



Sete pilares estratégicos da NRF para o varejo em 2026

No varejo, o que não muda é o que importa. Essa é a linha de pensamento de Jeff Bezos, fundador da Amazon.

Na prática, essa premissa ressalta que, embora o setor seja dinâmico, três pilares devem ser imutáveis: processos sólidos, dados confiáveis e foco total no cliente.

Contudo, muitos varejistas ainda tentam escalar suas operações sobre processos frágeis e sistemas que não calculam a margem real do negócio. Considerando a relevância do setor para a economia mundial e a proximidade da NRF 2026, destaco os sete tópicos centrais que guiarão a próxima edição:

#1 O novo palco da IA: o mercado está acelerado pela Inteligência Artificial. No varejo, a aplicação da IA já abrange desde o marketing personalizado até a operação das lojas físicas. Além de fornecer insights, ferramentas como os Agentes de IA permitem aprimorar a jornada do consumidor e obter um controle rigoroso do Supply Chain.

#2 Lojas físicas e Retailtainment: o conceito de retailtainment (varejo e entretenimento) ganha força. O setor deve utilizar recursos que tornem o atendimento físico uma extensão da marca. Atualmente, as Flagships utilizam IA para oferecer serviços assistidos e criar experiências imersivas que consolidam a fidelidade do cliente de forma criativa.

#3 Eficiência operacional: a eficácia voltada ao consumidor deve ser aplicada também aos processos internos. Tecnologias de gerenciamento dinâmico tornam a operação ágil e sustentável – integrando práticas como reciclagem criativa e logística reversa. A chave aqui é a implementação de processos multifuncionais baseados em uma visão unificada de dados.

#4 Novos modelos de negócios: com a atual dinâmica de mercado, o varejo



“Estar atento às tendências da NRF não é apenas uma questão de inovação, mas de sobrevivência competitiva.

precisa repensar abordagens que vão do marketing às contratações. Os novos modelos devem ser ágeis para impulsionar a lucratividade. Métodos como buy now, pay later, pagamentos invisíveis e estratégias phygital são elementos fundamentais nessa jornada orientada a dados.

#5 Talentos e cultura: é impossível proporcionar experiências de alto nível sem que a equipe tenha conhecimento e suporte. O setor tem a missão de desenvolver uma cultura empresarial sólida, equilibrando as vozes da diretoria e preservando os valores organizacionais em tempos de mudança. Essa postura é essencial não apenas para reter talentos, mas para fortalecer o time.

#6 Tecnologia e inovação: a IA revolucionou a maneira como os clientes

encontram e compram produtos. Agora, o desafio dos varejistas é aplicar práticas éticas e segurança de dados, aproveitando o poder da personalização para elevar o engajamento sem comprometer a privacidade do consumidor.

#7 Liderança do futuro: à medida que a complexidade dos negócios aumenta, a liderança exige novas competências. Líderes que enfrentam diariamente as pressões da concorrência precisam exercer sua função com empatia e visão estratégica, humanizando a gestão em um ambiente tecnológico.

O varejo é um setor de alta relevância econômica e vive de sazonalidades constantes. Por isso, estar atento às tendências da NRF não é apenas uma questão de inovação, mas de sobrevivência competitiva. Em 2026, a diferença entre as empresas que apenas sobrevivem e as que lideram não será a quantidade de tecnologia adquirida, mas a inteligência estratégica aplicada a cada processo. Afinal, crescer é inevitável para alguns, mas prosperar com consistência exige maturidade

(Fonte: Tailan Oliveira é CRO da ALFA).

Quem ainda aposta só nas capitais está perdendo o eixo mais lucrativo das franquias

A interiorização do franchising brasileiro passou a ser vista como uma das transformações estruturais mais relevantes do setor. ➡➡

Produtividade e segurança em armazéns: é possível unir os dois?

Em um cenário logístico cada vez mais dinâmico, a fronteira entre segurança e produtividade continua sendo testada diariamente. Imagine a seguinte cena: um operador de empilhadeira movimenta pallets enquanto um colaborador atravessa a área do armazém. ➡➡

Tendências de Employer Branding para 2026

Mudanças provocadas pela inteligência artificial e pela busca dos talentos por empresas mais coerentes colocam aprendizagem contínua e comunicação clara entre as prioridades do ano. ➡➡

Em 2026, a comunicação vai precisar de IA, mas principalmente de gente

Não é de hoje que a inteligência artificial se tornou uma realidade dentro das rotinas de comunicação. Ainda afirmar esse ponto pode até mesmo parecer obsoleto. No entanto, à medida que o tempo passa e o uso das IAs torna-se tão rotineiro, é preciso parar e refletir. ➡➡

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Peças de navios naufragados e histórias do mar

Mais do que um passeio temático, o Aventura Pirata, em Balneário Camboriú (SC), celebra quatro anos em dezembro consolidado como uma experiência que combina entretenimento, educação e história marítima. De frente para o mar, em um dos destinos turísticos mais visitados do país, a atração transporta visitantes de todas as idades para a chamada Era de Ouro da Pirataria, entre os séculos XVI e XVIII. Além das encenações interativas com a trupe de piratas, o espaço abriga um museu com peças autênticas resgatadas de navios naufragados, o que transforma a diversão em uma verdadeira viagem ao passado. Os objetos ajudam a revelar como era a vida a bordo, os conflitos no mar e curiosidades desse período (@aventurapiratabc). ➡➡ [Leia a coluna completa na página 3](#)



BYD bate Tesla e lidera mercado de carros elétricos

@A Tesla divulgou hoje vendas abaixo do esperado no quarto trimestre, com 418.227 veículos entregues, encerrando 2025 com cerca de 1,64 milhão de unidades vendidas. Com isso, a montadora de Elon Musk perdeu a liderança global em veículos elétricos para a chinesa BYD, que informou ter comercializado 2,26 milhões de elétricos no ano. Para Leandro Guissoni, professor da FGV e cofundador da Decomposer, a virada não é conjuntural nem explicada apenas por volume. Segundo ele, a BYD avança porque opera sob uma lógica diferente da Tesla e das montadoras tradicionais: integração vertical da cadeia, controle rigoroso de custos, velocidade de lançamento e uso intensivo de dados para previsão de demanda e definição de portfólio. Na avaliação de Guissoni, o mercado global de elétricos entra agora em uma fase de competição por eficiência e escala, em que vantagem tecnológica isolada já não é suficiente. “Quem conseguir combinar previsibilidade, margem e adaptação rápida ao consumidor tende a liderar”. ➡➡ [Leia a coluna completa na página 2](#)

2º lote para o 16º Concred estão oficialmente abertas!

O maior evento do cooperativismo financeiro mundial avança para uma nova etapa: as inscrições do 2º lote para o 16º Concred estão oficialmente abertas! Após o encerramento do primeiro lote em apenas 35 dias, reforçamos que a procura extraordinária é reflexo da força do nosso tema — “Cooperativismo Financeiro: no campo e na cidade, juntos na construção de um futuro sustentável.” De 26 a 28 de agosto de 2026, Goiânia/GO será o ponto de encontro de líderes, especialistas e cooperativistas de todo o país para três dias de imersão em conhecimento, inovação e conexões estratégicas (https://conteudo.confebras.coop.br/16-concred).