



*Informe* **FECO  
MÉR  
CIOPE**

ANO XIV | EDIÇÃO ESPECIAL | 2025

**NRF'**  
**25**

Fecomércio-PE participa  
do maior evento  
varejista do mundo



Realização:

**Fecomércio PE**  
CNC Sesc Senac  
Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

Apoio:

**SEBRAE**

Patrocínio:

**Senac**





**Bernardo Peixoto**

Presidente do Sistema  
Fecomércio/Sesc/Senac-PE

Editorial

# NOVA IORQUE, CENÁRIO PERFEITO PARA O FUTURO DO VAREJO

**N**ova Iorque é muito mais do que uma metrópole vibrante. A cidade é um grande palco onde o futuro do varejo é testado, respirando inovação e ditando tendências como um laboratório a céu aberto que redefine o comportamento do consumidor para o setor. Sede de grandes marcas e lojas conceito, com sua infraestrutura e economia fortes, a cidade oferece um ambiente propício para a inovação no varejo.

Por isso, a National Retail Federation (NRF), maior associação de varejo do mundo, realiza, anualmente, em janeiro, seu evento mais famoso, o Retail's Big Show, em Nova Iorque, reunindo executivos, especialistas e fornecedores do varejo global para apresentar o que há de mais atual em inovações tecnológicas.

Como empresário do segmento de papelaria e livraria, quando participava da diretoria da Fecomércio-PE, fui, várias vezes, à NRF. Mas, na minha gestão como presidente da Federação, foi a primeira vez que liderei uma missão ao evento, que já se tornou referência para empresários e profissionais que querem se atualizar. Temas como inteligência artificial, experiência do consumidor, sustentabilidade, transformação digital e novos modelos de negócios são discutidos por CEOs das maiores marcas globais.

Com essa visão, levei 30 empresários e representantes de entidades de classe para participar da 115ª edição da NRF, conectando a comitiva pernambucana aos rumos do mercado. Mais do que uma feira, a NRF é um ponto de encontro estratégico para networking. Participar desse evento significa mergulhar nas transformações que estão impactando a todo instante o varejo.

Como presidente da Fecomércio-PE, acredito que o conhecimento é o maior diferencial competitivo de todo empresário. Por isso, essa missão representou um passo importante na busca por novas oportunidades, fortalecendo o comércio no nosso estado e preparando nossos representados para os desafios de um varejo cada vez mais digital e interativo.

Nesta edição especial, convidamos o leitor a embarcar nessa jornada e descobrir como a NRF pode inspirar novas ideias e transformar nossos negócios. Afinal, o futuro do varejo começa agora e Nova Iorque é o cenário perfeito para escrevê-lo.

Uma ótima leitura!





## Diretoria Fecomércio PE

**Bernardo Peixoto**  
Presidente

**Joaquim de Castro**  
1º Vice-Presidente

**Milton Tavares**  
2º Vice-Presidente

**Archimedes Cavalcanti**  
3º Vice-Presidente

**Douglas Sena**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio de  
Agentes Autônomos

**Edivaldo Guilherme**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio  
Atacadista

**Felipe Freire**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio  
Armazenador

**Ivan Gomes**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio de  
Turismo e Hospitalidade

**José Carlos de Santana**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio  
Varejista

**Ozeas Gomes**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio de  
Serviços de Saúde

**José Carlos da Silva**  
1º Diretor Secretário

**João Maciel**  
2º Diretor Secretário

**Gustavo Machado**  
3º Diretor Secretário

**Valdemar Alves**  
1º Diretor Tesoureiro

**Ana Maria Caldas**  
2ª Diretora Tesoureira

**Roberto França**  
3º Diretor Tesoureiro

**Adélia Cristina**  
Diretora para  
Assuntos Sindicais

**Alberes Lopes**  
Diretor para Assuntos  
de Crédito

**Elias Salomão**  
Diretor para Assuntos de  
Desenvolvimento Comercial

**Fábio Lisandro**  
Diretor para Assuntos  
do Setor Público

**José Jorge da Silva**  
Diretor para Assuntos  
de Consumo

**Marcos de Santana**  
Diretor para Assuntos de  
Relações do Trabalho

**Michel Jean Wanderley**  
Diretor para Assuntos  
Tributários

**Paula Cavalcanti**  
Diretora para  
Assuntos de Turismo

**Roberto Wagner**  
Diretor para Assuntos  
de Comércio Exterior

**Evandro Alves de Lima**  
1º Conselheiro Fiscal Efetivo

**Jailson Delfino**  
2º Conselheiro  
Fiscal Efetivo

**Ramon Cosmo da Silva**  
3º Conselheiro  
Fiscal Efetivo



Avenida Visconde de Suassuna, nº 265,  
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540  
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175  
[www.fecomercio-pe.com.br](http://www.fecomercio-pe.com.br)



/FECOMERCIOPE  
 @FECOMERCIOPE  
 FECOMERCIO-PE.COM.BR



@CARTAODOEMPRESARIO  
 CARTAODOEMPRESARIO.COM.BR

## Expediente

**Informe Fecomércio-PE Edição Especial 2025**

**Coordenação-geral/Edição**  
Lucila Nastassia

**Reportagens/Textos técnicos**  
Fábio Oliveira e Lucila Nastassia

**Projeto gráfico/Diagramação**  
Nilo Monteiro

**Fotos** - Agência MakerMídia

**Revisão** – Fabiane Cavalcanti

**Impressão** – CCS Gráfica

**Tiragem** – 4 mil exemplares



## Participantes

### Coordenação da Missão

**Bernardo Peixoto**  
Presidente

**Cleide Pimentel**  
Coordenadora geral

**Fábio Oliveira**  
Coordenador técnico

**Lucila Nastassia**  
Coordenadora de  
comunicação e marketing

**Ana Cláudia Neves**  
Coordenadora de  
viagem e logística

### Entidades de classe

**Fausto Pontual** – Sebrae/PE  
**Murilo Guerra** – Sebrae/PE  
**Regivan Dantas** – Senac-PE  
**Eliézio Silva** – Senac-PE  
**Carlos Eduardo**  
**Soares** – Senac-PE  
**Ricardo Santos** – Senac-PE

## Empresários

**Adélia Cristina**  
**Alberes Lopes**  
**Antônio Salomão**  
**Douglas Sena**  
**Elias Salomão**  
**Evandro Lima**  
**Felipe Freire**  
**Francisco Mourato**  
**Gustavo Machado**  
**João Maciel**  
**Jorge Alexandre**  
**José Carlos de Santana**  
**Michel Jean Wanderley**  
**Milton Tavares de Melo**  
**Ozeas Gomes**  
**Regina Albuquerque**  
**Renato Siqueira**  
**Roberto Wagner**  
**Rodrigo Moreira**  
**Ygor Valença**

## Acompanhantes

**Roberta Barros**  
**Diane Freire**  
**Thiely Barros**  
**Cláudia Sales**  
**Gildete Tavares**





## Sumário

06

O ambiente econômico  
da NRF´25

12

Impactos da  
tecnologia no varejo:  
o que a NRF´25 projetou

16

NRF´25: desafios para o futuro  
do comércio de bens, serviços e  
turismo em Pernambuco

22

Visita ao Consulado-Geral do Brasil em  
Nova Iorque na NRF´25 abre portas  
para relações comerciais e culturais  
entre Pernambuco e Estados Unidos

30

Comitiva da missão visita  
icônica loja conceito da  
Apple na Quinta Avenida

32

Opinião | O cenário do varejo

34

Bernardo Peixoto participa, em Nova  
Iorque, do encontro empresarial Wings  
– Worldwide Insights for New Growth  
Strategies, promovido pela Fecomércio-RJ

36

Opinião | Senac-PE  
na NRF´25

38

Opinião | NRF´25  
Retail´s Big Show: tendências e  
insights para o futuro do varejo

43

Depoimentos dos  
participantes





Vista panorâmica de Nova Iorque



# O ambiente econômico da NRF'25



A NRF Retail's Big Show 2025 ocorreu em circunstâncias desafiadoras nos Estados Unidos da América (EUA) e no resto do mundo. Na escala mundial, as principais fontes de inquietação remetem à dimensão governamental, postas pelo continuado conflito bélico entre Rússia e Ucrânia, bem como pela irresoluta disputa na Faixa de Gaza. Além disso, uma série de rupturas institucionais ocasiona instabilidade na Europa, onde França e Alemanha enfrentam questionamentos relativos aos seus respectivos líderes. No Canadá, uma crise política levou ao pedido de renúncia do primeiro-ministro e, na Coreia do Sul, a destituição do presidente eleito e a abertura de processo de impeachment do presidente interino ocorreram em um espaço de semanas, entre dezembro de 2024 e janeiro de 2025.

Nos EUA, a mudança de governo, ocorrida apenas três dias após o encerramento da NRF Retail's Big Show 2025, agravou as incertezas. As manifestações do presidente Donald Trump quanto à retomada do Canal do Panamá e à intenção de anexar a Groenlândia e o Canadá, além da ofensiva contra o México, simbolizam um viés de exteriorização do exercício da soberania nacional que não havia sido exposto em gestões anteriores. A retirada dos EUA de acordos multilaterais, a exemplo da pauta ambiental, é um indício de posicionamento autárquico desse país na agenda internacional.





Apesar das hesitações que o contexto provoca, a percepção prevalecente na NRF Retail's Big Show 2025 foi a de que a reorientação de políticas internas e externas dos Estados Unidos da América reforçará, em vez de fragilizar, o chamado *american exceptionalism* nos negócios. A cultura empreendedora ainda faz do mercado dos EUA uma referência internacional inquestionável, mesmo em relação a outros países emergentes. De fato, a determinação do crescimento mundial seguirá, em grande medida, relacionada ao hegemônico desempenho estadunidense. Ainda assim, não é exagero afirmar que a confirmação dessas expectativas está em função do êxito governamental na condução de reformas regulatórias relativas à ambiência econômica do país.

Os interrogantes se referem, em especial, à revisão do arcabouço fiscal e ao controle da pressão inflacionária que persiste sobre a cesta de consumo dos trabalhadores. Vale lembrar que os estímulos tributários pós-pandemia ainda apresentam efeitos vigentes, mas que se deram em simultâneo a uma persistente elevação de preços, que alçaram-se 3% no acumulado de 12 meses em janeiro de 2025, puxados pela alta dos alimentos. Com efeito, a taxa de inflação estimada pela Reserva Federal (FED) para o ano de 2025, revista no informe de dezembro de 2024, passou de 2,4% para 2,5%.

A despeito dessa perspectiva, em dezembro de 2024 o Comitê de Mercado Aberto do FED optou pelo corte de 0,25% na taxa básica de juros, cuja banda de variação passou a se situar entre 4,25% e 4,5%. Esse patamar foi mantido em janeiro de 2025, uma medida justificada pelo objetivo de potencializar as boas condições conjunturais do mercado de trabalho, ilustradas pela taxa de desemprego de 4% em janeiro de 2025, de acordo com o Bureau of Labor Statistics. De acordo com um informe publicado pelo J. P. Morgan Chase, é de se esperar uma gestão de política monetária pragmática por parte do FED ao longo de 2025, o que envolve a suspensão dos cortes ou um ritmo mais lento de baixa da taxa básica de juros, a depender da inflação.

A criação do Departamento de Eficiência Governamental, conduzido por Elon Musk, sinaliza a priorização ao corte de gastos e ao enxugamento da máquina pública, a fim de restituir e intensificar uma trajetória de queda da relação dívida pública/ PIB dos EUA. Esse indicador se elevou em dois momentos cruciais da trajetória econômica recente dos Estados Unidos: após a crise financeira desencadeada pela falência do Lehman Brothers, em 2009, que requereu significativa intervenção governamental no mercado financeiro; e no enfrentamento à pandemia de covid-19, quando aquela relação atingiu o pico histórico de 132%, em 2020.



Desde então, a tímida trajetória de queda perdurou até 2023, inflexionando-se para fechar o ano de 2024 em 120%, o equivalente a cerca de US\$ 35 trilhões.

Na leitura dos agentes de mercado, esse resultado se relaciona com a manutenção de outros dois indicadores-chave de performance econômica destacados pelos representantes do J. P. Morgan Chase e Goldman Sachs, durante a NRF Retail's Big Show 2025: o desempenho do mercado de capitais, revelando as intenções de investimento, e a taxa de crescimento do PIB, associada à dinâmica de emprego, renda e consumo das famílias. Ambos revelam um quadro conjuntural considerado satisfatório, embora desafiador.

Quanto ao mercado de capitais, uma proxy bastante utilizada é o resultado da carteira teórica dos ativos das 500 maiores empresas listadas nas principais bolsas de valores dos EUA, mensurado pelo Standard & Poor's 500 Index. O índice teve uma alta de 10% nos seis meses que antecederam a feira. Quanto à dimensão produtiva, a aceleração da taxa de crescimento do PIB no final

de 2024, relativamente a igual período de 2023, contribuiu para uma alta de 2,9% no agregado de 2024, em comparação com o ano precedente. Foi central a expansão física da produção industrial, ajudando a sustentar o nível de emprego e lastreando, pelo pagamento de salários, o aumento do consumo das famílias.

