



Realização:



6ª edição - Estudo

Transformação Digital no Varejo Brasileiro

Parceria:



Apoio:



64% concordam que a “Inteligência artificial se tornou prioridade na agenda de transformação digital para sua empresa em 2024.”

Abril/2024

Transformação Digital

1. Introdução e objetivos

2. Metodologia

3. Principais Destaques

4. Perfil das empresas

5. Resultados





INTRODUÇÃO E OBJETIVOS

A **TRANSFORMAÇÃO DIGITAL** se refere ao uso de tecnologias digitais para melhorar e aprimorar a experiência de compra dos consumidores e os processos das empresas. Isso envolve a adoção de novas tecnologias e estratégias para atender às mudanças do mercado, trazendo eficiência operacional e aumento de vendas.

Alguns exemplos de iniciativas de transformação digital no varejo incluem:

- Omnicanal: integração de canais *online* e *off-line*;
- Análise de dados: obtenção de insights sobre o comportamento e preferências dos clientes;
- IA e automação: simplificação das operações e aumento de eficiência.

Objetivos do estudo

01.

Entender os principais
motivadores para a
agenda de
transformação digital
das empresas
varejistas



02.

Mapear os impactos
positivos e negativos
da transformação
digital dos negócios
do varejo



03.

Entender o nível de
integração das
empresas com a
agenda da
transformação digital



METODOLOGIA

Metodologia

Tipo de Pesquisa:

Exploratória, com executivos responsáveis por transformação digital nas empresas

Amostra:

30 empresas representantes dos maiores *players* de varejo do Brasil, em 10 diferentes segmentos do varejo

Coleta de dados:

- 1ª edição - 2019: 11/02 a 26/02
- 2ª edição - 2020: 09/03 a 02/04
- 3ª edição - 2021: 12/02 a 12/03
- 4ª edição - 2022: 14/02 a 21/03
- 5ª edição – 2023: 06/03 a 24/03
- 6ª edição – 2024: 11/03 a 05/04



PRINCIPAIS DESTAQUES

Destques do estudo



- **Aumento do investimento em transformação digital:** 48% das empresas varejistas pretendem investir MAIS em T.D. As principais áreas de implementação estão relacionadas à **e-Commerce (69%), CRM (69%) e Omnicanalidade (65%)**.
- **Em 46% das empresas varejistas entrevistadas, o investimento em transformação digital ficou em torno de 0,45% do faturamento bruto.**
- 100% das empresas entrevistadas concordam que a pandemia foi uma grande alavanca para o aumento dos investimentos na transformação digital no varejo.
- **Os principais benefícios trazidos pelos investimentos em transformação digital são o aumento da RECEITA (77%) e o aumento do ENGAJAMENTO do consumidor (77%).**

