



18ª PESQUISA GLOBAL ANUAL DE CONSUMIDORES



Insights sobre o varejo em todo o mundo

O varejo não é sempre igual. À medida que as prioridades evoluem no mundo todo, os insights regionais revelam como as pessoas, os processos e as estratégias estão moldando a nova era de inovação no varejo.

Ásia-Pacífico: expectativas crescentes

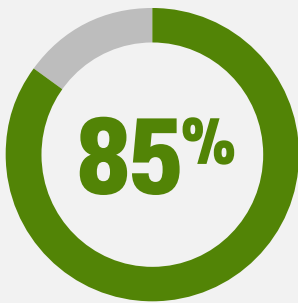
(AUSTRÁLIA, CHINA, ÍNDIA, JAPÃO, NOVA ZELÂNDIA)

 **75%** |  **69%**

Os consumidores na região Ásia-Pacífico estão entre os mais exigentes, apresentando os **menores índices de satisfação** entre todas as regiões em relação às experiências em loja (75%) e online (69%)

72%

dos consumidores estão **satisfeitos com a disponibilidade de artigos online**, o menor índice entre todas as regiões, em comparação com 78% globalmente



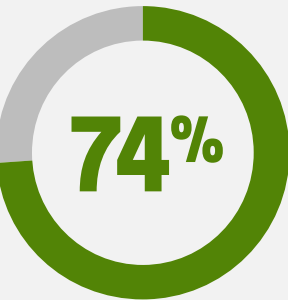
Os varejistas estão respondendo ao desafio: 85% afirmam que **sincronizar o inventário em tempo real é uma prioridade** para melhorar a previsão da demanda e a disponibilidade dos produtos

Europa: inovação para o futuro

(FRANÇA, ALEMANHA, ITÁLIA, REINO UNIDO)

 **53%**

dos tomadores de decisão europeus consideram que **as redes de mídia de varejo são o principal fator** para impulsionar a lucratividade na loja, contra 43% globalmente




dos tomadores de decisão concordam que **melhorar o gerenciamento de preços e promoções é uma prioridade máxima**, o índice mais alto entre todas as regiões

92%

dos tomadores de decisão acreditam que **a IA generativa vai aprimorar os recursos de realidade aumentada e provedores virtuais** nos próximos 3 anos, o maior índice entre todas as regiões

América Latina: progresso acelerado

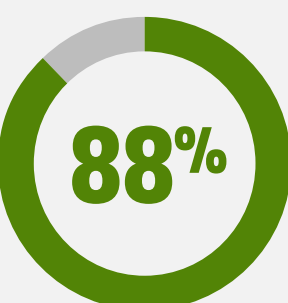
(BRASIL, CHILE, COLÔMBIA, MÉXICO)

60% 

A América Latina lidera em termos de expectativas não atendidas: 60% dos **consumidores já saíram da loja sem comprar tudo o que queriam**, em comparação com 52% globalmente

90%

dos funcionários afirmam que **conhecer as preferências dos consumidores ajuda a construir conexões mais fortes**, o que demonstra o poder do toque pessoal



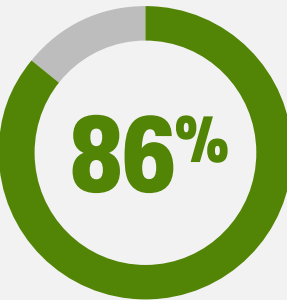
dos tomadores de decisão afirmam que **a IA gerativa vai melhorar a otimização da cadeia de suprimentos** nos próximos 3 anos, um pouco acima da média global de 85%

América do Norte: aumento da eficiência

(CANADÁ, ESTADOS UNIDOS)

 **89%**

dos funcionários na América do Norte acreditam que **a IA aumentará sua produtividade**, mostrando uma disposição para adotar ferramentas inteligentes na linha de frente



dos tomadores de decisão afirmam que **as redes de mídia de varejo são uma prioridade estratégica**, em comparação com 83% globalmente, o que indica uma forte tendência em relação à publicidade digital

81%

dos consumidores afirmam que **garantir uma integração perfeita entre as compras online e nas lojas físicas é importante**, destacando as altas expectativas em relação a uma experiência conectada

Para saber mais sobre a 18ª Pesquisa Global Anual de Consumidores, acesse zebra.com/shopperstudy

Para ver como a Zebra ajuda varejistas no mundo todo a oferecer experiências conectadas, operações simplificadas e maior desempenho, acesse zebra.com/retail