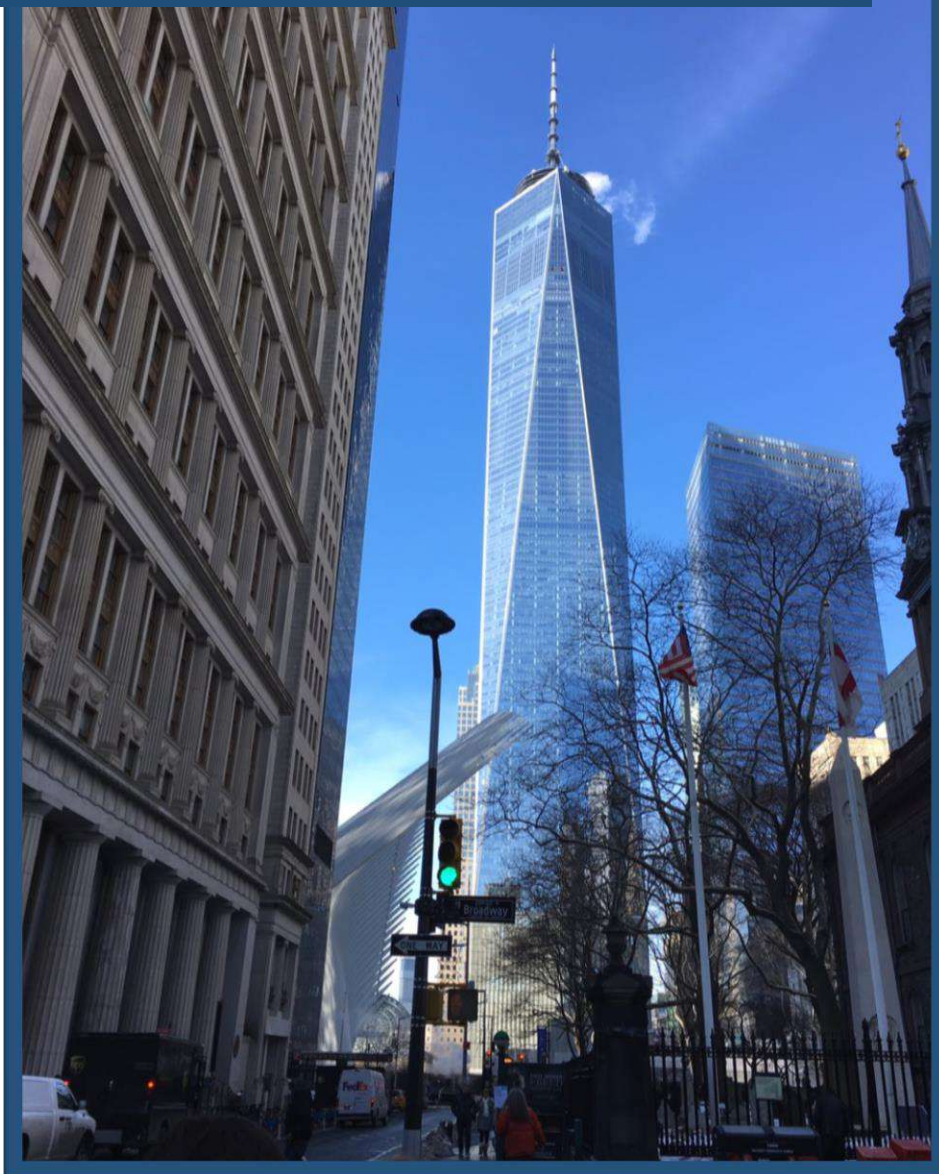


RELATÓRIO MISSÃO INTERNACIONAL NRF 2018



Gustavo Carrer, UAMSF

Maria Aparecida Lemes, UAMSF

Fábio Angelo Bonassi, UAS

Sebrae-SP

09/02/2018

Conteúdo

Resumo Executivo	1
Participantes	2
Seminário de abertura	5
NRF Retail's Big Show	6
Visitas Técnicas.....	12
Resultados	28
Conclusões.....	30

Resumo Executivo

Período: de 10 a 19 de Janeiro de 2018

Data	Atividade
10/01	Embarque São Paulo – Nova York
11/01	Visitas prospectivas/confirmação logística: Midtown e Downtown
12/01	Visitas prospectivas/confirmação logística: Brookly e SoHo
13/01	Seminário de Abertura – 3 West Club
14 a 16/01	Congresso e Feira NRF Retail's Big Show – Jacobs Javits Center
17/01	Visitas técnicas Brooklyn e Midtown (5ª Avenida)
18/01	Visitas técnicas SoHo e Downtown
19/01	Embarque Nova York – São Paulo

Quantidade de participantes: 39 empresários, 2 consultores Sebrae-SP

Segmentos representados:

- Vestuário, calçados e acessórios
- Vestuário e enxoval infantil
- Festas e armarinhos
- Moveis e decorações
- Calçados e acessórios
- Farmácias
- Supermercados
- Joalherias
- Brechós
- Consultorias e pesquisa de mercado

Escritórios Regionais de origem: Bauru, Baixada Santista, Capital Oeste, Mogi das Cruzes, Piracicaba, Ribeirão Preto, São João da Boa Vista, São José do Rio Preto, São José dos Campos e Sorocaba.

