

O Novo Varejo

Descubra como se adaptar à realidade das novas demandas dos consumidores através de tendências, espaços e tecnologias que estão redefinindo o setor



INTRODUÇÃO

No dinâmico cenário do varejo, as tendências comportamentais, espaços e tecnologias desempenham papéis fundamentais na evolução contínua desse setor. Em um mundo onde as pessoas constantemente evoluem seu modo de agir e comprar, ditando novos caminhos para o mercado, a compreensão dessas mudanças é crucial para o sucesso dos negócios.

Observamos uma crescente influência nas **ações comportamentais**, onde os consumidores moldam e redefinem suas interações com o varejo. Além disso, os **espaços físicos** estão passando por uma transformação significativa, reimaginando as experiências presenciais e dando origem a inovações que transcendem os limites convencionais. Por fim, a **tecnologia** continua a desenhar as evoluções do varejo, com o mercado lançando inovações em produtos, serviços e tecnologias.

Vamos explorar essas tendências em profundidade, destacando como o setor está se adaptando e se **reinventando para atender às crescentes expectativas dos consumidores, se mantendo na vanguarda da inovação.**

Este e-book é um convite para uma jornada rumo ao futuro do Varejo e as ações atuais que irão impactar esse mercado. Aqui, você encontrará as principais tendências através de estudos da **Box1824**, uma empresa da família CI&T, que estão moldando o panorama desse segmento, mergulhando por meio de insights de **nossos especialistas** em cases e oportunidades que podem alavancar suas metas e desbloquear o seu negócio.

O futuro do varejo está ao alcance de nossas mãos, agora é a hora de moldá-lo juntos!

SUMÁRIO

Tendências & Insights:

- A nova era dos comportamentos: a automação da jornada de compra
- Tecnologia modular: market anything, anywhere, anytime
- Cenários múltiplos: espaços diversificados com diferentes contextos

O fim é apenas o começo!

Fale com nossos especialistas

SOBRE A CI&T

Somos uma **especialista global hiper digital, parceira em transformação digital e eficiência impulsionadas por IA** para mais de 100 grandes empresas e clientes de rápido crescimento. Como nativos digitais, trazemos um histórico de 29 anos de aceleração do impacto nos negócios por meio de soluções digitais completas e escaláveis.

Com uma presença global em nove países e um modelo de negócios nearshore delivery, fornecemos estratégia, ciência de dados, design e engenharia, alavancando crescimento de receita, melhorando a experiência do cliente e impulsionando a eficiência operacional. Somos reconhecidos pela Forrester como líder em Modern Application Development Services, além de nos tornarmos o empregador preferido de mais de 6.000+ profissionais ao redor do mundo.

Sobre a CI&T

CAPÍTULO 01

TENDÊNCIAS & INSIGHTS



Para atender aos desafios do Varejo, é preciso se abrir à novas possibilidades e horizontes que prometem redefinir o futuro do segmento. Através dos estudos da **Box1824** e do ponto de vista dos **nossos especialistas**, vamos direcionar nosso olhar para alguns pilares fundamentais. Cada um desses territórios desempenha um papel vital na configuração do novo panorama do mercado de consumo, é através deles que vamos indicar as possibilidades de como **se adaptar e inovar para atender às demandas emergentes e preparar as gerações futuras para as oportunidades do amanhã.**

Confira os pilares a seguir >>>

A NOVA ERA DOS COMPORTAMENTOS

■ *A automação da jornada de compra*

Nos aproximamos de um novo cenário relacionado à comportamentos de compra onde a confiança nas máquinas atinge tal nível que elas se integram em uma sinergia plena às jornadas de compra das pessoas, tornando-se uma extensão essencial de sua experiência de consumo. No cenário varejista do amanhã, as máquinas podem ser tão confiáveis e inteligentes que se tornam uma parte orgânica das jornadas de compra dos clientes, oferecendo recomendações personalizadas e facilitando decisões de compra informadas. Haverá uma **“Automação das Decisões”, essa é a macro tendência destacada pela Box1824.**

Hoje testemunhamos um cenário de expansão sem precedentes, onde as pessoas são apresentadas a uma grande gama de possibilidades de consumo. Com o surgimento constante de novas marcas e

