Confira as dicas do empreendedor:

**1 Ame o produto, mas descubra se o mercado também pode amar ele:** Encontre um produto que você ame e tenha orgulho de dizer que é seu e busque entender se os clientes enxergam a mesma coisa que você. Este produto é único e diferente do que já existe? Se não for, encontre o seu diferencial em relação ao mercado, pois, sem algum destes dois pontos, a batalha será mais difícil.

**2 Tenha coragem:** Normalmente, só temos coragem de mudar algo, fazer alguma transformação ou melhoria, quando passamos por um momento difícil. Não espere outra pandemia, outra enchente ou qualquer outro momento complexo para ter coragem para fazer aquilo que você acredita.

**3 Objetivo precisa estar no papel, na parede ou em qualquer lugar que você olhe todos os dias:** Ter objetivos claros é o atalho para um negócio dar certo. Se colocar no papel, fica ainda mais fácil. Registre os objetivos, depois registre as ações necessárias para atingi-los, pense no que pode impedir de dar certo e contorne isso, depois crie indicadores que mostrem se você está no caminho e quando tudo começar a funcionar use os indicadores para entender se tudo está



Mateus Menezes é CEO do Meu Sapato Preto

indo bem ou se precisa de ajustes. Havendo necessidade de ajustes, corrija a rota o mais rápido possível.

**4 Se prepare para as derrotas. Não desista:** Os dias duros de empreender não aparecem no Instagram. Vão ter (vários) dias em que não se bate a meta de vendas, que há problemas de equipe, que o fornecedor atrasa entrega, que você pensará algo incrível e aplicando não terá o resultado desejado. Não desista!

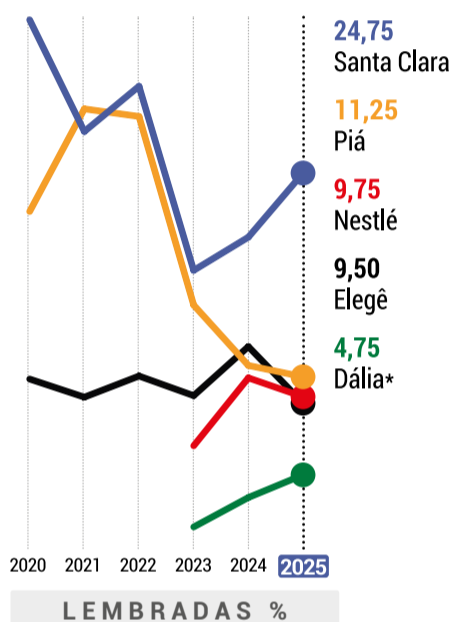
**5 Seja generalista para contratar especialistas:** Aproveite o início para aprender de maneira generalista tudo sobre seu negócio. É muito mais fácil fazer isso quando o negócio é pequeno e esse aprendizado servirá como base para contratar pessoas especialistas em cada área e monitorar a performance da equipe. Não pense que você vai trabalhar menos sendo empresário, mas, com o tempo, tente construir uma rotina para equilibrar o tempo.

