

O Futuro do Varejo

Como o Comércio Físico Pode se Fortalecer na Era Digital
O guia prático para a integração inteligente.

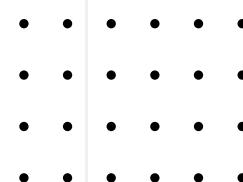
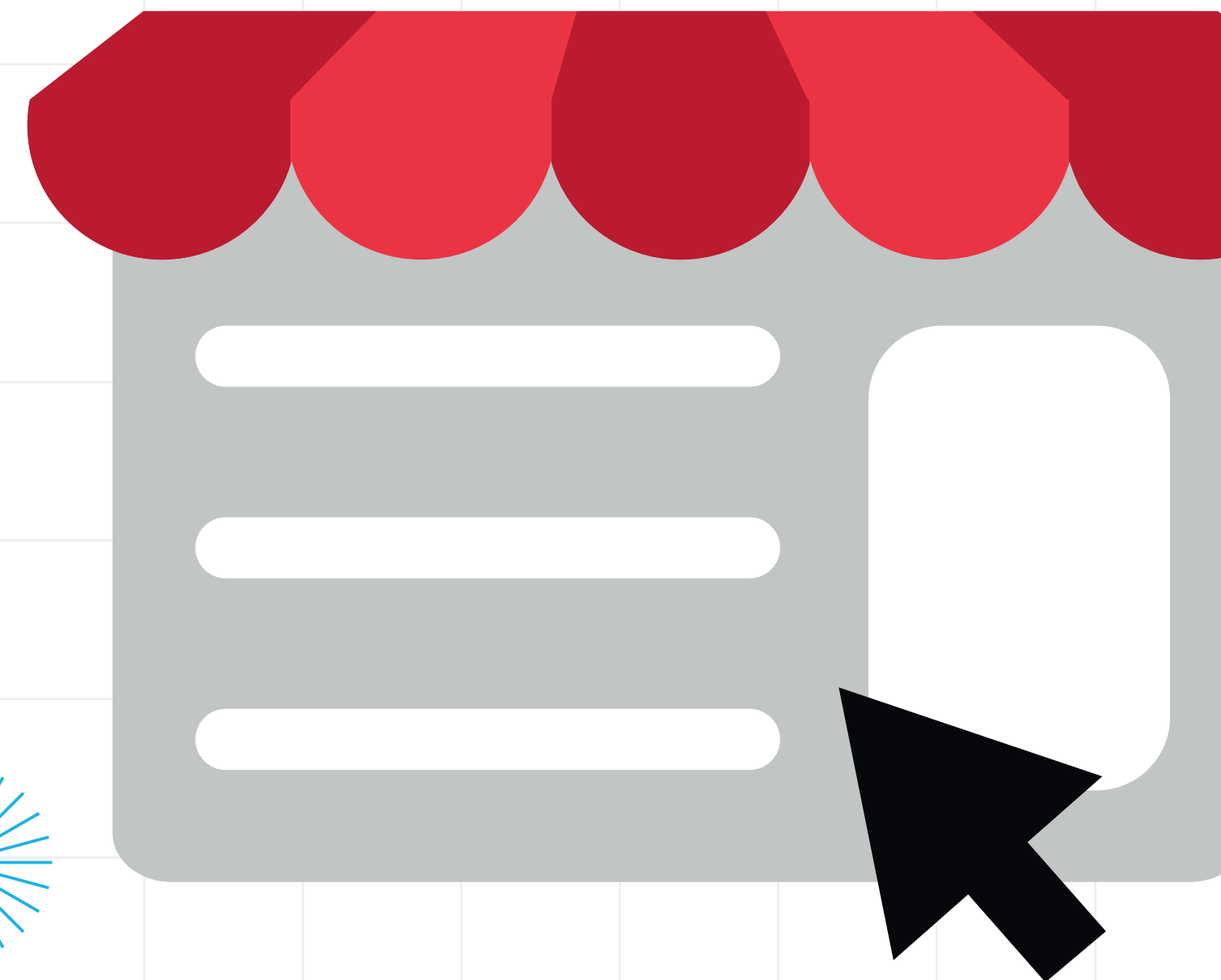
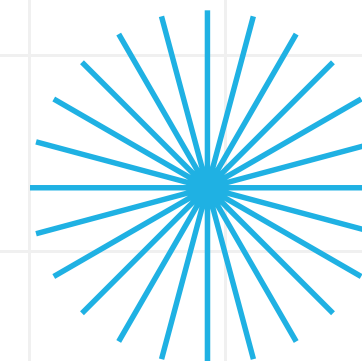
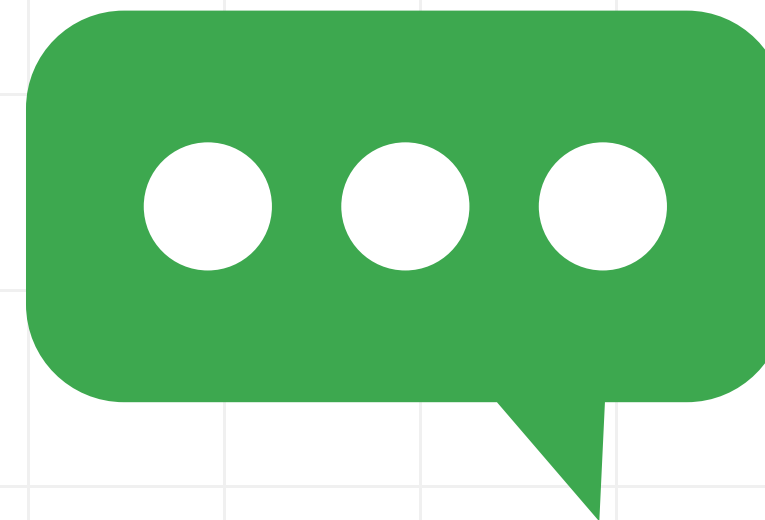
**Uma iniciativa ACE ITObi | Atividade
Extensão - Administração UNIP.**