Destques do estudo



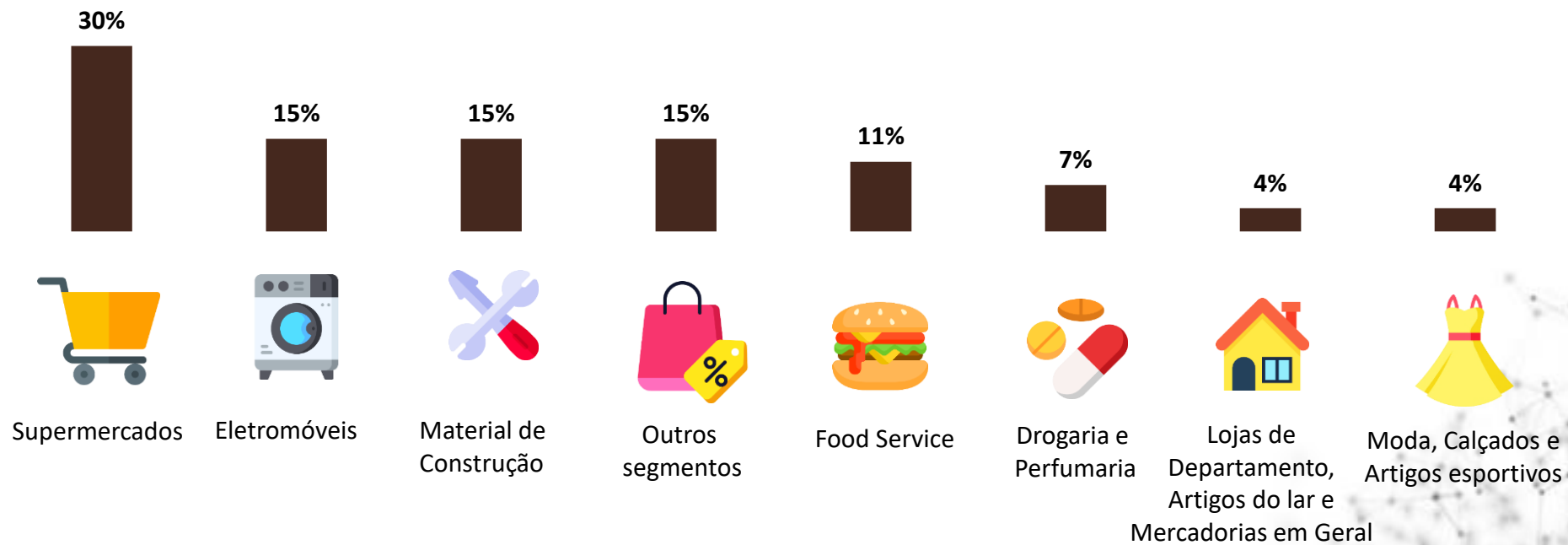
- Grau de prioridade de Iniciativas relacionadas a Transformação Digital no relacionamento com o consumidor:
 - ✓ **Inteligência Artificial**
 - ✓ **RFID**
 - ✓ **Visão computacional**
- As iniciativas mais destacadas para implementação nos próximos 12 meses são **Inteligência Artificial (84%), Visão Computacional (28%) e RFID (20%)**.
- 64% das empresas concordam com a afirmação: ***“Inteligência artificial se tornou prioridade na agenda de transformação digital para sua empresa em 2024.”***
- O investimento em transformação digital é realidade no varejo, porém ainda há **dificuldades em sua implementação**, principalmente na **parte financeira (32%)**, na **mudança da cultura organizacional (28%)** e em **processos (24%)**.



