

*Informe* **FECO  
MÉR  
CIOPE**

ANO XV | EDIÇÃO ESPECIAL | 2026

**NRF 2026:**  
**o futuro é agora**



Realização

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

Apoio

**SEBRAE** · **Sesc** · **Senac**



**Bernardo Peixoto**

Presidente do Sistema  
Fecomércio/Sesc/Senac-PE

Editorial

# MISSÃO DA FECOMÉRCIO-PE À NRF 2026: O HOJE PEDE FOCO NO CLIENTE E USO ESTRATÉGICO DE TECNOLOGIA

**D**e 7 a 15 de janeiro, vivemos dias intensos e relacionamentos relevantes na II Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026, em Nova Iorque, nos Estados Unidos, com o apoio imprescindível do Sebrae-PE, do Senac-PE e do Sesc-PE. Liderando uma comitiva de 39 empresários, representantes de entidades sindicais e gestores do Sistema Comércio de Pernambuco e de Santa Catarina, tivemos, mais uma vez, a oportunidade de ouvir grandes varejistas mundiais debatendo o presente e o futuro do varejo, com foco em inovação, tecnologia, comportamento do consumidor e transformação dos modelos de negócio, na Retail's Big Show, evento promovido anualmente em janeiro pela National Retail Federation (NRF), maior associação de varejo do mundo.

A Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF, pelo segundo ano consecutivo, fez parte de uma estratégia ampla de fortalecimento do varejo e do comércio pernambucano, com destaque para a incorporação de tecnologia, inovação e desenvolvimento de mão de obra especializada. Voltamos com a bagagem cheia de novas ideias, a partir da observação direta de práticas, soluções e tendências que já estão em aplicação no cenário global, apresentadas por empresas consolidadas, startups, especialistas e lideranças que mostraram caminhos concretos para a transformação do comércio de bens e de serviços e da experiência do consumidor.

Além da participação na feira, realizamos visitas institucionais e técnicas a lojas-conceito, o que colaborou para uma imersão ainda mais aprofundada em novos modelos de negócios, tecnologias emergentes e abordagens inovadoras que dialogam com os desafios e oportunidades do setor do comércio de bens e serviços de Pernambuco. Nesse cenário de rápidas e constantes mudanças, impulsionado, principalmente, pela inteligência artificial e transformações nos padrões de consumo, as reflexões deixadas pela NRF 2026 prometem demandar adaptações urgentes pelos varejistas, com destaque para foco no cliente e uso estratégico de tecnologia.

Desejamos uma boa leitura e que nossos registros inspirem cada um de vocês!



# Fecomércio PE

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio



## 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



 @CARTAOEMPRESARIO  
 CARTAOEMPRESARIO.COM.BR

## Expediente

Informe Fecomércio-PE Edição Especial 2026

Coordenação-geral/Edição  
Lucila Nastassia

Reportagens  
Lucila Nastassia

Projeto gráfico/Diagramação  
Nilo Monteiro

Fotos – Agência MakerMídia

Revisão – Fabiane Cavalcanti

Impressão – CCS Gráfica

Tiragem – 4 mil exemplares

## Participantes

### Coordenação da Missão

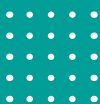
**Bernardo Peixoto**  
Presidente

**Cleide Pimentel**  
Coordenadora Geral

**Fábio Oliveira**  
Coordenador Técnico

**Lucila Nastassia**  
Coordenadora de  
Comunicação e Marketing

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



**Andréa Flávia Ferreira de Mello**

**Anselmo Silva de Oliveira**

**Antônio Rodrigo Moreira Araújo**

**Augusto César Costa**

**Bruno Barbosa Galvão Campelo**

**Diane Freire de Oliveira**

**Edivaldo Guilherme dos Santos**

**Elias Alves Salomão**

**Eliézio José da Silva**

**Evandro Alves de Lima**

**Felipe Freire de Oliveira**

**Filipe Sousa Carvalho de Melo**

**Francisco José Mourato da Cruz**

**Frederico Penna Leal**

**Ivan de Oliveira Gomes Júnior**

**Janaína Falcão Sobral**

**João Maciel Lima Neto**

**Joaquim de Castro Filho**

**José Carlos da Silva**

**José Carlos de Santana**

**José Leonardo de Oliveira Scipião**

**Josué de Oliveira Pinto Neto**

**Lúcio Alves de Sousa**

**José Manoel de Almeida Santos**

**Marcos João de Santana**

**Maria Helena Alves Araújo**

**Murilo Guerra**

**Paulo Freire de Oliveira**

**Regina Maria Sá de Castro**

**Regina de Fátima Tavares de Albuquerque**

**Regivan José Dantas**

**Roberta Barros Correa de Oliveira**

**Rudiberto Piaç**

**Vivianne Gameiro Guimarães Brum**

6



20



24



## Sumário

6

Visita ao Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque

12

Entrevista | Thiago Miranda

18

Comitiva da missão visita loja da Lego Store Fifth Avenue

20

Comitiva da missão visita loja-conceito da Starbucks Reserve Roastery

24

NRF 2026: o varejo entra na era da execução inteligente

28

NRF 2026: o futuro do varejo já está em operação

32

Opinião | A gente se vê amanhã: o Senac-PE e o futuro que começa agora no varejo global

34

Opinião | Transformação digital e eficiência: a experiência do Sesc Pernambuco na NRF 2026

38

Opinião | NRF 2026: oportunidades para os pequenos negócios

40

Depoimentos dos participantes



# Comitiva da Fecomércio-PE visita Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque durante missão técnica à NRF 2026

**Encontro debateu inserção de produtos brasileiros no mercado norte-americano, tarifas, feiras segmentadas e iniciativas de promoção da imagem do Brasil no exterior**



**D**urante a II Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026, a comitiva realizou uma visita institucional ao Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque, onde foi recebida pelo conselheiro Thiago Miranda, além de membros da equipe consular. O encontro propiciou uma conversa estratégica sobre comércio, varejo e oportunidades de internacionalização, com foco no acesso e no posicionamento de produtos brasileiros no mercado dos Estados Unidos.

A agenda foi marcada por um diálogo aprofundado sobre desafios e possibilidades de inserção internacional, abordando temas como importação, adequação regulatória, posicionamento de marca e leitura do consumidor americano.



A equipe do consulado apresentou caminhos institucionais para apoiar empresas brasileiras interessadas em acessar o mercado norte-americano, destacando o papel do consulado como elo entre produtores, distribuidores e potenciais parceiros locais, contribuindo para ampliar conexões comerciais e fortalecer a presença brasileira no exterior.

“O Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque atua para aproximar setores estratégicos e ampliar oportunidades para empresas brasileiras, especialmente quando há interesse em entender e acessar o mercado local”, destacou o conselheiro Thiago Miranda, durante o encontro.

#### **Perspectivas sobre tarifas e ambiente comercial**

Um dos pontos centrais da conversa foi o contexto de tarifas e relações comerciais, tema acompanhado pelo consulado por meio de estudos e monitoramento institucional. Segundo Thiago Miranda, a expectativa é de avanço nas tratativas para melhoria do ambiente de comércio internacional, com impacto direto em diferentes segmentos produtivos. “Há uma perspectiva boa. O presidente Lula, o vice-presidente Geraldo Alckmin e o ministro Mauro Vieira estão interessados e engajados em resolver essa questão das tarifas. Muitas tarifas já foram revertidas e esperamos que essa evolução permaneça e seja aprofundada, contemplando todos os setores”, afirmou o conselheiro.





Thiago Miranda e Bernardo Peixoto

### Feiras segmentadas e apoio institucional via ApexBrasil

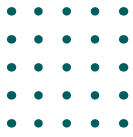
Além do cenário macroeconômico, o consulado reforçou que a estratégia de internacionalização pode ser fortalecida com a presença em eventos e feiras segmentadas, ampliando possibilidades de negócios para setores específicos. A recomendação foi intensificar o relacionamento com a ApexBrasil, que possui escritório em Nova Iorque, e mapear oportunidades ao longo do ano em diferentes segmentos. “Vocês estão na maior feira de varejo, mas é importante procurar a Apex, que tem um escritório aqui, para trabalhar também com feiras segmentadas. Há feiras de vestuário, calçados e moda, além de feiras de alimentos, fast food e eventos sazonais de inverno e verão. O consulado e a Apex podem apoiar e orientar esse caminho”, ressaltou Miranda.

Também foram citadas oportunidades ligadas a feiras do setor agrícola e espaços voltados à formação de parcerias estratégicas. “Temos um bom calendário de feiras ao longo do ano. Algumas podem ser de interesse para encontrar parceiros e ampliar redes de compra e distribuição”, completou.



### Diplomacia cultural e fortalecimento da imagem do Brasil

Outro eixo de destaque foi o trabalho desenvolvido pelo consulado na construção e fortalecimento da imagem do Brasil no exterior, utilizando elementos culturais e experiências como forma de conexão com o público internacional. Iniciativas envolvendo cultura, gastronomia e produtos nacionais foram apresentadas como ferramentas complementares para promover o país e ampliar oportunidades comerciais. Entre os exemplos mencionados, destacam-se ações de promoção de produtos brasileiros, como a cachaça, dentro de ações que aliam diplomacia cultural e diplomacia comercial, valorizando a identidade brasileira e estimulando novos mercados de interesse.



### Turismo e parceria com a Embratur

O encontro também trouxe contribuições sobre turismo, apontado como setor estratégico para fortalecimento das relações entre Brasil e Estados Unidos. A equipe consular destacou que os EUA são o maior emissor de turistas para o Brasil e que há espaço para intensificar ações de promoção. “Isso é algo que devemos explorar mais. Somos parceiros e apoiamos a Embratur em campanhas específicas, inclusive com ações recentes de divulgação da imagem do Brasil”, pontuou Thiago Miranda, reforçando a parceria com a Embratur para ampliar a presença do país no mercado norte-americano.

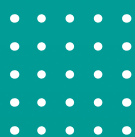
A Amazônia também foi citada como destino em evidência no cenário internacional, especialmente pelo contexto da 30ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (COP30), realizada em novembro de 2025 em Belém-PA. Ao mesmo tempo, o consulado destacou o trabalho de promoção de diversos outros destinos brasileiros como parte das ações de posicionamento do Brasil no exterior.

Para o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE e líder da missão, Bernardo Peixoto, a agenda no consulado foi estratégica para a missão porque amplia a visão sobre os caminhos institucionais que podem apoiar o comércio e o varejo brasileiro no mercado norte-americano. “Além de acompanhar as tendências na NRF, buscamos agendas que gerem oportunidades concretas. A conversa com o conselheiro Thiago Miranda reforçou o quanto o apoio institucional e a articulação com parceiros, como a ApexBrasil, podem ser determinantes para inserir produtos brasileiros nos Estados Unidos, ampliar redes de contato e identificar eventos com alto potencial para nossos setores”, afirmou Peixoto. ■



Thiago Miranda





# Entrevista

O conselheiro Thiago Miranda, cônsul-geral adjunto e chefe do Setor de Promoção Comercial e de Investimentos do Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque, recebeu a missão técnica da Fecomércio-PE na sede da representação brasileira em um encontro marcado por diálogo aberto e troca de informações. Na visita, foram abordados diversos temas relevantes para fortalecer conexões e ampliar oportunidades de cooperação para o setor produtivo, com destaque para relações comerciais, ambiente de negócios, cenário econômico, possibilidades de investimentos, parcerias institucionais, turismo, intercâmbio empresarial e perspectivas para o comércio e serviços.

Como parte da cobertura especial da missão, a Revista Informe Fecomércio-PE elaborou uma série de perguntas para aprofundar os assuntos discutidos e levar essas informações diretamente ao empresariado pernambucano. O objetivo é contribuir com uma visão mais clara e prática sobre caminhos de internacionalização, oportunidades de mercado e iniciativas que possam beneficiar empresas brasileiras e, em especial, as empresas pernambucanas. Confira a entrevista a seguir.