Uma incerteza crítica atinente à economia dos EUA diz respeito ao padrão de condução governamental dos assuntos externos. Nesse particular, a disputa dos próximos anos, velada ou explícita, será entre o "Made in China" e o "Make America Great Again". A aposta do governo Trump na internalização em território dos EUA de elos de cadeias de valor se efetua na esteira da percepção corporativa de que são elevados os custos operacionais relativos à compreensão das regras do jogo e do ambiente de negócios nos diversos países do mundo. Tal alegação remete a leis trabalhistas, modalidades de regulação financeira, financiamento e governança de infraestrutura, barreiras tarifárias e não tarifárias, entre outros.





Para os Estados Unidos, as consequências macroeconômicas da agenda do “MAGA” podem envolver erráticos movimentos de capitais (com tendência evasiva), desvalorização do dólar e consequente pressão interna de preços, ocasionada pelo encarecimento de produtos importados sujeitos a tarifação por decreto presidencial. Estudo lançado em novembro de 2024 pela National Retail Federation (NRF) alerta que as tarifas podem representar uma perda de até US\$ 78 bilhões em poder de compra para os cidadãos dos EUA. Por outro lado, a crescente presença chinesa pelo planeta oferece alternativas de parcerias concretas não apenas para o fornecimento de produtos industrializados, mas de infraestrutura e de financiamento para o resto do mundo.

As disputadas relações China-Estados Unidos não se encerram nas esferas comercial, produtiva e financeira. Nos últimos anos, elas alcançaram, também, inédita judicialização

de serviços tecnológicos, como o contencioso que envolveu a rede social TikTok. O banimento dessa plataforma nos Estados Unidos, anunciado logo após o encerramento da NRF Retail's Big Show 2025, explicita que a assimetria informacional favorável a um serviço vinculado à China só pôde ser enfrentada na esfera do lobby político, e não em preços.

Ainda no que se refere à questão tecnológica, o lançamento da plataforma chinesa de inteligência artificial generativa DeepSeek provocou abalos sísmicos no mercado de ações dos EUA, afetando, em particular, provedores de serviços tecnológicos norte-americanos como a Nvidia, fabricante de chips de alta capacidade de processamento. A queda de 3,1% do índice Nasdaq Composite no dia 27/01/2025, apenas duas semanas após a conclusão da NRF Retail's Big Show 2025, surpreendeu as big techs estadunidenses, que se viram operando em condições concorrenciais mais acirradas.







O fato é que, na escala internacional, a insistência estadunidense em posições diplomáticas conflitivas, em vez de cooperativas, pode ocasionar brechas e rupturas conducentes a uma maior regionalização das relações políticas e econômicas mundo afora. Para o articulista Gideon Rachman, colunista-chefe de relações internacionais do Financial Times, a gestão Trump “planta as sementes de uma aliança antiamericana”. Isso abre alas para o fortalecimento de arranjos como o grupo de países dos Brics e para o estabelecimento de acordos de comércio exemplificados pelo que foi instituído recentemente entre o Mercosul e a União Europeia. Há, ainda, o potencial aprofundamento de relações bilaterais, ilustrados pelos acordos firmados entre China e Brasil, por ocasião do encontro entre Xi Jinping e Lula da Silva em Brasília-DF, após a reunião do Grupo dos 20 (G20), em novembro de 2024.

Para o Brasil, e a América Latina e Caribe em geral, a posição do governo dos EUA ficou evidenciada logo na primeira semana de governo. O combate à imigração ilegal de latino-americanos será uma constante, mas seus efeitos não se limitam à restrição de oportunidades de trabalho para

latino-americanos em território norte-americano e ao movimento de deportação de pessoas em condições degradantes. Conforme visto na alteração com a Colômbia, medidas impositivas na esfera econômica serão empregadas como efeito demonstração de hard power por parte dos EUA, ante eventuais questionamentos das condutas estadunidenses relativas a pautas consideradas prioritárias pela gestão de turno nesse país.

As desafiadoras circunstâncias em que a NRF Retail's Big Show 2025 ocorreu, dadas pelo quadro político e econômico que se desenha em importantes países e regiões do mundo, incluindo os Estados Unidos, não diminuem a distinção da economia estadunidense. Apesar das incertezas, trata-se de um mercado impulsionado pelo pioneirismo nas inovações, pela centralidade global de fluxos financeiros e por um consumo pujante. As propaladas reformas fiscais e monetárias terão papel crucial na promoção da estabilidade interna, em especial no que se refere ao controle de preços e à redução da dívida pública, enquanto a crescente rivalidade com a China e os desafios externos tendem a afetar as relações comerciais com parceiros históricos e com países como o Brasil. ■



# Impactos da tecnologia no varejo: o que a NRF'25 projetou

O tema central da NRF Retail's Big Show 2025 – Game Changer – carrega no nome a percepção de que se vive uma desafiadora “época de mudanças”. Cassandra Napoli, especialista em prospectiva e líder de marketing na consultoria WGSN, sistematizou transformações estruturais que, mediadas pela inteligência artificial (IA), impulsionarão transformações futuras. Para tanto, ela empregou uma chave interpretativa baseada nas seis dimensões da metodologia STEPIC (do inglês society, technology, environment, politics, industry e creativity), conformando um preâmbulo da projeção de tendências que impactarão o varejo.

Para Napoli, o reconhecimento da interdependência social tende a se afirmar ante a solidão, em virtude de um emergente senso de responsabilidade coletiva. A IA proverá essa conexão, mas é preciso assegurar o equilíbrio entre o progresso técnico e a sabedoria humana, segundo uma interação mutuamente adaptativa e regulada pela sociedade. A urgência dessa integração humanizada é ilustrada pela normalização da anomalia climática pela qual o planeta passa, e que assume ares de um grave problema de saúde coletiva. Outro desafio consiste nas tensões que fazem com que a política não consiga

solucionar o viés de deterioração dos instrumentos participativos da democracia, o que dá vazão a manifestações extremadas de descontentamento e descrença nas ações governamentais. Conexões globais se veem fragilizadas seja por medidas de reversão da multiculturalidade e da secularização, seja por um emergente protecionismo econômico. Isso afeta avanços relacionados à difusão do saber, mas, no âmbito da criatividade, o lúdico será uma força diferencial capaz de unificar pessoas que estão se autodescobrindo e se reconectando umas às outras, abrindo-se a novas influências culturais.





Esse quadro mais amplo da metodologia STEPIC combina com a leitura da ambiência econômica em que ocorreu o evento. Ainda que os apontamentos da WGSN representem condicionamentos relevantes, eles não inibiram a predominância, durante a NRF Retail's Big Show 2025, de uma compreensão de que a aplicação da IA será, de fato, um game changer, ou um divisor de águas. Isso não é, em si, uma novidade: ferramentas e dispositivos inteligentes já existem e já são empregados em diversas operações. O novo está em que eles estão sendo aperfeiçoados e, principalmente, barateados para uma mais ampla difusão e implementação empresarial, proporcionando aos varejistas a capacidade de vislumbrar padrões de consumo e de tornar a operação comercial mais eficiente.

Desse modo, a tendência é a ampliação da escala da aplicação de IA enquanto um vetor de tecnologias cognitivas nos negócios, nos próximos anos. Durante a NRF Retail's Big Show 2025, foi possível conhecer experimentações conduzidas por/em empresas inovadoras. O contato em primeira mão com o estado da arte de ideias permitiu aos participantes do evento formar uma visão de futuro acerca do impacto da IA no varejo, bem como prever transformações ocasionadas pela aplicação da tecnologia no setor.

De modo geral, os debates e palestras realizados gravitaram em torno do que pode ser categorizado como duas grandes transições. A primeira é a geracional, relacionada com modificações nos hábitos de consumo decorrentes da ascensão

de consumidores das gerações Z e alfa. Essas pessoas apreciam aspectos como autenticidade, empatia, cooperativismo, preservação ambiental e inclusão, projetando-os nas marcas do que pretendem consumir. A transição geracional indica que o varejo será incontornavelmente influenciado por novos hábitos e códigos de conduta, muitos deles impactados pelas tecnologias existentes e vindouras, sugestionando pessoas de gerações anteriores. A aposta é que haverá uma convergência comportamental que borrará a segmentação etária em favor de um “novo consumidor” antenado com o perfil e a linguagem prevalecentes nas gerações Z e alfa. Isso prenuncia modificações no padrão educacional e comunicacional da sociedade, substituindo métodos de aprendizagem que tendem a se tornar antiquados.



A segunda transição é a relacional, associada à interação entre varejistas e consumidores. Nesse caso, está em curso uma tendência de redefinição da experiência de compra. De um lado, a clientela procura uma maior personalização do atendimento, em linha com desejos e necessidades específicas. De outro lado, a disponibilidade e o suporte analítico de dados preditivos obtidos via IA permitirá aos varejistas decodificar padrões de consumo e oferecer uma experiência mais ajustada aos anseios de clientes. Isto é, em face da modificação comportamental dos consumidores, igual mudança tende a ocorrer no gerenciamento dos negócios. Líderes e gestores empresariais deverão se adaptar às novas características da experiência de compra, fortemente centrada em dados e informações relativas ao que os consumidores desejam vivenciar.

Outra tendência apontada na NRF Retail's Big Show 2025 é a integração entre canais físicos e digitais de atendimento. Sintetizada no conceito de

omnichannel (múltiplos canais), a fluidez da experiência de compra tornará imperceptíveis as fronteiras entre canais online e offline. A IA mediará essa hibridização, supondo que as lojas físicas não mais serão apenas pontos de venda, mas locais de interação e engajamento, espaços de conexão sensorial, emocional e de pertencimento usufruídos pelos consumidores em um tempo lento. Mais do que ir à loja física para saber se um produto escolhido em canais digitais realmente corresponde ao esperado, a ida à loja precisa, cada vez mais, representar uma interação da clientela com os valores da empresa. Assim, estratégias exitosas na reformulação da jornada do consumidor estarão pautadas pelo objetivo de trazer clientes para dentro da marca, não apenas para dentro da loja.

O mote central da integração da experiência física à experiência digital, durante a imersão presencial do consumidor, repousará na tangibilidade do profundo conhecimento sobre os produtos – que já

não é monopólio do varejista – combinada com o toque humanizado da ambiência de loja. Atualmente, os indivíduos estudam a fundo as características do produto que pretendem consumir e não guardam para si esse aprendizado, uma vez que produzem conteúdos relativos ao que comprem ou desejam comprar e os difundem via redes sociais. Uma forma de se aproveitar dessa difusa propagação é realizar a curadoria da criação autônoma de conteúdos, o que envolve oferecer a estrutura das empresas para os consumidores criadores. Isso reforça o quadro de consumidores-defensores da marca. Um exemplo disso é o uso que algumas empresas têm feito das habilidades comunicacionais das novas gerações para a elaboração de conteúdos com novas narrativas (re-storytelling). Ações desse tipo ressignificam a percepção social dos valores empresariais, mesmo aqueles de operações tradicionais, traduzindo-os para a terminologia do novo consumidor. O posicionamento de marca, nesse caso, não abdica do passado para se conectar a novos hábitos de consumo.





A delegação da Fecomércio-PE experimentou essa prática durante visita técnica à loja conceito da Apple, na Quinta Avenida. Na ocasião, viu-se que os meios digitais e físicos se articulam em uma mesma operação, proporcionando aos clientes (e visitantes) uma experiência única e personalizada. Para além de espaços de demonstração e estoque de mercadorias, percebeu-se que a loja física da Apple é portadora de elementos multissensoriais (físicos, digitais) que provocam emoções marcantes para os clientes. Em palestras e workshops oferecidos in loco, em ambientes amigáveis e dedicados, os consumidores da marca recebem instruções e treinamento de especialistas para potencializar os atributos dos produtos que possuem, principalmente para a cocriação de conteúdo com o amparo de ferramentas de IA.

Isso remete a outra tendência significativa: a de que as plataformas digitais vão se consolidar como repositórios de demonstrações do modo como os produtos funcionam, o que eles proporcionam ou, na linguagem dos jovens, o que eles entregam. Recrutar criadores de conteúdo facilita a fluência empresarial no uso dessa linguagem. O fato é que o padrão de interação das gerações Z e alfa nas redes sociais alçou o social commerce a uma posição de destaque, impulsionando o alcance da opinião de influencers e de criadores de conteúdo na decisão de compra de outros consumidores seguidores. O varejo, inclusive o físico, deverá se adaptar a essa nova dinâmica, encorajando a coprodução de campanhas de publicidade para segmentar e entender melhor perfis e preferências de consumo.

Uma leitura prospectiva, baseada no aprendizado da NRF Retail's Big Show 2025, informa que a evolução tecnológica no varejo será marcada por uma ampliada utilização de IA nas operações varejistas, estimulada pela mudança de perfil geracional de consumidores mais proficientes em tecnologias cognitivas. Essa interação, mediada pela IA, reformulará a experiência de compra no sentido de uma maior personalização, integrando canais físicos e digitais de venda. Com isso, as lojas, mais do que pontos de venda, passarão a ser locais de conexão emocional e sensorial, funcionando como um ambiente de engajamento contínuo dos clientes com as marcas. Além disso, redes sociais e plataformas digitais se consolidarão como espaços privilegiados da jornada do consumidor, em que a criação de conteúdo protagonizará a comunicação com o público. ■

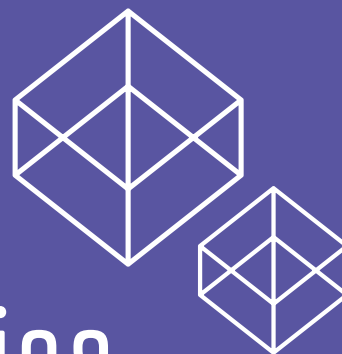




Sala onde acontecem as principais palestras da NRF







# NRF'25: desafios para o futuro do comércio de bens, serviços e turismo em Pernambuco



A mais importante lição aprendida durante a NRF 2025 foi a de que a inteligência artificial (IA) exerce e exercerá uma importância central para o presente e o futuro do comércio de bens, serviços e turismo. Ainda assim, não raro alguns palestrantes proferiram uma célebre frase atribuída à Roy Amara (antigo presidente do Instituto para o Futuro), para quem “tendemos a superestimar o efeito da tecnologia no curto prazo, e a subestimar esse efeito no longo prazo”.