PERFIL DAS EMPRESAS

Perfil das empresas

SEGMENTOS



Perfil das empresas

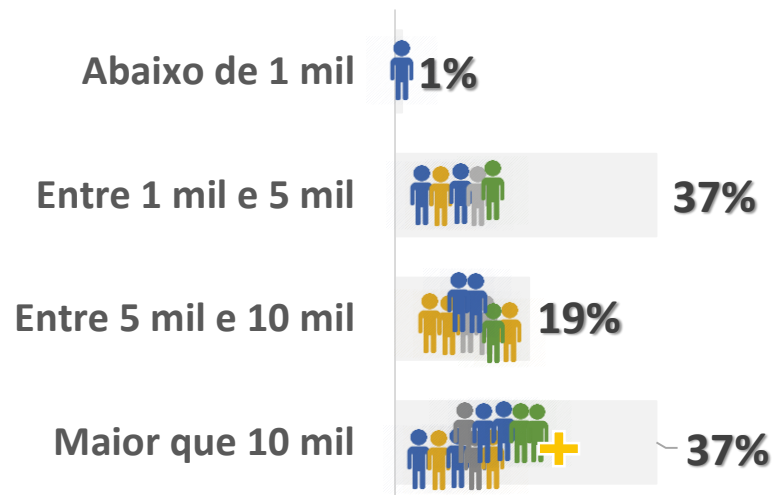


Perfil das empresas

NÚMERO DE LOJAS



NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS



ESTADO SEDE

SP	67%
RS	15%
SC	7%
RJ	4%
PR	4%
GO	4%

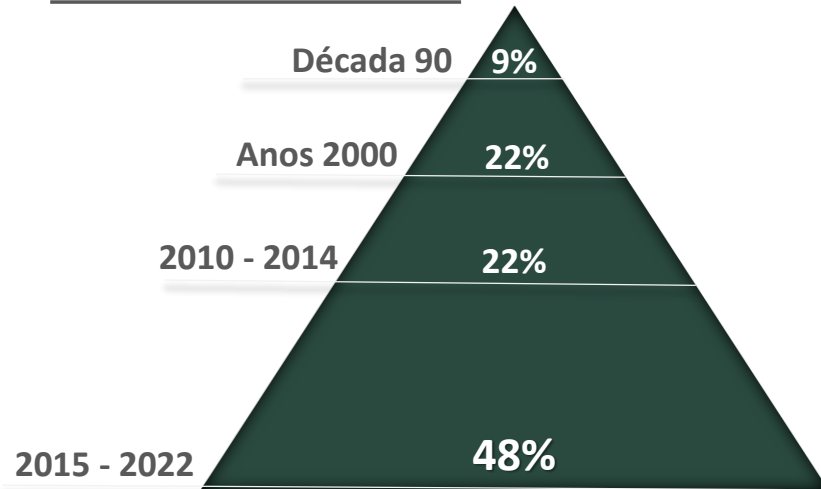
Nº DE ESTADOS COM PDV

26 Estados + DF	37%
Entre 20 e 25 Estados	11%
Entre 15 e 19 Estados	4%
Entre 10 e 14 Estados	0%
Entre 5 e 9 Estados	15%
Entre 2 e 4 Estados	19%
1 Estado	15%

Perfil das empresas

85% possuem e-commerce

Início do e-Commerce



65% possuem marketplace próprio (Marketplace In)

Em 2023 eram 38%.

96% possuem marketplace de terceiros (Marketplace Out)

Perfil das empresas

69% fazem uso do modelo híbrido de trabalho.

31% modelo presencial
0% modelo remoto

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DO TRABALHO HOME OFFICE:

Qualidade de vida (flexibilidade de horário)	94%
Contratação de profissionais que residem em outras cidades	67%
Aumento da produtividade	33%
Redução de custos	33%
Motivação	17%



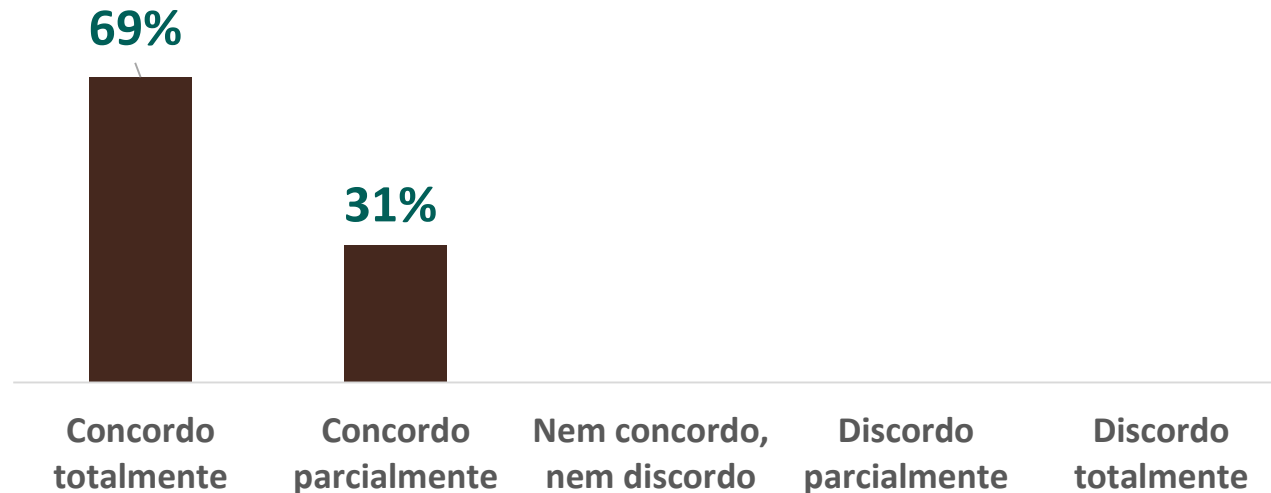


RESULTADOS

A transformação digital do varejo **acelerou após 2020.**

100% DAS EMPRESAS CONCORDAM QUE:

“A pandemia foi uma grande alavanca para o aumento dos investimentos na transformação digital no varejo.”



Transformação digital se tornou **prioridade estratégica.**

63% A transformação digital É PRIORIDADE na empresa, e faz parte do desenvolvimento de planos estratégicos, com investimentos e ações definidas.

30% Já possuímos algumas ações formalizadas, ou seja, iniciativas para investimentos estratégicos digitais em pessoas, processos e tecnologias.