**Informe Fecomércio-PE - O senhor mencionou um cenário positivo e o engajamento do presidente, do vice-presidente e do ministro das Relações Exteriores na pauta das tarifas. Como o Consulado-Geral acompanha esse tema e o que seria uma evolução desejável para setores ligados ao comércio de bens, serviços e turismo?**

**Thiago Miranda** - O Setor de Promoção Comercial e de Investimentos (Secom) do Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque presta assistência ao empresariado brasileiro na promoção de suas exportações e também promove a atração de investimentos estrangeiros para o Brasil. Embora nossa competência formal não inclua atuar diretamente em negociações tarifárias bilaterais, buscamos nos atualizar constantemente sobre a questão e vemos positivamente todas as evoluções em prol da redução de tarifas.

**IF - Que efeitos a reversão de tarifas já ocorrida trouxe para as relações comerciais Brasil-EUA e quais setores ainda precisam de avanços para uma agenda mais equilibrada?**

**TM** - Após amplas negociações entre autoridades brasileiras e estadunidenses, tarifas recíprocas de 10% e tarifas adicionais de 40% já foram revertidas para vários produtos brasileiros, sobretudo bens alimentícios como frutas, carne bovina e café, além de outros produtos como petróleo, metais básicos, fertilizantes, papel e celulose. Não obstante, por ora, produtos manufaturados importantes da pauta exportadora do Brasil, como máquinas, equipamentos, móveis e calçados, assim como produtos agropecuários alegadamente não escassos no mercado atual dos EUA, como pescados, cereais, mel, açúcar e tabaco, seguem sobretaxados, demandando esforços de negociação para reversão das tarifas.





**IF - Qual é o papel do Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque na promoção econômica e institucional e como vocês atuam para abrir portas sem entrar em negociações políticas ou comerciais formais?**

**TM** - O Secom oferece diversos serviços de apoio ao empresariado brasileiro que deseja exportar para a região de nossa jurisdição nos Estados Unidos (estados de Nova Iorque, Nova Jersey e Pensilvânia), bem como ao empresariado estadunidense que deseja investir no Brasil. Por exemplo, possuímos o Serviço de Acesso a Potenciais Importadores, em que enviamos listas de empresas estadunidenses que potencialmente importam produtos brasileiros com base nos códigos NCM (Nomenclatura Comum do Mercosul) ou HTS (Sistema Tarifário Harmonizado dos Estados Unidos). Auxiliamos, ainda, na identificação de contatos-chave dessas empresas importadoras, para o estabelecimento de ligações comerciais fortes com empresas brasileiras. Elaboramos e compartilhamos relatórios informativos sobre setores comerciais ou empresas específicas atuantes nesta região dos EUA. Temos à disposição do empresariado canais informatizados de contato como a Plataforma Brasil Exportação (BraExp),

mantida pela ApexBrasil com apoio do Itamaraty. Além disso, ajudamos empresas a identificar e participar efetivamente de feiras, exposições, conferências e outros eventos comerciais importantes nos Estados Unidos.

**IF - O senhor sugeriu que a comitiva procure a ApexBrasil, que tem escritório em Nova Iorque. Para uma entidade como a Fecomércio-PE e para empresários pernambucanos, qual é o melhor caminho para transformar esse contato em ações concretas, como agenda, conexões, feiras e prospecção?**

**TM** - O escritório de Nova Iorque trabalha em coordenação com o escritório de Miami e poderá facilitar a organização de atividades em Nova Iorque. A propósito, a Apex também mantém projetos com associações comerciais de diferentes setores econômicos no Brasil para organização da participação brasileira em feiras.



**IF - A NRF é a grande vitrine do varejo, mas o senhor destacou o potencial de feiras específicas (moda, calçados, alimentos, fast food, agricultura). Quais dessas feiras hoje fazem mais sentido para o Brasil e onde Pernambuco pode encontrar oportunidades mais rápidas de inserção?**

**TM** - Os Estados Unidos possuem um extenso calendário de feiras para os mais diversos setores comerciais. Considerando apenas essa região geográfica, destacamos oportunidades de participação em feiras têxteis, de vestuário e de couro como a Coterie New York, a Curve New York ou a Lineapelle Fair. Há, ainda, feiras para produtos alimentícios como Summer Fancy Foods; feiras para móveis como a ICFE; para promoção de pacotes turísticos como a NY International Travel Show; ou para ingredientes de cosméticos como Suppliers' Day. A NRF é organizada pela associação de varejistas e visitada por profissionais e especialistas do varejo, que participam de conferências e visitam o pavilhão com exposição de produtos.

**IF - Quando pensamos na relação direta Pernambuco/EUA, quais setores enxerga como mais promissores para gerar negócios, parcerias e expansão internacional, por exemplo moda, alimentação, serviços, economia criativa, tecnologia, franquias?**

**TM** - Consideramos que seja fundamental maior participação de expositores pernambucanos nas diversas feiras em Nova Iorque e região para conhecer melhor os desafios e oportunidades do mercado local. Como já mencionado, as principais feiras versam sobre vestuário, alimentos especiais e turismo. Entendemos que esses três setores sejam importantes para a economia de Pernambuco.





**IF - O senhor ressaltou que os EUA são um dos maiores emissores de turistas para o Brasil. Na sua visão, o que falta para o Brasil e estados como Pernambuco aproveitarem melhor esse potencial? Que tipo de ação tem mais impacto: campanhas, conectividade aérea, posicionamento de destino ou parcerias com operadores?**

**TM -** Todos esses tipos de ação, se conjugadas, podem muito contribuir para a promoção de Pernambuco como destino turístico. É possível trabalhar em prol da divulgação de eventos regionais que demonstrem as particularidades de Pernambuco e aspectos culturais específicos que despertem maior interesse do público nacional e internacional.

**IF - Com a COP30, a Amazônia ganhou destaque mundial, mas o senhor comentou que o trabalho inclui outros destinos também. Como aproveitar essa visibilidade internacional para fortalecer a imagem do Brasil como um todo e como Pernambuco pode entrar nessa narrativa de forma estratégica?**

**TM -** A realização da COP30 no Brasil foi uma oportunidade valiosa para a organização de eventos de promoção de oportunidades de comércio, investimentos e turismo ligados à Amazônia, sustentabilidade e transição energética. Uma das atividades mais destacadas, realizada pela Embratur com o apoio do Consulado-Geral, foi a edição especial da Galeria Visit Brasil sobre a Amazônia, ao final de 2024. Em 2025, a Embratur, em colaboração com o Consulado-Geral, realizou outra edição, desta vez sobre o Pantanal. Poderia ser interessante a organização, no futuro, de edição dedicada a biomas da Região Nordeste, incluindo destinos em Pernambuco.

**IF - Que mensagem direta poderia deixar para os empresários de Pernambuco que querem se aproximar do mercado norte-americano? Qual seria o primeiro passo mais importante?**

**TM -** Apesar dos desafios conjunturais, é importante continuar desenvolvendo ações de promoção de oportunidades de comércio e investimentos nos Estados Unidos, principal parceiro econômico do Brasil e, mais especialmente em Nova Iorque, um dos melhores hubs de feiras e conferências do mundo. ■

# Lego Store Fifth Avenue: experiência, personalização e tecnologia como estratégia de vendas

Unidade referência em performance e experiência de marca apresentou estratégias de personalização, interatividade e fidelização do consumidor





A delegação da II Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026 realizou, em 9 de janeiro, uma visita técnica à Lego Store Fifth Avenue, loja-conceito localizada na Quinta Avenida, uma das regiões mais prestigiadas do comércio mundial. A agenda teve como foco a observação de estratégias de varejo baseadas em experiência, tecnologia e personalização no ponto de venda.

Com dois andares dedicados à jornada do consumidor, a unidade em Nova Iorque se diferencia pelo forte investimento em ambientação imersiva, atendimento especializado e ações que estimulam engajamento e permanência do público. Entre os destaques, esculturas monumentais montadas com peças Lego, vitrine temática com mudança mensal e espaços interativos no segundo andar voltados à experimentação.

“A Lego mostra, na prática, como uma marca transforma loja em experiência e como isso se conecta a resultados. É um exemplo importante para refletirmos sobre inovação, relacionamento e diferenciação no varejo”, afirmou o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE e líder da missão, Bernardo Peixoto.

Durante a visita, a delegação acompanhou iniciativas de personalização que ampliam o valor percebido pelo cliente, como o estúdio de customização e a criação de mosaicos a partir de fotos. A loja também mantém mesas de demonstração com montagens realizadas por especialistas, que atuam como facilitadores no processo de compra e ajudam a traduzir o potencial criativo dos produtos para diferentes públicos.

A estratégia de segmentação também foi evidenciada: o espaço é organizado para atender desde crianças pequenas até adolescentes e adultos, com coleções mais técnicas e temas que atravessam gerações. Parcerias com grandes franquias do entretenimento, como Star Wars, reforçam o apelo emocional da marca e ampliam seu alcance global.

Além da experiência em loja, a visita permitiu observar aspectos da operação internacional da empresa, que possui produção distribuída em diferentes países e estrutura logística integrada, reforçando a importância de planejamento e consistência na expansão de marcas globais. ■

# TARBUCKS RESERVE ROASTERY

61

STARBUCKS RESERVE

COFFEE

FOOD

COCKTAILS





# Starbucks Reserve Roastery em Nova Iorque: café, design e inovação no varejo de experiência

**Unidade no Chelsea  
revela como a  
marca transforma  
a torrefação  
em espetáculo  
e posiciona o  
consumo como  
vivência sensorial**

**A** pós a visita à loja-conceito da Lego, na Quinta Avenida, a comitiva da II Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026 seguiu para mais uma imersão em referência internacional de varejo experiencial: a Starbucks Reserve Roastery New York, localizada no bairro de Chelsea, em Manhattan. Considerada uma das operações mais emblemáticas da marca no mundo, a unidade se consolida como vitrine de inovação ao transformar o universo do café em uma experiência completa de consumo, ambientação e narrativa.





Com estrutura de grande porte, a Reserve Roastery se destaca por uma arquitetura de estilo orgânico, com ambientes integrados e design pensado para estimular a permanência e exploração dos visitantes. A proposta vai além do atendimento tradicional de cafeterias e cria um percurso sensorial em que cada detalhe comunica exclusividade, técnica e identidade de marca.

“Esse tipo de visita amplia a nossa visão sobre o que significa inovar no varejo. Não se trata apenas de vender um produto, mas de construir uma experiência, criar desejo e manter o cliente conectado à marca do início ao fim da jornada”, afirmou o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE e líder da missão, Bernardo Peixoto.

### **Torrefação ao vivo e transparência como parte da experiência**

Um dos elementos mais marcantes da visita foi o sistema de tubulações suspensas instalado no teto, que transporta o café recém-torrado em tempo real para diferentes áreas do ambiente. O recurso, além de funcional, atua como espetáculo visual: conecta o processo produtivo ao consumo final e transforma a torrefação em parte ativa da experiência do cliente. Nesse modelo, a operação deixa de ficar “nos bastidores” e passa a compor o cenário, reforçando um princípio central do varejo contemporâneo: a transparência e a autenticidade também geram valor.

### Cafés raros, métodos alternativos e um laboratório global

Reserve Roastery abriga um acervo amplo de cafés especiais, com grãos de diferentes origens e opções exclusivas. Entre os diferenciais da unidade, estão cafés que, segundo observado na visita técnica, não são encontrados em outras lojas Starbucks no mundo, reforçando a lógica de escassez como estratégia de atração e prestígio.

