



Estratégias digitais no Varejo

Tendências e insights
sobre digitalização,
automação e inteligência
de dados

Mirante
Tecnologia

O varejo especializado no Brasil está diante de um cenário promissor, impulsionado pela expansão digital e por uma crescente demanda por experiências personalizadas e integradas.

Este relatório explora o atual estágio de maturidade digital do varejo brasileiro em comparação com mercados internacionais, destacando desafios críticos em áreas estratégicas como descoberta de produtos, checkout, fulfillment e atendimento ao cliente.

Um dos grandes diferenciais competitivos para os próximos anos será a adoção estratégica da Inteligência Artificial Generativa (IA), transformando não apenas a experiência do consumidor, mas também revolucionando os processos internos das empresas. Executivos do setor já identificam oportunidades claras na utilização da IA para personalizar o relacionamento com o cliente, otimizar operações logísticas e elevar a jornada de compra a novos patamares.

Este material ainda destaca a importância do investimento em tecnologia para a retenção e engajamento de talentos, apresentando como ferramentas digitais têm sido cruciais para melhorar a produtividade e a satisfação dos funcionários. Automatização, uso estratégico de dados e aplicação de tecnologias inovadoras como scanners inteligentes e análise preditiva surgem como prioridades executivas para otimizar inventários e prevenir perdas.

Por fim, destacamos tendências-chave que moldarão o varejo digital nos próximos anos, incluindo coleta e análise avançada de dados, expansão do consumo consciente e o crescimento contínuo das estratégias omnichannel. Estas tendências, combinadas à inovação tecnológica e à transformação organizacional, serão fundamentais para que as empresas brasileiras consolidem sua competitividade no cenário global.

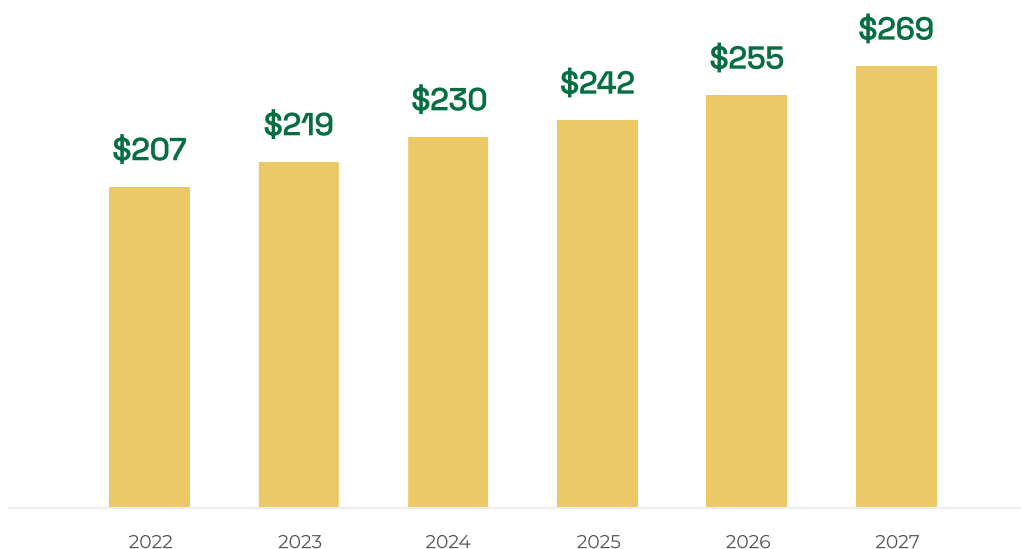
Boa leitura!

Cenário brasileiro

O varejo especializado no Brasil vive um momento único de expansão digital, com projeções positivas para os próximos anos. A transformação digital não é apenas uma tendência, mas uma necessidade estratégica para as marcas especializadas que buscam acompanhar a expectativa crescente dos consumidores por experiências cada vez mais personalizadas e integradas.