Apresentação

O mundo mudou, a forma de consumir mudou, mas uma coisa permanece intacta: a importância da loja física. O comércio local é o coração da nossa cidade. Esta cartilha foi desenvolvida através de uma parceria entre a Associação Comercial de Itobi (ACE Itobi) e o programa de extensão universitária da UNIP (Administração).

Nosso objetivo aqui não é dizer que você precisa abandonar sua loja para vender apenas na internet. Pelo contrário! Queremos mostrar como usar a tecnologia para trazer mais pessoas para dentro do seu estabelecimento e criar negócios mais fortes, humanos e lucrativos.

Boa leitura!



O Paradigma "Figital"

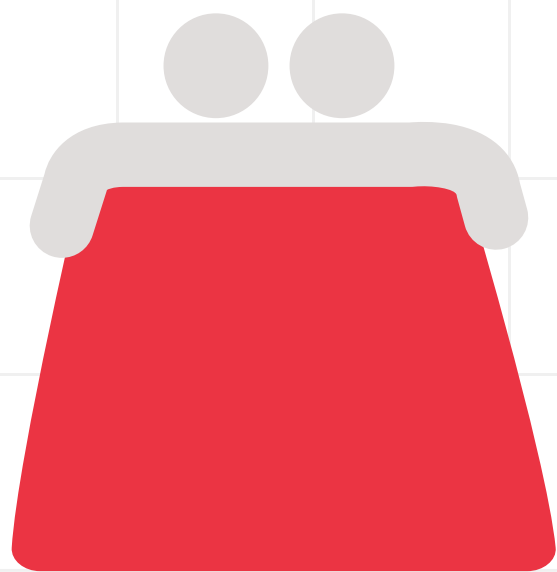
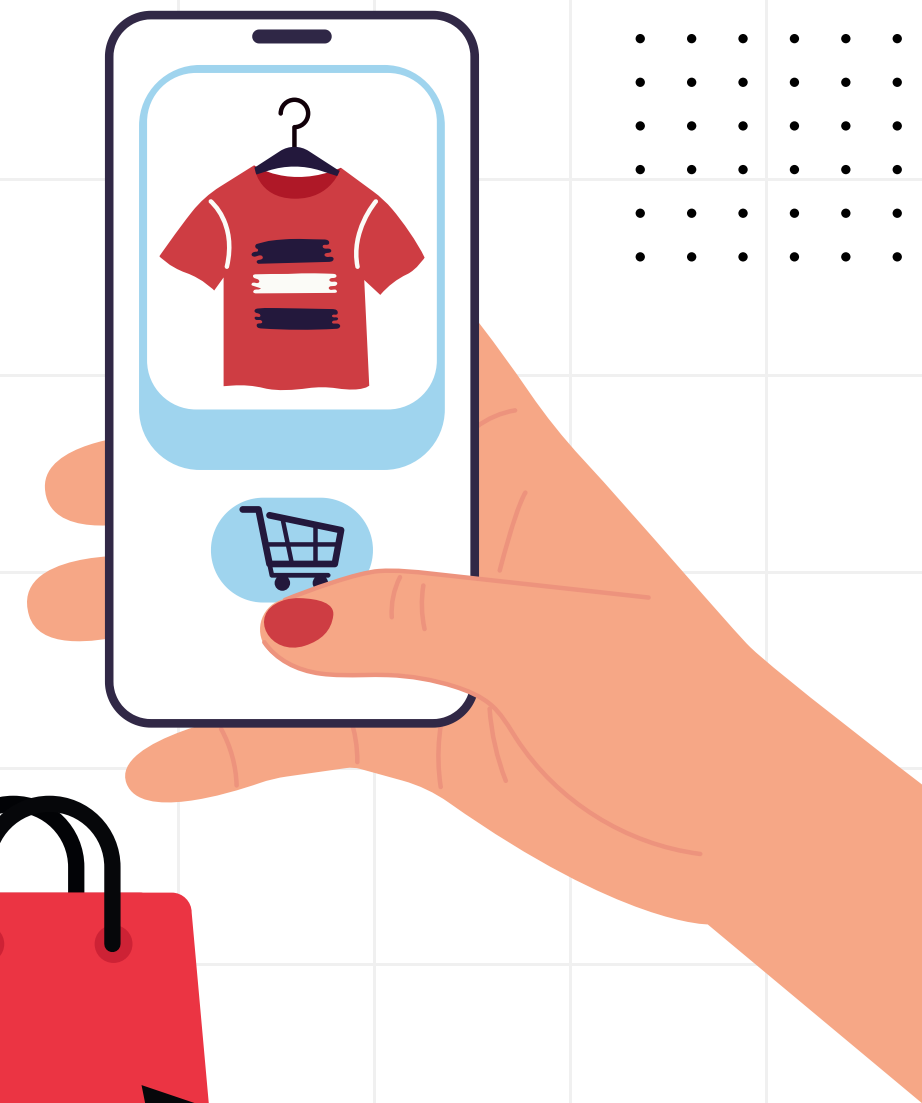
Nem só Físico, nem só Digital. Somos Figital!

Você já ouviu falar no termo "Figital" (Physical + Digital)

Ele é a maior tendência do comércio mundial. Isso significa que o cliente não separa mais o mundo online do offline.

Ele descobre o seu produto no Instagram, tira dúvidas pelo WhatsApp, mas quer ir até a sua loja física para tocar o produto, sentir o ambiente e ter um sorriso no atendimento.

- O Digital atrai: É o panfleto moderno.
- O Físico converte e fideliza: É onde a magia acontece, onde o cliente confia e cria laços.



O Novo Comportamento do Consumidor

Quem é o cliente de hoje? O cliente atual é hiperconectado, mas ele sente falta de conexões reais.