O espaço também reúne experiências de consumo que vão além do espresso e do cappuccino tradicionais, com bares temáticos, métodos alternativos de extração e ambientes voltados à degustação orientada, onde a marca estimula

a experimentação e amplia seu repertório sensorial com o consumidor.

Durante a visita, a comitiva conheceu um lançamento que exemplifica esse posicionamento inovador: um café armazenado em barris de uísque, incorporando técnicas de maturação comuns no universo dos destilados e criando uma proposta diferenciada de aroma e sabor. A iniciativa ilustra como a Starbucks utiliza o ambiente Reserve como plataforma para testar produtos e conceitos antes de levá-los, em escala, para outras unidades.

### Brasil como parceiro estratégico na cadeia global do café

Além do impacto arquitetônico e operacional, a visita também trouxe uma leitura importante sobre cadeia produtiva e valor de origem. A Starbucks mantém parcerias com produtores de diversos países, como Brasil, Colômbia, Guatemala, Costa Rica, entre outros, reforçando a dimensão do abastecimento e o papel estratégico de regiões reconhecidas por sua qualidade na produção.

Ao final da visita, a passagem pela Starbucks Reserve Roastery consolidou mais um aprendizado da missão: no varejo de referência, marcas não vendem apenas produtos ou serviços, elas vendem vivências, constroem significado e transformam o consumo em uma experiência memorável. ■



**NRF '26** RETAIL'S  
BIG SHOW


# Vusion THEATRE

Vus

**NRF '26** RETAIL'S  
BIG SHOW

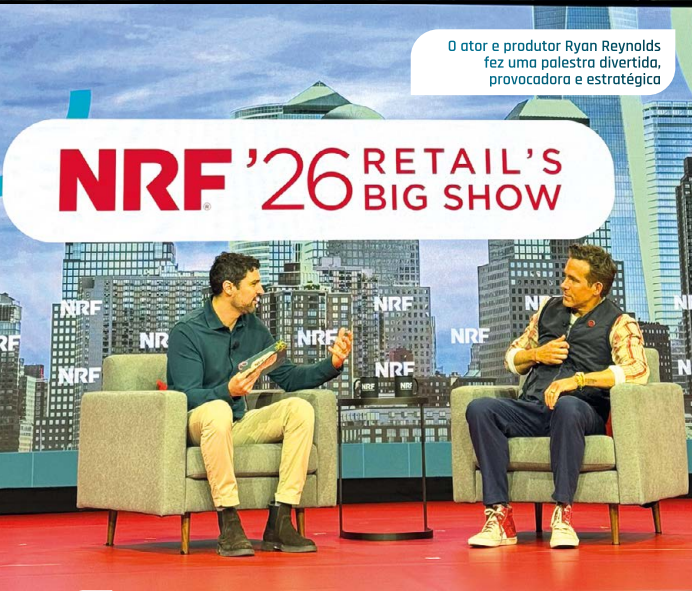


# NRF 2026: o varejo entra na era da execução inteligente



**A**s palestras e sessões especiais da NRF 2026 deixaram uma mensagem bastante clara: o varejo global saiu da fase do encantamento tecnológico e entrou definitivamente na fase da execução inteligente. Ao longo dos três dias de Keynotes e Featured Sessions, líderes de algumas das maiores empresas do mundo apresentaram um setor mais maduro, pragmático e orientado a resultados concretos

Logo no primeiro dia, o tom foi estabelecido pelas falas de executivos da BJ's Wholesale Club e da Dick's Sporting Goods, que destacaram o papel da liderança em um cenário de transformação contínua. O varejo físico apareceu não como um modelo em declínio, mas como um espaço em reinvenção permanente, no qual tecnologia, dados e relacionamento humano precisam caminhar de forma integrada. A loja deixa de ser apenas ponto de venda e passa a funcionar como ambiente estratégico de experiência, eficiência e conexão com o consumidor.



A inteligência artificial surgiu como o grande eixo estruturante do evento. A conversa entre Sundar Pichai, do Google, e John Furner, do Walmart, reforçou a ideia de que a IA já não pode mais ser tratada como experimento ou diferencial competitivo isolado. Ela passa a operar como infraestrutura básica do varejo moderno, sustentando decisões estratégicas, personalização em larga escala, otimização de estoques e integração entre canais físicos e digitais. O discurso foi consistente: empresas que não incorporarem IA de forma sistêmica tendem a perder relevância.

As sessões do primeiro dia aprofundaram essa visão ao discutir novos modelos de negócio, ecossistemas digitais e o avanço do chamado "comércio agêntico", no qual agentes de inteligência artificial assumem papéis ativos ao longo da jornada de compra. A participação de Frederico Trajano, da Magazine Luiza, trouxe o contexto brasileiro para o centro do debate, mostrando que essas transformações não estão restritas a mercados maduros, mas já fazem parte da realidade de empresas nacionais.

No segundo dia, o foco se deslocou para a construção de marcas em um ambiente de alta competição pela atenção do consumidor. O ator e empreendedor Ryan Reynolds destacou o valor da narrativa, da autenticidade e da velocidade cultural na construção de marcas relevantes. Em um mercado saturado de estímulos, marcas fortes são aquelas capazes de criar conexão emocional e relevância simbólica, apoiadas, e não substituídas, pela tecnologia.





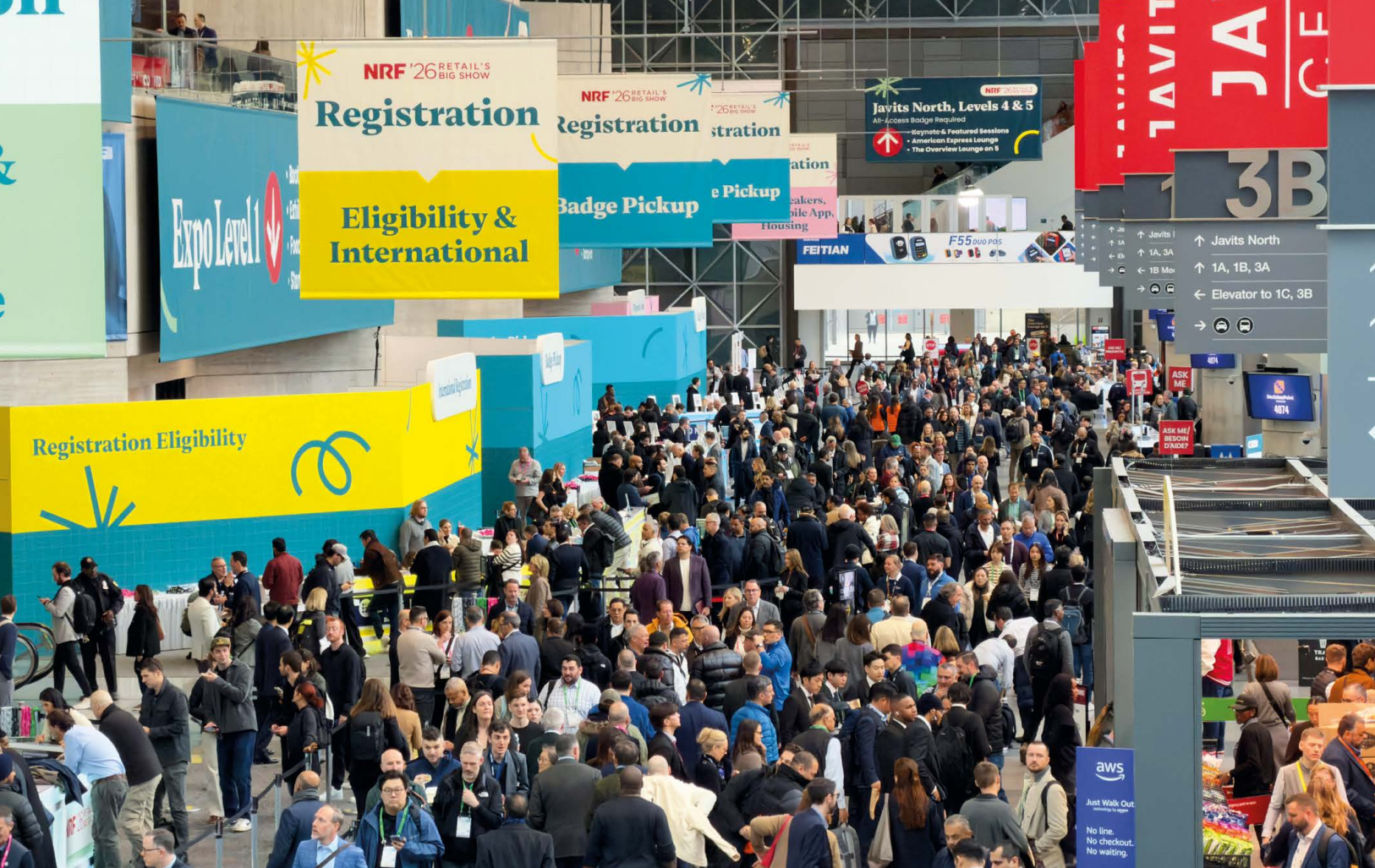
Esse equilíbrio entre tradição e inovação apareceu de forma clara na apresentação da Ralph Lauren Corporation, que mostrou como parcerias estratégicas com empresas de tecnologia, como a Microsoft, têm sido utilizadas para modernizar processos e experiências sem perder identidade. O uso do chatbot Ask Ralph exemplificou como a inteligência artificial pode ampliar a relação com o consumidor sem descaracterizar a marca.

O terceiro dia consolidou uma visão mais ampla sobre propósito, comunidade e estratégia de longo prazo. A participação de lideranças da VF Corporation - que controla marcas como a The North Face e Timberland - reforçou que marcas globais precisam alinhar discurso, prática e valores, adaptando estratégias a contextos locais sem perder coerência. Sustentabilidade, identidade e engajamento comunitário surgiram como elementos centrais para a construção de valor duradouro.

De forma geral, as palestras da NRF 2026 apresentaram um varejo mais consciente de seus desafios e responsabilidades, no qual tecnologia, cultura organizacional e estratégia se tornam inseparáveis. A inovação deixa de ser fim e passa a ser meio para gerar eficiência, relevância e impacto real. ■



Com mediação de Matthew Shay, David Lauren e Shelley Bransten destacaram como uma marca de luxo com mais de seis décadas de história usa tecnologia de forma estrutural sem comprometer a identidade.



# NRF 2026: o futuro do varejo já está em operação

**S**e as palestras da NRF 2026 ajudaram a compreender o rumo estratégico do varejo global, os estandes da feira mostraram como esse futuro já está sendo implementado na prática. A visita às áreas de exposição revelou um ecossistema tecnológico mais maduro, com soluções integradas, escaláveis e prontas para uso real.

Um dos destaques foi a presença de tecnologias imersivas aplicadas ao planejamento do varejo físico. A One Door apresentou soluções de realidade virtual que permitem a criação de gêmeos digitais de lojas, possibilitando simular leiautes, fluxos de circulação e experiências do consumidor antes de qualquer intervenção física. Essa abordagem reduz riscos, otimiza investimentos e transforma o planejamento de lojas em um processo colaborativo e orientado por dados.

Comitiva da missão na One Door





A inteligência artificial apareceu de forma transversal em diversos estandes. Plataformas como as apresentadas pela Airia e pela CoderIvy demonstraram como agentes conversacionais e sistemas analíticos já estão sendo utilizados para apoiar atendimento, processos internos e tomada de decisão. O diferencial dessas soluções está na governança dos dados, na segurança da informação e na capacidade de adaptação às realidades específicas de cada empresa, inclusive no contexto brasileiro.

No campo da automação, os estandes da AWS e da Hanshow evidenciaram a evolução do varejo físico rumo a ambientes cada vez mais conectados e autônomos. Soluções de self-checkout, lojas sem caixas, carrinhos inteligentes e uso intensivo de RFID (radio-frequency identification ou identificação por radiofrequência) demonstraram como tecnologias antes consideradas futuristas já operam em escala. Esses sistemas reduzem filas, aumentam a eficiência operacional e oferecem

novas possibilidades de monetização, como o uso de mídia digital personalizada no ponto de venda.