# NRF '25 RETAIL'S BIG SHOW



A “Lei de Amara” reconhece a natureza disruptiva das ferramentas tecnológicas. Entretanto, ela traz um contraponto que precisa ser considerado em qualquer discussão relativa à utilização de IA no varejo. As inovações ocasionam um momento inicial de euforia para, depois, tornarem-se rapidamente obsoletas, inviáveis e substituíveis. Nesses termos, quais barreiras se colocam ao hype da IA no varejo? Alguns desafios estão relacionados à ambiência de negócios:

- A reciprocidade tarifária entre países, em contexto de guerra comercial protagonizada pelos Estados Unidos, pode afetar a circulação de tecnologias;

- A pressão de data centers sobre a disponibilidade de recursos naturais (água para refrigeração, uso de energia elétrica etc.) se depara com desequilíbrios ambientais tangíveis;

- O custo computacional da incontornável escalabilidade de projetos inteligentes para negócios, envolvendo pessoal qualificado e espaço físico para equipamentos, reduz margens de retorno sob concorrência acirrada;

- O corte de empregos causado em contrapartida a ganhos de produtividade não é compensado pela geração de novos postos de trabalho;

- Consequentemente, a compressão da massa salarial que fundamenta o consumo agregado desestimula o gasto das famílias, constrangendo o mercado consumidor;

- O registro de maior incidência de ataques cibernéticos, fraudes e deepfake relacionados à digitalização e à tecnologia constituem séria ameaça à difusão da IA como ferramenta segura.

A facilidade de acesso à IA depende do barateamento da estrutura de financiamento de inovações, da disponibilidade de infraestrutura física de suporte e da proficiência técnica de empresas e da população no manejo de aplicativos e plataformas controlados por provedores. Vale salientar que as empresas de tecnologia se beneficiam de assimetrias informacionais (e, de resto, políticas e econômicas, conforme testemunhado no caso do banimento do Tiktok nos Estados Unidos) importantes. Isso significa que a possibilidade de ampliar a produtividade das operações comerciais levará, ainda, algum tempo para se universalizar.





Por isso, em vez de esperar por uma rota linear e sem percalços, é mais apropriado pensar em um ciclo de aplicação da IA nas atividades de varejo, em que contradições e restrições aparecerão de tempos em tempos. Isso é ilustrado pelo ritmo de adesão das empresas do varejo à IA. Em geral, os gestores empresariais não conhecem os aspectos técnicos que envolvem a implantação de ferramentas inteligentes no negócio e apostam na terceirização desse saber, que é detido pelo provedor de bens e serviços.

Limite adicional expressivo é posto a (in)existência da cultura de cadastro e de manutenção de estatísticas relacionadas ao negócio, especialmente dos pequenos varejistas. Para que a

IA encontre aplicação no varejo, o controle logístico de cadeias de suprimentos e do fluxo de caixa/vendas não podem, em hipótese nenhuma, constar de sistemas informacionais herméticos, analógicos ou mesmo manuais.

A existência de dados é o insumo básico das tecnologias cognitivas e nenhuma IA é capaz de refletir, fidedignamente, características do negócio e dos consumidores, nem de realizar previsões adequadas, sem eles. Uma contrapartida incontornável é a cessão de todas as informações da operação varejista para um provedor externo à firma, o que implica a renúncia do sigilo de dados considerados estratégicos e a eventual exposição a ataques cibernéticos.



A IA pode ajudar o varejo a sistematizar dados de gestão e de interação com o cliente para entender e antecipar as intenções e os comportamentos do consumidor nos múltiplos canais de venda. Contudo, não há garantia de que esses dados – que são não estruturados – sejam confiáveis. Será preciso realizar uma curadoria estatística das informações que eles embasam.

Ainda que a tomada de decisões baseadas em números seja preferível à percepção subjetiva, suplantando o feeling instintivo requer verdadeira campanha de letramento analítico para que gestores empresariais possam manejar, com proficiência, a linguagem computacional e matemática da IA. Desse modo, relatórios informacionais baseados em questões sensíveis do estabelecimento requererão que as empresas disponham de pessoal habilitado a utilizar o imenso potencial da análise avançada de dados (advanced data analytics).

Uma outra questão que emerge diz respeito ao momento de implementar a IA no negócio. Vale a pena ilustrar o que ocorreu na sessão "The future of AI in retail" ("O futuro da IA no varejo"), patrocinada pela Lenovo Global Technologies. Em consulta informal a uma audiência de aproximadamente 200 pessoas, verificou-se que não mais do que cinco participantes (2,5% dos presentes) representavam empresas que cogitavam implementar IA na operação dos negócios. A conclusão dessa

breve sondagem é impactante: há uma dissociação entre o que está sendo praticado ou proposto pelas empresas-líderes do varejo mundial e empresas de menor porte relativo, entre as quais predomina uma postura reticente quanto à realização de investimentos em IA.

Essa divergência traz desafios significativos ao varejo, mais ainda quando se enfatiza o comércio "analógico" à escala local. Tome-se, por exemplo, o programa Última Milha, da Amazon Stores. Empregando IA e outras tecnologias avançadas, a Amazon comprime cada vez mais o tempo de entrega de produtos adquiridos por canais digitais, prometendo, em alguns casos, entregas no mesmo dia da compra. Nas localidades, programas desse tipo acirram a concorrência e podem significar o encerramento de atividades varejistas tradicionais. Isso é especialmente válido diante da tendência de se instaurar uma cultura de consumo conectado que borra as fronteiras entre a loja física e a loja digital – reduzir o tempo de entrega é um exemplo desse apagamento.

No Brasil, esse risco ainda é minorado pelo fato de o serviço logístico enfrentar barreiras infraestruturais relevantes, inclusive de conectividade à internet. Por essa e outras razões, e não em decorrência da macrotendência de integração físico-digital puxada pela IA nos múltiplos canais de venda, é que a loja física prevalecerá ante os canais digitais no país, pelo menos por mais alguns anos.

Outro determinante dessa persistência tem a ver com a cultura de consumo brasileira. Veja-se, por exemplo, o caso das Sandálias Havaianas, apresentado pelo CEO brasileiro da empresa na NRF'25. O calçado é uma commodity, isto é, uma mercadoria cujos atributos – tamanhos, composição, cores e funcionalidade – são conhecidos do consumidor brasileiro. Em tese, adquiri-lo poderia se dar pelos canais digitais e, de fato, as sandálias constituem 75% das buscas online no site da empresa. Entretanto, a aquisição das sandálias Havaianas responde por apenas 4% das compras feitas via internet, evidenciando uma baixa taxa de conversão, mesmo para um produto bastante conhecido.

Nos termos das transições geracional e relacional, a hipótese explicativa daquele resultado repousaria no fato de que a taxa de conversão de compras online ainda não é capaz de refletir, em canais digitais, a conexão histórica dos brasileiros com o produto por meio das lojas físicas. Fica, então, a lição de que é preciso fazer uma cuidadosa translação do que foi visto na NRF'25, concernente à realidade de grandes empresas que atuam no mercado dos EUA (e dos países desenvolvidos) para a realidade brasileira.



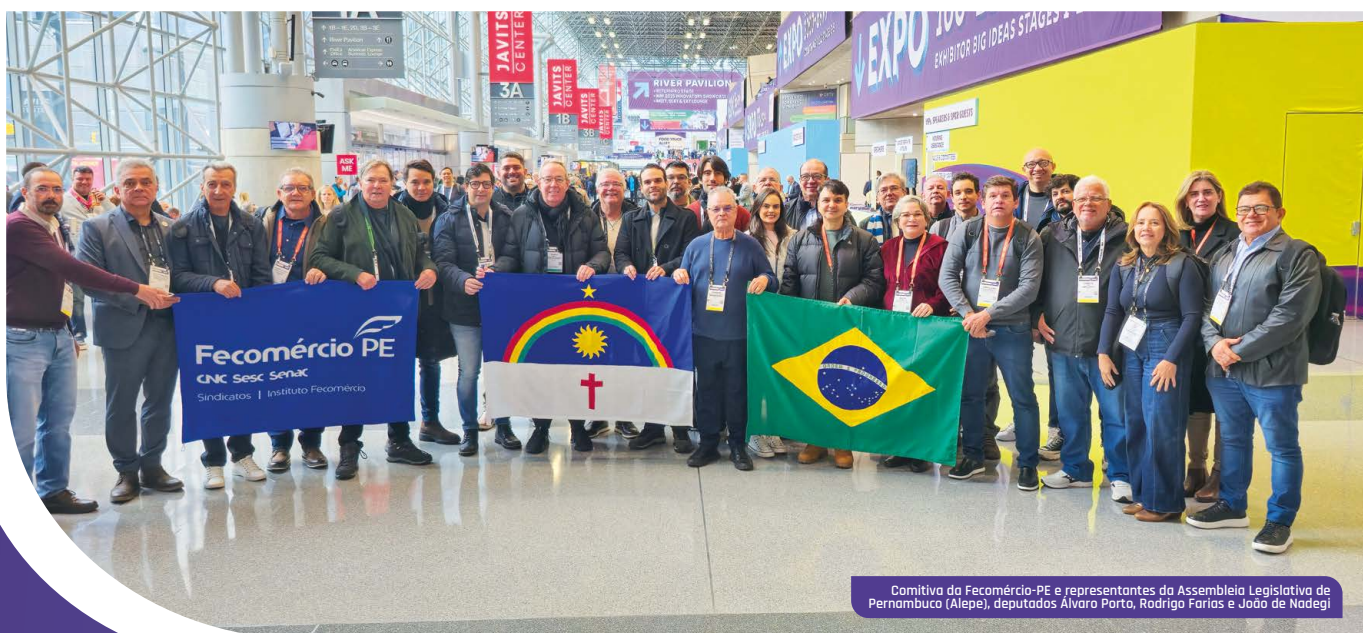
No que se refere ao estado de Pernambuco, convém considerar especificidades socioeconômicas e empresariais nele existentes. É preciso distinguir, no território estadual, a diversidade de práticas varejistas adotadas na capital, na Região Metropolitana, nas cidades médias do interior e nas pequenas cidades. Esses recortes geográficos são mediados por relações sociais hierarquizadas conforme seja a maior complexidade da oferta de bens e serviços existente por uma rede de cidades que, atualmente, não disporia dos mesmos meios para viabilizar vendas omnichannel via uma operação físico-digital seamless (ou seja, perfeitamente integrada). É preciso, ainda, considerar a tessitura interativa da composição etária da população pernambucana, bem como os padrões de deslocamento das pessoas. Isso não apenas prenuncia a disponibilidade diferenciada de rendas e

proventos, mas também distintos perfis e necessidades de consumo, em uma realidade socioeconômica bastante específica. O fato é que o estado de Pernambuco se encontra em um estágio demográfico próprio e possui um regime de consumo ímpar, o que recomenda incorporar o aprendizado da NRF'25 como uma diretriz de análise do comportamento atual e prospectivo do mercado pernambucano.

Por outro lado, o estado de Pernambuco emerge como um dos que possuem maior dotação potencial de conhecimentos associados à inteligência artificial. Isso porque dispõe de uma Estratégia de Ciência, Tecnologia e Inovação, encampada pela Secretaria Estadual de Ciência, Tecnologia e Inovação (Secti-PE), para o período 2023-2027. Além de empresas, fundações e universidades públicas, o Sistema Pernambucano de Inovação

(SPIn) é protagonizado pelas empresas atracadas no Porto Digital.