7% A transformação digital não é prioridade na empresa.



Investimentos em transformação digital se concentram em áreas voltadas para os clientes.

Transformação Digital nos próximos 12 meses:

48%
Pretendem investir MAIS
Em 2023 eram 64%

48%
Pretendem MANTER
os investimentos
Em 2023 eram 36%

4%
Pretendem investir MENOS
Em 2023 era 0%



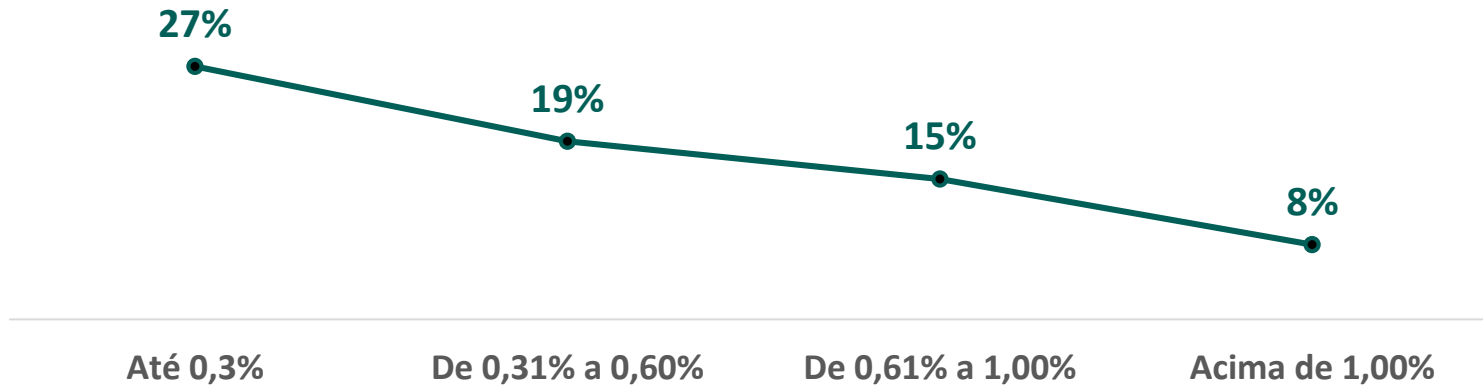
PRINCIPAIS ÁREAS DE INVESTIMENTO



Apesar de ser estratégico,

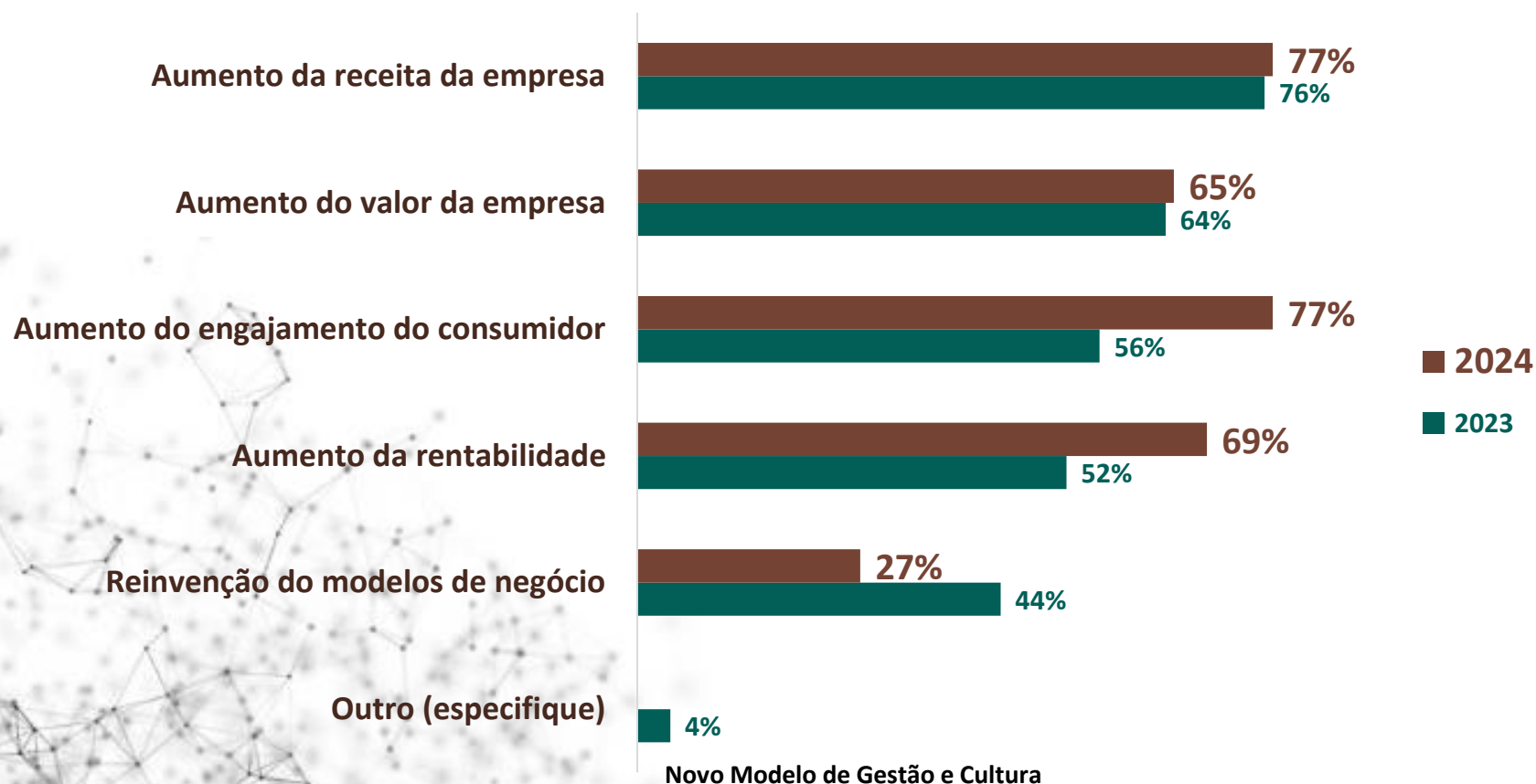
investimento em transformação digital é baixo.