A Shopify reforçou seu posicionamento como infraestrutura do varejo omnichannel, integrando e-commerce, loja física, gestão de estoque e checkout em uma única plataforma. A facilidade de operação e a presença consolidada no Brasil tornaram a solução especialmente atrativa para os participantes da missão, que identificaram potencial de aplicação imediata em diferentes perfis de negócio.

A Sensormatic trouxe uma leitura estratégica sobre prevenção de perdas, mostrando como a segurança deixou de ser apenas uma função operacional e passou a integrar a inteligência do negócio. A combinação de EAS (electronic article surveillance ou vigilância eletrônica de artigos), RFID e análise de dados permite não apenas reduzir furtos, mas compreender padrões de comportamento, melhorar leiautes e apoiar decisões estratégicas.

Por fim, a visita à Muse Inc. apresentou uma abordagem inovadora no campo da robótica modular, com forte potencial educativo e profissional. A possibilidade de criação de robôs a partir de módulos independentes abre caminhos tanto para formação técnica quanto para aplicações em serviços e indústria, além de sinalizar oportunidades de cooperação internacional com o Brasil.

Os estandes da NRF 2026 mostraram um varejo em plena transformação prática. Menos promessas e mais soluções concretas. A feira revelou que o futuro do varejo não está distante, ele já está em operação, exigindo das empresas visão estratégica, capacidade de adaptação e profissionais cada vez mais qualificados. 🟢



# A gente se vê amanhã: o Senac-PE e o futuro que começa agora no varejo global

Participar da II Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026 não foi apenas acompanhar o maior evento de varejo do mundo. Foi um exercício profundo de olhar para o amanhã, exatamente como reforça a campanha dos 80 anos do Senac: “A gente se vê amanhã”



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

Em cada keynote, estande e loja-conceito visitada em Nova Iorque, ficou evidente que o futuro do varejo, dos serviços e do turismo está sendo construído agora, por meio de escolhas que começam no presente e se desdobram em impacto social, educacional e econômico. Como diretor regional do Senac-PE, vivenciei essa imersão com o compromisso de conectar teoria, pesquisa e prática, um movimento coerente com o princípio que tem guiado minha atuação: transformar do ensino à prática.

A NRF mostrou que a inteligência artificial já não está na borda das organizações, mas no centro das decisões que orientam produtividade, experiência e competitividade. O que vimos em empresas como Google, Walmart, Ralph Lauren e tantas outras revela que a adoção de IA, dados e automação não é mais um diferencial: é infraestrutura. Nenhuma instituição de educação profissional pode ignorar essa mudança, muito menos o Senac-PE, cuja missão atravessa qualificação, empregabilidade e desenvolvimento territorial.



As visitas às lojas-conceito reforçaram esse ponto. Em espaços como Lego e Starbucks Reserve, experiência e eficiência convivem de forma orgânica. São ambientes em que estética, cultura, narrativa e tecnologia se encontram, gerando valor para o cliente e novas competências para os trabalhadores. Essa convivência entre o humano e o digital dialoga diretamente com nossas trilhas formativas e com o papel que assumimos no ecossistema de inovação de Pernambuco, especialmente com a Faculdade Senac Pernambuco, o ICT/Senac-PE e a Incubadora i.de.i.a.S.

Se a tecnologia muda, o trabalho muda. E, se o trabalho muda, o Senac precisa estar à frente, formando pessoas capazes de ocupar, e liderar, esses novos espaços. A missão social de promover inclusão produtiva, tão marcada em nossas ações, ganha novas dimensões quando entendemos que o futuro não será apenas digital, mas profundamente humano. Na NRF, ficou claro que tecnologia sem propósito, sem ética e sem preparação não transforma realidades. O Senac, ao contrário, existe justamente para garantir que cada inovação se traduza em oportunidade concreta.

Volto de Nova Iorque seguro de que Pernambuco pode adaptar e aplicar os aprendizados globais com maturidade e velocidade. A integração com o Porto Digital, o diálogo com startups como Muse Inc. e CoderIvy.ai, a agenda com o Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque e as possibilidades de PD&I para o varejo nos colocam em posição privilegiada. Temos estrutura, equipe, visão e, sobretudo, responsabilidade institucional para transformar tendências em projetos e projetos em resultados.

A participação na NRF 2026 reafirmou que o futuro não está distante. Ele já começou – e o Senac-PE está preparado para construí-lo com o setor produtivo, com seus estudantes e com a sociedade. Porque, no Senac-PE, a gente ensina para transformar – e “a gente se vê amanhã”. ■





# Transformação digital e eficiência: a experiência do Sesc Pernambuco na NRF 2026



**Vivianne Gameiro**  
Diretora de Administração  
e Finanças do Sesc-PE

Participar da II Missão Técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026 – Retail’s Big Show, em Nova Iorque, Estados Unidos, reforçou uma convicção: inovação não é discurso, é método de gestão, decisão orientada por dados e execução consistente. Em um único ambiente, a NRF reuniu lideranças e fornecedores de tecnologia que apresentaram tendências, soluções e experiências aplicadas ao varejo, oferecendo referências valiosas para organizações que buscam modernizar processos e elevar a qualidade dos serviços entregues ao público.

A agenda da NRF 2026 proporcionou acesso às melhores práticas de gestão de negócios, novos modelos operacionais e tecnologias emergentes aplicadas ao comércio, soluções essas que possibilitam ganhos relevantes de eficiência, competitividade e sustentabilidade empresarial. Nesse contexto, cabe destacar três pontos marcantes que merecem atenção, quanto às melhores práticas de gestão, listados a seguir.

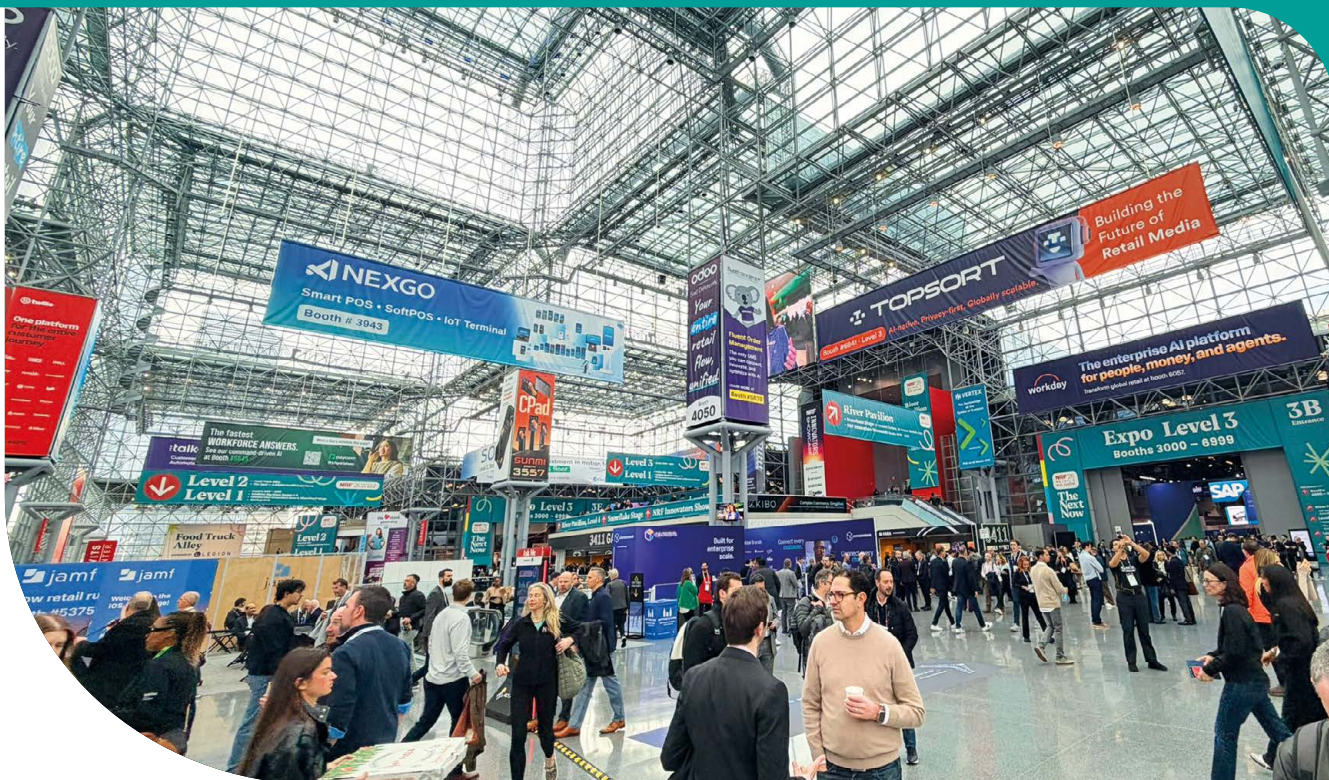
## Inteligência artificial e dados como base da gestão

A presença crescente da inteligência artificial em processos críticos de gestão, no apoio à tomada de decisão, personalização de experiências, análise do comportamento do consumidor e automação de rotinas é irreversível. O denominador comum entre as organizações de melhor desempenho é claro: dados bem organizados, governança e capacidade de transformar informação em ação. Isso se traduz em eficiência, agilidade e melhor alocação de recursos, premissas essenciais também no ambiente institucional.

## Modernização institucional com foco em eficiência e governança

Os aprendizados vivenciados na missão dialogam diretamente com o processo de modernização em curso no Sesc-PE, que envolve revisão de modelos operacionais e evolução do ecossistema de sistemas e processos. Soluções como CRM unificado, comunicação orientada por dados, experiências integradas (omnichannel), automação de processos, segurança da informação, compliance, prevenção de perdas, RFID e rastreabilidade mostram caminhos para fortalecer controles, reduzir retrabalho, aumentar a produtividade e ampliar confiabilidade, sempre com foco em eficiência e transparência.





## Benchmarking de experiência e organização de grandes fluxos

Com a curadoria da Fecomércio-PE, visitas técnicas às lojas-conceito Lego e Starbucks mostraram como experiências integradas geram engajamento e fidelização. Para o Sesc, esse aprendizado qualifica a gestão dos espaços, dos serviços prestados e aprimora a experiência do usuário.

Os conhecimentos e vivências adquiridos dialogam de forma natural com o nosso planejamento estratégico, que orienta a atuação institucional por valores e diretrizes. Ressaltamos, em especial, a diretriz de inovação e transformação digital, que incentiva a incorporação de tecnologias em toda a cadeia de valor para proporcionar uma experiência institucional mais completa; a atuação em rede, que fortalece o pensamento sistêmico e a integração entre unidades; e a sustentabilidade, entendida como prática transversal de melhoria contínua. Esse alinhamento se ancora nos valores institucionais, como acolhimento, integridade, diversidade, excelência, sustentabilidade e inovação.

Após ressaltarmos esses pontos de maior relevo, podemos afirmar que a participação na NRF 2026 reforçou uma mensagem central para o varejo mundial: o futuro não é algo a ser aguardado, mas

operado no presente, essa visão fortalece uma atuação cada vez mais orientada por dados. Saímos dessa experiência mais convencidos de que estamos antenados ao pensamento global no que se refere à inovação, transformação digital, atuação em rede e sustentabilidade. A tecnologia, automação e inteligência artificial ampliam o alcance das ações do Sesc em educação, saúde, lazer, assistência e cultura. Essas ferramentas promovem serviços mais personalizados, uso eficiente de recursos e melhor experiência para os usuários, alinhando-se à missão institucional de promover bem-estar e qualidade de vida aos trabalhadores do comércio e à sociedade.