Essa constituição é importante vetor da transformação digital que a NRF antevê. A Fecomércio-PE participa do ecossistema estadual de inovação por meio de parcerias relevantes. Iniciativas de qualificação profissional são exemplificadas pela formação de quadros no curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, da Faculdade Senac-PE. A provisão de infraestrutura tecnológica tem sido oferecida pelo Instituto de Ciência e Tecnologia do no Senac-PE, situado no Bairro do Recife. Com essa conformação institucional, a Fecomércio-PE reitera seu compromisso de representar o setor do comércio de bens, serviços e turismo de Pernambuco, conduzindo-o por meio de estratégias adequadas ante os muitos desafios e tendências que a NRF'25 destacou. ■

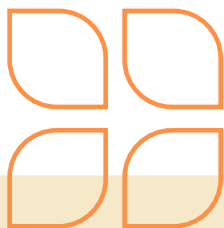


Comitiva da Fecomércio-PE e representantes da Assembleia Legislativa de Pernambuco (Alepe), deputados Alvaro Porto, Rodrigo Farias e João de Nadege

# Visita ao Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque abre portas para relações comerciais e culturais entre Pernambuco e Estados Unidos







No dia 15 de janeiro, o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE e da 1ª Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF, Bernardo Peixoto, liderou a agenda institucional da delegação pernambucana, no Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque, onde a comitiva foi recepcionada pelo cônsul-geral, embaixador Adalnio Senna Ganem, e pelo cônsul-geral adjunto, Leonardo Enge

**N**a programação das missões internacionais da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco (Fecomércio-PE), a entidade promove uma agenda institucional com visita protocolar a entidades representativas do governo brasileiro. Não poderia ser diferente na 1ª Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF, que reservou a manhã do dia 15 de janeiro para visitar o Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque, onde o grupo pernambucano foi recepcionado pelos embaixadores Adalnio Senna Ganem, cônsul-geral, e Leonardo Enge, cônsul-geral adjunto. “Ficamos muito felizes em receber delegações do Brasil no Consulado, colocamos esta Casa à disposição de vocês e reforçamos que apoiamos essas iniciativas que só fortalecem as relações entre Pernambuco e os Estados Unidos”, disse Ganem.

Para o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Bernardo Peixoto, que liderou os 35 membros da comitiva, a visita teve como principal objetivo fortalecer os laços comerciais e culturais entre Pernambuco e Estados Unidos. “Visitar a Casa que representa o nosso país e a sede do nosso governo, em Nova Iorque, tem um significado muito importante para nós, empresários pernambucanos, que queremos conhecer melhor o mercado americano, em especial o varejo, e estreitar relações com o Consulado-Geral, promovendo oportunidades de negócios para o comércio de Pernambuco no cenário internacional, com foco em áreas de grande potencial como o e-commerce”, afirmou Peixoto.



Após as boas-vindas do cônsul-geral e a exposição feita pelo presidente da missão, Bernardo Peixoto, a delegação pernambucana teve a oportunidade de se apresentar, falar sobre os seus negócios e, na sequência, o cônsul-geral adjunto, Leonardo Enge, encerrou o encontro apresentando o papel dos setores de Promoção Comercial e de Investimentos (Secoms) do Itamaraty, espalhados pelo mundo, na promoção dos negócios e atração de investimentos ao Brasil. Ele ainda detalhou alguns dos principais serviços gratuitos destinados

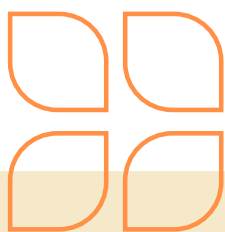
aos exportadores brasileiros, em especial a prospeção de novos clientes e o apoio em participações em feiras e eventos, destacando como essa estrutura pode facilitar o próximo passo do exportador em busca de abrir novos mercados.

A visita da Fecomércio-PE ao Consulado-Geral reafirma a importância da participação estratégica da Federação em eventos e missões internacionais como a NRF para promover o Brasil e Pernambuco como um polo comercial inovador e promissor, criando

grandes expectativas para as oportunidades geradas e para o futuro do comércio de bens, serviços e turismo pernambucano no mercado global.

Na entrevista a seguir, a Informe Fecomércio-PE teve a oportunidade de conversar com o embaixador Ganem sobre a importância de iniciativas como a missão de Pernambuco à NRF, as relações do Brasil com os Estados Unidos, os principais desafios como representantes do governo brasileiro em Nova Iorque, a ampliação dos negócios entre os dois países, entre outros assuntos.





Diplomata de carreira, com ampla experiência em assuntos governamentais e relações internacionais, o embaixador Adalnio Senna Ganem assumiu suas funções como cônsul-geral do Brasil em Nova Iorque em 1º de maio de 2023. Formado em Direito, continuou seus estudos de pós-graduação em Relações Internacionais e Assuntos Econômicos Internacionais na Academia Diplomática Brasileira e na Universidade de Nova Iorque. Foi professor de Relações Econômicas Internacionais na Fundação Armando Alvares Penteado e na Universidade Mackenzie em São Paulo, no Curso de Mestrado de Relações Internacionais. No Brasil, foi chefe das Assessorias Diplomática e Econômica do vice-presidente da República Marco Maciel, de 1995 a 1999; secretário de Relações Internacionais de São Paulo, de 2003 a 2007; e assessor

diplomático da Comissão de Relações Exteriores do Senado, de 2019 a 2020. Participou no processo de transição de governo como assessor especial do vice-presidente da República Geraldo Alckmin, de novembro/2022 a março/2023. No exterior, foi também cônsul-geral do Brasil em Atlanta, Miami e San Francisco, embaixador do Brasil no Panamá, encarregado de negócios do Brasil em Paris, representante brasileiro junto à Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), delegado brasileiro na Comissão Europeia, encarregado de negociações têxteis e siderúrgicas e diretor do Setor de Promoção Comercial em Nova Iorque e em Lima, Peru. Além dessas posições, participou de inúmeras missões presidenciais e reuniões nas Nações Unidas, na Organização dos Estados Americanos (OEA) e em outras organizações multilaterais.



### Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque: Conectando Brasil e Estados Unidos

O Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque é a maior representação consular do Brasil na região nordeste dos Estados Unidos, atuando nos estados de Nova Iorque, Nova Jérsei e Pensilvânia, além das Ilhas Bermudas. Sua missão é prestar assistência à comunidade brasileira, promover o Brasil no exterior e fortalecer as relações bilaterais entre os dois países.

Como parte da rede diplomática do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, o Consulado-Geral oferece uma ampla gama de serviços consulares, incluindo emissão de passaportes, legalização de documentos, registro de nascimentos e casamentos, além de suporte a cidadãos brasileiros em situações de emergência.

Além dos serviços ao público, o Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque atua por meio de setores especializados, como o Setor de Promoção Comercial e de Investimentos (Secom), que fomenta o comércio bilateral e incentiva oportunidades de negócios para empresas brasileiras nos EUA; o Setor de Ciência, Tecnologia e Inovação (Sectec), responsável por fortalecer parcerias acadêmicas e tecnológicas entre Brasil e Estados Unidos; e o Setor Cultural, que apoia eventos e projetos voltados à difusão da cultura brasileira na região. Essas iniciativas contribuem para o fortalecimento da imagem do Brasil e a ampliação das relações de cooperação entre os dois países.

O Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque busca ser um ponto de referência para brasileiros na região, oferecendo suporte consular acessível, ao mesmo tempo em que fortalece os laços políticos, econômicos, culturais e científicos entre Brasil e Estados Unidos.





## Entrevista

**Informe Fecomércio-PE - Qual a importância de iniciativas como a missão técnica da Fecomércio PE à NRF 2025 - Retail's Big Show?**

**Adalnio Senna Ganem**

- A NRF representa uma oportunidade única de imersão nas tendências globais do varejo e de estabelecimento de conexões estratégicas para o desenvolvimento de negócios.

**IF - Qual a importância do Brasil para os EUA e dos EUA para o Brasil?**

**ASG** - A relação Brasil-EUA é estratégica e complementar, com amplo potencial de crescimento em setores como tecnologia, energia limpa e agronegócio.

**IF - Quais os principais desafios como cônsul-geral do Brasil em Nova Iorque?**

**ASG** - O principal desafio é ampliar e fortalecer as pontes comerciais, culturais e institucionais entre Brasil e EUA, promovendo oportunidades mutuamente benéficas.

**IF - Qual a estratégia de ampliação dos negócios Brasil/EUA?**

**ASG** - Concentrar a atração em setores estratégicos como transição energética, bioeconomia, sustentabilidade e inovação, sem descuidar dos setores tradicionais para facilitar parcerias e investimentos bilaterais. Estreitar a cooperação governo/iniciativa privada e instituições econômicas como a Fecomércio-PE.

**IF - Qual o recado para os empresários brasileiros?**

**ASG** - O mercado americano oferece oportunidades extraordinárias para empresas brasileiras preparadas e comprometidas com a excelência e a inovação.

**IF - Como o Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque tem apoiado as iniciativas brasileiras voltadas para o desenvolvimento do setor do comércio de bens, serviços e turismo e de inovação nos Estados Unidos?**

**ASG** - O Consulado-Geral atua como um facilitador estratégico, oferecendo suporte institucional, networking qualificado e informações de mercado para empresas brasileiras, além de promover encontros entre empresários brasileiros e americanos, sempre em estreita colaboração com parceiros da área privada e institucionais.



**IF - Quais os principais desafios e as maiores oportunidades que o senhor vislumbra para os empresários brasileiros que desejam abrir seus negócios nos Estados Unidos?**

**ASG** - O maior desafio é compreender as particularidades regulatórias e tributárias do mercado americano e desenvolver estratégias de negócios eficientes. As oportunidades são imensuráveis, especialmente nos setores de tecnologia, energia limpa, serviços e produtos sustentáveis, onde há forte demanda por soluções inovadoras brasileiras.

**IF - Como o Consulado pode atuar apoiando as empresas brasileiras a entrarem no mercado norte-americano?**

**ASG** - Nossa atuação se concentra em três pilares fundamentais: facilitação de contatos qualificados com potenciais parceiros americanos, orientação sobre aspectos regulatórios e comerciais, e promoção de eventos e encontros de negócios para ampliar a visibilidade das empresas brasileiras.

**IF - Como o senhor avalia a importância de uma missão técnica como essa da Fecomércio-PE à NRF para os empresários pernambucanos que buscam inovação e novas**

**práticas e tecnologias de mercado?**

**ASG** - A participação na NRF representa uma oportunidade única de imersão nas últimas tendências do varejo global, permitindo aos empresários pernambucanos não apenas absorver conhecimentos transformadores, mas também estabelecer conexões valiosas para a modernização de seus negócios.

**IF - A missão técnica da Fecomércio-PE visa adquirir novos conhecimentos, tendências e construir conexões com profissionais e empresários de todo o mundo. Como os empresários pernambucanos podem se aproximar das empresas norte-americanas e de seus líderes visando parcerias futuras?**

**ASG** - É fundamental estabelecer uma presença consistente por meio de participação em feiras setoriais, desenvolvimento de relações com câmaras de comércio locais e investimento em uma estratégia de comunicação adaptada ao mercado americano. O Consulado pode atuar como primeiro ponto de contato institucional no desenvolvimento e execução dessas estratégias.

**IF - Nos três dias de NRF, vários temas como tecnologia, sustentabilidade, IA e transformação digital foram discutidos por grandes varejistas mundiais. Como o Consulado enxerga a influência dessas tendências na relação comercial Brasil-EUA?**

**ASG** - Vemos essas tendências tecnológicas como catalisadoras fundamentais para a modernização das relações comerciais Brasil-EUA, criando um cenário propício para parcerias mais estreitas. Observamos que a adoção crescente de IA, tecnologias digitais e práticas sustentáveis está não apenas transformando os modelos de negócio tradicionais, mas também abrindo novas avenidas para colaboração bilateral – seja no desenvolvimento conjunto de soluções tecnológicas, na troca de conhecimentos em sustentabilidade ou na integração digital das cadeias de suprimento. Este momento representa uma oportunidade para empresas brasileiras se posicionarem como parceiras estratégicas no mercado americano, especialmente em setores em que já demonstramos excelência, como agtech, fintech e soluções de varejo digital.





**IF - Pernambuco tem um histórico forte de economia criativa e cultural. O senhor vê espaço para a internacionalização dessas áreas no mercado americano?**

**ASG** - Absolutamente. O mercado americano apresenta um potencial extraordinário para a economia criativa pernambucana, especialmente considerando a riqueza e diversidade cultural do estado. Vemos oportunidades concretas em múltiplas frentes: desde a moda contemporânea, que incorpora elementos tradicionais como o artesanato e a renda, até produtos gastronômicos que refletem nossa herança cultural, passando por soluções tecnológicas desenvolvidas nos polos de inovação como o Porto Digital. O crescente interesse do consumidor americano por produtos autênticos, sustentáveis e com história se alinha perfeitamente com o

que Pernambuco oferece – seja através do artesanato de alto valor agregado, da música, da dança, do design contemporâneo ou das produções audiovisuais. O Consulado tem identificado particular receptividade para manifestações culturais como o frevo e o maracatu, além de interesse em parcerias com nossas startups criativas. Estamos empenhados em criar pontes para que esses talentos e produtos pernambucanos encontrem seu espaço no mercado americano.