Total de vendas de Itens Segmentados no Brasil

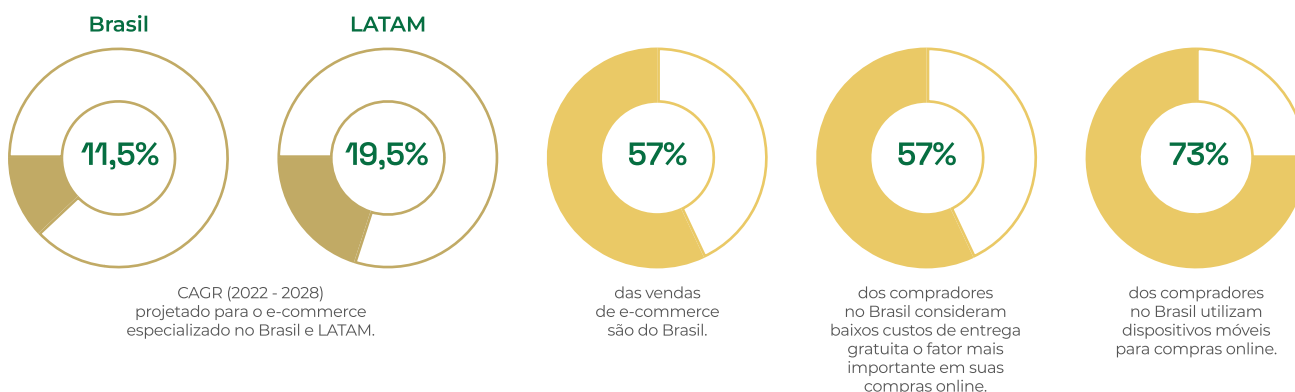
Em bilhões de dólares



Fonte: 2024 Unified Commerce Benchmark - LATAM | Edição Brasil

As expectativas de crescimento do varejo especializado brasileiro refletem uma tendência de forte digitalização e integração tecnológica. Impulsionadas pela mudança no perfil dos consumidores, as marcas nacionais têm investido significativamente em iniciativas digitais que vão além da presença online básica, incluindo estratégias sofisticadas de omnichannel e personalização da experiência.

Entretanto, para aproveitar plenamente este potencial, os varejistas brasileiros ainda precisam superar desafios importantes ligados à eficiência operacional, logística integrada e fidelização dos clientes - fatores críticos para garantir uma experiência consistente e competitiva no cenário internacional.



Fonte: 2024 Unified Commerce Benchmark - LATAM | Edição Brasil

Maturidade por região

Os varejistas especializados no Brasil têm uma Maturidade Geral de Comércio Unificado mais baixa em comparação com a média de LATAM

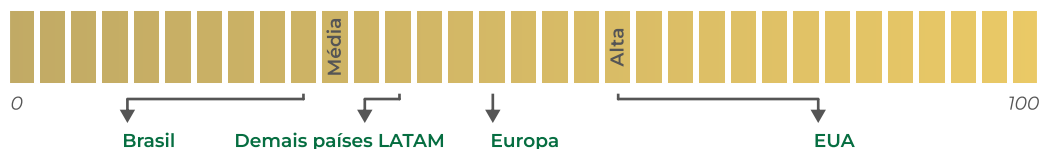
Maturidade geral



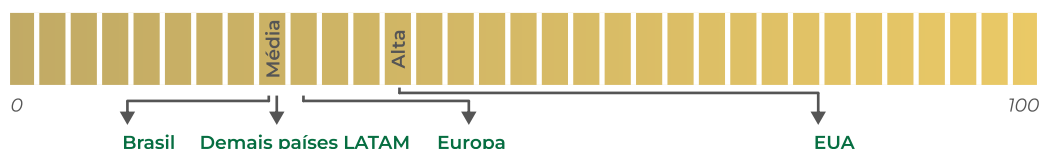
Busca e Descoberta



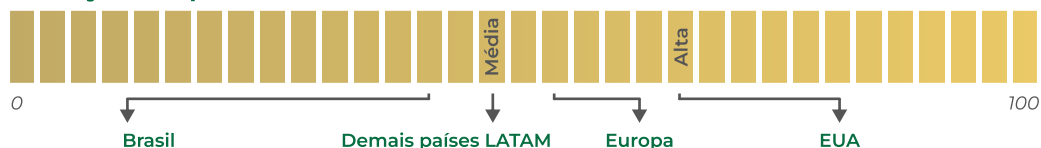
Carrinho e Checkout



Promessa e Fulfillment



Serviço e Suporte



Fonte: 2024 Unified Commerce Benchmark - LATAM | Edição Brasil

Ao observar o nível de maturidade digital dos varejistas brasileiros em comparação com outros mercados internacionais, fica evidente que o Brasil está avançando de maneira desigual. As categorias de **"Busca & Descoberta"** e **"Carrinho & Checkout"** são aquelas em que os varejistas brasileiros apresentam desempenho relativamente mais próximo dos mercados globais mais maduros, indicando que o foco inicial das marcas nacionais tem sido a experiência na entrada e fechamento da compra.