Participantes

LISTA FINAL DOS PARTICIPANTES DA MISSÃO NRF 2018 - Nova Iorque / EUA

EMPRESA	CNPJ	PARTICIPANTE	CPF	EMAIL	ER	SEGMENTO
JUCIMEIRI FABIANI DE CASTRO ME	11.194.405/0001-24	FABIO RODRIGUES COSTA	133.409.948-03	FABIO@INTERLIMP.COM.BR	SJ DO RIO PRETO	LOJA DE VESTUÁRIO
		FABO MARCELO CEDENHO DELAZARI	121.801.468-76	ADMLOJA@INTERLIMP.COM.BR	SJ DO RIO PRETO	
ARMARINHOS JOBEL LTDA ME	55.985.006/0001-57	PAULO CÉSAR GARCIA LOPES	020.357.178-92	PAULOCGL@TERRA.COM.BR	RIB. PRETO	ACESSÓRIOS DE MODA
FERRAZ PESQUISA DE MERCADO LTDA	13.463.962/0001-29	ANGELITA CRISTIANE FERRAZ	278.104.898-44	ANGELITA@FERRAZPESQUISA.COM.BR	OSASCO	OUTROS
F.J.S. COMÉRCIO VAREJISTA - ACERVO DE COISINHAS	21.597.823/0001-16	JUNIA CARVALHO	226.601.068-94	JUNIASPLCARVALHO@GMAIL.COM	CAP. OESTE	LOJA DE VESTUÁRIO
F.J.S. COMÉRCIO VAREJISTA - ACERVO DE COISINHAS	21.597.823/0001-16	FABIOLA LOUREIRO	224.746.238-33	ANGELI.FABIOLA@GMAIL.COM	CAP. OESTE	LOJA DE VESTUÁRIO
PADOVESE COMÉRCIO DE PISCINAS E AQ. LTDA ME	02.214.685/0001-02	MARIA FERNANDA BENDILATTI	288.859.188-08	VENDAS@PADOVESEAMBIENTAL.COM.BR	PIRACICABA	OUTROS
PADOVESE AMBIENTAL LTDA	09.327.600/0001-33	MARCELO MONTEZUMA BENDILATTI	256.252.818-23	VENDAS@PADOVESEAMBIENTAL.COM.BR	PIRACICABA	MAT. CONSTRUÇÃO
SUELI A. M. DE CAMARGO MODAS ME - ITA CALÇADOS	16.888.320/0001-60	SUELI AP. M. DE CAMARGO	005.545.088-18	SUELI.C@TERRA.COM.BR	SOROCABA	LOJA DE VESTUÁRIO
COMÉRCIO DE CONFECÇÕES WS CAMARGO LTDA	49.555.550/0001-66	VITOR CAMARGO ALVARENGA	219.119.308-00	SUELI.C@TERRA.COM.BR	SOROCABA	LOJA DE CALÇADOS
MEDINA VAREJO LTDA ME	27.750.240/0001-60	JOSUE COSTA MEDINA	334.641.988-63	JOSUE.COSTA@EMPORIOMEDINA.COM	CAP. OESTE	EMPÓRIO
BALLOART BABY	14.135.742/0001-39	GUSTAVO YUKIO TAKEDA	475.574.338-90	GUSTAVOTAKEDA8@GMAIL.COM	BAURU	LOJA DE VESTUÁRIO
BALLOART BABY	14.135.742/0001-39	DANIELLE DE C. NAGAOKA TAKEDA	080.154.099-26	DAANI_CN@HOTMAIL.COM	BAURU	LOJA DE VESTUÁRIO
ESTOQUE VALE COMÉRCIO DE CALÇADOS LTDA ME	08.776.666/0001-48	BRUNO CAZARINE CONSTANTINO	311.138.138-22	BRUNOCONSTANTINO@OSCARCALCADOS.COM.BR	SJ DOS CAMPOS	LOJA DE CALÇADOS
NEW STOCK JAC COMÉRCIO DE CALÇADOS LTDA ME	08.919.315/0001-49	ROMILTON SECCOMANDI	038.085.638-77	ROMILTON@OSCARCALCADOS.COM.BR	SJ DOS CAMPOS	LOJA DE CALÇADOS
DRA CHERIE COMÉRCIO E CIA LTDA	22.672.396/0001-56	LEANDRO FRIGO JANUÁRIO	356.274.528-11	LEANDR@DRACHERIE.COM.BR	SJ DA BOA VISTA	LOJA DE VESTUÁRIO
S. STEIN	17.308.100/0001-82	STEPHANIE SAITO SEVERINO	331.376.538-60	STEPHANIE@STEPHANIESTEIN.COM.BR	ALTO TIETÊ	JOALHERIA

FALLEIROS DECORAÇÕES - AZURE HOME	11.017.923/0001-72	LAIS FALLEIROS DE SOUZA	339.398.488-83	LAIS@AZUREHOME.COM.BR	RIB. PRETO	LOJA DECORAÇÃO
A V SANTANA MODA ÍNTIMA	15.196.886/0001-68	IVANETE C. VALADÃO CALDEIRA	123.324.958-43	IVANETE@USEPRIMICIA.COM.BR	PIRACICABA	LOJA DE VESTUÁRIO
A V SANTANA MODA ÍNTIMA	15.196.886/0001-68	LUAN HENRIQUE CALDEIRA	410.330.918-04	LUAN@USEPRIMICIA.COM.BR	PIRACICABA	LOJA DE VESTUÁRIO
CARINHATO E ZANUTO	01.787.179/0001-31	SONIA I. CARINHATO ZANUTO	924.045.968-53	SONIACALCADOS@GMAIL.COM	SJ DA BOA VISTA	LOJA DE CALÇADOS
SRC ZANUTO	02.157.858/0001-90	SORAIA R. CARINHATO ZANUTO	269.337.168-64	SORAIA.SONIACALCADOS@GMAIL.COM	SJ DA BOA VISTA	LOJA DE CALÇADOS
DRA CHERIE COMÉRCIO E CIA LTDA	22.672.396/0001-56	ANA CAROLINA N. FRIGO JANUÁRIO	356.274.528-11	ANACAROLINA@DRACHERIE.COM.BR	SJ DA BOA VISTA	LOJA DE VESTUÁRIO
FALLEIROS DECORAÇÕES - AZURE HOME	11.017.923/0001-72	LUCIANA FALLEIROS DE SOUZA	303.621.478-09	LUFALLEIROS@GMAIL.COM	RIB. PRETO	LOJA DECORAÇÃO
DUQUESA COMÉRCIO DE ALIMENTOS - SUBWAY	19.061.246/0001-00	MARTA MENDES ARCANJO SPANN	160.866.458-92	MARTASPANN@GMAIL.COM	BAIXADA SANTISTA	OUTROS
VESTYLLE MODAS LTDA	68.920.834/0001-59	JOSÉ ROBERTO PENA	091.764.138-88	PENA@VESTYLLE.COM.BR	BAURU	LOJA DE VESTUÁRIO
LOJAS MUSA	68.134.758/0001-56	MONICA ROTHBERG	137.238.798-61	MONICAROTHBERG@GMAIL.COM	BAURU	LOJA DE VESTUÁRIO
MMK E MH BAURU COM. DE CONFECÇÕES	08.143.271/0001-08	VANESSA AUGUSTO GOMES	127.517.198-21	VANESSAGOMES1409@GMAIL.COM	BAURU	LOJA DE VESTUÁRIO
LILIBEE	13.225.906/0001-56	FABIO BRANCO	179.216.388-64	FABIO@LILIBEE.COM.BR	CAP. OESTE	LOJA DE MÓVEIS
LILIBEE	13.225.906/0001-56	DANIELLE MATARESI BRANCO	304.480.758-14	DANI@LILIBEE.COM.BR	CAP. OESTE	LOJA DE MÓVEIS
GUINE DROGARIAS - FARMALICH	22.781.166/0001-25	ÉDER JOHN MIALICH	071.492.348-60	EDER.COMPRAS@MIALICH.COM.BR	RIB. PRETO	OUTROS
MIRANDINHA MINIATURAS - BRUNO MIRANDA ME	14.090.436/0001-23	BRUNO MIRANDA DE CASTRO	387.557.648-94	BMIRANDINHA@HOTMAIL.COM	CAP. LESTE II	OUTROS
LOJAS MUSA	68.134.758/0001-56	VINÍCIUS ROTHBERG FONSECA	408.232.738-06	MONICAROTHBERG@GMAIL.COM	BAURU	LOJA DE VESTUÁRIO
USA BEM - TRADE UP	22.696.923/0001-62	BRENO CASANOVA	035.338.347-35	BRENO.CASANOVA@TRADEUPGROUP.COM.BR	OSASCO	OUTROS
USA BEM - TRADE UP	22.696.923/0001-62	ANDRE CASANOVA	005.074.517-40	ANDRE.CASANOVA@TRADEUPGROUP.COM.BR	OSASCO	OUTROS
RENOVASMART	26.610.294/0001-67	BRUNO VILLARDI	028.539.077-59	BRUNO.VILLARDI@TRADEUPGROUP.COM.BR	OSASCO	OUTROS