**IF - Que dicas o senhor daria para os empresários pernambucanos que participaram dessa missão da Fecomércio-PE para maximizar os resultados da viagem?**

**ASG** - Para maximizar os resultados da viagem, recomendo três linhas de ação: primeiro, consolidar o conhecimento adquirido e conexões

estabelecidas, criando um plano de ação detalhado com metas de curto e médio prazo; segundo, aproveitar o suporte institucional disponível – o Consulado pode auxiliar no aprofundamento das relações comerciais iniciadas durante a feira; e terceiro, manter-se conectado com o ecossistema de inovação americano por meio de nossa rede de contatos e eventos setoriais. É fundamental também fazer um diagnóstico realista de quais tecnologias e práticas vistas na NRF podem ser implementadas no contexto pernambucano, estabelecendo um cronograma viável de adaptação e investimentos. O Consulado mantém suas portas abertas para apoiar esse processo de internacionalização, seja facilitando novos contatos comerciais, fornecendo informações estratégicas sobre o mercado ou identificando oportunidades específicas para cada setor. ■

# Comitiva da missão visita icônica loja conceito da Apple na Quinta Avenida

No dia 16 de janeiro, a delegação da missão da Fecomércio-PE à NRF'25 visitou a icônica loja conceito da Apple, na Quinta Avenida, uma experiência única e imersiva que encantou os pernambucanos



Comitiva da missão técnica da Fecomércio PE em frente à loja conceito da Apple na Quinta Avenida





A loja da Apple, na Quinta Avenida, é um símbolo de inovação e design arrojado, representando a evolução da empresa como marca. Desde que abriu, em 2006, essa loja se tornou um marco pela estrutura peculiar em forma de cubo. Só estar localizada na rua mais famosa de Nova Iorque, conectando o lado norte e sul de Manhattan, faz essa loja da Apple ter seu charme todo especial – até porque fica bem próxima ao Central Park, ao lado de marcas como Armani, Cartier, Louis Vuitton, entre tantas outras. Além disso, a Quinta Avenida é uma das ruas comerciais mais importantes da Big Apple, onde os negócios fervem.

A loja mais famosa da Quinta Avenida é a queridinha dos turistas, com seus produtos conectados 24 horas à internet todos os dias do ano, uma das razões pelas quais está sempre lotada. Mas, além disso, ela serve de exemplo de como o varejo pode integrar tecnologia de ponta, design arrojado e experiência única. É visita obrigatória para quem vai a Nova Iorque. Mesmo que não tenha interesse em comprar nada, vale a experiência de conhecer in loco a loja e o que ela entrega aos consumidores. Esse foi um dos temas mais debatidos nas palestras da NRF'25: o futuro das lojas físicas e o valor da experiência. Resumindo esse assunto tão discutido nesta edição da NRF, o diferencial das lojas físicas está no que elas podem oferecer, ou seja, experiência, marca e propósito.



Durante a visita à loja da Apple, os integrantes da missão puderam explorar os diferentes espaços do ambiente, onde os produtos, além de expostos, são vivenciados pelos clientes. Isso sem falar na experiência de estar literalmente no subterrâneo da loja envolta em uma arquitetura moderna com leiaute minimalista, criando no consumidor o desejo de interagir com todos aqueles dispositivos, enquanto os vendedores oferecem uma compra personalizada. Recepcionado por dois simpáticos atendentes da Apple, que fizeram uma visita guiada aos vários espaços da loja explicando como a empresa trabalha, em seus pontos físicos, estratégias de atendimento, experiência do cliente e importância de um ambiente envolvente e dinâmico, o grupo aprendeu a seguinte lição: essa loja conceito da Apple é um ótimo exemplo de como a inovação no ponto de venda pode ser um diferencial competitivo. Além disso, a visita serviu de inspiração para a comitiva.

Para o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE e da missão à NRF'25, Bernardo Peixoto, a visita reforçou a importância da inovação contínua e da adaptação às novas tecnologias e demandas do novo consumidor. “Essas características são essenciais para o sucesso dos nossos negócios. A visita à loja da Apple foi muito mais do que uma imersão no universo da marca, foi uma oportunidade ímpar de aprendizado e troca de experiências bastante enriquecedoras com esse gigante americano da tecnologia. Valeu muito a pena, saímos dessa visita refletindo como podemos aplicar aos nossos negócios tantos conceitos inovadores para os tempos atuais”, disse Peixoto. ■





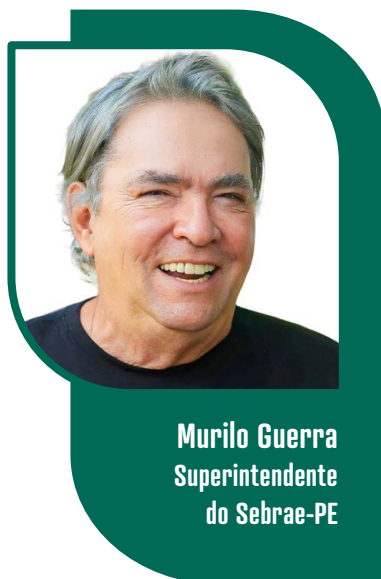




## Opinião

# O cenário do varejo

**A missão técnica conduzida pela Fecomércio-PE à NRF Retail's Big Show, maior evento de varejo do mundo, representou uma grande oportunidade para conectar pequenos negócios do comércio varejista às tendências globais.**



**Murilo Guerra**  
Superintendente  
do Sebrae-PE

**A**o apoiar essa iniciativa, o Sebrae-PE, sempre atento às mudanças e às transformações do mercado, reafirma o seu compromisso com a evolução desse importante segmento, ao permitir que os pequenos empreendedores do estado possam vivenciar as grandes tendências do varejo no mundo.

O sucesso da missão promovida pela Fecomércio-PE, sob a liderança do presidente Bernardo Peixoto, com a parceria do Sebrae-PE e do Senac-PE, ao levar mais de 30 empresários à NRF'25, revela o compromisso de tais organizações em proporcionar aos empresários pernambucanos uma imersão nesse importante ecossistema de conhecimento e inovação.

Com um conteúdo denso e inteligente, o evento trouxe insights valiosos sobre temas como inovação, tecnologia, inteligência artificial, e-commerce e a nova loja física, centralidade e experiência do cliente. Por sua vez, as discussões sobre responsabilidade social, fortalecimento de marcas, tendências de consumo, logística, dentre outras, revelam que o varejo está em transformação acelerada para caminhar nesse novo cenário global.

O Sebrae-PE, como agente de transformação, assume a responsabilidade de difundir esse conhecimento nos seus escritórios regionais e parceiros, de modo a assegurar que o ecossistema varejista local continue a evoluir e se reinventar para se manter competitivo. ■



# Bernardo Peixoto participa, em Nova Iorque, do encontro empresarial WINGS — Worldwide Insights for New Growth Strategies, promovido pela Fecomércio-RJ



Antônio Florêncio



No dia 16 de janeiro, o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE e líder da missão da Federação à NRF'25, Bernardo Peixoto, participou do já tradicional encontro empresarial Wings — Worldwide Insights for New Growth Strategies, promovido pela Fecomércio-RJ no restaurante Tavern On The Green, em Nova Iorque. O evento fez parte da programação da missão da Fecomércio-RJ à NRF'25.



Mila Burns



O encontro contou com a participação de 80 empresários e representantes de entidades de classe e das jornalistas brasileiras Carolina Cimenti e Mila Burns, que conduziram com maestria uma conversa inspiradora sobre planejamento, superação e as conquistas que impulsionam o sucesso profissional e empresarial. O bate-papo abordou desde tendências de mercado e inovações a temas globais, como as eleições americanas e as expectativas para o futuro governo Trump.

Mila Burns destacou o paralelo entre a estratégia do presidente Donald Trump, que manteve forte conexão com seu eleitor, e a importância do empresário focar no relacionamento com seu consumidor. Já a correspondente brasileira Carolina Cimenti trouxe dados sobre a realidade econômica dos Estados Unidos, revelando que 60% dos americanos não conseguem poupar, o que reforça a relevância de estratégias empresariais bem planejadas em um mundo cada vez mais interconectado.

“Esse evento consolida a busca da Fecomércio-RJ por novas perspectivas de crescimento e reafirma a importância de alinhar estratégias locais às tendências globais do varejo”, afirmou o presidente da Fecomércio-RJ, Antônio Florêncio de Queiroz Júnior. Para Bernardo Peixoto, participar de um encontro como esse é muito enriquecedor. “Já é a segunda vez que participo deste evento da Fecomércio-RJ a convite do presidente e amigo Antônio Florêncio. Os debates são sempre muito atuais e pertinentes para a realidade do empresariado brasileiro, além de ser uma honra para mim participar de uma agenda do Sistema Comércio do Rio de Janeiro, um grande parceiro nosso. Parabéns meu amigo Florêncio pela realização de um encontro tão produtivo para falarmos das nossas expectativas, desafios, oportunidades e trocarmos conhecimentos para superarmos os obstáculos que todo início de ano enfrentamos”, disse Peixoto. ■





## Opinião

# Senac-PE na NRF 2025



**Regivan Dantas**  
Diretor regional  
do Senac-PE

### Ensinaamentos e impactos para o desenvolvimento local

A participação do Senac Pernambuco na NRF'25, maior evento global do varejo, foi uma experiência transformadora para a instituição e para o ecossistema do comércio de bens, serviços e turismo no estado. Representando a entidade, integrei a missão técnica da Fecomércio-PE, entre os dias 10 e 17 de janeiro, em Nova Iorque, Estados Unidos. Mais do que uma imersão em tendências, o evento ofereceu insights estratégicos para alinhar nossas ações ao planejamento institucional, reforçando nosso compromisso com a inovação e a formação profissional de excelência.

Os debates da NRF deste ano foram marcados por temas como inteligência artificial (IA), transformação digital, sustentabilidade e inovação tecnológica. Esses pilares não apenas moldam o futuro do varejo, mas também norteiam as ações do Senac-PE em sua missão de educar para o trabalho, de forma inovadora e inclusiva, em atividades do comércio de bens, serviços e turismo.

### Inteligência artificial (IA) transformando negócios e educação

A IA foi um dos destaques do evento, evidenciando seu potencial para personalizar experiências, prever demandas e otimizar operações. No contexto do Senac-PE, esses aprendizados podem ser aplicados tanto no desenvolvimento de cursos inovadores quanto na modernização de processos internos. Imagine um cenário onde nossos programas educacionais utilizem IA para personalizar trilhas de aprendizado e preparar profissionais para os desafios de um mercado cada vez mais tecnológico. Esse é o futuro que vislumbramos e já começamos a construir.





### Transformação digital, um caminho inadiável

Empresas como Starbucks e Levi's demonstraram como a transformação digital está redefinindo a eficiência e a experiência do cliente. Para o Senac-PE, essa transformação é igualmente crucial. Estamos investindo na atualização de nossa infraestrutura tecnológica e buscando plataformas de ensino que desenvolvam as habilidades necessárias para que nossos alunos ingressem ou se mantenham no mercado de trabalho cada vez mais conectado. Além disso, estamos comprometidos em capacitar profissionais para liderar a digitalização e promover a transformação digital em suas respectivas áreas.

### Sustentabilidade, necessidade e oportunidade

A sustentabilidade, tema recorrente nas palestras da NRF, destaca-se não apenas como uma exigência ética, mas como um diferencial competitivo. No Senac-PE, iniciativas como o Programa DEL Turismo - Programa de Desenvolvimento Econômico Local, os projetos de gestão de resíduos e a implementação de práticas de carbono zero já refletem essa preocupação. Nossa proposta é ampliar essa atuação, oferecendo capacitações que incentivem práticas sustentáveis em toda a cadeia produtiva dos setores que atendemos.

### Inovação tecnológica, impulsionando o futuro

A NRF também trouxe discussões inspiradoras sobre tecnologias emergentes, como realidade aumentada, blockchain e realidade virtual.

Essas inovações são fundamentais para fortalecer projetos como o Instituto de Ciência e Tecnologia do Senac-PE (ICT Senac-PE) e a Incubadora i.de.i.a.S. Estamos investindo na criação de ambientes colaborativos que incentivem o desenvolvimento de soluções tecnológicas e na capacitação de empreendedores que desejam transformar ideias em negócios de impacto.

### O papel do ICT Senac-PE na inovação e competitividade

A estruturação do Instituto de Ciência e Tecnologia do Senac-PE (ICT Senac-PE) é um exemplo claro de como aplicamos os aprendizados adquiridos na NRF. Com uma infraestrutura robusta e parcerias estratégicas, estamos prontos para desenvolver projetos em áreas como inteligência de mercado, supply chain analytics e sustentabilidade. Essa iniciativa posiciona o Senac-PE como protagonista na geração de conhecimento e no fortalecimento do mercado local.

### Conclusão: um compromisso com a transformação

A experiência vivenciada na NRF 2025 reafirmou o compromisso do Senac-PE com a modernização e a inovação. Os ensinamentos adquiridos não apenas enriquecem nossa atuação, mas também contribuem para o desenvolvimento sustentável e competitivo do setor do comércio de bens, serviços e turismo de Pernambuco. Mais do que absorver tendências, nossa missão é aplicá-las, transformando desafios em oportunidades e consolidando o Senac-PE como referência em formação profissional e inovação. ■





Opinião

# NRF Retail's Big Show 2025: tendências e insights para o futuro do varejo



**Carlos Eduardo Soares**  
Gestor do Instituto de  
Ciência e Tecnologia do  
Senac-PE (ICT/Senac-PE)

O Senac Pernambuco participou da NRF Retail's Big Show 2025, o maior evento global do varejo, realizado em Nova Iorque, entre os dias 10 e 17 de janeiro, integrando a missão técnica promovida pela Fecomércio-PE. A presença do Senac foi estratégica, trazendo insights importantes para fortalecer a formação profissional e impulsionar a inovação no comércio de bens, serviços e turismo.

A NRF Retail's Big Show 2025 destacou os principais temas que estão moldando o futuro do varejo e que impactam diretamente a atuação do Senac-PE. Entre os eixos discutidos, inteligência artificial (IA) e transformação digital foram os destaques. Essas tendências refletem diretamente nas estratégias educacionais do Senac-PE, que busca alinhar sua oferta formativa às novas exigências do mercado.