Em síntese, a NRF 2026 reforçou que o futuro é operado no presente: com a utilização dos dados, a melhoria contínua da eficiência empresarial, a segurança corporativa e o foco na experiência do cliente. Para o Sesc Pernambuco, a missão representa um movimento estratégico de aprendizado e alinhamento às tendências globais, fortalecendo a modernização institucional e a capacidade de traduzir inovação em melhores serviços, maior efetividade nas entregas e impacto social para o trabalhador do comércio de bens, serviços e turismo do estado de Pernambuco e sociedade. ■

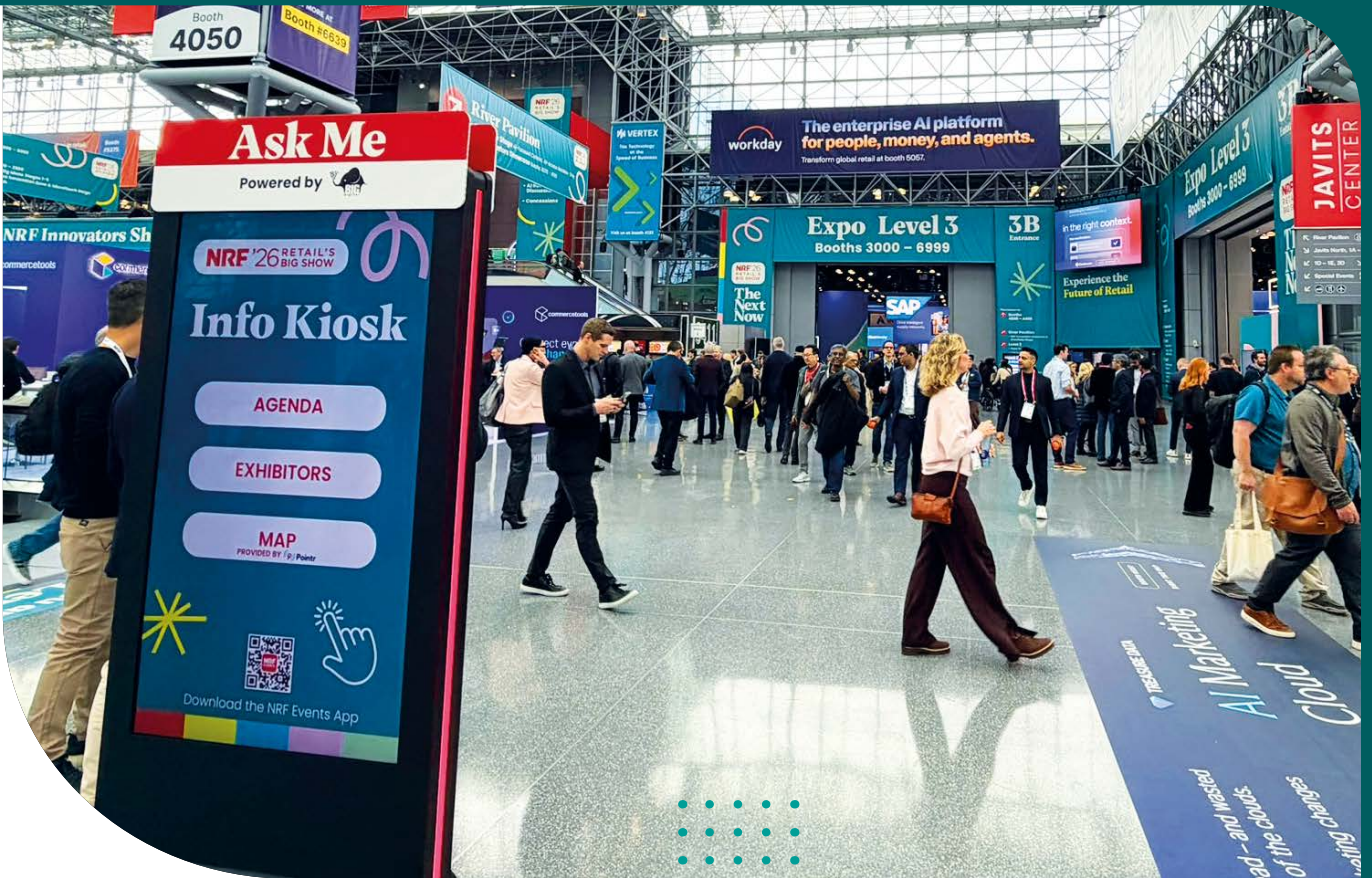
# NRF 2026: oportunidades para os pequenos negócios



**Murilo Guerra**  
Superintendente  
do Sebrae-PE

**A** NRF 2026, em Nova Iorque, que apresentou como tema central “O próximo agora”, deixou uma mensagem clara: a transformação do varejo não é mais uma promessa, ela está acontecendo agora. O maior evento global do setor mostrou que tecnologia, dados e confiança deixaram de ser diferenciais e se transformaram em requisitos de competitividade para quem está no mercado. Mais do que tendências, percebi um amadurecimento do discurso, que, mais do que nunca, está alinhado com aquilo que acredito: inovação só faz sentido quando resolve problemas reais, gera eficiência, amplia receitas ou reduz custos.

Os líderes do setor deixaram evidente que a inteligência artificial agora integra a operação do varejo: agentes virtuais de compra, atendimento automatizado, logística inteligente e análise avançada de dados fazem parte do cotidiano de grandes varejistas. Para o nosso contexto, isso significa dizer que os pequenos negócios precisam compreender que a IA e a automação são condições para que as empresas continuem a existir no futuro.



A boa notícia é que essas soluções estão cada vez mais acessíveis, inclusive para empresas de menor porte. Em Pernambuco, dados da pesquisa Transformação Digital nos Pequenos Negócios 2025, realizada pelo Sebrae Nacional, mostram que 84% das empresas pernambucanas já utilizam algum tipo de aplicação digital – o maior percentual do Nordeste. Ferramentas como GPS, reconhecimento facial, assistentes virtuais e soluções baseadas em inteligência artificial já fazem parte do cotidiano produtivo, principalmente das microempresas (MEs) e das empresas de pequeno porte (EPPs). Ainda assim, o desafio não está apenas em adotar tecnologia, mas em utilizá-la de forma estratégica e orientada a resultados.

Outro ponto central do evento foi a mudança no comportamento do consumidor, que parece mais intencional, menos fiel a marcas e altamente sensível a custo-benefício. Outra percepção é que o consumidor também espera viver melhor experiência entre loja física, digital e atendimento móvel. Nesse contexto, a integração de canais passa a ser mais uma exigência para quem quer se manter competitivo.

Ao mesmo tempo, cresce a busca por experiências presenciais, senso de comunidade e autenticidade, especialmente entre as novas gerações. O consumidor, cada vez mais, valoriza o contato humano e a personalização. Esse cenário abre uma janela de oportunidade para os pequenos negócios locais, por estarem mais próximos dos seus públicos. O caminho está em conhecer seus clientes e construir relações duradouras.

Essa missão, assim como as outras ações que vêm sendo conduzidas pela Fecomércio-PE, sob a liderança do presidente Bernardo Peixoto, possibilitam a conexão dos empresários com as tendências de mercado. No contexto dos pequenos negócios, cabe ao Sebrae-PE atuar como ponte, como facilitador dessa transição, para que eles sejam cada vez mais competitivos. Transformar esse potencial em vantagem exige orientação, capacitação e visão de futuro. A NRF mostrou que o “próximo agora” já chegou – e os pequenos negócios pernambucanos podem, sim, ser protagonistas dessa nova fase do varejo. ■

# Depoimentos



**Bernardo Peixoto**  
Presidente do Sistema  
Fecomércio/Sesc/  
Senac-PE e da missão

“Liderar a missão da Fecomércio-PE à NRF 2026 reforça o nosso compromisso de conectar empresários pernambucanos e representantes de entidades sindicais ao que existe de mais moderno e inovador no varejo mundial. Levar empresários de Pernambuco e de Santa Catarina nessa missão ao maior evento global do setor é proporcionar acesso direto aos maiores líderes e às tendências que estão transformando o comércio. As visitas técnicas às lojas-conceito, a exemplo da Lego e da Starbucks, complementam esse aprendizado com experiências práticas e aplicáveis. A Fecomércio-PE cumpre seu papel como entidade representativa do segmento ao estimular a inovação, fortalecer a competitividade e contribuir para o desenvolvimento das empresas e do comércio do nosso estado. Mas, nada disso seria possível sem o apoio do Sebrae-PE, do Sesc-PE e do Senac-PE, parceiros que contribuíram para o sucesso da viagem. Meu agradecimento especial à equipe da coordenação, que fez um excelente trabalho, tornando tudo muito organizado: Cleide Pimentel, Fábio Oliveira, Lucila Nastassia e Ana Cláudia Neves. Parabéns!”



“A missão da Fecomércio-PE à NRF 2026 foi um grande sucesso e resultado de um trabalho construído a muitas mãos. Agradeço aos parceiros Sebrae-PE, Sesc-PE e Senac-PE pelo apoio fundamental e aos participantes pela colaboração, engajamento e espírito coletivo ao longo de toda a viagem. Coordenar essa missão foi desafiador, mas extremamente gratificante. Levar 39 empresários e representantes de entidades sindicais ao maior evento de varejo do mundo proporcionou uma vivência única das inovações do setor. Nova Iorque, a metrópole mais inspiradora para o comércio, foi o cenário ideal para essa imersão transformadora. E meu agradecimento especial ao presidente Bernardo Peixoto por confiar no meu trabalho e por ser um líder tão visionário, proporcionando que missões técnicas como essa sejam um grande aprendizado para todos nós.”



**Cleide Pimentel**  
Diretora-geral Executiva  
da Fecomércio-PE e  
Coordenadora-geral  
da missão



**Fábio Oliveira**  
Coordenador Técnico da missão

“Pelo segundo ano consecutivo, a Fecomércio-PE marcou presença em Nova Iorque para se sintonizar com as principais tendências do varejo, apresentadas e discutidas durante a NRF Retail's Big Show 2026. A delegação teve a oportunidade de testemunhar, presencialmente, as inovações que irão pautar as operações varejistas neste e nos próximos anos. Além da participação no evento, o destaque esteve nas visitas a lojas-conceitos, ocasiões que demonstraram ao grupo as estratégias que têm transformado a experiência de loja dos clientes, em um contexto de hiperconexão. Não menos importante, a visita ao Consulado do Brasil em Nova Iorque reafirmou o papel da Federação quanto à representação internacional de interesses das empresas do setor de comércio, serviços e turismo de Pernambuco.”

“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF 2026, em Nova Iorque, foi uma experiência extremamente enriquecedora pelo aprendizado adquirido nas palestras e visitas técnicas. Pelo segundo ano consecutivo, estar na NRF trouxe reflexões profundas sobre o futuro do consumo, o papel das marcas e a importância de uma comunicação cada vez mais conectada com propósito, inovação e experiência. Acompanhar as tendências que impactam diretamente o marketing e a comunicação, como o uso inteligente de dados para personalização, a integração entre canais físicos e digitais, o fortalecimento do relacionamento com o consumidor e a construção de marcas mais humanas, sustentáveis e autênticas é um diferencial para a minha atuação profissional. Parabenizo a Fecomércio-PE pela iniciativa e pela condução impecável dessa missão. Sem dúvida, foi uma oportunidade única de vivenciar o que há de mais avançado no cenário global e trazer esse conhecimento para fortalecer o varejo pernambucano e o trabalho que desenvolvemos em comunicação e marketing dentro do Sistema Fecomércio-PE.”