RENOVASMART		GUSTAVO VANZELLA	268.868.958 -42	CINTIA.LIMA@TRADEUPGROUP.COM.BR	OSASCO	OUTROS
DR. SOLUÇÕES	22.921.882/0001-60	EDUARDO LIMA	689.050.171 -34	EDUARDO@METELLO.COM.BR	OSASCO	OUTROS
DR. SOLUÇÕES		GREGORY SCERB	074.260.878 -67	GREG.SCERB@TRADEUPGROUP.COM	OSASCO	OUTROS

Seminário de abertura

Seminário de Abertura em Nova York - Empresários e Convidados

O seminário ocorreu no dia 13/01 das 18 às 21 horas na sala de eventos do Hotel 3 West Club, em que foi apresentado: programação day-by-day da missão, destaques e orientações sobre o congresso e a feira da NRF, curadoria de lojas para visitas técnicas, acompanhadas e recomendadas.

Foram convidados três palestrantes: o Sr. Marcelo Magalhães do IEC, entidade especializada em internacionalização de empresas, o Sr. Osmar Dalquano, consultor de varejo com vasta experiência em missões a Nova York, e o cônsul brasileiro para assuntos econômicos e comerciais de Nova York, Sr. Roberto Furian Ardenghy.

Os consultores Marcelo e Osmar explanaram sobre o mercado consumidor e o varejo norte-americano e as relações comerciais de pequenas empresas em expansão em NY e macrorregião.

O cônsul Roberto Ardenghy apresentou a representação consular brasileira, sua forma de atuação e colocou-se à disposição para auxiliar contatos comerciais, dar suporte a futuras missões do Sebrae-SP, além da assistência para eventualidades através do plantão consular.

O encontro também contou com o testemunho do empresário Roberto Pena, que compartilhou suas experiências em edições anteriores das Missões NRF do Sebrae-SP, explanando sobre como implantou o aprendizado nas práticas de gestão em suas lojas.

O evento encerrou-se após uma seção de perguntas e respostas gerais sobre a missão.



NRF Retail's Big Show

Grupo reunido no Jacobs Javits Center



A NRF Retail's Big Show ocorreu nos dias 14, 15 e 16 de Janeiro de 2018 no Centro de Convenções Jacob Javits em Nova York, tendo como temática principal o universo do varejo, suas tendências, inovações, tecnologias e casos práticos de sucesso norte-americanos e internacionais.

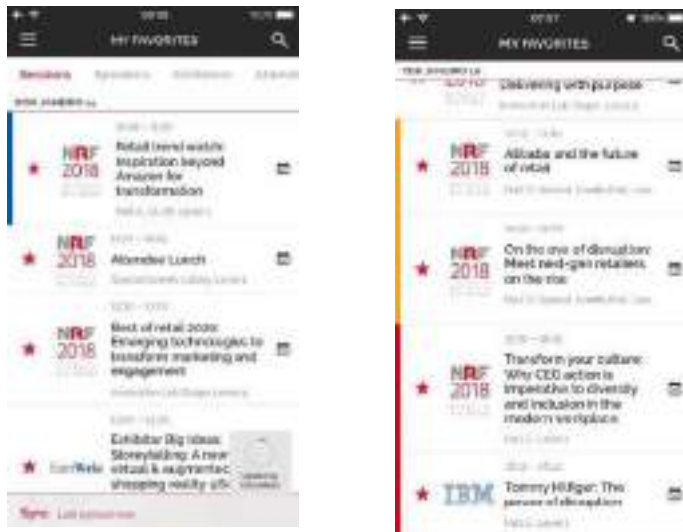
Esta edição do congresso e feira teve mais 30 mil visitantes, de 90 países e o Brasil permanece entre os países com maior presença. Foram mais 150 palestras, debates e workshops apresentados nos três dias de evento.