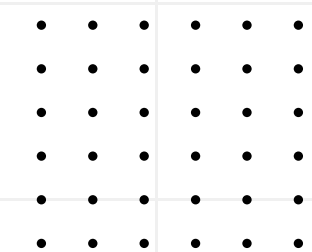
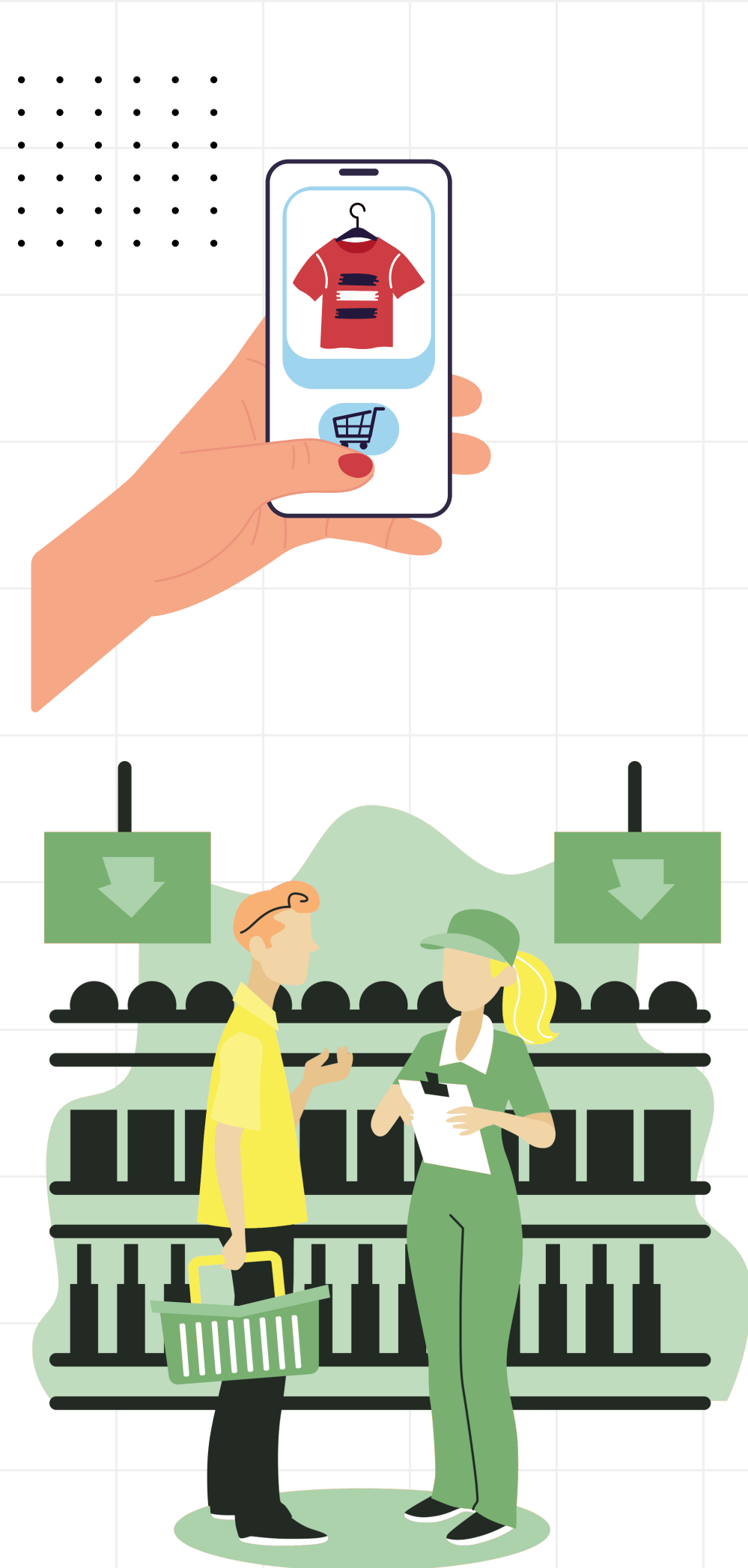
Ele tem acesso a milhares de produtos na palma da mão, porém, na hora de decidir, ele valoriza a segurança e a proximidade que só o varejo físico pode oferecer.