**Lucila Nastassia**  
Coordenadora de Comunicação  
e Marketing da missão



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

“Participar da coordenação da missão técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026 foi uma experiência extremamente rica. Pude vivenciar de perto inovações que reforçam como tecnologia, dados e personalização estão transformando a experiência do cliente não só no varejo, mas no turismo também, área em que atuo. O uso estratégico de inteligência artificial e automação cada vez mais centradas no consumidor foram os pontos que mais me impactaram nas palestras. As visitas técnicas ampliaram nossa visão prática sobre gestão, eficiência operacional e relacionamento com o cliente. Volto com muitos insights aplicáveis na Amplatour, especialmente na criação de experiências de viagens mais inteligentes, personalizadas e conectadas às novas expectativas do mercado. A Fecomércio-PE, como sempre, fazendo a diferença e entregando uma missão tão organizada e proveitosa. Parabéns ao presidente Bernardo Peixoto e à diretora Cleide Pimentel por me convidar a fazer parte desse grupo tão competente.”



**Andréa Mello**  
Gerente de Eventos do Sesc-PE

“Os eventos tornaram-se ferramentas estratégicas institucionais, atuando como vetores de comunicação e valorização de marcas. Investir em planejamento e inovação é fundamental para garantir entregas alinhadas aos objetivos institucionais. As tendências observadas na NRF 2026 evidenciaram a importância da integração entre as experiências presencial e digital, o uso de tecnologias imersivas, a eficiência operacional e a sustentabilidade. Formatos híbridos e workshops técnicos permitem que profissionais implementem inovações em seus projetos. Na NRF 2026, destacaram-se soluções de personalização em escala e a aplicação de inteligência artificial na experiência do participante. A incorporação de métricas e analytics fortalece a avaliação de desempenho e a tomada de decisão, posicionando a NRF 2026 como referência para o redesenho estratégico dos eventos contemporâneos.”



“A missão técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026, em Nova Iorque, foi uma experiência enriquecedora, marcada por aprendizados consistentes em todos os níveis. Nas visitas às lojas-conceito Lego e Starbucks, vivenciamos, de forma prática, como o atendimento ganha outra dimensão, promovendo uma jornada fluida, educativa e memorável para os clientes. Já na área de expositores, as soluções apresentadas evidenciaram tecnologias consolidadas e avançadas, focadas em execução, eficiência operacional e personalização em escala. Trouxemos na bagagem a reflexão de que a inovação só faz sentido quando aliada ao propósito social e à sustentabilidade. O aprendizado é claro: integrar tecnologia e dados de forma fluida é o caminho para ampliar nosso impacto e fortalecer o bem-estar social no agora.”



**Anselmo Oliveira**  
Gerente de Relacionamento e  
Negócios do Sesc-PE



**Antônio Rodrigo Araújo**  
CEO e diretor da MakerMídia Inovação  
e Tecnologia na Comunicação

“A missão da Fecomércio-PE, pelo segundo ano seguido, à NRF foi uma imersão estratégica no futuro da comunicação, da tecnologia e da experiência de marca, minhas áreas de trabalho. Ver como o varejo global utiliza audiovisual, storytelling e tecnologia para criar conexões reais com o público foi extremamente inspirador. A integração entre dados, inteligência artificial e experiências imersivas mostrou caminhos muito claros para a produção de eventos mais inteligentes e impactantes. As visitas técnicas reforçaram a importância de pensar cada detalhe da jornada do consumidor. Volto com muitas ideias e aprendizados valiosos para aplicar na MakerMídia, elevando o nível de inovação, engajamento e entrega nos projetos audiovisuais e nos eventos corporativos. A Fecomércio-PE está de parabéns por mais uma missão de sucesso à NRF. E que venham muitas outras!”



**Augusto Costa**  
CEO da Tok Prático e presidente  
do Sindloja Caruaru

“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF 2026 foi uma experiência fantástica por diversos fatores: a experiência da equipe da Federação, que deixa tudo muito organizado e produtivo; as pessoas que participam da delegação são expoentes em seus segmentos; as visitas guiadas na feira fazem com que o aproveitamento do evento seja efetivo; as visitas técnicas a empresas que são referências mundiais possibilitam o conhecimento das práticas mais atuais do varejo mundial. Na NRF 2026, percebi que a inteligência artificial dominou, mas não apenas como uma ferramenta de consulta e orientação, mas integrada com sistemas e soluções dos mais diversos portes, que vão do varejo de produtos aos serviços, com ganhos volumosos de produtividade. Conhecer a Starbucks e a Lego, ambas lojas-modelo no mundo, mostrou como a experiência do usuário nas lojas físicas é hoje mais importante do que o produto vendido. Recomendo para todos os empresários que queiram ampliar sua mentalidade e visão de mundo participar das missões da Fecomércio-PE.”

“A viagem com o time da Fecomércio-PE foi extraordinária e muito importante para o crescimento empresarial e para entender mais sobre o varejo, as tendências e todas as mudanças e melhorias que vêm pela frente, compreendendo não só as tendências, mas também as inovações de tecnologia em termos de IA, de crescimento empresarial, além das melhores práticas das grandes empresas como Google e Louis Vuitton, entre outras. Tudo isso proporciona, para quem participou dessa jornada, uma visão mais profunda e um diferencial competitivo, empresarial, intelectual e também de maturidade profissional. Hoje, cada dia mais eu vejo a Fecomércio-PE como um braço forte do empreendedorismo e cada vez mais um parceiro e um aliado para a BBG Telecom, trazendo inovações e um olhar refinado que geram novos resultados e crescimento para as empresas.”



**Bruno Campelo**  
CEO da BBG Telecom



**Edivaldo Guilherme dos Santos**  
Sócio-presidente do Supermercado da Família Ltda. e presidente do Sindvarejista-PE

“Participar da NRF 2026, em Nova Iorque, foi uma experiência extremamente enriquecedora. Estar ao lado de um grupo seletivo de 39 empresários pernambucanos, em uma missão organizada pela Fecomércio-PE, proporcionou uma imersão profunda nas principais tendências que já estão moldando o presente e, principalmente, o futuro do varejo global. Com uma rede de supermercados formada por 22 lojas, pude perceber de forma muito clara uma mensagem que se repetiu praticamente em todas as palestras, painéis e cases apresentados: a inteligência artificial deixou de ser uma tendência e passou a ser uma necessidade. A IA está transformando radicalmente a maneira como as empresas operam, tomam decisões e se relacionam com seus clientes. Seu uso vai muito além da automação de processos. Hoje, ela é essencial para otimização operacional, aumento da rentabilidade, crescimento das vendas e melhoria da experiência do consumidor, criando jornadas mais fluidas, rápidas e personalizadas. Eventos como a NRF ampliam nossa visão, provocam reflexões profundas e nos impulsionam a buscar constantemente evolução. O futuro já começou e ele é digital, inteligente e colaborativo.”



"Estar em Nova Iorque, a meca do capitalismo mundial, é um privilégio. Visitar lojas-conceito e ser confrontado com ideias disruptivas serve de grande aprendizado. Sobre a NRF, foi um privilégio participar, não só pelas palestras contagiantes e didáticas, mas também pelo momento atual nos mostrando o que ocorre no mundo dos negócios e nos colocando vis a vis como responsáveis por muitas dessas transformações. Sempre presente em praticamente todas as falas, a IA é um divisor de águas. Ela não substituirá o humano, mas vai tornar muitas tarefas repetitivas mais ágeis e assertivas. Vimos muitos expositores apresentando os "Agentes de IA", algoritmos desenvolvidos para realizar as tarefas de forma autônoma. Não podemos nos afastar do que existe de mais importante em todo o processo mercadológico: o ser humano. O cliente é a pessoa que deve estar sempre no centro das atenções. Não devemos esquecer que o centro dos nossos negócios será sempre o cliente. A IA é um grande suporte para desempenharmos melhor as nossas propostas. Por último, mas não menos importante, toda essa percepção é consequência do importante apoio da Fecomércio-PE nas figuras do seu presidente, Bernardo Peixoto, da querida e firme diretora, Cleide Pimentel, de Lucila, Regivan, Rodrigo e todos que fazem parte da organização desse evento. A Fecomércio tem demonstrado uma determinação ímpar em trabalhar na direção de nos tornar cada vez mais preparados para os desafios que surgem."



**Elias Salomão**  
Sócio-gerente da Drogaria Madalena e vice-presidente do Sincofarma-PE



**Eliézio Silva**  
Diretor de Educação  
Profissional do Senac-PE e  
diretor da Faculdade Senac-PE

“A NRF 2026 confirmou a centralidade da liderança, da execução e da experiência do cliente para a competitividade no comércio de bens, serviços e turismo. A feira evidenciou que a IA já opera como mudança de plataforma, impactando produtividade, decisão e atendimento, o que exige formação aplicada, letramento de dados e governança. As discussões sobre agentic commerce e ecossistemas reforçaram a importância de informação estruturada, integração de canais e confiabilidade operacional. As soluções vistas em estandes e startups, somadas às visitas a referências como Starbucks e Lego, conectaram as discussões às evidências práticas de execução no ponto de contato e ampliaram possibilidades de projetos e aplicações para o Sistema Comércio. Voltamos com a convicção de que tecnologia só gera resultado quando vira rotina, processos, indicadores e gente preparada e com insumos para traduzir esses aprendizados em trilhas integradas, laboratórios e projeto de educação profissional no Senac.”



“A viagem a Nova Iorque teve como objetivo principal a participação na feira da National Retail Federation (NRF), maior evento mundial do varejo, onde foi possível acompanhar de perto as principais tendências globais em inovação, tecnologia, experiência do consumidor e gestão empresarial. Durante a agenda, foram realizadas visitas técnicas à Starbucks e à Lego, duas marcas globais que são referência em estratégia, branding e relacionamento com o cliente. Na Starbucks, destacou-se o modelo de experiência do consumidor, a padronização com foco na venda de café para consumir na hora e para levar e o uso inteligente da tecnologia para fidelização. Já na Lego, chamou atenção a forma como a marca transforma o ponto de venda em um espaço de experiência, criatividade e engajamento, indo muito além da simples comercialização de produtos. A viagem proporcionou aprendizado prático, visão estratégica e insights valiosos, que podem ser aplicados tanto no varejo quanto em outras áreas empresariais, reforçando a importância da inovação contínua e do foco no cliente como diferencial competitivo.”



**Evandro Lima**  
Sócio-gerente da Evamar Turismo  
e vice-presidente do Sindnorte-PE



**Felipe Freire**  
Diretor Financeiro do Atacadão MEC  
e presidente do Sindicom Jaboatão

“A missão técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026 foi novamente um sucesso à parte e, como sempre, trouxe aprendizados importantes. A feira destacou tendências globais do varejo e soluções tecnológicas que apontam para o futuro do setor. No mesmo período, tivemos acesso também à feira de tecnologia, que ampliou nossa visão sobre inovação e integração digital. As visitas às lojas-conceito mostraram como experiência e tecnologia se unem para gerar diferenciais competitivos. Voltamos com reflexões práticas e ideias que podem inspirar novas estratégias e fortalecer o varejo pernambucano.”



“Participar da missão da Fecomércio-PE à NRF 2026 foi uma experiência verdadeiramente transformadora. A imersão na maior feira de varejo do mundo, aliada às visitas técnicas a lojas-conceito e empresas inovadoras, proporcionou uma visão muito clara de como tecnologia, dados e experiência do cliente já fazem parte da operação real do mercado global. Pude acompanhar de perto soluções baseadas em inteligência artificial, automação, personalização e novos modelos de negócio, entendendo não apenas as tendências, mas sua aplicação prática no dia a dia das empresas. Foi uma grande honra fazer parte de uma missão tão bem estruturada, com uma coordenação muito qualificada e troca constante entre os participantes. Sou muito grato à Fecomércio-PE pela confiança em meu trabalho e pela oportunidade de integrar uma experiência desse nível, que ampliou meu repertório, fortaleceu conexões e certamente contribuirá de forma significativa para minha atuação profissional e para o desenvolvimento do nosso ecossistema.”



