

## **Cresce 87% o investimento em Transformação Digital nas empresas do varejo brasileiro, revela estudo da SBVC**

*0,73% do faturamento bruto dos varejistas são destinados a Transformação Digital, pesquisa da SBVC feita no ano passado revelava apenas 0,39%.*

**São Paulo, março de 2021** – Desenvolvido pela **SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo)** em parceria com Oasis Lab Innovation Space, a 3ª edição do estudo “Transformação Digital no Varejo Brasileiro” faz uma radiografia dos investimentos em transformação digital, da automação e treinamento dos funcionários nas empresas do varejo brasileiro, assim como do uso das ferramentas de inteligência artificial nos pontos de venda.

Entre as principais conclusões que o estudo identificou, é o aumento de **87%** no investimento em Transformação Digital (**0,73% sobre o faturamento bruto das empresas varejistas**), segundo resposta dos varejistas entrevistados. Para as empresas do varejo, os investimentos em ferramentas utilizadas para a contribuição na transformação digital nas lojas físicas traduzem em melhora da experiência do consumidor, e também em auxiliar a tomada de decisão do consumidor. Esses investimentos em T.D., segundo os varejistas entrevistados, resumem-se em aumento do faturamento em vendas e aumento do engajamento do consumidor principalmente em canais digitais.

Ainda de acordo com a análise feita pela SBVC, **97% dos varejistas acreditam que líderes são co-criadores, e trabalham em parceria com seus funcionários.** “Não só para o segmento varejista, mas para o mercado como um todo, a inovação colaborativa e uma cultura de co-criação entre líderes e funcionários são fatores preponderantes para a aceleração digital, que se torna ainda mais relevante neste cenário de pandemia. ”, **assegura Hélio Biagi, Co-Fundador do OasisLab Innovation Space.**



Outro tema que têm atenção especial dos varejistas é o trabalho remoto, ou “*home office*”, que, em relação aos anos anteriores, houve crescimento significativo, passando de **23%** em 2019, **62%** em 2020, para **85%** em 2021 das empresas que fazem seu uso. Em relação às principais ferramentas de T.D. utilizadas no atendimento ao consumidor, estão soluções em meios de pagamento (**94%**) e análises de dados no ambiente online (**77%**). Soluções em logística (**51%**) é destacada como principal ferramenta de implementação nos próximos 12 meses.

“Sem dúvida são conclusões reveladoras, que sugerem uma maturidade da Transformação Digital nas empresas. Num momento em que mudança cultural e de comportamento vieram e continuam vindo à tona com a crise do Covid-19. As empresas estão precisando ser muito ágeis, trabalhar em squads, times horizontais, atuar remotamente e usar tecnologia para vencer os desafios e continuar operando.”, **afirma Eduardo Terra, Presidente da SBVC.**

## **Metodologia**

Para a avaliação, as empresas ouvidas foram divididas por faturamento: **33%** delas tinham faturamento até 500 milhões; **19%** com faturamento entre 500 milhões e 1 bilhão de reais e **48%** com faturamento acima de 1 bilhão de reais. E representam os maiores players do mercado, de 10 diferentes segmentos do varejo, como moda, calçados e artigos esportivos, super, hiper, atacarejo e conveniência, lojas de departamento, artigos do lar e mercadorias em geral, drogarias e perfumarias, foodservice, livrarias e papelarias, eletrodomésticos, material de construção, óticas, jóias, bolsas e acessórios e outros segmentos.

O estudo está disponível no site: <http://sbvc.com.br/3a-edicao-transformacao-digital-no-varejo-brasileiro-sbvc-2021>

**Sobre a SBVC** - Fundada em 29 de maio de 2014, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos, aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade do varejo, por meio de conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre



executivos do varejo de todos os segmentos. A entidade tem como objetivo defender os interesses do segmento e promover ações sociais. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: Conteúdo, Relacionamento, Responsabilidade Social e Apoio Técnico.