- Ele pesquisa antes: 70% dos consumidores buscam no Google ou redes sociais antes de procurarem a loja.
- Ele quer conveniência: Ele quer a facilidade do digital, com a entrega imediata e o toque humano do presencial.
- A sua loja física é o seu maior diferencial competitivo contra os gigantes da internet!



O Omnichannel sem Complicação

- Todos os canais falando a mesma língua A palavra é difícil, mas a prática é simples: Omnicanalidade significa integrar seus canais de venda. Seu cliente não quer ter uma experiência ruim no WhatsApp e uma boa na loja. Ele quer que tudo seja uma coisa só.
- Compre online, retire na loja (Click & Collect): Uma excelente forma de usar a conveniência do WhatsApp para fazer a venda e, quando o cliente for retirar o produto em Itobi, você oferece um atendimento tão bom que ele acaba levando um item extra.



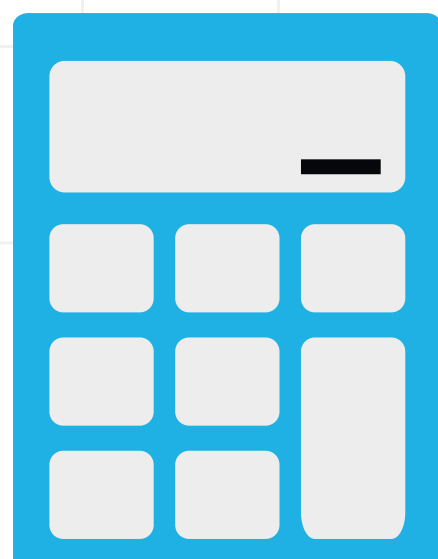
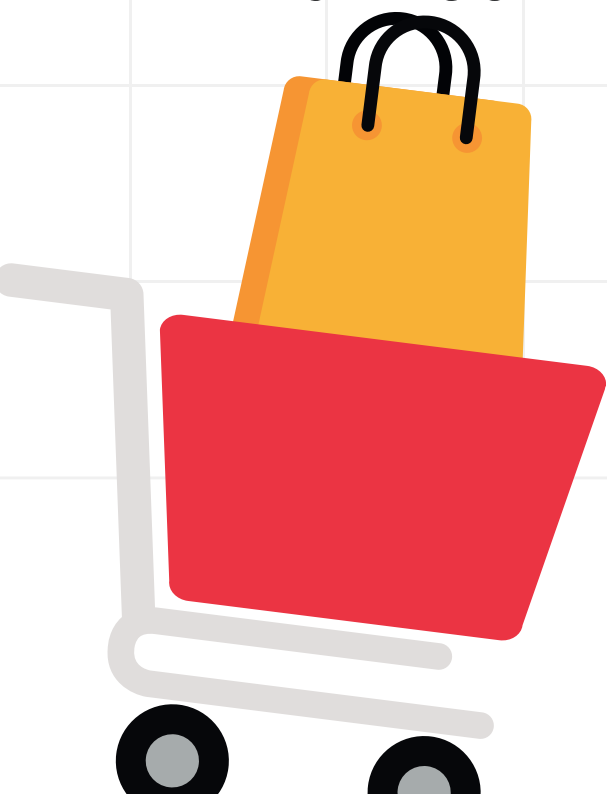


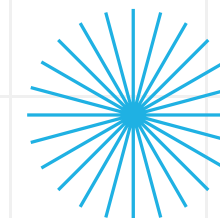
Redes sociais

A sua nova vitrine

Use a tecnologia para convidar o cliente para entrar As redes sociais não são suas inimigas ou concorrentes. Elas são a vitrine da sua loja aberta 24 horas por dia.

- Mostre os bastidores: Pessoas se conectam com pessoas. Mostre a chegada de mercadorias, a arrumação da vitrine, a sua equipe trabalhando.
- Crie desejo: Faça vídeos curtos demonstrando como usar um produto e termine sempre com um convite: "Venha tomar um café com a gente aqui na loja e experimentar!"