O grupo foi guiado pela equipe do Sebrae-SP na seleção das palestras e visitas aos estandes da feira, com destaque para os espaços da **Intel, Tyco e Teamwork**.

As visitas aos estandes acima foram previamente agendadas e contaram com o receptivo das empresas, para tour orientado, com apresentações completas sobre as tecnologias mais inovadoras presentes no espaço.

A Intel foi escolhida por ser historicamente o estande mais inovador da feira, o state-of-art da tecnologia do varejo. A Tyco e a Teamwork são empresas que possuem presença e sócios no Brasil e ao longo dos anos tem recebido as missões do Sebrae com grande atenção,

disponibilizando equipe de consultores brasileiros que demonstram as tecnologias mais avançadas, tirando qualquer dúvida dos participantes.



Exemplos das indicações de programação enviada diariamente pelo Sebrae-SP aos participantes da missão.



Visita ao estande da Intel com o grupo recebendo orientações sobre as aplicações de tecnologia no varejo.



Visita ao estande da Tyco Retail Solutions



O evento alcançou público geral superior a 30 mil visitantes, as principais palestras tiveram presença disputada todos os dias.

As tendências principais identificadas na NRF 2018:

- O varejo vive da reinvenção, da reinterpretação, da releitura de seus clientes e de seus empresários. Do giftcard até a adoção das tecnologias de RFID, realidade virtual, realidade aumentada, a impressão 3D, passando pelas ondas de customização e personalização, o varejo é terreno fértil para inovação e reinvenção
- O ponto de venda, a loja física, pode e deve ser modificada tal como um site, por períodos, horários conforme a sazonalidade e tráfego
- Os empresários do varejo estão com o grande desafio de conciliar o mundo digital (e-commerce, mídias sociais, apps, etc) com suas lojas físicas
- O cliente do varejo pede compartilhamento, inovação e conveniência nas suas interações com marcas e lojas
- Novos conceitos de setores tradicionais do varejo (moda, alimentação, etc.) podem ser revestidos de modernidade e tecnologia na interação com clientes e motivar expansões por meio de licenciamentos, franquias, entre outros modelos de negócio (Ex: Museum of Ice Cream, Of & Pizza)
- As lojas físicas se tornam espaços para retirada de pedidos comprados online e de customização de produtos (Ex: Amazon Bookstore, Space 98, Levi's, etc.)
- Conciliar o atendimento dos clientes das gerações baby boomers, geração X, geração Y e dos *millenials*: clientes mais sensíveis e adeptos a tecnologia e clientes tradicionais que valorizam ambiente, atendimento, informação técnica e conveniência
- O Twitter continua vigoroso e deve ser monitorado atentamente pelos varejistas em suas oportunidades e ameaças
- Redes sociais como o Instagram e Facebook estão substituindo o investimento nas mídias tradicionais
- As tecnologias de realidade virtual, inteligência artificial, realidade aumentada são as mais disseminadas. Além das soluções tradicionais de softwares e aplicativos (venda de flores por exemplo), controles na nuvem, etc. houve uma diversidade de apresentações de soluções para contagem e controle de estoques, degustação de clientes, adoção de robótica nas operações de atendimento, simulação de preferências de clientes (conceito de concierge online, como Alexia e Siri), entre outras funcionalidades.
- Para controle de inventários e simulações com clientes destacaram-se as aplicações da Intel e softwares e apps o destaque foi a Tyco. No campo do VR e VA , relacionamento eletrônico com clientes, as aplicações da Microsoft mostram-se mais avançadas.
- Tecnologia “grab and go” que permitem ao cliente escanear um QR Code para abrir com segurança lockers com suas compras feitas on-line, após notificação enviada por mensagem

- Reconhecimento facial para que o cliente receba sugestões de compra baseadas no seu perfil de idade, instrução, hábitos de consumo, pesquisas anteriores, etc.
- Softwares avançados para oferecer a melhor experiência omnichannel para o cliente no processo de pesquisa, seleção e compra
- Empresários de varejo precisam capturar os dados de clientes pelas interações e tratar a base de dados com algoritmos avançados, visando estimular o consumidor nas suas próximas decisões
- O empresário não deve investir dinheiro em mídia sem coletar dados e interpretá-los
- Consolidação do RFID e descomplicação crescente do uso das tags, lidas, validadas ou desabilitadas por smartphones
- A impressão 3D acena para impactos fortes no varejo nos próximos anos, lojas que estão se adaptando a customização e personalização devem estar preparadas para a integração dessa tecnologia em seus processos
- A automação de compras residenciais como as propostas da Amazon e do Google trará enormes impactos no varejo nos próximos anos
- Todas as pesquisas apresentadas enfatizam o fenômeno de que os clientes das gerações Y e *millennials* são usuários intensos de tecnologia e de smartphones nos processos de pesquisa, seleção e compra
- O uso de estímulos sensoriais como a música no interior das lojas, agora de maneira personalizada, principalmente para os *millennials*, desponta como nova tendência
- O mundo digital precisa do físico. O físico precisa do digital. O poder da combinação dos dois é de incontestável importância ao varejo.

Destaques de palestrantes que foram capturados:

“O varejo não está morto.” (Matthew Shay, CEO NRF)

“Quando você pensa que tem tudo planejado, alguma coisa está chegando no varejista por um novo ângulo, outro conhecimento e competência que vem pela concorrência” (JC Curieigh, CEO Levi’s)

“A ideia importa. A execução importa mais. A equipe é o que mais importa.” (Dan Levitan, Maveron)

“Nossa meta é fazer com segurança o que nós estamos constantemente criando essa diversidade de experiências relevantes em cada uma das plataformas digitais em que a empresa atua” (Todd Srinkle, QVC Group)

Retail Lab 2020



As tecnologias mais disruptivas foram apresentadas em detalhes no Retail Lab 2020, com demonstrações e simulações de operações de loja e de retaguarda. O espaço consolidou-se como um dos mais visitados da feira, que conta também com disputadíssima sessão exclusiva de palestras.

Visitas Técnicas

A curadoria das lojas é realizada pela equipe da UAMSF, selecionando lojas que representam as principais tendências e inovações do setor. Abrangem lojas conceito, flagships, pop-up stores, lojas de bairro, lojas independentes e grandes redes.