Contudo, é notável uma lacuna significativa nas categorias **"Promessa & Fulfillment"** e **"Serviço & Suporte"**, áreas essenciais para a retenção de clientes e consolidação de uma experiência realmente integrada e satisfatória. Isso sugere que, apesar de avanços importantes na captação inicial do consumidor, o mercado brasileiro ainda tem grandes oportunidades de desenvolvimento em logística integrada, entregas ágeis, acompanhamento proativo e suporte ao consumidor pós-venda. A priorização dessas áreas pode representar um salto qualitativo para as marcas brasileiras que desejam se posicionar de maneira mais competitiva em escala global, reduzindo o gap atual em relação aos benchmarks de excelência dos mercados europeu e norte-americano.

IA: Transformando a descoberta de produtos e a experiência do cliente

A Inteligência Artificial Generativa (IA) está remodelando o setor de varejo, permitindo que marcas ofereçam experiências hiperpersonalizadas, maior eficiência operacional e descobertas de produtos otimizadas. Em 2025, espera-se que o varejo utilize a IA principalmente para personalizar interações, melhorar a jornada de compra e otimizar processos logísticos. Executivos do setor já reconhecem essa tendência:

50%

dos líderes de moda acreditam que a descoberta de produtos será o principal caso de uso para IA generativa

82%

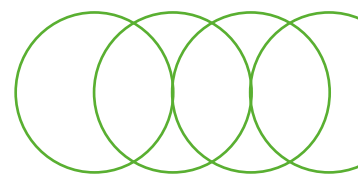
dos consumidores desejam que a IA os ajude a reduzir o tempo gasto pesquisando produtos

79%

dos consumidores querem que a IA entenda suas necessidades específicas e recomende produtos com mais precisão

Fonte: BoF - McKinsey State of Fashion 2025, Executive Survey.

Casos de uso da IA generativa com maior potencial em 2025, segundo executivos de moda



Além de aprimorar a descoberta de produtos, a IA está revolucionando outros aspectos do varejo, tornando a experiência do consumidor mais fluida e personalizada. No setor de marketing, algoritmos avançados analisam padrões de comportamento e preferências para oferecer comunicações altamente segmentadas, aumentando o engajamento e a conversão. No design de produtos, ferramentas de IA auxiliam na criação de coleções baseadas em tendências emergentes, otimizando o desenvolvimento criativo.

Nos bastidores, a tecnologia melhora a eficiência operacional, desde a gestão da cadeia de suprimentos até a automação logística. Com a implementação de IA em processos como previsão de demanda e gestão de estoques, as marcas reduzem desperdícios e garantem disponibilidade de produtos no momento certo.

A transformação digital no varejo não se limita ao atendimento ao consumidor; ela permeia todas as etapas da operação, tornando-a mais ágil, eficiente e alinhada às expectativas do novo consumidor digital.

Fonte: BoF - McKinsey State of Fashion 2025, Executive Survey.

A crescente complexidade do setor exige que as empresas adotem soluções tecnológicas para otimizar a gestão de estoques, reduzir desperdícios e aumentar a eficiência operacional. Com desafios como oscilações na demanda e escassez de mão de obra, a automação e a análise de dados emergem como fatores críticos para o sucesso.

Executivos do setor já reconhecem essa necessidade, e as principais prioridades para 2025 incluem investimentos em tecnologia, maior visibilidade dos estoques e adoção de ferramentas avançadas de previsão de demanda.