**Investimento em Transformação
Digital sobre o faturamento bruto:**



Ações de transformação digital têm potencial disruptivo para empresas.

Benefícios obtidos ou que pretendem obter com o investimento em transformação digital

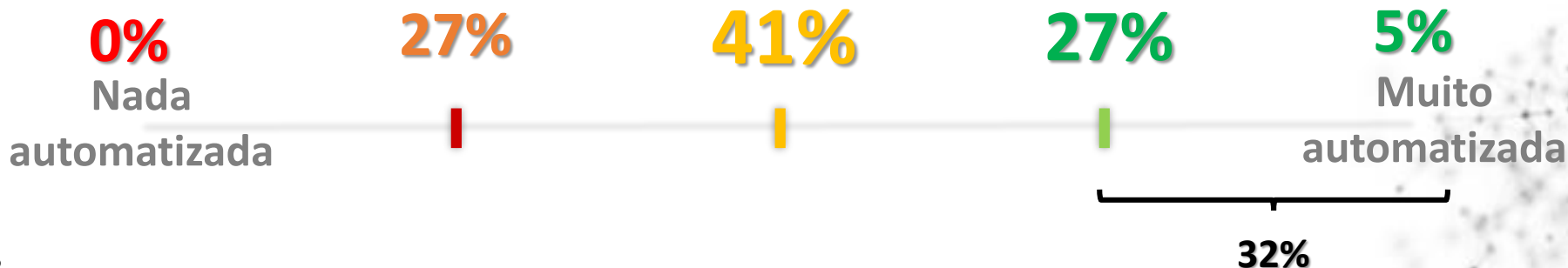


Os varejistas consideram-se razoavelmente automatizados.

Uma empresa totalmente automatizada abraça a necessidade de transformação digital e aproveita-a para fornecer um serviço melhor, mais preciso e mais rápido, que aumenta a satisfação de seus consumidores.



O quanto as atividades da empresa estão automatizadas?