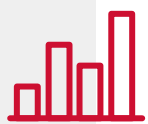
e iniciativas a uma velocidade surpreendente, o mercado se torna um ecossistema imparável e em constante evolução. Diante dessa abundância de escolhas, a necessidade de **orientação** se faz cada vez mais urgente, e é aí que a Inteligência Artificial (IA) entra em cena, oferecendo assistência na tomada das melhores decisões de compra. As **tecnologias emergentes** adquirem uma relevância ainda maior na vida cotidiana das pessoas, permeando todos os momentos de suas rotinas e se tornando indispensáveis para uma experiência de consumo mais eficiente e personalizada. Nesse ambiente em constante transformação, a interseção entre a **variedade de opções, a assistência da IA e o papel fundamental das tecnologias** molda o futuro do varejo, criando um cenário onde a inovação e a conveniência são os pilares de uma jornada de consumo cada vez mais dinâmica e envolvente.

Segundo a Gartner, “até 2027, 90% dos varejistas de nível 1 executarão com sucesso pelo menos um caso de uso GenAI que transforme os negócios”.

E quais são as principais oportunidades de negócio nesse contexto?



Criar soluções tecnológicas alinhadas aos reais valores dos clientes



Optar pelo aperfeiçoamento de algoritmos que garantam uma curadoria hiper personalizada aos desejo de cada consumidor



Adicionar modelos preditivos afinados que possam antecipar desejos de compra que nem mesmo o consumidor conseguiria prever



Estar alinhado às regulamentações da LGPD para garantir ao usuário o controle de seus dados, ao mesmo tempo em que cria conexões que permitam uma personalização sem precedentes das experiências de compra

CI&T POV

Como podemos te ajudar a escalar esses desafios?

Por Rodrigo Fantinatti e Renata Feltrin

É importante fazer um recorte de que não existe apenas um varejo, e sim vários, cada um com uma maturidade digital diferente. Utilizar recursos de Inteligência Artificial para conhecer não apenas o cliente, mas o ecossistema onde ele está inserido e, a partir disso, prever tendências, já é uma realidade para empresas desse setor. No entanto, a falta de expertise na gestão dos dados ainda é um entrave que impede grandes varejistas de acessarem esse potencial.

Um exemplo de mercado que pode obter bons resultados com isso são os que atuam no **varejo alimentar, como supermercados e redes de restaurantes**, pois são capazes de coletar grande volume de dados. Já no varejo de vestuário, as possibilidades envolvem também o uso de Inteligência Artificial para **criação de coleções** e a **hiper personalização**, com **recomendação de produtos** similares, complementares, de acordo com a ocasião

ou preferências do cliente.

Vale lembrar que, quando o uso de IA está em pauta, **não basta apenas ter os dados** que servirão como matéria-prima da tecnologia, mas possuí-los de forma possível de **serem utilizados com Inteligência Artificial**.

Uma das diferentes formas que a CI&T pode apoiar negócios no varejo é através da integração, consolidação e arquitetura de dados para destravar potenciais de negócio com Inteligência Artificial.

TECNOLOGIA MODULAR

■ *Market anything,*
■ *anywhere,*
■ *anytime*

Estamos nos encaminhando para uma era em consolidação em que as tecnologias possibilitarão a qualquer hora que qualquer pessoa compre o que quiser, quando quiser e de qualquer lugar. Com a vida das pessoas se tornando cada vez mais tecnológica, todos os momentos do dia se tornam potenciais para compras. Nesse contexto, a **integração e os métodos de pagamento** passarão por uma transformação radical, oferecendo inúmeras possibilidades para os consumidores realizarem suas compras sem restrições. A combinação de tecnologia avançada e a crescente digitalização da vida cotidiana criarão um cenário onde a **conveniência e a acessibilidade** serão os principais pilares do comércio varejista do futuro. Segundo a Box1824, é daí que nasce **a principal tendência tecnológica para o Varejo: “Tudo é Marketplace”**, não existe fronteira entre pesquisa, entretenimento e conversão de

compras: em todos os espaços é possível realizar o consumo.

De acordo com a Gartner, no estudo Predicts 2024: Composable Modularity Shapes the New Digital Foundation, “A transformação das lojas será sustentada pela implantação criteriosa de tecnologia. Os líderes de produtos precisam apoiar e demonstrar capacidades tecnológicas combináveis em suas ofertas baseadas em espaços que tragam inteligência e agilidade essenciais para as lojas, bem como para seus associados.”

E quais são as principais oportunidades de negócio nesse contexto?



