

Merlots brasileiros são destaque na Suíça

Promovido nos dias 19 e 20 de maio, na cidade de Sierre, na Suíça, o concurso reuniu 417 amostras de oito países, avaliadas por um painel formado por 27 especialistas internacionais. Além de coordenar o envio das amostras, a ABE também foi convidada a participar do júri, sendo representada pelo diretor e enólogo Moisés Brandelli. Para ele, a experiência confirmou o elevado padrão técnico do evento e a relevância da presença brasileira em competições internacionais.

NOVAS RELAÇÕES DE CONSUMO

FEIRA DEVERÁ MOVIMENTAR R\$ 2 BILHÕES NESTE ANO

▶▶▶ [Leia na página 10](#)

O fim da compra solitária: por que o cliente de hoje busca parceiros e não apenas marcas?

Durante muito tempo, o varejo foi orientado por um único objetivo: vender.

Hoje, essa lógica já não se sustenta sozinha. Em um cenário em que o consumidor tem múltiplas opções a distância de um clique, o diferencial competitivo deixou de estar apenas no produto ou no preço e passou a estar na relação.

O consumidor contemporâneo valoriza experiências, proximidade e, acima de tudo, um atendimento personalizado. Segundo uma pesquisa realizada pela Deloitte, até 40% da percepção de valor de uma marca vem de fatores que vão além do preço, como atendimento, experiência e relacionamento. Nesse contexto, o varejo físico possui uma vantagem que o digital ainda tenta reproduzir: o poder do contato direto e da conexão humana.

Para que esse potencial se concretize, e se traduza em fidelização, é necessária uma mudança de mentalidade. Sai de cena a venda pontual e transacional, e entra o relacionamento contínuo, baseado em confiança. Isso exige escuta ativa, compreensão do perfil do cliente e sensibilidade para transformar cada interação em uma experiência relevante. É essa percepção de valor que transforma uma compra comum em algo memorável, e incentiva o retorno.

Mais do que um ponto de venda, a loja física precisa se consolidar como um espaço de conexão. Eventos, ativações, demonstrações de produtos e experiências personalizadas ampliam o papel do varejo, criando momentos de troca que aproximam o cliente da marca de forma mais emocional. Quando o consumidor se sente parte daquele ambiente, ele deixa de ser apenas um comprador ocasional e passa a construir um vínculo.

Manter esse vínculo é, ao mesmo tempo, um desafio e uma grande oportunidade.

Benjamin_Deckam



“transformar clientes em parceiros não depende de ações isoladas, mas da construção de uma cultura de relacionamento. enxergar cada interação como uma oportunidade de gerar valor, e não apenas receita.”

Muitos varejistas ainda concentram esforços em datas sazonais, apostando em picos de venda. No entanto, relações consistentes se constroem na constância. Ações simples, como comunicações personalizadas, benefícios exclusivos e convites para experiências, mantêm a marca presente no dia a dia do cliente, indo além dos momentos de consumo.

Nesse processo, o uso inteligente de dados torna-se um aliado estratégico. Programas de fidelidade, histórico de compras e cadastros bem estruturados permitem compreender comportamentos, antecipar necessidades e oferecer recomendações mais assertivas. Mais do que tecnologia,

trata-se de transformar informação em cuidado percebido.

Ao mesmo tempo, é fundamental reconhecer que o consumidor atual transita com naturalidade entre o físico e o digital, e espera uma jornada integrada. Iniciativas omnichannel, como retirada em loja, comunicação unificada e benefícios cruzados, fortalecem a relação e ampliam os pontos de contato ao longo da jornada.

No fim, transformar clientes em parceiros não depende de ações isoladas, mas da construção de uma cultura de relacionamento. É enxergar cada interação como uma oportunidade de gerar valor, e não apenas receita. É entender que a fidelização não acontece apenas no momento da compra, mas na soma de experiências que a antecedem e a sucedem.

Marcas que operam com essa lógica constroem vínculos mais fortes, duradouros e relevantes. E o resultado é claro: clientes que retornam não apenas pelo que compram, mas pela relação que escolhem manter.

(Fonte: André Seibel é CEO do Circuito de Compras).

Conta em dólar no Brasil: liberdade para as empresas ou novo negócio para os bancos?

A partir de outubro, mais empresas poderão manter dólares e outras divisas em contas no próprio país. A promessa é de eficiência e menos custo cambial. Mas o benefício real depende, em boa medida, do perfil de cada companhia e parte dessa vantagem também fica com os bancos. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Cinco setores que transformaram o celular em canais de negócios

Presente em 145 milhões de celulares no país, o RCS ganha espaço ao simplificar vendas e serviços com mensagens interativas. ▶▶▶

Planejamento sucessório precisa incluir ativos digitais

Com a digitalização do patrimônio, herdeiros podem enfrentar barreiras técnicas para acessar ativos mesmo após decisão judicial de inventário. ▶▶▶

Crédito do varejo migra para fintechs e muda a forma de financiar o consumo no Brasil

O varejo segue entre os principais motores do crédito estruturado no país, mas a forma de financiar o consumo mudou. Nos últimos anos, vendas parceladas deixaram de ser organizadas apenas como recebível comercial tradicional e passaram a ser originadas por fintechs, bancos digitais e plataformas de crédito integradas à jornada de compra. ▶▶▶

Negócios em Pauta

Festa do Morango de Jarinu e Atibaia



Vai começar a Festa do Morango

O aroma dos morangos frescos já toma conta de Jarinu. Neste fim de semana começa a 42ª Festa do Morango de Jarinu e Atibaia, um dos eventos mais tradicionais e aguardados do interior paulista e considerada uma das maiores celebrações dedicadas à fruta no Brasil. Realizada nos dias 27 e 28 de junho, 4 e 5, 11 e 12, 18 e 19 de julho, no Parque do Morango Duílio Maziero, a festa promete reunir cerca de 120 mil visitantes ao longo de oito dias de programação, consolidando-se como uma das principais vitrines do turismo rural, da gastronomia e da produção agrícola paulista. Aproximadamente 20 produtores rurais participarão do evento, que deve comercializar cerca de 80 toneladas de morango durante a temporada. Criada em 1983 por produtores rurais da região, a celebração nasceu para valorizar a agricultura local e, ao longo das décadas, transformou-se em uma referência nacional quando o assunto é turismo rural e gastronomia. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Divulgação IT Forum



Neil Redding abre programação do IT Forum Praia do Forte 2026

@O IT Forum Praia do Forte 2026, um dos maiores encontros do setor de tecnologia do Brasil, será realizado entre os dias 19 e 23 de agosto e terá como principal speaker o futurista Neil Redding, reconhecido internacionalmente por sua atuação em inovação e liderança na era da Inteligência Artificial (IA). Com foco na construção de conexões estratégicas, a edição promoverá imersões exclusivas com 160 CIOs das maiores empresas investidoras em TI do país. Neste ano, o evento tem como tema central “A força do ecossistema: quem não conecta, não cresce”, reforçando a importância da colaboração entre empresas, lideranças e tecnologias para impulsionar a inovação e o crescimento sustentável dos negócios. Responsável por abrir a programação, Neil Redding apresentará o painel “Da adoção à orquestração: liderança à medida que a IA se torna participante” (<https://pf26.itforum.com.br/>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Economia da Criatividade

Marketing Educacional em Tempos de Incerteza: Comunicar Valor Quando o Futuro é Instável



Carol Olival

▶▶▶ [Leia na página 4](#)

Negócios & Carreira!

O sonho que sempre falou mais alto



Fabiana Monteiro

▶▶▶ [Leia na página 7](#)