**Filipe Carvalho**  
Professor da  
Faculdade Senac-PE



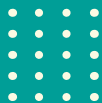
**Ivan Gomes**  
CEO e sócio-presidente  
do Grupo G Araújo

“Minha participação na NRF 2026 foi um momento marcante na minha trajetória. Estar no maior evento de varejo do mundo ampliou minha visão e fortaleceu meus propósitos. Cada palestra trouxe reflexões profundas sobre o futuro do varejo. Aprendi que tecnologia só faz sentido quando conecta pessoas. A experiência do cliente se mostrou o verdadeiro centro de tudo. Voltei com a mente aberta, o olhar estratégico e o coração cheio de ideias. Os aprendizados dialogam diretamente com a realidade do nosso negócio. Senti ainda mais responsabilidade em evoluir e inovar. Foi uma vivência de crescimento, inspiração e coragem para mudar. A NRF 2026 ficará marcada como um divisor de águas na minha jornada.”





**Francisco Mourato**  
CEO da Solarel e presidente do  
Sindcom Serra Talhada



“A minha participação na NRF 2026, renomada feira mundial do varejo, realizada em janeiro, foi uma honra. Tive o privilégio de integrar a missão organizada pela Fecomércio-PE, que, nos últimos anos, tem proporcionado ao empresariado do varejo o acesso a esse importante evento. A NRF é uma oportunidade única para o contato com tecnologias inovadoras, que já transformam a realidade do varejo e cujas perspectivas, apresentadas durante o evento, demonstram a importância de estarmos preparados para as mudanças. As visitas às lojas de referência e aos centros de compra também foram um diferencial significativo. A bagagem que trago dessa jornada, viabilizada pela Fecomércio, em parceria com o Sebrae, o Sesc e o Senac, é a certeza de que a Federação está ativamente indicando caminhos para a modernização do varejo pernambucano. Expresso minha gratidão à Fecomércio-PE, na pessoa do presidente Bernardo Peixoto e de toda a sua equipe, bem como ao Sesc e ao Senac. Destaco também o companheirismo das empresas participantes. Reconhecemos que o futuro apresenta desafios, mas com o apoio da Federação e com as iniciativas que ela implementa, guiando seus sindicatos e representados, torna-se possível enfrentar as dificuldades. A certeza de ter um parceiro como a Federação e seus colaboradores nos permite vislumbrar o futuro com esperança e confiança.”

“Já estive algumas vezes na NRF e sempre nos deparamos com novas e desafiadoras experiências. Desta vez, participando da delegação da Fecomércio-PE, registro logo a eficiente organização na logística do grupo e nas visitas à feira e lojas. O comércio digital e a inteligência artificial dominarão os cenários do varejo daqui pra frente. Mesmo ainda distante da nossa realidade, alguns pontos nos alertam para o futuro dos nossos negócios. A experiência de compra continua sendo um espaço de relação. Mesmo com jornadas mais automatizadas, o consumidor quer sentir propósito, cuidado e identidade nas marcas com as quais se relaciona. A tecnologia acelera, mas não cria vínculos duradouros por si só. A IA amplia capacidade, eficiência e escala. Mas, quem transforma tecnologia em valor real são as pessoas. Liderança clara, cultura empresarial forte e times comprometidos e alinhados definem o resultado. A loja física continua a ter um papel importante nessa conjunção de tecnologia e pessoas. Finalizando, destacamos ainda a prazerosa convivência com todos os participantes da missão, nos conhecendo melhor e trocando experiências durante toda a NRF. Parabéns, Fecomércio-PE, na pessoa de seu presidente e toda a equipe!”



**Frederico Leal**  
Sócio-gerente da MWA Serviços  
de Informática e presidente da  
CDL Recife e do Sindilojas Recife



**Janaína Falcão Sobral**  
Gerente de Desenvolvimento  
Institucional do Senac-PE

“Participar da NRF foi como abrir uma janela para o futuro, estando em contato com as maiores tendências globais para o comércio de bens, serviços e turismo. Mas, o grande diferencial foi ter a Fecomércio-PE como guia nessa jornada que, com uma curadoria de alto nível, filtrou o que havia de mais relevante em tecnologia e ajudou a traduzir essas inovações para a realidade do varejo brasileiro, transformando conhecimento em estratégia prática para os negócios dos nossos empresários. Voltamos da NRF não apenas com ideias, mas com ferramentas reais para elevar o patamar do comércio e dos serviços do nosso estado e país.”



“A NRF 2026 mostrou que o varejo está cada vez mais tecnológico e humano ao mesmo tempo. Como empresário, percebo que o foco não é só vender, mas criar experiências para o cliente. A inteligência artificial, a personalização e a integração entre loja física e online ficaram ainda mais fortes. Também vi que entender o comportamento do consumidor é essencial para tomar decisões melhores. A NRF reforçou que quem não inovar vai ficar para trás. Sustentabilidade, rapidez no atendimento e uso de dados são diferenciais competitivos. Para nós, varejistas, 2026 é o ano de adaptar, investir e se aproximar mais do cliente.”



**João Maciel Neto**  
Diretor-presidente do Lojão dos  
Calçados e presidente do Sincomcape-PE



**Joaquim de Castro Filho**  
Consultor do Varejão do Caminhão e  
presidente do Sindilojas Petrolina

“A NRF 2026 mostrou, mais uma vez, porque é a maior feira do varejo mundial. Uma superestrutura, com milhares de expositores, visitas técnicas direcionadas e palestras com as maiores autoridades do mundo no que diz respeito à inovação. Percebemos o quanto estamos vivendo numa verdadeira aldeia global, onde as tecnologias se fundem às peculiaridades de cada local e vão ganhando força e mercado. Das inúmeras novidades que nos foram apresentadas, muitas já existem entre nós, mesmo que ainda em escala moderada. Outras devem demorar um pouco para chegar, visto que demandam um investimento grande de implantação. Mas, em linhas gerais, estamos todos conectados. Acredito que trouxemos na bagagem muitas reflexões, muitas certezas, mas talvez a maior delas seja o entendimento de que caminhamos na direção certa. Há que se destacar, também, todo o suporte que foi oferecido para a comitiva pela Fecomércio-PE. Estivemos bem assistidos e isso, certamente, nos deixou mais tranquilos para absorvermos tudo o que nos era apresentado.”



**José Carlos da Silva**  
CEO da J S da Silva Construções  
e presidente do Sincovac-PE

“Uma viagem inesquecível e uma experiência espetacular. Na minha opinião, essa viagem para a NRF, em Nova Iorque, nos Estados Unidos, me trouxe a necessidade de mudança no modo de agir no comércio varejista. Hoje, temos muitos desafios, principalmente no que se refere ao digital. Se não colocarmos em prática o comércio eletrônico, estamos correndo um grande risco. A experiência na NRF nos deu outra visão e nos despertou para nos atualizarmos nesse novo comércio, com muita tecnologia. Neste mundo globalizado, temos que nos atualizar o mais rápido possível. É muita mudança e precisamos agir.”

“Gostaria de expressar minha profunda gratidão pela excelente organização da missão técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026, em Nova Iorque. A viagem foi impecavelmente planejada e executada, com uma equipe que demonstrou dedicação e atenção excepcionais. A feira superou nossas expectativas, apresentando inovações tecnológicas de ponta aplicáveis a todos os segmentos do varejo. Agradecimento especial ao presidente Bernardo, Cleide, Fábio, Lucila e Ana pela excelente coordenação. Retornamos com conhecimento valioso que compartilharemos com nossos filiados, reafirmando que inovação e tecnologia são essenciais para a sustentabilidade dos negócios. Que venham novas missões para continuarmos atualizados e competitivos no mercado global.”



**José Carlos de Santana**  
Sócio-administrador da Centro  
Service e presidente do Sincopças-PE



**José Leonardo Scipião**  
Gerente Contábil Financeiro do Sesc-PE

“O Sesc Pernambuco integrou a missão técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026, em Nova Iorque, para prospectar inovações na maior feira de varejo do mundo. O foco principal foi identificar tecnologias para o controle de vendas em lanchonetes e restaurantes, visando uma gestão financeira mais robusta e segura. Além disso, a missão foi explorar soluções como totens de autoatendimento para agilizar a experiência do cliente e reduzir filas nas unidades. A iniciativa busca transformar o consumo em um processo fluido e intuitivo por meio da modernização digital. Com essas melhorias, o Sesc reafirma seu compromisso em elevar o padrão de atendimento e modernizar sua estrutura em benefício dos comerciantes e de todo o público em geral.”



**Josué Pinto**  
Assessor de Inovação e  
Projetos Especiais do Sesc-PE

“A missão da Fecomércio-PE aos EUA e a participação na NRF 2026 reforçaram a importância da experiência presencial, qualificada pela tecnologia, como criadora de percepção de valor pelos clientes e como forma de fidelização. O tema inteligência artificial deixou de ser tratado como assunto do futuro para, de fato, ser uma ferramenta do dia a dia. O que mais se destacou foi que IA deixou de ser “tendência” e passou a ser infraestrutura – algo que atravessa desde a previsão de demanda até o atendimento cotidiano. Outro ponto que saltou aos olhos foi a pressão que as grandes plataformas impõem ao varejista. A apresentação sobre agentes de IA de compra para o consumidor, que aumenta a possibilidade de venda direta entre fábrica/marketplace e consumidor, me fez refletir sobre a urgência de fortalecer marca, experiência física e diferenciação. Nesse sentido, as visitas à Lego e à Starbucks reforçaram que o físico continua sendo um espaço de encantamento, algo que nenhuma big tech entrega.”



“A missão internacional da Fecomércio-PE à NRF 2026 proporcionou uma visão prática e estratégica do varejo global, evidenciando a consolidação da tecnologia como base operacional das empresas. A inteligência artificial foi amplamente apresentada como ferramenta aplicada à gestão, tomada de decisão, eficiência operacional e experiência do cliente. As visitas técnicas demonstraram empresas que alcançaram crescimento sustentável após a implementação efetiva da IA, reforçando que inovação está diretamente associada à execução, organização de processos e liderança. Destaca-se ainda o papel do Consulado-Geral do Brasil em Nova Iorque, que atua de forma estratégica no apoio às empresas brasileiras, promovendo conexões com o mercado americano e facilitando processos de exportação com segurança e eficiência. Deixo consignado nossos cordiais agradecimentos à Fecomércio-PE pelo acolhimento, receptividade e brilhantismo na condução dessa missão”.



**Lúcio Alves**  
CEO da Full Race e presidente  
do Sindilojas Araranguá-SC



**José Manoel Santos**  
Diretor-presidente da Casanova  
Construção e presidente do Sincomex-PE

“A missão da Fecomércio-PE à NRF, em janeiro, foi uma experiência extremamente gratificante sob todos os aspectos. Primeiro, a organização e o planejamento do evento foram impecáveis. A integração e troca de experiências das entidades sindicais foram também importantes. Além disso, claro, teve a experiência na feira, que nos proporcionou contato com o que o mundo da tecnologia e novos produtos está oferecendo. Fomos contemplados com informações de vanguarda, o que está acontecendo em inovação no mundo inteiro. Tão importante quanto tudo isso foram os contatos que realizamos com possibilidades reais de negócio. Sucesso total. O presidente da Fecomércio-PE destaca-se por essa iniciativa, mostrando visão de futuro e nos colocando no pódio das entidades de classe sintonizadas com as exigências de globalização dos mercados.”