Desenvolver um novo Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), que não se limita mais a simples interações pontuais; ele se transforma em um verdadeiro relacionamento contínuo e personalizado



Ensinar seus chatbots e a IA sobre interações passadas do consumidor, proporcionando uma experiência cada vez mais inteligente e adaptada às necessidades individuais de cada cliente



Adotar a assistência instantânea e eficiente em todas as suas plataformas digitais



Recriar seus espaços físicos, adotando locais onde os clientes podem testar e interagir com os produtos de forma prática e imersiva



Adicionar experiências que garantam que cada visita se torne memorável e única, proporcionando sensações e emoções que vão além da simples transação comercial



Oferecer espaços informativos que garantam aos consumidores a oportunidade de aprenderem mais sobre os produtos, suas origens, processos de fabricação e impactos



Desenvolver plataformas de gamificação, criando momentos de diversão e engajamento que tornem a experiência de compra mais envolvente



Criar plataformas de cursos para vendedores, que garantam a eles conhecimento técnico e aprofundado sobre os produtos, desenvolvendo a capacidade de oferecer insights valiosos e resolver dúvidas dos clientes com autoridade e confiança

CI&T POV

Como podemos te ajudar a escalar esses desafios?

Por Rodrigo Fantinatti e Renata Feltrin

Algumas pessoas ainda cometem o engano de perceber a tecnologia móvel apenas do ponto de vista da compra via aplicativo proprietário. Mas uma estratégia digital deve ir muito além da venda e, acima de tudo, compreender que os meios digitais são apenas mais um dos **muitos canais na jornada omnichannel**, não um destino final.

Na CI&T um projeto de **Situation Commerce** foi desenvolvido para uma grande rede de restaurantes com o uso de IA Generativa. Nele, o desafio de simplificar e acelerar a experiência de compra do cliente foi alcançado por meio do desenvolvimento de um chat de autoatendimento, o qual permitiu uma tomada de decisão sem esforço, identificando as intenções de compra, de forma **totalmente integrada ao e-commerce existente**. Dessa forma, a sinergia entre e-commerce, marketplace, mobile e outras tecnologias, potencializadas por IA, tornam-se

caminho para oferecer uma **experiência hiper personalizada** para o cliente, transformando a compra em um momento único e prazeroso.

Esse é um exemplo em que a Inteligência Artificial Generativa foi aplicada em uma **interface direta com o cliente** para aumentar os níveis de experiência. Contudo, iniciativas como essa podem ser aplicadas também na **capacitação de times** que farão o atendimento, trazendo informações, por exemplo, de últimas compras, estratégias de vendas e estruturação de pedidos através de *copilots* que transformam vendedores em especialistas. Em ambos os casos a CI&T possui projetos bem-sucedidos que entregaram aumento de eficiência operacional e até mesmo agilidade na gestão de mudanças de cultura organizacional.

Em outro caso, o time britânico de uma grande montadora de automóveis europeia buscava uma solução digital que aprimorasse a maneira como exibiam os carros da marca ao visitar os principais prospects de vendas de frota, a qualquer hora, em qualquer lugar do mundo.

Para atender esta demanda a CI&T construiu uma **solução imersiva**, apresentando um

ambiente de showroom virtual 3D realista.

Isso permitiu que os vendedores levassem veículos da marca, até então indisponíveis no Reino Unido, para os escritórios dos compradores de frota e os demonstrassem em um cenário 3D.

Esta aplicação de tecnologias imersivas aprimorou a experiência de compra do cliente e possibilitou alcançar níveis de escala antes impraticáveis, fortalecendo inclusive a pré-venda de veículos ainda a serem lançados para o mercado.

CENÁRIOS MÚLTIPLOS

■ *Espaços diversificados com diferentes contextos*

O espaço físico está longe de desaparecer – na verdade, está se tornando cada vez mais relevante. Mesmo as Big Techs estão reconhecendo essa importância e se movendo para estabelecer (ou restabelecer) sua presença física. Segundo a Box1824, “haverá uma onda de expansão e migrações para o ambiente físico nos próximos meses e anos”. A noção de consumo está evoluindo para algo menos materialista e mais focado no **desenvolvimento pessoal e na preservação do meio ambiente**. Esse deslocamento de ênfase está impulsionando uma reconfiguração do espaço físico no varejo, à medida que os consumidores buscam experiências mais significativas e **alinhadas com seus valores pessoais e objetivos de vida**.