Este ano destacaram-se as lojas que ofereciam: personalização e customização, aplicação de tecnologias avançadas na operação ou modelos de negócios diferenciados, entre outros atributos. A seleção inclui também pequenos varejistas de bairro, que representam o perfil dos participantes da missão.

Todo conhecimento conceitual e prático acumulado nas visitas técnicas são aproveitados posteriormente na formulação de produtos e soluções para MPEs, orientados principalmente para os grupos setor-segmento do Sebrae-SP.

A programação foi realizada na íntegra com pequenos ajustes em virtude do tempo de visita, trânsito, deslocamento entre as lojas, etc. As lojas selecionadas foram contatadas previamente visando realizar os agendamentos e na semana anterior das visitas técnicas, a equipe do Sebrae-SP visitou todos os locais, para confirmar a logística e o atendimento receptivo das lojas.

Durante as visitas a tradução foi realizada pela equipe do Sebrae-SP através de headsets, contando com ótima receptividade dos lojistas. A utilização dos headsets foi fundamental para manter a coesão e evitar a dispersão do grupo.

As visitas técnicas seguiram a programação do quadro a seguir:

17/01 - Quarta-Feira			
Horário	Visita Técnica	Endereço	Bairro
08h30	INÍCIO	3 W, 51th Street	Manhattan
	Deslocamento		Brooklyn
09h10	1. Whoole Foods	238 Bedford Ave	Brooklyn
10h00	2. Whisk *	231 Bedford Ave	Brooklyn
10h30	3. Levi's *	120 N 4th St	Brooklyn
11h00	4. G-Star Raw	118 N 4th St	Brooklyn
12h00	5. Space 98	98 N 6th St	Brooklyn
	Almoço		Brooklyn
14h00	Deslocamento		Brooklyn
14h40	6. Microsoft Store (tour)	677 5th Ave	Manhattan
16h20	7. Adidas (tour)	565 5th Ave	Manhattan
17h10	8. & Other Stories	505 5th Ave	Manhattan
17h50	9. Amazon Books	7 W 34th St	Manhattan
18h45	Deslocamento		
19h00	FINAL	3 W, 51th Street	Midtown
18/01 - Quinta-Feira			
Horário	Visita Técnica	Endereço	Bairro
09h00	INÍCIO	3 W, 51th Street	Midtown
	Deslocamento		SoHo
10h00	1. REI (tour)	303 Lafayette	SoHo
11h20	2. Nixon	122 Prince St	SoHo
12h00	3. Sonos	101 Greene St	SoHo
13h00	Almoço	Livre	SoHo
14h00	4. Nike (tour)	529 Broadway	SoHo
15h00	5. Stance	510 Broadway	SoHo
15h40	Deslocamento		Downtown
16h20	6. Brookfield Place		
16h40	7. Le District*	230 Vesey St	Downtown
17h40	8. Eataly 2*	101 Liberty Street	Downtown
18h45	Deslocamento		Downtown
19h30	FINAL	3 W, 51th Street	Midtown

Dia 17/01 – Visitas ao Brooklyn (Williamsburg) e Midtown (5ª Avenida)

Visita Whole Foods



Famosa rede de supermercados norte-americana com grande apelo em alimentos saudáveis: produtos naturais, orgânicos, e que valoriza a rastreabilidade das mercadorias. A Amazon adquiriu sua operação no final de 2017, incluindo os centros de distribuição.

O apelo específico desta loja do Brooklyn é uma combinação de técnicas de visual merchandising, mantendo o conceito de saudável, sustentável e local. Há vários pequenos fornecedores locais referenciados nas gôndolas, inclusive com fotos dos empresários, e informações sobre quanto tempo são parceiros.

A loja congrega a oferta do mix tradicional de produtos de um supermercado, comida pronta, açougue, padaria, venda de uma infinidade de produtos à granel, incluindo cervejas artesanais.

Há várias referências ao uso de energia eólica, tratamento de resíduos e outras práticas de sustentabilidade. Parte das verduras são produzidas em estufas instalada no telhado de uma de suas lojas no próprio bairro.

Visita Whisk



A loja foi selecionada porque expressa exatamente o perfil de loja de bairro, de pequeno porte, porém com um ótimo planejamento de sortimento de mix de produtos, que vão de utensílios domésticos a artigos de decoração.

As janelas, prateleiras e ambientação interna preservam estilo de rusticidade e acolhimento que remete à arquitetura original do Brooklyn. Tem apelo tanto para quem aprecia cozinhar no lar quanto para cozinheiros profissionais. O grupo foi instigado a visita-la logo após a visita do Whole Foods para e fazer um olhar técnico sobre as diferentes propostas, em um mesmo bairro, praticamente no mesmo perfil de ponto de venda.

Além da loja com toda a identidade do bairro, a Whisk tem uma importante operação de e-commerce, com forte integração às mídias sociais.

É o melhor exemplo de loja pequena, de bairro, que utiliza os modernos conceitos e técnicas em suas operações.

Visita Levi's



Após assistir a palestra de abertura na NRF 2018 com o CEO da Levi's, o grupo pôde observar algumas das características apresentadas no seminário: a combinação da tradição com a modernidade, a tendência consolidada de customização de produtos na loja, o atendimento, a diversidade de estilos e tamanhos.

Também foi possível ver a jaqueta que o presidente usou na palestra, que foi desenvolvida em conjunto com o Google aplicando o conceito de wearable, que permite uma interação com os dispositivos móveis. Com essa jaqueta é possível atender uma ligação ou trocar a música que está sendo ouvida, apenas passando a mão sobre o botão da manga, que possui um sensor.

As peças mais tradicionais e icônicas também são destaques da loja, bem como a iluminação e layout. A oficina de customização e seu funcionamento foram os pontos altos da visita.

Visita Rituals



A Rituals, loja de cosméticos holandesa, apresenta um conceito em que cada linha de produtos é ancorada em rituais originados em diferentes partes do mundo: China, Índia, Tailândia, Japão.