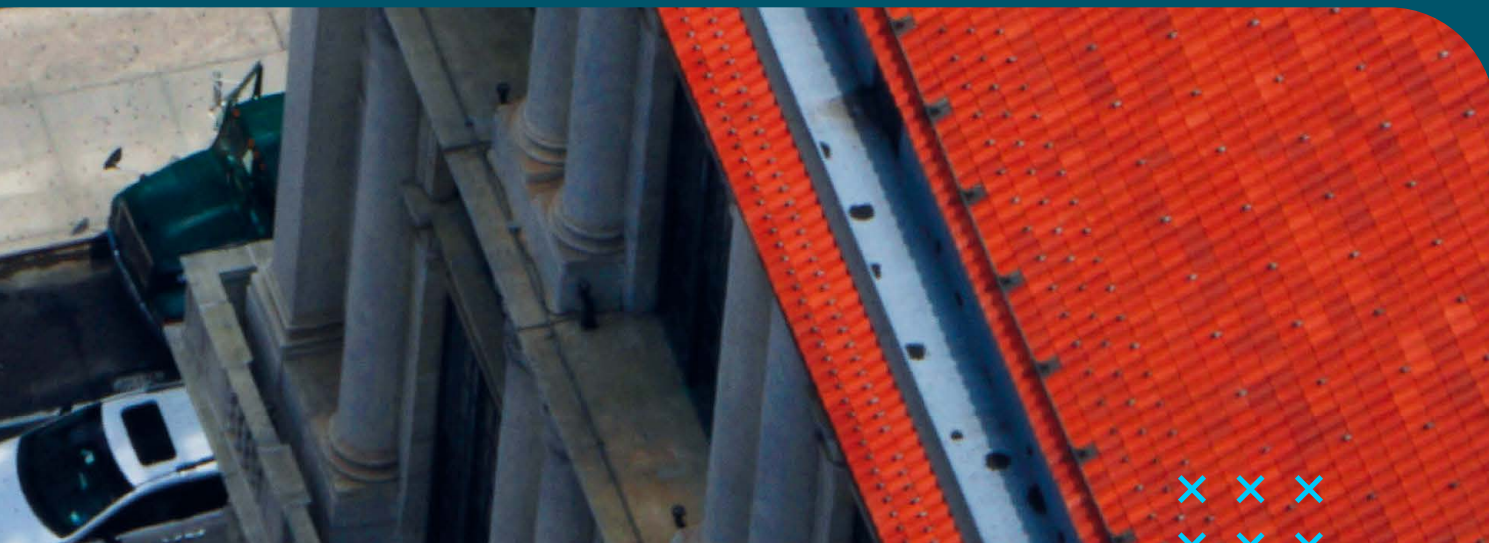




### **NRF Retail's Big Show 2025: transformação digital e novos modelos de consumo**

O evento reforçou que o varejo está passando por uma grande transformação, impulsionada pela IA, automação, digitalização e mudanças nos hábitos de consumo. As discussões giraram em torno da necessidade de adaptação constante, com varejistas investindo na integração de novas tecnologias para oferecer experiências mais personalizadas e eficientes aos seus consumidores. Além disso, a NRF Retail's Big Show 2025 destacou a sustentabilidade e a autenticidade como fatores para conquistar os consumidores das novas gerações, que exigem comprometimento real das marcas.

A IA consolidou-se como um dos pilares dessa evolução, impactando desde a personalização do atendimento ao cliente até a otimização de processos operacionais. Paralelamente, os agentes de IA (programas que podem interagir de forma autônoma com o consumidor e realizar tarefas) avançaram significativamente no atendimento ao consumidor, tornando as interações mais ágeis, personalizadas e eficazes. A digitalização dos pontos de venda e o autoatendimento também foram temas apresentados, destacando inovações que reduzem filas e aumentam a conveniência para os consumidores.



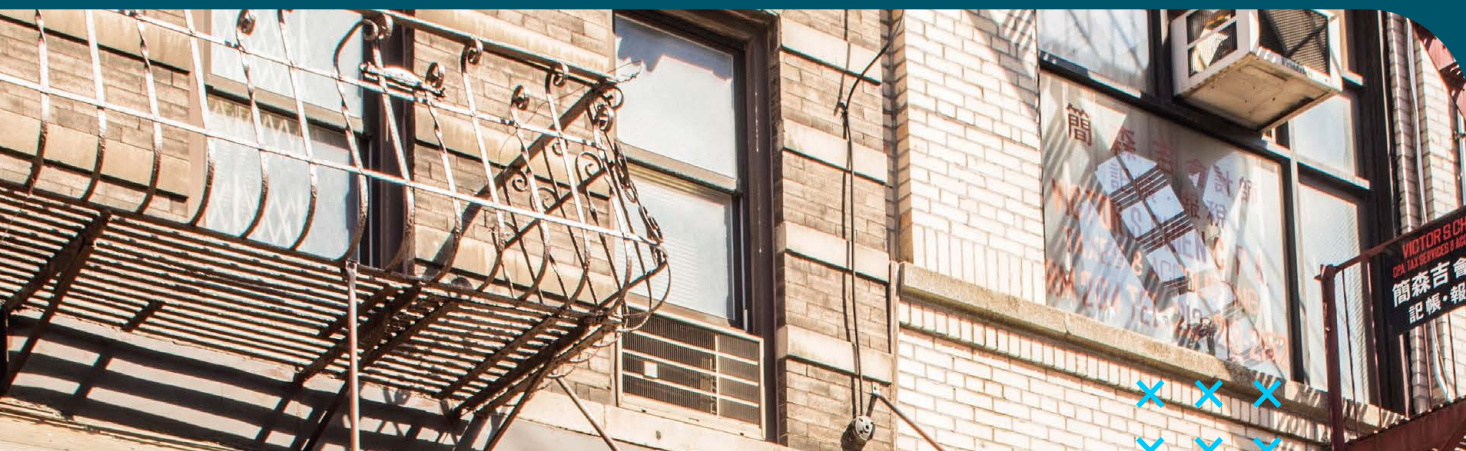
A integração entre os ambientes físico e digital também foi discutida, consolidando o conceito de “varejo phygital”, que proporciona experiências fluidas e personalizadas. Outro ponto foi a transformação das lojas físicas, com o conceito de slow retail (uma estratégia para priorizar a qualidade e a experiência do cliente) ganhando espaço e redefinindo a função dos espaços comerciais. A sustentabilidade também esteve presente nas discussões, abordada sob diferentes perspectivas. Empresas apresentaram iniciativas de economia circular, gestão sustentável da cadeia produtiva e redução de desperdícios. O compromisso ambiental emergiu como um fator determinante para conquistar os consumidores mais jovens, que exigem transparência e responsabilidade social das marcas.

No geral, a NRF Retail's Big Show 2025 deixou claro que o futuro do varejo não depende apenas da

adoção de novas tecnologias, mas da capacidade das empresas de criar conexões genuínas com seus consumidores. O evento reafirmou que experiência, autenticidade e alinhamento com os valores do público são essenciais para que as marcas se mantenham relevantes e competitivas em um mercado dinâmico e em constante transformação.

A participação do Senac-PE na NRF reforça o compromisso da instituição em estar sempre na vanguarda da educação profissional, ampliando suas estratégias para desenvolver soluções educacionais alinhadas às novas demandas do mercado. Diante desse cenário, o Senac Pernambuco, por meio do seu Instituto de Ciência e Tecnologia (ICT/Senac-PE), reafirma seu compromisso em transformar tendências tecnológicas em soluções educacionais inovadoras, preparando profissionais para os desafios e oportunidades do setor do comércio de bens, serviços e turismo.





### ICT/Senac-PE: inovação e pesquisa para o comércio de bens, serviços e turismo

O ICT/Senac-PE é um dos pilares dessa transformação, concebido para ser um polo de pesquisa aplicada e inovação voltado ao setor do comércio de bens, serviços e turismo. O Departamento Regional de Pernambuco estruturou o primeiro ICT direcionado a esse segmento, com o objetivo de desenvolver soluções que contribuam para a competitividade das empresas e profissionais. O ICT/Senac-PE atua como um elo entre a academia e o mercado, conectando empresas, estudantes, startups e pesquisadores para criar soluções alinhadas às necessidades do setor. A proposta é transformar conhecimento em inovação aplicada, apoiando o desenvolvimento de tecnologias e metodologias que otimizem processos, melhorem a experiência do consumidor e ampliem oportunidades de negócios.

O impacto positivo do ICT/Senac-PE está diretamente relacionado às mudanças no comércio e nos serviços, setores que enfrentam desafios constantes diante da digitalização e das transformações no comportamento do consumidor. O crescimento do e-commerce, a personalização da experiência de compra e a necessidade de processos mais ágeis exigem inovação aplicada para garantir competitividade. O ICT apoia essas transformações ao oferecer e contribuir com soluções que viabilizam a adoção de novas tecnologias emergentes e a otimização das operações.

A participação do Senac-PE na NRF 2025 - Retail's Big Show reforça a importância da pesquisa e da inovação aplicada como caminhos estratégicos para o fortalecimento da economia e da qualificação profissional. O ICT/Senac/PE, como protagonista desse movimento, fortalece a relação entre conhecimento e mercado,

criando um ambiente favorável ao desenvolvimento de soluções inovadoras para o setor do comércio de bens, serviços e turismo. O foco principal está na pesquisa, inovação e qualificação profissional, apoiando empresas e profissionais na adaptação às novas demandas do mercado.

Além de ter o foco na pesquisa, através do ICT, o Senac Pernambuco forma profissionais para essas áreas estratégicas. Por meio de seus cursos de aperfeiçoamento, qualificação, técnico, superior e de pós-graduação e do seu programa de aprendizagem, a instituição prepara talentos para o mercado com cursos em diversos segmentos, alinhando a formação profissional às transformações digitais e às demandas do setor do comércio de bens, serviços e turismo. Dessa forma, o Senac Pernambuco não apenas impulsiona a inovação por meio do ICT/Senac/PE, mas também garante que as empresas contem com profissionais capacitados para os desafios da nova economia. ■

# Depoimentos

## Coordenação da Missão



**Bernardo Peixoto**  
Presidente

“Como presidente da missão da Fecomércio-PE à NRF'25, gostaria de compartilhar a importância dessa experiência enriquecedora. Participar de um evento tão prestigioso nos proporcionou uma oportunidade única de imersão nas últimas tendências e inovações do varejo global. Estar presente na NRF nos permitiu não apenas conhecer as melhores práticas do mercado, mas também interagir com líderes e CEOs que estão moldando o futuro do comércio. Essa troca de ideias e conhecimentos é fundamental para que possamos adaptar e implementar estratégias eficazes nas nossas empresas e no nosso estado. Além disso, a missão fortaleceu nossa rede de contatos, possibilitando colaborações que podem resultar em novos projetos e parcerias. Acreditamos que o que aprendemos e vivenciamos durante essa missão será essencial para impulsionar o desenvolvimento do varejo em Pernambuco, contribuindo para a competitividade e o crescimento econômico da nossa região. Estou extremamente satisfeito com os resultados e animado para colocar em prática tudo o que vivenciamos.”

“A missão técnica da Fecomércio-PE à NRF'25, realizada de 10 a 17 de janeiro, em Nova Iorque, foi uma experiência muito enriquecedora para a nossa delegação, formada por empresários e representantes de entidades de classe. Como diretora executiva da Fecomércio-PE e coordenadora-geral da missão, gostaria de agradecer a parceria com o Sebrae Pernambuco e o Senac-PE, que acreditaram no projeto e viajaram conosco, conectando empresários, gestores e profissionais pernambucanos às mais avançadas tendências do varejo global na maior feira do mundo do segmento. Durante o evento, aprendemos bastante com os temas abordados nas palestras, como o impacto da Geração Alfa, inovações em inteligência artificial, estratégias para lojas físicas, desafios das entregas ultrarrápidas e modelos de negócios sustentáveis. A experiência proporcionou insights valiosos que serão aplicados para fortalecer o comércio em Pernambuco, reafirmando o compromisso do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE com o desenvolvimento do setor no estado. E o meu agradecimento especial ao presidente Bernardo Peixoto pelo apoio imprescindível e por dar todo o suporte à equipe para que tudo acontecesse como planejamos. Já estamos ansiosos para realizar a segunda edição dessa missão técnica.”



**Cleide Pimentel**  
Coordenadora-geral





**Fábio Oliveira**  
Coordenador técnico

“A missão empresarial à NRF Retail’s Big Show 2025 atesta o compromisso histórico e pioneiro da Fecomércio-PE com a promoção da internacionalização da economia de Pernambuco. Os empresários pernambucanos vivenciaram um evento de grandes proporções e de significativo impacto para o presente e o futuro do varejo. Ao aprendizado de práticas corporativas, difundido em palestras de alto nível proferidas por lideranças de alcance mundial, somou-se o contato em primeira mão com ferramentas e dispositivos tecnológicos inovadores, apresentados por importantes empresas e startups no pavilhão de exposições da feira. Vale destacar, ainda, a programação cultural e as visitas técnicas, incluindo uma reunião estratégica da delegação com o cônsul geral do Brasil em Nova Iorque, que abriu as portas da representação diplomática brasileira para aqueles que desejam estabelecer relações com empresas dos Estados Unidos.”