**Marcos Santana**  
Diretor da Centro Service  
e do Sincopças-PE

“A missão técnica à NRF 2026, em Nova Iorque, organizada pela Fecomércio-PE, foi uma experiência transformadora e verdadeiramente disruptiva. A imersão no Big Show revelou um varejo orientado pela hiperpersonalização, pelo uso intensivo de tecnologias como a IA generativa e por palestras de alto nível que trouxeram análises profundas sobre inovação, cultura, comportamento do consumidor e novos modelos de negócio. Esses conteúdos reforçaram a urgência de adaptação estratégica diante das mudanças aceleradas do setor. As visitas técnicas a lojas-conceito, como Lego e Starbucks Reserve, evidenciaram a importância do design de experiência e da integração omnichannel. Vivenciar essas inovações in loco nos permitiu antecipar tendências que moldarão o consumo global. A jornada reafirmou o papel estratégico da Fecomércio-PE em conectar o empresariado pernambucano ao que há de mais inovador no mundo. A missão foi exitosa em todas as etapas e evidenciou a competência técnica e executiva de toda a equipe envolvida.”

“Minha ida à NRF, em Nova Iorque, teve como objetivo ampliar repertório estratégico e trazer inteligência aplicada para a Sucesso Inteligência Empresarial e para os empresários brasileiros que nós atendemos. A feira e as visitas técnicas mostraram, de forma muito clara, que a loja física deixou de ser apenas um ponto de venda e passou a ser um palco de experiência, o que reduz custo de aquisição e fortalece vínculo com o cliente. Nas lojas-conceito da Lego e da Starbucks, ficou evidente que o verdadeiro diferencial está na hiperpersonalização, na comunidade e na experiência. As soluções tecnológicas reforçaram que a tecnologia não substitui pessoas, ela potencializa produtividade e decisões. Volto dessa experiência com reflexões importantes: crescimento sem gestão aumenta o risco, tecnologia sem cultura vira desperdício, IA sem dados é ilusão e marca sem experiência perde valor. Participar dessa missão com a Fecomércio-PE foi transformador. Ambientes como esse provocam em nós, empresárias, evolução e melhoria dos nossos resultados.”



**Maria Helena Araújo**  
Fundadora e diretora comercial da  
Sucesso Inteligência Empresarial



**Murilo Guerra**  
Superintendente do Sebrae-PE

“A missão da Fecomércio-PE, liderada pelo presidente Bernardo Peixoto, conduzindo empresários e líderes empresariais à NRF 2026, abre uma janela de oportunidades a tantos quantos dela participaram e conheceram as tendências do mercado global do varejo. E isso não é pouco. Como informa o tema do evento, o futuro do varejo não está distante, já está acontecendo. Portanto, a hora é agora. Destaco quatro insights que colho das palestras dos líderes globais do varejo: os agentes de IA que deixam de ser um projeto de TI e passam a ser forte estratégia do negócio; a venda invisível como importante estratégia de marketing e e-commerce focando na fluidez das vendas sem atritos; a centralidade no cliente, que exige equilíbrio entre a tecnologia e a humanização das relações; e, por fim, a sustentabilidade como elemento preponderante para negócios competitivos. Essas razões reafirmam a importância da iniciativa da Fecomércio-PE e da participação do Sebrae-PE no evento.”



**Paulo Freire**  
Diretor Comercial e de Marketing  
do Atacadão MEC

“A missão técnica da Fecomércio-PE à NRF 2026 foi um momento extremamente proveitoso e inspirador. Tive a oportunidade de conhecer de perto as principais tendências e inovações que estão moldando o futuro do varejo global, especialmente em tecnologia, experiência do cliente e novos modelos de negócio. Além do conteúdo da feira, as visitas às lojas-conceito em Nova Iorque foram muito enriquecedoras, com destaque para a experiência na Lego, que traduz de forma prática o conceito de encantamento do consumidor. Outro ponto alto foi a convivência com um grupo diverso e altamente qualificado, que agregou muito por meio das trocas, reflexões e aprendizados compartilhados ao longo da viagem.”



“Essa é minha segunda participação em uma missão à NRF com a Fecomércio-PE. Na NRF deste ano, foi bastante destacado que o varejo está entrando na fase de aplicação real de tecnologias, especialmente a inteligência artificial, que agora vai além de experimentos e é usada para personalização, previsão de demanda e automação da cadeia logística. O evento mostrou também lojas físicas e digitais se conectando de verdade, integrando a retirada na loja e a entrega cada vez mais rápida. A personalização de experiências e o uso inteligente de dados são vistos como diferenciais estratégicos para a fidelização. Gostei bastante e voltei renovada de ideias para o meu negócio.”



**Regina de Fátima**  
Diretora do Lojão dos Calçados  
e do Sincomcape-PE



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

“A participação na NRF 2026 ampliou minha visão sobre o futuro do varejo, das experiências e das tecnologias que já estão redefinindo operações em escala global. As visitas às lojas-conceito, como Lego e Starbucks Reserve, evidenciaram que experiência, narrativa e execução disciplinada são pilares indissociáveis. As soluções emergentes vistas nos estandes reforçaram que inteligência artificial, automação e análise de dados não são tendências, mas infraestruturas essenciais para competitividade, produtividade e personalização. Volto com a convicção de que Pernambuco tem condições reais de adaptar e aplicar esses aprendizados, fortalecendo o ecossistema do comércio, serviços e turismo. A missão deixou claro que inovação se faz com pessoas, parcerias estratégicas e coragem institucional para transformar oportunidades em ação.”



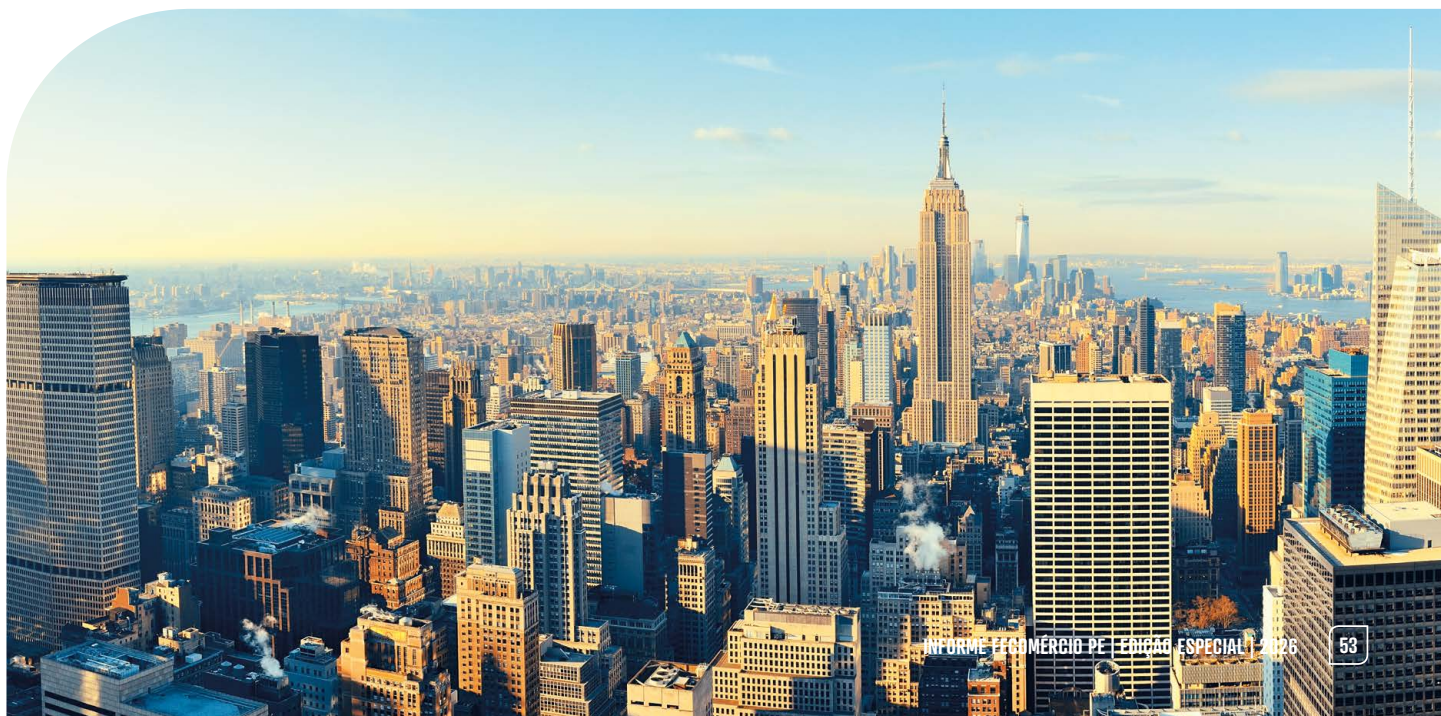
**Rudiberto Piaz**  
Presidente do Sirenorte  
de Santa Catarina

“Impecável. Missão de sucesso à NRF 2026, onde pudemos nos defrontar com as atuais soluções em IA e tecnologias da informação para o varejo brasileiro. As visitas internas e externas foram muito bem-sucedidas, assim como os painéis onde tivemos o privilégio de estar frente a frente com os melhores do mundo. Agradecimento especial ao presidente Bernardo Peixoto e sua notável equipe que selecionou empresários do mais alto nível para essa missão. Muito obrigado.”

“Participar da missão possibilitou acesso às melhores práticas de gestão de negócios, inovação e tendências tecnológicas para o varejo global. O uso efetivo da inteligência artificial – seja nas soluções que potencializam a agregação de valor aos macroprocessos de gestão ou na personalização da experiência e a análise de comportamento do cliente – promove ganhos de eficiência empresarial. Esses conhecimentos e vivências, alinhados à modernização do Sesc-PE, alimentam a implementação de melhoria contínua dos processos internos, da gestão de espaços e da experiência do cliente, além de promover maior sustentabilidade operacional da entidade. Contribuem também para ampliar a visão estratégica institucional, possibilitando a adoção de soluções inovadoras, sempre em consonância com a missão social do Sesc de promover desenvolvimento social e impacto positivo para os trabalhadores do comércio e sociedade.”



**Vivianne Gameiro**  
Diretora de Administração  
e Finanças do Sesc-PE



**20%**  
de desconto

Cartão do  
Empresário

Aproveite essa oferta!



## Senac de olho na inovação para o varejo

O varejo muda. O Senac acompanha. Com inovação e formação de excelência, estamos conectados às tendências globais — inclusive na NRF 2026, 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](https://pe.senac.br)  
e descubra como  
podemos transformar  
o seu negócio

**Senac**  
Fecomércio  
Sesc








# Inovação que transforma. Compromisso que inspira.

**No Sesc, inovar é mais do que acompanhar tendências:** é antecipar soluções que impactam positivamente a vida das pessoas.

Da educação à cultura, da saúde ao lazer, passando ainda pela assistência social, nossa atuação é guiada por práticas que conectam tecnologia, inclusão e desenvolvimento social, em quase oito décadas de história.

**A inovação está no nosso DNA.** E é com ela que seguimos construindo um futuro mais justo, diverso e conectado com as necessidades dos trabalhadores do comércio e suas famílias.

Saiba mais em: [www.sescpe.org.br](http://www.sescpe.org.br)

Siga nossas redes sociais   

**Sesc**  
Fecomércio  
Senac

# PRECISA INOVAR? CHAMA O SEBRAE O PARCEIRO DA GENTE

**Clea Jaci**

Empreendedora da Ondas Kids - Moda Praia

**SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE**

De onde nasce uma ideia até o momento em que ela ganha o mundo, o Sebrae tá lá: trazendo tecnologia, oferecendo mentoria, conectando pessoas e criando pontes que viram oportunidades reais. Quando tem apoio de verdade, a vontade vira resultado.

**CONTE COM O SEBRAE,  
O PARCEIRO DA GENTE.**



Leia o QR-Code  
e acesse agora  
mesmo

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

  Sebrae Pernambuco  
  sebraepe   sebrae

**SEBRAE**