Cada um dos “rituais” é apresentado em estações formadas por prateleiras e expositores, onde toda a linha de produtos está exposta. Cada ritual possui iconografia e decoração própria, representando os resultados desejados com os verdadeiros “tratamentos” de beleza e bem-estar.

O atendimento foi um grande destaque da visita, os funcionários se esmeraram ao mostrar e demonstrar os produtos, incentivando a experimentação. Ao entrar na loja fomos convidados a degustar um saboroso chá, dando início à experiência.

Outros destaques são a árvore de origami e flores de papel no centro da loja que remete à uma das cerejeiras brancas japonesas, bem como a exposição externa de uma bicicleta com um buquê de flores do campo apoiada no muro sob a frase inscrita acima: “Rituais ajudam você a se acalmar, para encontrar felicidade em pequenas coisas. É a nossa paixão transformar as rotinas em rituais que importam. Seu corpo. Nossa alma. Seu ritual. ”

Visita Space 98



A varejista de moda Urban Outfitters inovou em sua loja do Brooklyn ao reformar um prédio de 5 andares para acomodar sua loja, café, restaurante e espaço de eventos, todos unidos com a mesma temática no **Space 98**.

A loja possui uma atmosfera vintage, que combina com o bairro e perfil dos consumidores frequentadores da região. Uma ampla seleção de produtos de vestuário, decoração, beleza e equipamentos que vão de vitrolas e discos de vinil, a câmeras polaroid e videogames dos anos 80.

Os andares do restaurante, café e rooftop, estavam passando por reformas, e devem ser reabertos no final do inverno. A loja promove eventos com temática retrô, bem como exposições de arte contemporânea, com artistas do bairro e de NY.

Visita Microsoft Flagship Store



A loja de 6 andares na 5ª Avenida chama a atenção desde sua fachada envidraçada com enormes painéis de led. Cada andar tem uma proposta aliada à oferta e à experimentação de produtos: desde os softwares, passando pelos games e aplicações de realidade virtual.

Fomos recebidos pela gerente geral de tecnologia da loja e uma equipe de atendimento especializado. Os participantes foram divididos em três grupos para as apresentações do sistema de gestão das lojas em tempo real, solução completa em computação na nuvem, com rastreabilidade de todos os dispositivos da loja. Também foram realizadas apresentações de realidade virtual e aumentada de produtos e soluções específicas.

No total foram vistas 8 diferentes aplicações, todas em tempo real, durante cerca de 1 hora. A Microsoft nos recebeu com café, refrigerantes e snacks na área exclusiva, reservada a eventos técnicos.

Visita Adidas Flagship Store



A flagship da Adidas na 5ª Avenida possui uma arquitetura inspirada nos ginásios de esportes típicos dos colégios norte-americanos, possuindo inclusive arquibancadas em vários pisos.

Complementando a arquitetura temática existem espaços para experimentação de materiais esportivos, laboratório de customização de tênis, laboratório de corrida e cursos para o público em geral. No piso térreo tem uma operação de food service, focada em alimentos e bebidas saudáveis.

O apelo da decoração é vintage, mas a proposta sugere conexão com o público jovem e amante da marca e dos esportes.

Visita Amazon Bookstore



A loja de tijolos da Amazon tem como principal destaque as prateleiras de sugestões de livros a partir de títulos já lidos e a possibilidade de realizar compras usando apenas o aplicativo, sem a necessidade de cartões. Aliás a loja só aceita cartões e o aplicativo da Amazon como meios de pagamento.

Os produtos não possuem o preço exposto, nas prateleiras existem apenas comentários dos leitores daqueles livros e o código de barras, para ser lido pelos celulares usando o app padrão da Amazon. Para os não usuários da app é necessário levar o produto até um dos leitores de preço em locais específicos de cada seção.

A loja oferece uma experiência de compra cross channel, podendo ser utilizada como ponto de retirada de compras on-line, além, é claro, do tradicional café.

Dia 18/01 – Visitas ao SoHo e Downtown

Visita REI SoHo



A **REI** ou **Recreational Equipment Inc.** é uma rede de lojas organizadas no sistema de cooperativa de clientes e funcionários, contando hoje com mais 25 milhões de participantes, constituindo a maior cooperativa dos EUA.

A Loja foi montada num prédio histórico no bairro do SoHo, onde funcionou uma gráfica no início do século XX. Durante a reforma para a instalação da loja, foram encontrados e mantidos equipamentos históricos e materiais de litogravura, que constituem um atrativo a mais para o visitante.

A ambientação da loja mantém as características históricas arquitetônicas, inclusive a preservação de uma grande engrenagem metálica usada na produção de energia térmica e vapor.

A visita foi guiada pela gerência da loja que nos apresentou todas as seções, a possibilidade de experimentação de produtos, os espaços de compartilhamento de experiências de clientes e colaboradores, a agenda de atividades esportivas com clientes estimuladas pela loja, serviços de locação e manutenção de equipamentos de esqui, escaleta, bicicletas, entre outros.

A simpatia e presteza da funcionária encantou os participantes e fez da REI uma das visitas mais elogiadas para o grupo da missão.

Visita Sonos



O conceito da loja de sistemas de som da marca Sonos foi inaugurada em 2002 em Nova York e o bairro do SoHo foi escolhido por possuir um público visitante formado por clientes cultos, exigentes e também turistas do mundo todo.

A marca de produtos criada com propósito de reinventar a experiência do áudio doméstico, com qualidade, integração com tecnologias digitais e oferecer a mais completa customização pelo usuário.

A loja possui ambientes fechados em formato de casulos, representando os diversos ambientes de uma casa: quarto, sala, cozinha, etc., em que é possível experimentar todos os produtos da marca, de maneira isolada.

Todos os equipamentos são controlados por tablets ou smartphones com o aplicativo da marca.

Visita Nike Flagship Store SoHo



A Nike escolheu a loja do bairro do SoHo para sua novíssima flagship: são cinco andares bem distribuídos, com escadas rolantes e ambiente de estímulo total à prática esportiva,

Os principais destaques são: a grande área de customização de produtos no piso térreo e a quadra de basquete no último piso.