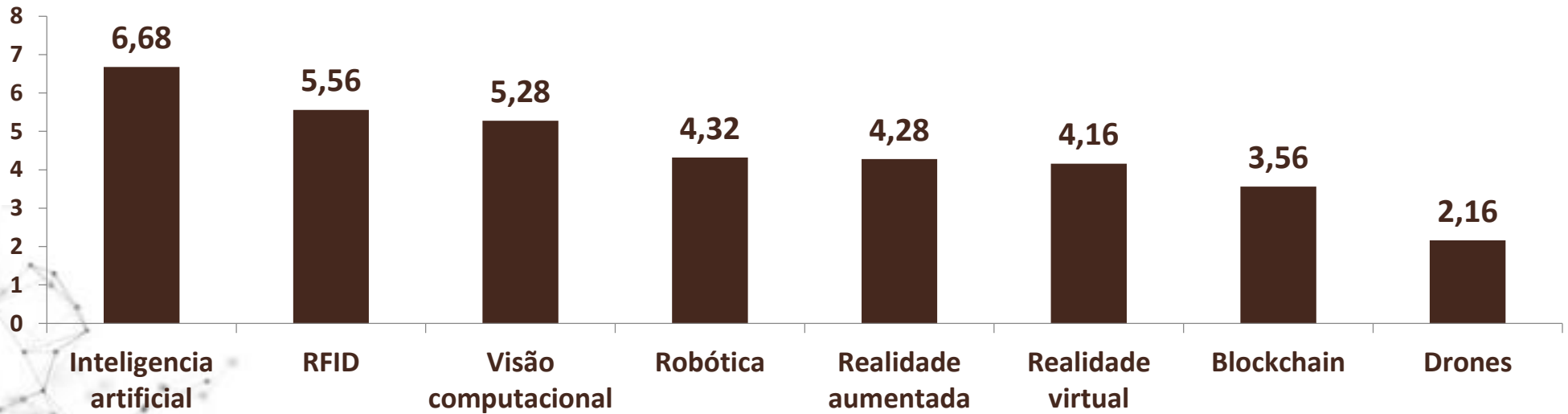
Inteligência Artificial

se destaca como principal iniciativa.

64% concordam com a afirmação:

“Inteligência artificial se tornou prioridade na agenda de transformação digital para sua empresa em 2024.”

Grau de prioridade das iniciativas:



Iniciativas que pretende utilizar nos próximos 12 meses:

84%

20%

28%

20%

20%

16%

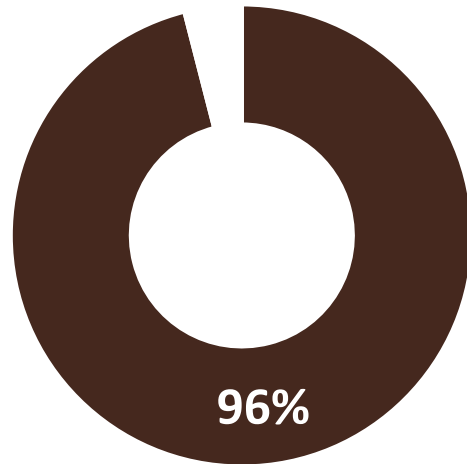
12%

0%

Transformação digital faz parte da **Loja Física** dos varejistas.

Principal desafio na implementação da T.D. são: **Investimentos.**

Afirmam que:



“Parte da agenda de transformação digital da empresa passa pela loja física.”

Maior dificuldade na transformação digital:

32% Investimentos

28% Cultura organizacional

24% Processos

12% Tempo
4% Outro

Conclusões:



“A digitalização no varejo e adoção de diversas tecnologias é a realidade dos negócios. A transformação digital passou a ser uma agenda essencial, estratégica e de garantia de competitividade das empresas.”, afirma **Eduardo Terra, Presidente da SBVC.**

Conclusões:

“O investimento em transformação digital traz maior envolvimento dos consumidores com a marca. Em um mundo volátil que se depara com crises dos mais variados tipos, os negócios precisam se adaptar à nova realidade digital”, analisa **Helio Biagi, Co-Fundador do OasisLab Innovation Space.**



FICHA TÉCNICA

Realização SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Retail

Hélio Biagi – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Retail e Co-Fundador do OasisLab

Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

Diretoria SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Retail

Alberto Serrentino – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Fundador da Varese Retail

Hélio Biagi – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Retail e Co-Fundador do OasisLab

Maria Odete Alves – Gerente Executiva da SBVC

OBRIGADO.