Uma pesquisa do The Future Laboratory indica que “com 68% dos cidadãos do planeta previstos para viver em cidades até 2050, isso exige novas abordagens sobre como nossas

ruas e espaços são usados, ao lado de um reenquadramento de quem e quais são as prioridades para nossas cidades futuras.”

E quais são as principais oportunidades de negócio nesse contexto?



Desenvolver espaços físicos e digitais diversificados, que permitam experiências mais completas e integradas, onde os consumidores possam satisfazer múltiplas necessidades e interesses em um único local



Criar centros dinâmicos que sejam verdadeiramente humanos e comunitários, onde o comércio é uma consequência natural, não o objetivo principal



Adotar tecnologias sem perder a ênfase na humanização, garantindo sempre um toque pessoal e a atenção aos detalhes na experiência do consumidor

CI&T POV

Como podemos te ajudar a escalar esses desafios?

Por Rodrigo Fantinatti e Renata Feltrin

Durante a pandemia vimos muitos negócios físicos fecharem, e agora está ocorrendo uma reabertura desses negócios com o objetivo de proporcionar uma nova experiência aos clientes. Nesse contexto, **o phygital assume destaque para conectar ambientes virtuais e tradicionais em uma mesma jornada de compra.**

Em um de nossos projetos para o varejo esportivo, desenvolvemos uma solução digital móvel para apoiar vendedores na abordagem com clientes dentro da loja. Esse é um caso que considera o **espaço físico como uma parte da jornada** de compra, aproveitando dados de comportamentos **digitais** anteriores para **aumentar a conversão das vendas presenciais.**

Existem ainda diversos desafios para os varejistas, mas com a tecnologia aliada ao conhecimento de processos e um time de especialistas como o da CI&T, temos certeza

que podemos ajudar a superá-los com o uso de IoT, dados e IA para criar ambientes mutáveis e adaptáveis que façam parte da jornada de compra do cliente.

Além deste case de sucesso, construímos uma **experiência imersiva em 3D**, com uma proposta phygital, integrada com os ambientes físicos de um grande empreendimento de um **campus de luxo**, proporcionando uma conexão personalizada com os ambientes independentemente da localização dos clientes.

Através desta réplica virtual construída a partir do projeto estrutural e conectado a um navegador geográfico personalizado, integrando e sincronizando eventos e experiências ao vivo para o público, foi estabelecido um novo padrão em interação virtual e oportunidades comerciais.

CAPÍTULO 02

O FIM É APENAS O COMEÇO!



Oferecemos a você uma visão abrangente das mudanças profundas que estão ocorrendo no Varejo devido à interseção entre tecnologia e inovação. Ao longo das eras, temos testemunhado transformações significativas na forma como consumimos e vivemos experiências de compra. Hoje, mais do que nunca, estamos imersos em uma era de transformação acelerada, impulsionada pela tecnologia.

Desde a ascensão da internet até as recentes inovações em Inteligência Artificial, como a Gen AI, estamos passando por uma revolução digital que está remodelando não apenas a jornada de compra, mas também a própria essência do Varejo. No entanto, é importante ressaltar que a tecnologia é apenas uma ferramenta: **o verdadeiro poder reside no potencial humano e na visão compartilhada, que moldarão o futuro do Varejo.**

Com as informações e estratégias apresentadas neste e-book, você estará preparado para aproveitar as oportunidades emergentes e desbloquear o potencial máximo do seu negócio nesta nova era.

Nós da CI&T adotamos a eficiência em nossos projetos de ponta a ponta, entendemos as diferentes dinâmicas do varejo, atreladas à necessidade de se estar à frente desse mercado. Queremos ajudá-lo de forma rápida a ser o grande orquestrador das necessidades do seu cliente, usando a tecnologia para criar experiências únicas e eficientes.

Nossos especialistas estão à disposição para criar soluções digitais que transformem seus desafios, trazendo valor tangível, com ganhos reais de produtividade e resultados sólidos.



FALE COM NOSSOS ESPECIALISTAS



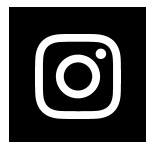
Rodrigo Fantinatti
Business Manager
rodrigoft@ciandt.com



Renata Feltrin
Executive Director
rmello@ciandt.com



ciandt.com/br



[@ciandt](https://www.instagram.com/ciandt)



linkedin.com/company/ciandt



Box 1824
Part of the
CI&T family