“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF'25 foi uma experiência transformadora. Foi uma oportunidade única vivenciar de perto como a tecnologia, a inteligência artificial e a personalização da experiência do cliente estão moldando o varejo global. Além do conhecimento adquirido nas palestras, a missão foi essencial para a troca de experiências entre os empresários pernambucanos que levamos e os especialistas internacionais que nos proporcionaram, com seus depoimentos, momentos de muito aprendizado. A Fecomércio-PE, mais uma vez, cumpre seu papel de conectar o nosso comércio às melhores práticas do mundo, garantindo que possamos aplicar esses aprendizados na realidade local.”



**Lucila Nastassia**  
Coordenadora de  
Comunicação e Marketing



**Ana Cláudia Neves**  
Coordenadora de  
Viagem e Logística

“Participar da missão técnica da Fecomércio-PE à NRF foi uma experiência transformadora e fundamental para o crescimento dos nossos negócios. Além do conhecimento adquirido, a troca de experiências com empresários de diversos setores ampliou minha visão de mercado. Volto dessa missão inspirada, renovada e motivada a implementar novas ideias e soluções na minha empresa. Agradeço à Fecomércio-PE por essa oportunidade única de aprendizado e networking.”



# Entidades de Classe

“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF'25 foi uma experiência enriquecedora e transformadora. As novidades apresentadas sobre tecnologia, experiência do cliente e inovação no varejo global reforçaram a importância de estarmos atentos às mudanças do mercado e das necessidades dos consumidores. Um dos aprendizados mais marcantes foi o uso estratégico de inteligência artificial e dados para personalizar serviços e otimizar operações, algo que pode ser aplicado tanto no fortalecimento do varejo em Pernambuco quanto em políticas públicas para pequenas empresas. A troca de experiências com empresários e especialistas internacionais ampliou nossa visão sobre o papel do varejo como motor de desenvolvimento econômico e social e trouxe novas ideias que poderão impactar em prol do empreendedorismo no estado.”

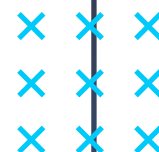


**Fausto Pontual**  
Sebrae-PE



**Murilo Guerra**  
Sebrae-PE

“Quero registrar o êxito da missão à NRF 2025, conduzida pela Fecomércio-PE, sob a liderança do presidente Bernardo Peixoto, levando mais de 30 empresários do estado, com o apoio do Sebrae-PE e do Senac-PE, no propósito de vivenciar uma experiência transformadora desse cenário de inovação e mudança do varejo no mundo. Sem lugar a dúvidas, a NRF trouxe temas como tecnologias portadoras de futuro, inteligência artificial, e-commerce e a nova loja física, experiência e centralidade no cliente, investimento em práticas responsáveis, fortalecimento das marcas, dentre outros, além de apontar mudanças e tendências inovadoras que sinalizam para o futuro global do varejo.”



“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF'25 foi uma experiência enriquecedora e estratégica. O evento proporcionou insights valiosos sobre inovação, inteligência artificial e transformação digital no varejo. As palestras e visitas aos stands das empresas Cisco, Zebra e Samsung destacaram a importância da personalização da experiência do cliente e da integração físico-digital. Além disso, a relevância da sustentabilidade ficou evidente como um pilar essencial para o futuro do setor. No Senac-PE, aplicaremos esses aprendizados para fortalecer a qualificação profissional, ampliar parcerias e impulsionar soluções inovadoras que atendam às necessidades do varejo pernambucano e nacional, por meio das ações do ICT/Senac-PE e da incubadora i.de.i.a.S. A NRF reafirmou que tecnologia e capacitação são fundamentais para a competitividade no mercado.”



**Regivan Dantas**  
Senac-PE





**Eliézio Silva**  
Senac-PE

“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF’25 foi uma experiência enriquecedora e estratégica. Os debates sobre inteligência artificial, automação no varejo e sustentabilidade destacaram tendências que são fundamentais para a transformação do setor. Como diretor de Educação Profissional do Senac-PE e da Faculdade Senac em Pernambuco, os insights sobre personalização do atendimento, experiência no varejo físico e capacitação para o futuro do trabalho reforçam nosso compromisso em preparar profissionais alinhados às demandas emergentes. Essa experiência amplia minha visão sobre o papel da educação como motor de inovação, impactando positivamente o comércio em Pernambuco e no Brasil.”

“Participar da missão técnica da Fecomércio-PE à NRF Retail's Big Show foi uma grande experiência estratégica. O evento reforçou a importância da inovação no varejo, destacando como a tecnologia e a personalização da experiência do cliente estão redefinindo o setor. O impacto da inteligência artificial, automação e análise de dados ficou evidente, mostrando que a adaptação a essas tendências é muito importante para a competitividade. Outro ponto que também ficou evidente foi a integração entre o físico e o digital, garantindo que a jornada do consumidor seja cada vez mais fluida e conectada. Como gestor do ICT/Senac-PE, esses aprendizados reforçam a necessidade de aproximar o setor educacional das demandas do mercado, preparando profissionais para as novas exigências do varejo e fortalecendo a conexão entre pesquisa, formação, tecnologia e inovação.”



**Carlos Eduardo Soares**  
Senac-PE



**Ricardo Santos**  
Senac-PE

“Gostaria de agradecer à Fecomércio-PE pela oportunidade de participar da NRF’25, um evento que, este ano, trouxe como temática central o conceito de game changer, destacando a necessidade de transformações disruptivas no varejo para enfrentar os desafios e oportunidades de um mercado em constante evolução. Foi uma experiência extremamente enriquecedora, que proporcionou uma compreensão mais ampla sobre o que significa inovar de forma estratégica e sustentável. Durante a feira, as macro tendências apresentadas – como o uso da inteligência artificial generativa, o fortalecimento do comércio omnichannel, a priorização da experiência do cliente e o compromisso crescente com práticas sustentáveis – mostraram caminhos claros para a modernização do setor. Essas tendências nos desafiam a repensar modelos tradicionais de negócios e nos inspiram a buscar soluções criativas para atender às demandas do consumidor atual. A iniciativa da Fecomércio-PE de promover a participação de empresários pernambucanos em um evento dessa magnitude reafirma seu compromisso com o fortalecimento e a modernização do comércio. Agradeço por tornar possível essa experiência tão significativa, que, sem dúvida, contribuirá para o desenvolvimento do varejo em Pernambuco.”

# Empresários

“A NRF é, indiscutivelmente, a maior e mais influente feira de varejo global, realizada, anualmente, em Nova Iorque. Durante três dias de intensas palestras, exposições e uma imersão em tecnologia de ponta, a NRF se estabelece como um evento de grande transformação. Mais do que uma simples vitrine de inovações, ela é uma plataforma única que conecta empresários de todos os portes, promovendo uma troca rica de experiências entre líderes de diversos setores do mercado. A feira é um verdadeiro ponto de encontro, onde inovação e estratégia se entrelaçam, com destaque para tendências emergentes e conceitos essenciais, como autenticidade e personalização. Este ano, a inteligência artificial brilhou como a grande protagonista da revolução no varejo, destacando-se por sua capacidade de inovar, otimizar processos e apresentar soluções disruptivas. Além disso, a NRF oferece acesso exclusivo a grandes marcas e seus lançamentos, proporcionando uma visão privilegiada do futuro do setor. Seja no e-commerce ou nas lojas físicas, o varejo está em constante evolução, sempre em busca de aprimorar a experiência do consumidor. E é na NRF que se pode realmente entender como o mercado está se moldando para atender a um mundo cada vez mais digital e interconectado. Participar da NRF foi uma experiência enriquecedora que proporcionou uma visão ampliada do futuro. De fato, foi um grande privilégio.”



**Adélia Cristina**  
Ótica Revelação



**Alberes Lopes**  
Salão da Moto

“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF'25 foi uma experiência enriquecedora e inspiradora. A feira destacou como a tecnologia está redefinindo o varejo, com ênfase em inteligência artificial, automação e experiências personalizadas. Um dos aprendizados mais marcantes foi a importância da integração omnichannel, criando jornadas de compra mais fluidas e convenientes para os consumidores. Também me impressionou o foco em sustentabilidade, não apenas como diferencial, mas como pilar estratégico. Cases globais demonstraram como inovação e adaptação às mudanças no comportamento do cliente são cruciais. Esses insights reforçam a necessidade de aplicar soluções tecnológicas no varejo pernambucano, capacitando equipes e modernizando operações. Essa experiência amplia minha visão sobre o futuro do setor e me motiva a liderar transformações alinhadas às novas demandas de mercado.”





**Douglas Sena**  
Lisal Consultoria e  
Representações Ltda



“A Fecomércio-PE está de parabéns pela realização da missão à NRF’25, a maior feira de varejo mundial. Palestras com os CEOs dos maiores grupos de varejo, exposições de mais de mil empresas nas mais diversas áreas, envolvendo tecnologia, equipamentos, soluções em inúmeras áreas e as principais tendências no segmento. Como destaque, quatro palavras me chamaram a atenção: adaptabilidade, autenticidade, sustentabilidade e automação com o auxílio da IA. Na adaptabilidade, citaria um exemplo que foi dado no qual essa palavra equivaleria e, em alguns casos, até sobressairia à perfeição, visto que lidamos diariamente com um mercado em eterna mutação, exigindo uma capacidade enorme de adequação. Autenticidade estaria voltada para a preocupação em entregar ao consumidor aquilo que se propaga, dando credibilidade ao que as mídias divulgam nas suas mais diversas formas. Sustentabilidade em tudo que se produz e se faz, tendo como meta a incorporação de valores no dia a dia das empresas, voltadas para um futuro melhor para todos. Automação agora com um grande aliado que é inteligência artificial, trazendo experiências cada vez mais próximas dos perfis dos clientes. Outra percepção é na mudança do marketing das empresas, que agora não mais criam necessidades antes inexistente e sim, diante de tantos dados coletados, tem-se a preocupação em atender a uma demanda multifacetada, exponencial e, por si só, gigantesca. Sem sombra de dúvida, a correta análise dos dados coletados, que, com o advento da IA, tornou-se enorme, dará o rumo aos movimentos a serem feitos nos caminhos a serem seguidos. Ao mesmo tempo, tem-se uma preocupação com a segurança dos dados e como eles serão utilizados. Por fim, o que de melhor pude aprender foi a sinalização de que o varejo presencial está sendo retomado, embora em um modelo onde as experiências se fazem cada vez mais presentes e necessárias.”

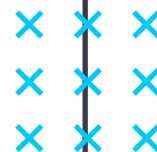




**Elias Salomão**  
Drogaria Madalena



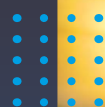
“A nossa experiência em participar de um evento tão relevante não poderia ser nada menos do que extraordinária. Vários palestrantes falaram em ações disruptivas, mas, de concreto, vimos, no salão da feira, muitos sistemas inteligentes já disponíveis para uso. Sistemas que simplificam muito o dia a dia das empresas e que, com o auxílio de inteligência artificial, simplificam bastante o tempo de análise dos dados captados dos clientes. Outros sistemas despertaram a nossa atenção, em especial os de automação, que estão cada vez mais avançados graças às novas tecnologias disponíveis no mercado hoje. Com relação às palestras propriamente ditas, vimos muita gente preocupada em harmonizar o físico com o digital e isso já é uma tendência que temos presenciado cada vez mais, mesmo em lojas pernambucanas. Uma verdade que fez parte de todas as palestras que tive a oportunidade de assistir foi a utilização e a importância da IA na vida das empresas. Parece que esse tema está na ordem do dia. Não avançaremos sem a introdução paulatina dessa ferramenta. Pessoalmente, participar de um evento dessa magnitude em uma cidade tão importante como Nova Iorque traz um sentimento de necessidade de renovação e, ao mesmo tempo, de comedimento para fazermos as coisas dentro da nossa realidade. O aproveitamento em participar da NRF não está apenas no evento em si, mas na oportunidade de interagirmos entre nós, empresários e diretores da Fecomércio, e também com a cidade, que é uma das mais cosmopolitas do mundo, ao lado de Londres, Toronto, Bruxelas, Sydney, entre outras. . Quero parabenizar a nossa Federação pelo empenho em levar um grupo de empresários a um evento de tamanha envergadura, uma iniciativa que só contribui com o desenvolvimento dos nossos negócios e das nossas cidades.”



“Destaco minha ida a Nova Iorque como um marco de aprendizado e troca de experiências. Foi uma viagem de negócios com momentos enriquecedores, a exemplo da troca de conhecimentos com os empresários tanto daqui como de outros países, onde o foco eram as novas técnicas de abordagem ao cliente, o digital de braços dados com o físico, principalmente no atendimento. O que vimos lá iremos implantar na nossa empresa, enfrentando a concorrência com inovações. Foi minha primeira viagem para fora do Brasil e me encantaram os modelos de comércio lá implementados, tudo muito eficiente, causando um grande impacto. Volto ao Brasil com a bagagem cheia de novos aprendizados, que vão muito além do ambiente pessoal, influenciando positivamente em diversas frentes no meu negócio. A Fecomércio-PE está de parabéns pela experiência fantástica e pela competência com que liderou essa missão para nós, empresários pernambucanos ávidos por novidades.”