A customização já presente na loja desde sua inauguração no final de 2016, ganha agora um espaço maior e possibilidade de customização dos produtos pelo próprio cliente em dois laboratórios onde é possível agendar a participação em workshops com artistas e consultores que orientam como os clientes podem utilizar um enorme arsenal de materiais e técnicas para tornar seus produtos únicos.

Além desses dois espaços, ainda é possível realizar a customização em um estúdio digital e deixar que a própria Nike faça a customização com seus equipamentos de alta tecnologia, que ficam operando dentro da própria loja. A base de imagens e estilos continuam sendo baseadas em coleções de artistas plásticos de Nova York, convidados para participar do projeto por três meses.

Na área de experimentação de basquetebol o cliente é convidado a experimentar o tênis em ação, ou seja, jogando basquete no interior da loja com auxílio de um personal coach.

Visita Stance



A Stance é um raro exemplo de loja que conseguiu se estabelecer vendendo um produto que muitos consideram apenas complementar, que são as meias.

A partir de produtos de altíssima qualidade e estampas exclusivas a loja californiana conquistou celebridades do esporte e do showbiz mundial, levando uma legião de fãs às suas lojas.

São diversos tipos de pares de meias que recebem aplicações especiais de ícones da cultura americana e mundial: times de futebol americano, quadrinhos, cartoons, referências de cinema, estampas absolutamente diferentes, que provocam no cliente o desejo de tê-las e colecioná-las.

Além disso a decoração interior é harmonicamente combinada com a inovação nas meias, com um tom leve e diferenciado, mas de excelente gosto para os consumidores. Além disso, como outras lojas no bairro, ao escolherem seus pontos de venda fazem efeito na preservação de fachadas e térreos de edifícios comerciais e residenciais históricos.

Visita Brookfield Place



O Brookfield Place, novo endereço de luxo de Nova York, surgiu com a reconstrução da área em torno das antigas torres gêmeas na região sul da ilha de Manhattan. Construído às margens do Rio Hudson em região com grande apelo turístico e de negócios, possui as mais modernas lojas das principais marcas mundiais.

O varejo de Nova York sempre foi muito concentrado nas ruas ou grandes lojas de departamentos como a Macy's, Lord & Taylor ou Saks 5th Avenue, com poucas opções de espaços fechados, como os shopping centers brasileiros.

O Brookfield Place veio para mudar esse cenário, com um enorme mall, integrado a enormes prédios de escritórios, restaurantes, píer, estações de metrô e trem, museu, além da extraordinária vista do Rio Hudson, de Jersey City e do extraordinário One World Trade Center, com o observatório mais alto de Nova York.

Visita Le District



O Le District, foi um dos grandes destaques e atrativos do Brookfield Place desde sua inauguração. Ele foi concebido seguindo a grande tendência dos mercados de alimentos, que é combinar a venda de produtos com operações de alimentação (food service) e ações educação e treinamento, sob a ótica da culinária francesa.

No espaço de mais de 4.000 m² encontram-se diversas opções de alimentos, frescos ou industrializados, prontos para levar para casa, ao lado de uma grande seleção de restaurantes e lanchonetes que utilizam esses mesmos itens para servir deliciosas refeições.

É a junção definitiva entre de empório, restaurante, mercado, cafeteria, padaria, entre outras funcionalidades.

O espaço é a resposta da França ao sucesso do mercado italiano Eataly, que faz sucesso há mais de uma década com esse mesmo conceito.

Visita Eataly 2



A proposta inovadora de ambientação das referências italianas de gastronomia do Eataly ganhou a segunda loja no complexo do Brookfield Place, que segundo seu fundador deve se constituir em um templo dedicado à arte de comer bem ou se entreter com a comida e suas referências.

Há espaços específicos dedicados a massas, peixes, grelhados, wine bar, cafeteria, padaria, saladeira, sorveteria e juice bar. Salas de aula e um laboratório de produção de mussarela completam a proposta da nova loja.

A segunda loja do Eataly de Nova York mantém o padrão da rede e é toda sinalizada com explicações acessórias a bebidas e aos alimentos, suas origens, cultivares, complementos, harmonizações, etc.

A decoração remete ao tradicional e ao moderno, combinado materiais rústicos como ferro e madeira com a uma iluminação de leds e a equipe de atendimento é sempre muito atenciosa, não deixando de explicar em detalhes cada informação importante dos produtos comercializados.

Resultados

Nas diversas dimensões apresentadas os empresários do grupo evidenciaram satisfação com a qualidade da NRF, com a seleção de visitas e com os contatos gerados em toda programação.

- Depoimento de empresários sobre expectativas e participação:

“Experiência incrível. Ao me inscrever não sabia bem o que queria encontrar, mas fui de cabeça aberta para captar o máximo de informações possíveis. Mas quando o evento se iniciou ali começaram a surgir as ideias e direções do que seria interessante aplicar em meu negócio. Ao conhecer vocês minha energia foi renovada pois percebi que não estava sozinho nessa difícil missão de empreender e que cada um estava buscando o seu melhor. Foi um prazer conhece-los e espero marcar com todos em breve, sucesso. ”

- Por fim, as despesas diretas do Sebrae-SP aplicadas à missão somaram R\$ 26.354,00 (vinte e seis mil, trezentos e cinquenta e quatro reais), enquanto as receitas perfizeram R\$ 32.077,50 (Trinta e dois mil e setenta e sete reais e cinquenta centavos).