## PRODUTOS LÁCTEOS

## Santa Clara se distancia como líder de marca de produtos lácteos

## LEMBRADA

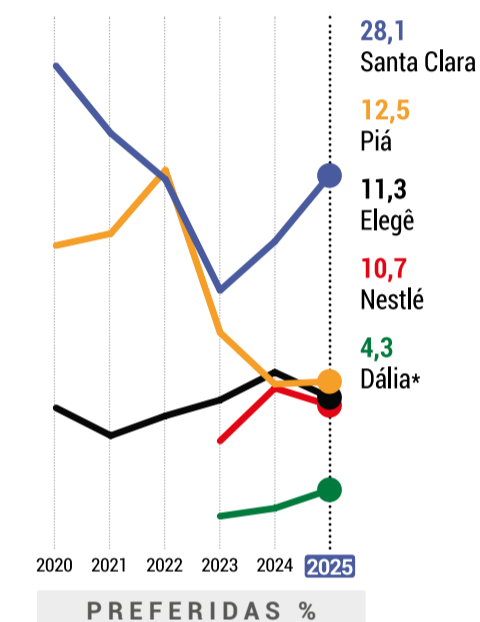
Foram 39 marcas lembradas na categoria Produtos Lácteos, um aumento em comparação com as 33 marcas de 2024. Santa Clara ocupa a primeira posição, com 24,75% da lembrança. A marca foi citada por líderes de todas as regiões do RS e lidera em 6 delas. Piá e Nestlé também pontuam em todas as regiões do Estado e com 11,25% e 9,75% ficam, respectivamente, com a segunda e a terceira colocações no geral. A Elegê, com 9,50%, garante a quarta posição geral e é lembrada em todas as regiões e lidera em Ijuí e Uruguaiana.



\*Marcas que entraram entre as cinco principais na Edição 2025.

## PREFERIDA

A Santa Clara, com 28,1% de preferência, um aumento de cinco pontos percentuais em relação à pesquisa anterior, foi novamente o destaque da categoria, sendo a marca número 1 na lembrança e também na preferência entre as lideranças do RS. A marca conquistou a indicação de líderes de todas as regiões e foi a preferida em 6 delas. Piá também pontua em todas as regiões do RS e com 12,5% passa à frente da Elegê e garante o 2º lugar na preferência. A Elegê, que nesta edição fica em 3º, é citada na maioria das regiões do Estado.



Ivonei Pioner  
Presidente da Federação Varejista do RS

## OPINIÃO

## Dados e análises avançadas impulsionam marcas no varejo

O setor varejista vive uma revolução silenciosa, movida por dados, análises, mudanças no comportamento do consumidor e novas tecnologias.

Essas ferramentas transformam a forma como as marcas se conectam com os consumidores e se posicionam no mercado.

O uso de Big Data, aliado a tecnologias como inteligência artificial (IA) e machine learning, cria um cenário em que as decisões são baseadas em insights extraídos de vastos volumes de dados, gerando decisões mais acertadas.

No varejo, o Big Data oferece uma visão detalhada do comportamento de compra, preferências e até da localização dos consumidores. Ao integrar essas informações, as empresas podem otimizar a experiência do cliente e antecipar tendências de consumo. Por exemplo, é pos-

sível ajustar ofertas de produtos, personalizar campanhas de marketing e melhorar a gestão de estoques, evitando excessos ou falta de mercadorias.

As análises avançadas, com o uso de IA e machine learning, permitem prever a demanda, identificar padrões ocultos e criar ofertas personalizadas. O comportamento de compra, frequentemente imprevisível, pode ser antecipado com dados históricos e em tempo real, oferecendo uma vantagem competitiva significativa aos varejistas.

No entanto, o uso de dados e IA envolve desafios. A ética e a privacidade são questões centrais, com consumidores cada vez mais atentos ao uso de suas informações.

As marcas precisam garantir conformidade com regulamentos como a LGPD, respeitando a privacidade e os direitos

dos consumidores.

Além disso, o futuro do varejo será cada vez mais omnicanal. Surge, então, uma nova realidade, apresentada na última NRF: o Unified Commerce, que integra totalmente a experiência do cliente entre os mundos físico e digital.

A integração de dados de lojas físicas, online, aplicativos e redes sociais proporciona uma experiência de compra fluida e personalizada. A personalização é a chave para engajar os consumidores e criar lealdade à marca.

Em suma, o futuro do varejo está sendo moldado por dados e análises. Empresas que souberem usar essas ferramentas de forma ética e inteligente, priorizando a transparência e a experiência do cliente, estarão melhor posicionadas no mercado. A {R} Evolução do varejo já começou – e é guiada por dados.

**O Big Data oferece uma visão detalhada do comportamento de compra, preferências e até da localização dos consumidores. Ao integrar essas informações, as empresas podem otimizar a experiência**