Atualizações tecnológicas requerem investimento

63%

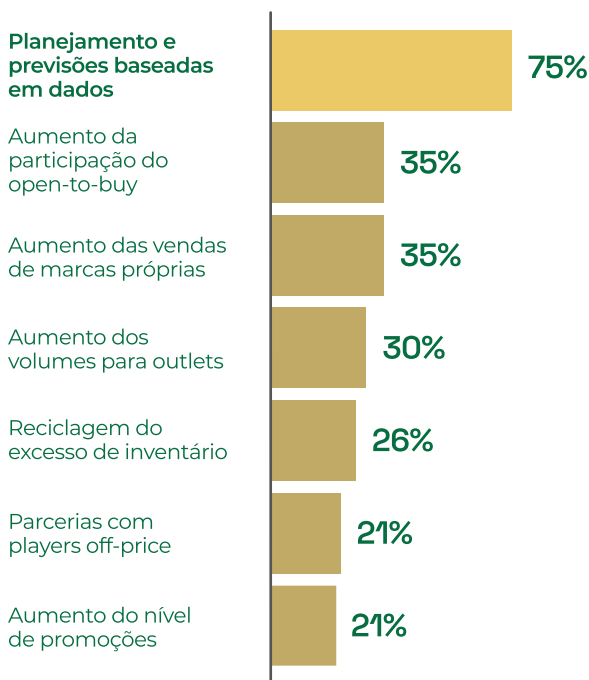
dos executivos da moda planejam aumentar os investimentos digitais e tecnológicos em 2025

Fonte: BoF - McKinsey State of Fashion 2025. Executive Survey.

Principais estratégias dos executivos de moda para otimização de inventário em 2025

Táticas proativas
(ferramentas baseadas em dados, como análise preditiva)

Táticas reativas (atividades tomadas em resposta à má alocação de inventário)



Fonte: BoF - McKinsey State of Fashion 2025. Executive Survey.

Impulsionando a prevenção de perdas

Tomadores de decisão acreditam que tecnologias-chave podem reduzir perdas



IA Generativa



Análises prescritivas



Scanners e câmeras de pagamento por autoatendimento



Monitores de visualização pública



Scanners e etiquetas RFID

Fonte: Pesquisa Global Anual de Consumidores. Zebra, 2024.

A automação é o futuro

85%

A empresa precisa de melhores ferramentas de gerenciamento de inventário para aprimorar a precisão e a disponibilidade

86%

+16 pp desde 2020

O uso cada vez maior de automação e robótica poderia compensar a escassez de mão e obra

76%

Planejam aumentar os investimentos em visibilidade de inventário

Fonte: Pesquisa Global Anual de Consumidores. Zebra, 2024.

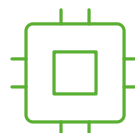
Tecnologia na retenção de talentos

A adoção de tecnologia no varejo não está apenas transformando a experiência do consumidor, mas também revolucionando o ambiente de trabalho para os colaboradores. Com ferramentas digitais cada vez mais integradas ao dia a dia das operações, os funcionários têm mais autonomia, eficiência e satisfação no desempenho de suas funções. Estudos indicam que o uso de dispositivos móveis e soluções digitais facilita o gerenciamento de tarefas e melhora a experiência no trabalho, impactando diretamente a retenção de talentos. Em um setor onde a rotatividade de funcionários pode ser alta, a tecnologia se torna um diferencial estratégico para manter equipes motivadas e produtivas.

A tecnologia impulsiona a fidelização da mão de obra

85% +3 pp
ao ano
dos **funcionários**
concordam

85% +1 pp
ao ano
dos **tomadores de
decisão** concordam



Lojas que utilizam
tecnologias de varejo
e dispositivos móveis
conseguem atrair e
reter funcionários

Fonte: Pesquisa Global Anual de Consumidores. Zebra, 2024.

Funcionários preferem realizar tarefas com a ajuda da tecnologia —

85%
Preferem gerenciar
sua agenda por meio
de dispositivo móvel/
aplicativo

85% +6 pp
ao ano
Preferem tarefas prescritas
automaticamente para
organizar seu dia e entender as
tarefas certas a serem executadas

86% +7 pp
ao ano
Planejam colaborar
com sua equipe através de
dispositivos móvel/aplicativo
da loja

Fonte: Pesquisa Global Anual de Consumidores. Zebra, 2024.