**Evandro Lima**  
Evamar Turismo

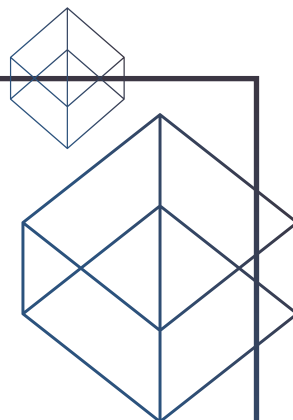






**Felipe Freire**  
Atacadão MEC

“A participação na NRF'25 foi uma experiência enriquecedora. Em Nova Iorque, a feira destacou-se pelas tecnologias inovadoras apresentadas pelas startups, que estão revolucionando o setor varejista com soluções de ponta. Vimos a IA como protagonista, elevando a experiência do cliente e automatizando atendimentos. Também debatemos sobre eficiência operacional e a revolução na cadeia de suprimentos, com tecnologias transformadoras. No entanto, o maior desafio é a aplicação prática dessas inovações e a medição do impacto real nos negócios. Voltamos com reflexões profundas e ansiosos para aplicar os aprendizados adquiridos.”



“Esta iniciativa da Fecomércio-PE é um marco significativo para o setor do comércio, pois representa um compromisso com a inovação e a modernização do varejo pernambucano. Participar dessa missão tão relevante nos permitiu acessar as mais atuais tendências e tecnologias, além de ter proporcionado um valioso intercâmbio de experiências com líderes do comércio mundial. Essa troca de conhecimentos é fundamental para que possamos enfrentar os desafios atuais e futuros do mercado. A missão não apenas fortalece a nossa visão sobre o varejo, mas também nos capacita a trazer novas ideias e soluções que beneficiarão os empresários e consumidores de Pernambuco. Estou confiante de que as lições aprendidas nessa jornada serão transformadoras para o nosso setor. Parabéns a todos os envolvidos por essa conquista!”



**Francisco Mourato**  
Solarel Energia Solar



**Gustavo Machado**  
Mundo Mágico Baby e Kids

“Participar da primeira missão técnica da Fecomércio-PE à NRF'25 foi um marco para mim. Fomos conectados aos grandes líderes no maior evento de varejo do mundo, que nos inspiraram com suas palavras e histórias de vida. Durante a feira, tivemos a oportunidade de explorar insights valiosos sobre tecnologia, transformação digital, experiência no atendimento ao cliente, sustentabilidade e novas dinâmicas do mercado global. Foi uma das viagens mais enriquecedoras para o meu negócio, abrindo novos caminhos para que a gente continue a aprender, a se reinventar. A Fecomércio-PE está de parabéns!”





**João Maciel**  
Lojão dos Calçados

“A NRF proporciona aos varejistas uma experiência fantástica de aprendizado e atualização sobre o futuro do comércio varejista. Essa vivência tem relação significativa para abrir novos caminhos para o varejo na nossa região. Destacou-se que para ter sucesso no setor varejista é preciso entender que o varejo não é só comprar, tem que ter um motivo por trás do produto para despertar interesse, emoção, desejo nas pessoas. A importância da inteligência artificial também foi bastante discutida, e estará presente no dia a dia das lojas e nas redes sociais. Dessa forma, foi enfatizado que as lojas físicas não irão acabar, porém precisam estar em constante mudança para conviver com o e-commerce.”

“Quero parabenizar a Fecomércio-PE pela realização da missão técnica à NRF 2025. Participar dessa missão foi de extrema importância para mim e para o meu negócio, permitindo que a gente aprendesse e se atualizasse sobre as mais recentes inovações e tendências do comércio. A NRF é uma das principais feiras de inovação do varejo do mundo e a oportunidade de estar em contato com os grandes líderes e especialistas proporciona insights valiosos que podem ser aplicados localmente na nossa empresa e no dia a dia do nosso trabalho como empresário. Além disso, essa experiência fortalece a nossa rede de contatos e permite a troca de ideias com profissionais de diferentes países do mundo, enriquecendo ainda mais o conhecimento que trazemos de volta para Pernambuco. Acredito que essa missão não só representa um passo importante para o desenvolvimento do varejo local, mas também para o fortalecimento da economia do nosso estado. Parabéns a todos os envolvidos!”



**Jorge Alexandre**  
Vet.Ex Operadora  
Logística Ltda



**José Carlos de Santana**  
Centro Service Bosch

“A missão da Fecomércio-PE à NRF 2025 foi uma experiência verdadeiramente transformadora para nós, empresários e diretores da Federação. Essa iniciativa é fundamental, pois oferece aos empresários a oportunidade de se conectar com as mais recentes inovações e tendências do varejo mundial. Participar de um evento desse porte não apenas amplia nossos horizontes, mas também nos permite trazer de volta para Pernambuco insights práticos que podem ser aplicados em nossos negócios. A interação com especialistas do setor é uma experiência que enriquece a visão de cada empresário, proporcionando novas ideias que podem ser decisivas no atual cenário competitivo. A troca de experiências e o networking gerado durante a missão são ativos inestimáveis que fortalecem nossas empresas. Quero parabenizar a Fecomércio-PE pela visão e pelo esforço em organizar essa missão. É um passo significativo para o desenvolvimento do comércio local e para a capacitação dos empresários pernambucanos. Estamos todos ansiosos para aplicar as lições aprendidas e continuar a trajetória de inovação e crescimento em nosso estado. Parabéns pela iniciativa!”





**Michel Jean Wanderley**  
BCNE Contabilidade

"A Fecomércio-PE me proporcionou uma experiência empresarial singular. Através da missão técnica à NRF, tive a oportunidade de vivenciar e conhecer novos negócios, plataformas e tecnologias, podendo aplicar em meu segmento o que vi e vivi em Nova Iorque. O novo conceito de varejo, que está, nesse exato momento, sendo aplicado em grandes países, como os Estados Unidos, chegará no Brasil fortemente e temos que estar atentos a essas mudanças de conceito comportamental dos consumidores, proporcionando novas experiências em cada ambiente lojista. É importante que o varejo de Pernambuco, através da Fecomércio-PE, se prepare para o futuro próximo com esse novo conceito de varejo. Aqueles que anteciparem esse processo irão se sobressair em seus negócios obtendo resultado imediatos!"

"Como vice-presidente da Fecomércio-PE, participar da missão da entidade à NRF 2025 foi uma oportunidade ímpar de imersão no que há de mais moderno e inovador no varejo global. Participar de um evento dessa magnitude nos permitiu não apenas conhecer as últimas tendências, mas também trocar ideias com profissionais de destaque de diversas partes do mundo. A missão foi essencial para que pudéssemos entender melhor os desafios e as oportunidades que o setor enfrenta atualmente em diferentes lugares do mundo. As palestras, workshops e interações diretas com especialistas nos proporcionaram aprendizados valiosos que, sem dúvida, farão diferença em nossas estratégias e operações aqui em Pernambuco.

Além disso, essa experiência fortaleceu nosso compromisso com a inovação e a excelência no varejo, preparando-nos para implementar mudanças que beneficiem tanto os empresários quanto os consumidores. Quero parabenizar a Fecomércio-PE pela organização dessa missão e por proporcionar aos nossos membros da diretoria essa incrível oportunidade de crescimento e aprendizado. Acredito que os resultados dessa jornada serão sentidos por muito tempo em nosso estado, impulsionando o desenvolvimento do comércio pernambucano."

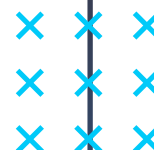


**Milton Tavares**  
Mercado Escolar da Cidade



**Ozeas Gomes**  
Drogaria Quatro Cantos

"Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF 2025 nos colocou diante de um mundo inesquecível, foram momentos de muito aprendizado, onde pudemos ressaltar o nível das palestras que nos fez reacender o cuidado com que devemos entender a necessidade de se buscar tecnologia de ponta com inovações que se aplicam no varejo como também no comércio e serviços. A feira, pela sua organização e diversidade de produtos, contribuiu bastante para a magnitude do evento. Enfim, foram dias marcados pela busca de novidades, diante de um mundo que se renova a cada instante."



“Participar da primeira missão técnica da Fecomércio-PE à NRF 2025 foi uma experiência enriquecedora em todos os aspectos, pois é nítido que tanto a Fecomércio-PE quanto a NRF defendem os interesses dos varejistas. Ter o suporte e orientação da Federação durante toda a realização do evento foi essencial para absorver o máximo possível de todo conteúdo e oportunidades oferecidas pela feira e pela missão. A NRF oferece percepções muito valiosas sobre as tendências e mudanças no mercado a fim de que os varejistas se mantenham atualizados e competitivos, bem como proporciona uma oportunidade diferenciada de networking e aprendizado ao prover troca de experiências entre empresários do varejo. Para o comércio varejista foi dado destaque à experiência do cliente durante o atendimento em loja física, à oferta de entretenimento e momentos de satisfação/realização do consumidor durante a compra. Acredito que ter a oportunidade de aprender com outros empresários de diversas nacionalidades e de vários nichos de mercado tem um impacto significativo para estar em constante crescimento.”



**Regina Albuquerque**  
Lojão dos Calçados



**Renato Siqueira**  
Palma Máquinas e Ferramentas

“Estar presente junto à comitiva da Fecomércio-PE à NRF 2025 foi uma experiência inspiradora. Foram três dias de imersão nas principais tendências e inovações tecnológicas do varejo mundial. Dentre elas, destaco a utilização da análise de dados e inteligência artificial na previsibilidade de demanda e na personalização do atendimento ao cliente, a integração das lojas físicas em espaço interativos, proporcionando uma jornada unificada para os clientes entre os ambientes online e offline e, por último, a sustentabilidade também foi enfatizada com práticas que reduzem o impacto ambiental e promovem a economia circular. A troca de conhecimento com profissionais de diversas partes do mundo permite que o varejo pernambucano esteja em sintonia com as principais soluções inovadoras e tendências globais.”

“A Fecomércio-PE parte na frente, mais uma vez, levando uma comitiva de empresários, diretores da instituição e políticos a Nova Iorque para participar da NRF2025, maior feira de tecnologia de varejo no mundo, nos proporcionando conhecimentos das principais tendências tecnológicas e de inovação aplicadas ao varejo mundial, análise de dados, personalização no atendimento ao cliente, sustentabilidade, criação de espaços interativos nas lojas físicas, principalmente através da inteligência artificial, palestras de grandes CEOs do mundo corporativo, mostrando como conseguiram evoluir em um ambiente altamente competitivo, além de muita sutileza e tranquilidade como se deve conduzir negócios para o sucesso.”



**Roberto Wagner**  
Palma Máquinas e Ferramentas





**Rodrigo Moreira**  
Maker Imagem & Vídeo

“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF 2025 foi uma das melhores experiências que tive a oportunidade de viver. As palestras, a feira, as visitas técnicas e o netwokrking não só com o nosso grupo de viagem mas com outros empresários e profissionais de diversas áreas que circularam pelo evento foram momentos de muito aprendizado. Como empresário da área de audiovisual, pude perceber o quanto a produção de conteúdo, a personalização e o uso estratégico de vídeos e imagens impactam a jornada de compra e o engajamento do público. Além disso, a troca de experiências com empresários de diferentes segmentos ampliou minha visão sobre novas oportunidades de mercado. Volto dessa missão com insights valiosos, pronto para aplicar soluções inovadoras e agregar ainda mais valor aos meus projetos. Agradeço à Fecomércio-PE por proporcionar essa vivência tão rica em conhecimento e conexões.”

“Participar da primeira missão técnica da Fecomércio-PE à NRF 2025 foi uma experiência transformadora, que ampliou, significativamente, a minha visão sobre o futuro do varejo e sobre os impactos das inovações tecnológicas nos negócios. A NRF é reconhecida como o maior evento global de varejo e inovação, reunindo líderes e especialistas para debater tendências, tecnologias emergentes e práticas que estão moldando o mercado mundial. Estando lá, pude comprovar o quanto vivenciar essa experiência muda a nossa percepção de como a inovação e as novas tecnologias são essenciais para o desenvolvimento dos nossos negócios. Durante a missão, fui impactado por três grandes aprendizados: a importância da transformação digital no futuro do varejo, o cliente como o centro da estratégia dos negócios e a sustentabilidade como fator de competitividade. Parabéns à Fecomércio-PE por nos proporcionar esse momento tão rico de aprendizado.”



**Ygor Valença**  
CTRAN Autoescola



**20%**  
de desconto

Cartão do  
Empresário

Aproveite essa oferta!



## Se tem inovação no varejo, tem Senac.

O varejo está em constante evolução, e o Senac acompanha esse ritmo com inovação e educação profissional de excelência.

Sempre atentos às tendências, estivemos na NRF 2025, o maior evento de varejo do mundo.

Conte com a gente para preparar o seu negócio para os desafios do mercado.



Acesse **pe.senac.br**  
e descubra como  
podemos transformar  
o seu negócio





# Pequenos Negócios, Grandes Transformações no comércio e serviço

O futuro do comércio e dos serviços é movido por inovação, tecnologia e sustentabilidade. Dos novos modelos de negócio às experiências do consumidor, os pequenos empreendedores estão na vanguarda dessa mudança. O Sebrae apoia quem faz acontecer, oferecendo conhecimento, estratégias e soluções para crescer e se adaptar às tendências do mercado.

**0800 570 0800**  
[www.sebrae.com.br/pernambuco](http://www.sebrae.com.br/pernambuco)

  Sebrae Pernambuco  
  sebraepe