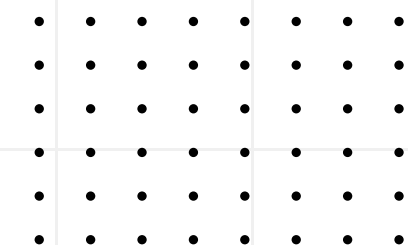




A Loja Física como um Centro de Experiências

Por que o cliente sai de casa? Se o cliente quisesse apenas o produto, ele compraria pelo celular no sofá. Se ele foi até a sua loja física, ele busca uma experiência.

- Atendimento Consultivo: O seu vendedor não é um tirador de pedidos, ele é um consultor que entende o problema do cliente e oferece a solução.
- Ambiente Agradável: Invista no básico bem feito. Uma loja limpa, cheirosa, com produtos bem organizados, iluminação clara e um bom layout. O digital não tem cheiro, não tem abraço e não tem cafezinho. Use isso a seu favor!

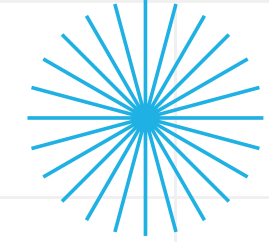




O Uso Inteligente dos Dados

Conhecer o cliente é o seu maior poder. A tecnologia nos permite algo incrível: lembrar dos detalhes. Você não precisa de robôs complexos, precisa apenas de organização.

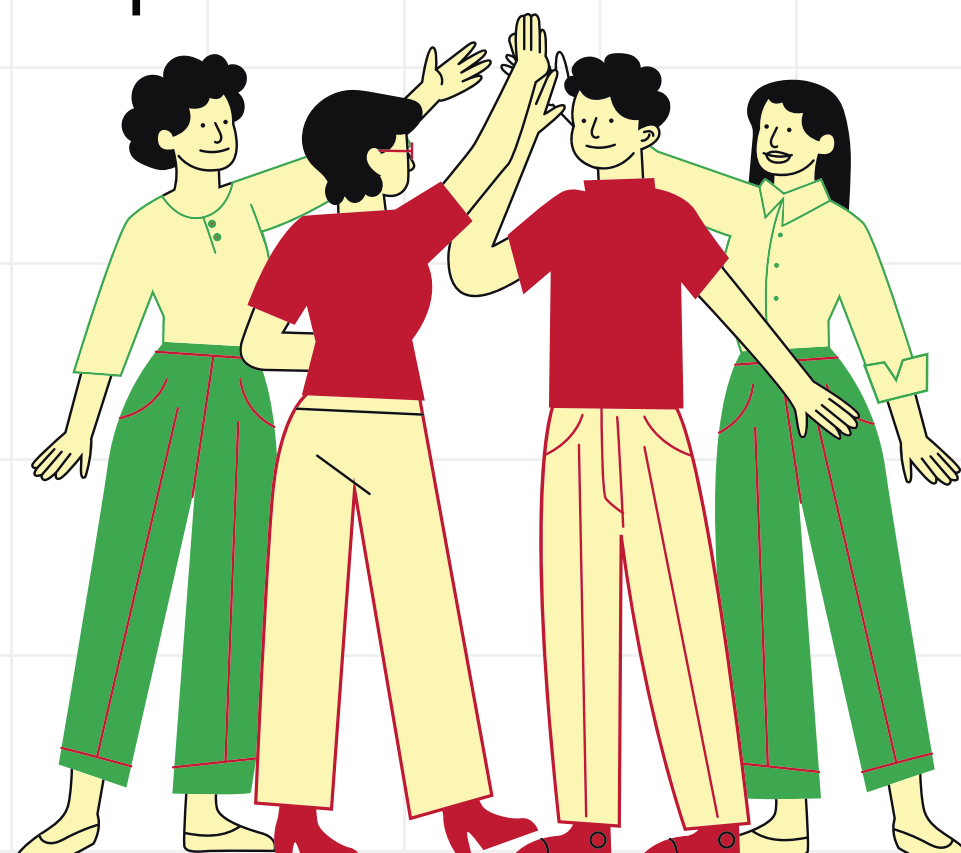
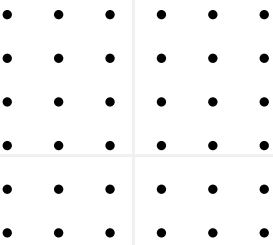
- Crie um cadastro simples: Nome, data de aniversário, últimas compras.
- Ação Digital: Use o digital (WhatsApp) para mandar uma mensagem personalizada: "João, vi que seu aniversário é semana que vem! Separamos um brinde para você aqui na loja, venha nos visitar!". Isso é tecnologia gerando fluxo para a loja física.