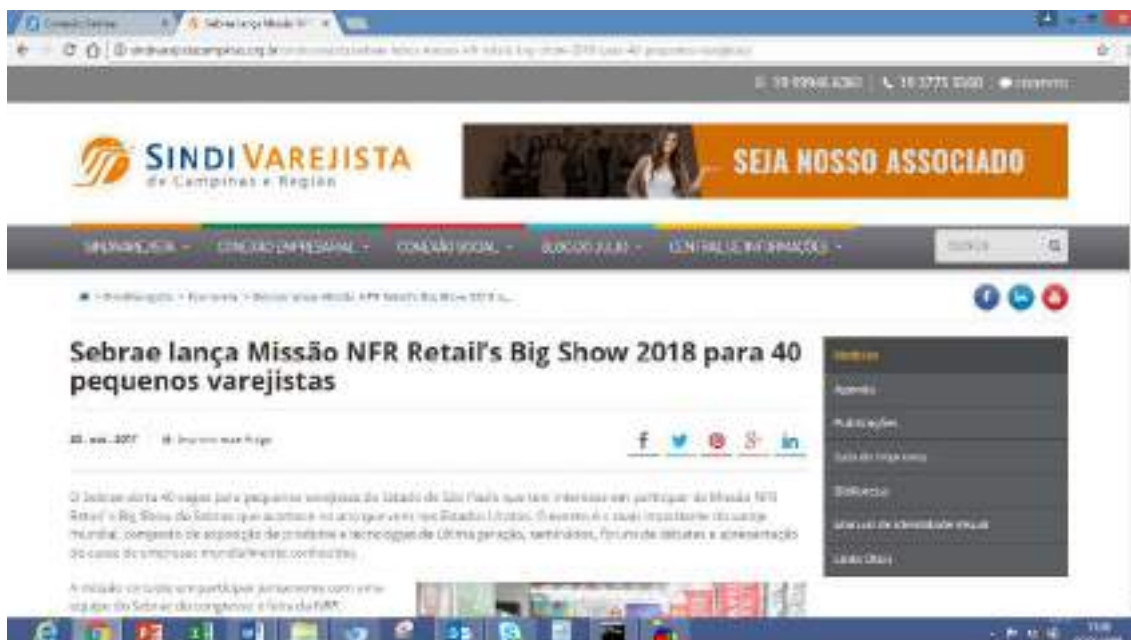
Registros na mídia e Internet:



Site oficial da Missão no portal do Sebrae-SP com informações e orientações para inscrição na NRF 2018.



Matéria na PEGN: <http://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Varejo/noticia/2018/01/nrf-debate-parceria-de-loja-fisica-e-online-para-encantar-cliente.html>



Matéria no site da Sindi Varejista: <http://sindivarejistacampinas.org.br/sindivarejista/sebrae-lanca-missao-nfr-retails-big-show-2018-para-40-pequenos-varejistas/>

Conclusões

O novo formato de missões, em que o Sebrae-SP concentra-se apenas nas atividades técnicas: seminário de abertura, visitas guiadas aos estandes e visitas técnicas a lojas demonstrou-se bem-sucedido.

Os principais motivos são a flexibilidade para que os participantes escolham a hospedagem e o transfer para a feira conforme seu perfil e conveniência e a redução dos custos gerais da missão, para o empresário e para o Sebrae-SP.

A realização de uma reunião de wrap-up ou seminário de encerramento, bem como uma equipe maior de consultores, com relação da ordem de 1 para cada 15 participantes, são sugestões de melhoria que devem ser avaliadas para missões futuras.

Os resultados obtidos podem ser resumidos da seguinte forma:

Evento da NRF:

- Temáticas atuais do varejo, principalmente o debate sobre a combinação do mundo digital com o mundo físico (varejo on/off) e todas as questões derivadas
- Apresentação de várias tecnologias disruptivas em curso no varejo: do *grab and go*, *click and collect*, passando por VR, AV, RFID integrado, manipulação de BIS, até prateleiras inteligentes e todas aplicações de softwares de controle e rastreamento das preferências dos clientes
- Temas e palestrantes abrangendo as principais áreas de gestão do varejo, casos de sucesso e insucesso
- Expositores em consonância com os dois mundos: digital e físico
- Embora a tecnologia sempre estivesse em evidência, o fator humano foi apresentado como sendo o grande diferencial nas lojas
- Innovation Lab foi a grande atração da exposição



Para os participantes da missão:

- Perspectiva inovadora em participar de conferências e discussões atualizadas
- Benchmarking de tecnologia, conceitos e atendimento ao visitar lojas de referência e flagships em NY
- Cultivo de rede de contato entre os participantes e durante a visita aos expositores na NRF
- Curadoria de lojas dialogando com o que foi ouvido e visto na NRF
- Tours específicos nos expositores Intel, Tyco, Teamwork e nas lojas Microsoft, Amazon, Adidas e REI
- A participação do cônsul de Nova York no seminário de abertura, foi valorizada

Para o Sebrae-SP:

- Oportunidade para desenvolvimento de produto do Sebrae-SP de internacionalização: levar empresários brasileiros com iniciativa de exportar ou empreender nos EUA para desenvolverem contatos de negócios específicos;
- Oportunidade para desenvolvimento de produto do Sebrae-SP de orientação em varejo/serviços independente da NRF e voltado para MPEs de segmentos específicos como AFL, Vestuário, Material de Construção, Padarias, Oficinas, etc. estabelecendo novos roteiros de visitas.
- Oportunidade para fomentar internamente um programa de desenvolvimento de colaboradores para acompanharem missões internacionais prospectivas ou de

acompanhamento de grupos de MPEs, de tal forma que o Sebrae-SP tenha colaboradores aptos em língua, negócios, relacionamento e com traquejo para serem utilizados se esses eventos/produtos continuarem a serem comercializados.

Pós-NRF 2018

- Seguindo o modelo bem-sucedido dos anos anteriores, a equipe do Sebrae-SP está elaborando uma série de produtos com o conhecimento acumulado na Missão: Palestra Pós NRF, estudos de caso, e-book das visitas técnicas.
- Os eventos Pós NRF acontecem em todo estado, fazendo parte da programação de atividades dos grupos setoriais de varejo dos Escritórios Regionais ou são utilizados para arregimentação de empresários para as novas turmas.
- Serão realizados repasses internos para atualização dos conteúdos de 2018 para colaboradores relacionados ao tema.
- Previsão de realização de 40 palestras em 2018, com estimativa de público superior a 2.000 participantes.
- A palestra será apresentada na Feira do Empreendedor 2018 na Arena de Negócios Internacionais.
- Será realizada palestra por teleconferência para os participantes da missão e convidados e o vídeo desta palestra ficará disponível para capacitações internas e externas.
- Serão elaborados 10 estudos de caso das lojas visitadas pela missão, que serão consolidadas em um e-book.