A inovação no setor varejista não se limita apenas ao atendimento ao cliente. Ferramentas como visibilidade de inventário em tempo real, assistentes virtuais e inteligência artificial estão otimizando a gestão de estoques e facilitando a jornada dos consumidores. A adoção de tecnologia na linha de frente das operações melhora a precisão na reposição de produtos, reduz desperdícios e antecipa demandas sazonais. Além disso, soluções como RFID, checkout automatizado e dispositivos móveis interativos proporcionam maior agilidade e eficiência para os colaboradores, resultando em uma experiência de compra mais fluida e personalizada.

Principais tecnologias mencionadas pelos funcionários para ajudá-los a criar uma melhor experiência para o cliente


82%

Visibilidade
de inventário
em tempo real


76%

Software de
agendamento de
escalas de trabalho


72%

Software de
gerenciamento
de tarefas


70%

Aplicativos de
distanciamento social
ou rastreamento
de contatos


67%

Scanner em
formato de anel


62%

RFID de frequência
ultra-alta (UHF)


61%

Inteligência
Artificial


57%

Cobots, robôs,
automação inteligente

Fonte: Pesquisa Zebra, 2022.

Será crucial para os varejistas desenvolver uma proposta de valor completa para os funcionários

PRIORIDADES EXECUTIVAS

Capacitar a equipe com treinamento e ferramentas para melhorar as interações com os clientes

Aprimorar a equipe da loja fornecendo a eles o conhecimento e as ferramentas necessárias para melhorar a satisfação e o engajamento do cliente. Isso pode incluir treiná-los em gestão de relacionamento e especialização em produtos, bem como fornecer ferramentas e análises em tempo real sobre clientes para melhorar as recomendações de produtos.

Motivar os funcionários da loja com estruturas de incentivo mais amplas

Estender incentivos financeiros e não financeiros para impulsionar a conversão e o valor do cliente a longo prazo, recompensando funcionários que promovem futuras compras digitais além das compras presenciais imediatas. Incorporar os objetivos de gestão corporativa e da loja para ilustrar como eles são valorizados por toda a organização.

Otimizar processos para realocar os funcionários da loja em atividades de alto valor

Automatizar e digitalizar processos manuais selecionados, como merchandising e devoluções, para reformular o papel dos funcionários da loja de maneira que impulsione a conversão do cliente. Identificar onde alocar funcionários de vendas versus opções automatizadas ou de autoatendimento analisando os principais pontos de conversão que maximizam o retorno sobre o investimento.

Reter funcionários com coaching e interações individuais

Fazer mudanças nos benefícios dos funcionários para atrair e reter profissionais de alta qualidade nas lojas, adaptando essas mudanças ao perfil do funcionário-alvo e suas motivações. Nesse processo, planos de desenvolvimento de carreira serão essenciais para impulsionar a retenção e a adesão à marca. Os principais varejistas podem alcançar isso oferecendo cursos de formação no estilo de academias que envolvem totalmente seus funcionários.

Tendências

Coleta e Análise de Dados

O futuro do varejo será baseado em dados e personalização. A adoção de big data e inteligência artificial permitirá ofertas personalizadas, elevando as taxas de conversão em 30% (*Deloitte*). No Brasil, **57% dos consumidores** esperam recomendações baseadas no seu comportamento de compra (*Ebit/Nielsen*), o que significa que varejistas precisarão aprofundar seu conhecimento sobre clientes.



Modelos preditivos ajudarão a prever demanda, otimizar estoques e melhorar campanhas de marketing. Marcas que não utilizarem dados para guiar decisões perderão competitividade.

Inteligência Artificial no Varejo

A IA será o principal motor da inovação no varejo, automatizando desde atendimento até gestão de estoques. Segundo o *BCG*, a implementação da IA pode reduzir custos operacionais em 30% e melhorar a eficiência dos estoques em 25%. Além disso, até **75% das interações** com clientes no varejo serão automatizadas até 2025 (*Gartner*).



O uso de chatbots, assistentes de compra por voz e precificação dinâmica será padrão. No e-commerce, a recomendação personalizada com IA ajudará a aumentar a conversão e a retenção de clientes.

Expansão do Consumo Consciente

A sustentabilidade será decisiva na escolha do consumidor. Globalmente, **53% dos compradores** preferem marcas ambientalmente responsáveis (*IBM*). No Brasil, 57% valorizam embalagens sustentáveis e 54% priorizam empresas com boas práticas ESG (*Unified Commerce Benchmark*).