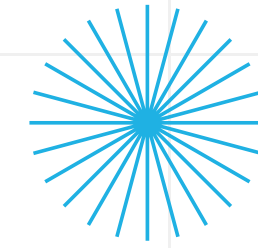


A Equipe Preparada para a Nova Realidade

Seu time é o coração da operação De nada adianta um Instagram lindo se, quando o cliente chega na loja, a equipe não sabe o que foi postado.

- Integração: Garanta que seus vendedores tenham acesso às promoções que rolam no digital.
- Agilidade: Treine a equipe para responder rápido no WhatsApp, mas sempre com o objetivo de criar um relacionamento que traga o cliente para uma visita presencial.

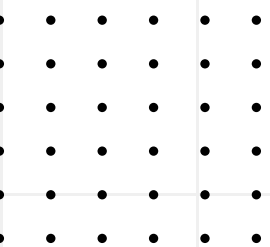




Mão na Massa!

Checklist de pequenas ações para implucionar o seu varejo

1. ☐ Google Meu Negócio: Sua loja está no Google Maps com endereço, fotos e horário atualizados? (É gratuito!).
2. ☐ Catálogo no WhatsApp Business: Facilite a vida de quem quer ver seus produtos rapidamente.
3. ☐ Integração de Estoque: O que você posta na rede social, tem que ter na prateleira.
4. ☐ Treinamento de Sorrisos: Reforce com a equipe que cada cliente que entra pela porta é o maior patrimônio da loja.





O Varejo do Futuro é Humano, Conectado e Local

Desenvolver esta atividade de extensão como estudante de Administração da UNIP me trouxe uma certeza clara: o comércio físico de Itobi não está ameaçado pela era digital, mas sim diante de sua maior oportunidade de evolução. A tecnologia não veio para substituir o brilho nos olhos de um bom atendimento presencial, mas para amplificar o alcance da nossa vitrine local.

Esta cartilha representa exatamente a ponte que a universidade deve construir: aplicar os conceitos estratégicos de gestão que estudamos na faculdade diretamente na realidade prática dos nossos empresários. Ao unir a conveniência do mundo online com a confiança e a experiência que só o espaço físico oferece, construímos um varejo inteligente. O "novo varejo" não substitui pessoas por máquinas; ele usa ferramentas digitais para aproximar o consumidor do balcão.

Agradeço imensamente à Associação Comercial de Itobi (ACE Itobi) por abrir as portas e permitir que este projeto de extensão ganhasse vida, chegando de forma gratuita a cada associado. O futuro do varejo já começou, e ele ganha força através da união entre a inovação acadêmica, o apoio institucional e a força do nosso comércio local. Muito obrigado(a) a todos os varejistas que movem a nossa cidade!



Ficha Técnica e Referências Bibliográficas

Referências baseadas em tendências globais e nacionais do Varejo:

- **SEBRAE (2024). Tendências do Varejo: O Guia Pós-NRF. Agência Sebrae de Notícias / Programa Loja do Futuro.**
- **McKINSEY & COMPANY (2024). O Comportamento do Consumidor e a Experiência Omnichannel no Brasil.**
- **NRF – National Retail Federation (2024/2025). Retail's Big Show Insights: O poder da loja física na era digital.**

Ficha Técnica:

- **Realização: Associação Comercial de Itobi (ACE Itobi)**
- **Desenvolvimento e Pesquisa: PRISCILA PERES PELUQUE**
- **Atividade: Projeto de Extensão Acadêmica**
- **Instituição: Universidade Paulista (UNIP) – Curso de Administração**