A circularidade no varejo de moda se intensificará, com iniciativas como revenda, aluguel e upcycling. Além disso, empresas precisarão garantir transparência sobre impacto ambiental e práticas trabalhistas para conquistar a confiança do público.

Comércio Unificado (Omnichannel)

A integração entre lojas físicas e digitais será obrigatória. Hoje, **73% dos brasileiros** pesquisam em múltiplos canais antes de finalizar uma compra (*Google*), e varejistas que oferecem uma experiência omnichannel veem um aumento de 20% no ticket médio (*Harvard Business Review*).



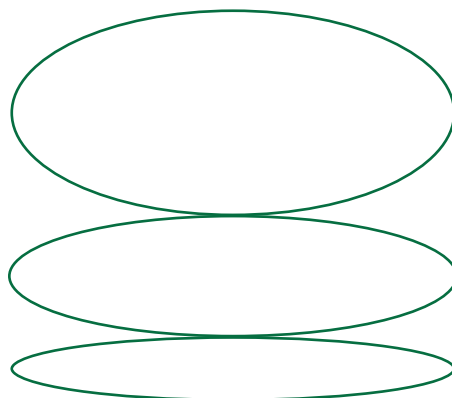
Estratégias como clique e retire, provadores virtuais e personalização em tempo real serão essenciais. Além disso, a experiência de compra imersiva via realidade aumentada e metaverso ganhará espaço, impulsionando a fidelização.

Novas Formas de Pagamento

O Pix já representa **35% das transações** comerciais no Brasil e deve se consolidar como o principal meio de pagamento até 2026 (*Banco Central*). Além disso, 40% dos consumidores brasileiros já preferem a opção de "compre agora, pague depois" (*BNPL - Buy Now, Pay Later*), tendência que vem crescendo globalmente (*Ebanx*).



O varejo precisará oferecer diversidade nos pagamentos, incluindo carteiras digitais, parcelamentos flexíveis e convergência na forma de pagamento para atrair consumidores que priorizam conveniência.



Sobre a Mirante

Há **27 anos** no mercado, nos dedicamos a acelerar a transformação digital, levando eficiência operacional aos negócios, através de soluções tecnológicas inovadoras.

Desenvolvemos soluções para atender necessidades específicas do negócio para impulsionar o crescimento da sua empresa.

Clientes com mais de 20 anos de parceria

Atuação nível nacional focada em negócios enterprise

Foco na cadeia de valor do cliente

Excelência em clima organizacional



Benefícios ao escolher



Cadeia de valor



Eficiência operacional melhorada



Redução de custos



Agilidade e flexibilidade



Parceria estratégica



NPS 90

Atendimento de excelência é o nosso valor

Grandes empresas confiam em nosso trabalho



Isenção de responsabilidade

Este relatório destina-se apenas a fins informativos, com base em informações disponíveis em domínio público. Embora as informações fornecidas tenham sido obtidas de fontes consideradas confiáveis, a Mirante Tecnologia não atesta sua precisão ou integridade.

Nenhuma representação ou garantia, expressa ou implícita, é feita em relação à integridade, precisão, pontualidade ou adequação de todas e quaisquer informações e dados contidos em qualquer parte do relatório. A Mirante Tecnologia não será, em caso algum, responsável por quaisquer danos ou perdas diretas, indiretas, incidentais, especiais, consequenciais ou exemplares (incluindo, sem limitação, lucros cessantes), que possam surgir ou derivar direta ou indiretamente do uso ou dependência de informações contidas neste relatório.

Todas as informações contidas neste relatório estão sujeitas a alterações pela Mirante Tecnologia sem aviso prévio. A aprovação prévia por escrito da Mirante Tecnologia é necessária para reimprimir ou reproduzir este relatório no todo ou em parte. Todos os conteúdos, textos, imagens, dados, informações e outros materiais exibidos, incluindo quaisquer marcas comerciais ou direitos autorais da Mirante Tecnologia, são de propriedade da Mirante Tecnologia ou do proprietário designado e são protegidos pelas leis aplicáveis.





mirante.net.br

A Mirante Tecnologia é especializada em
impulsionar negócios cocriando soluções digitais
que aceleram a transformação e inovação digital.

Fale com nossos especialistas