



Evolução do Varejo na NRF: 2006 a 2026

Por Juedir Teixeira – PhD.

Uma jornada de duas décadas acompanhando as transformações mais significativas do varejo mundial.

Desde 2006 que participo de forma ininterrupta do Big Show da NRF o maior evento de varejo do mundo e sempre, no final do evento, preparo um resumo de tudo que aconteceu no evento. Com base nas minhas anotações e com a ajuda da IA resolvi fazer um resumo de tudo que aconteceu em 2 décadas de NRF e aproveitei para fazer uma previsão do que deve acontecer até 2030.

Vamos acompanhar para ver se de fato vai acontecer o que prevê.

2006-2010

A Era da Digitalização Inicial

E-commerce Emergente

Crescimento acelerado das vendas online e primeiros debates sobre estratégias multicanalidade no varejo

Tecnologia RFID

Introdução de etiquetas inteligentes para revolucionar a gestão de estoque e rastreabilidade

Automação

Foco intenso em eficiência operacional através da automação de processos repetitivos

CRM Inicial

Primeiros passos na personalização básica usando sistemas de CRM e dados de clientes

An abstract graphic on the left side of the slide. It features a central smartphone with a white screen displaying a colorful, abstract interface with various shapes and lines. The background is dark grey with large, overlapping geometric shapes in shades of orange, yellow, green, and blue. A small, glowing sphere is positioned near the bottom right of the smartphone.

2011-2015

Expansão do Omnichannel e Mobile Commerce

Transformação Multicanal

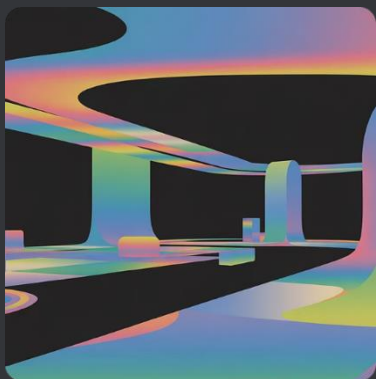
- Consolidação do omnichannel como estratégia essencial para sobrevivência
- Explosão do uso de smartphones transformando a jornada de compra
- Mobile commerce emergindo como canal prioritário de vendas

Dados e Engajamento

- Primeiros passos significativos em Big Data para análise comportamental
- Redes sociais consolidadas como canais de engajamento e vendas
- Marketing digital ganhando investimentos expressivos

2016-2019

Experiência do Cliente e Inovação Tecnológica



Experiência Imersiva

Foco em criar experiências memoráveis e personalizadas no ponto de venda físico



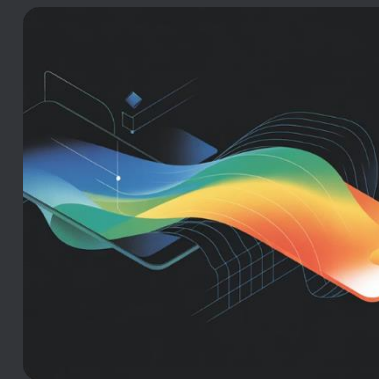
Inteligência Artificial

IA aplicada em recomendações inteligentes e atendimento automatizado ao cliente



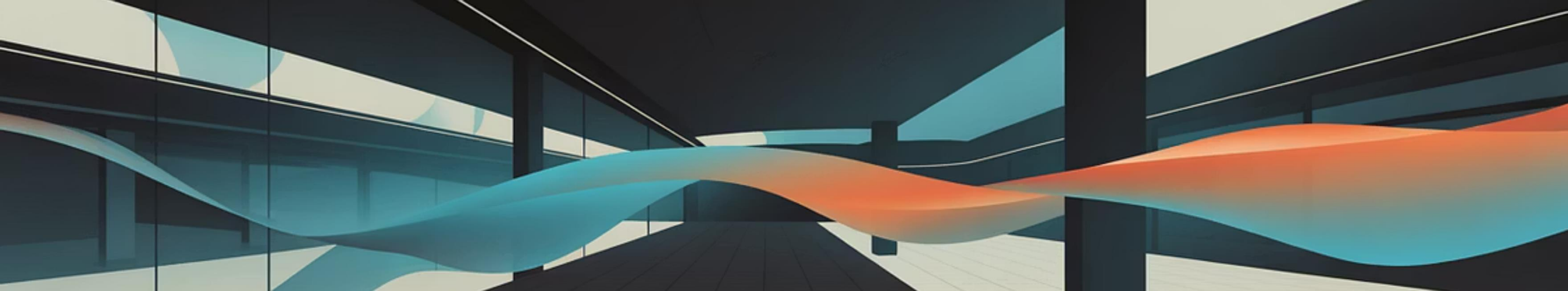
Comércio Social

Explosão do uso de influenciadores digitais e redes sociais como canais de venda



Pagamentos Digitais

Adoção acelerada de carteiras digitais, pagamentos contactless e realidade aumentada



⚙️ 2020

Pandemia e Transformação Digital Acelerada



NRF Online

Evento presencial cancelado; edição digital reforça urgência da digitalização total



E-commerce Explosivo

Crescimento sem precedentes das vendas online e adaptação emergencial do varejo físico

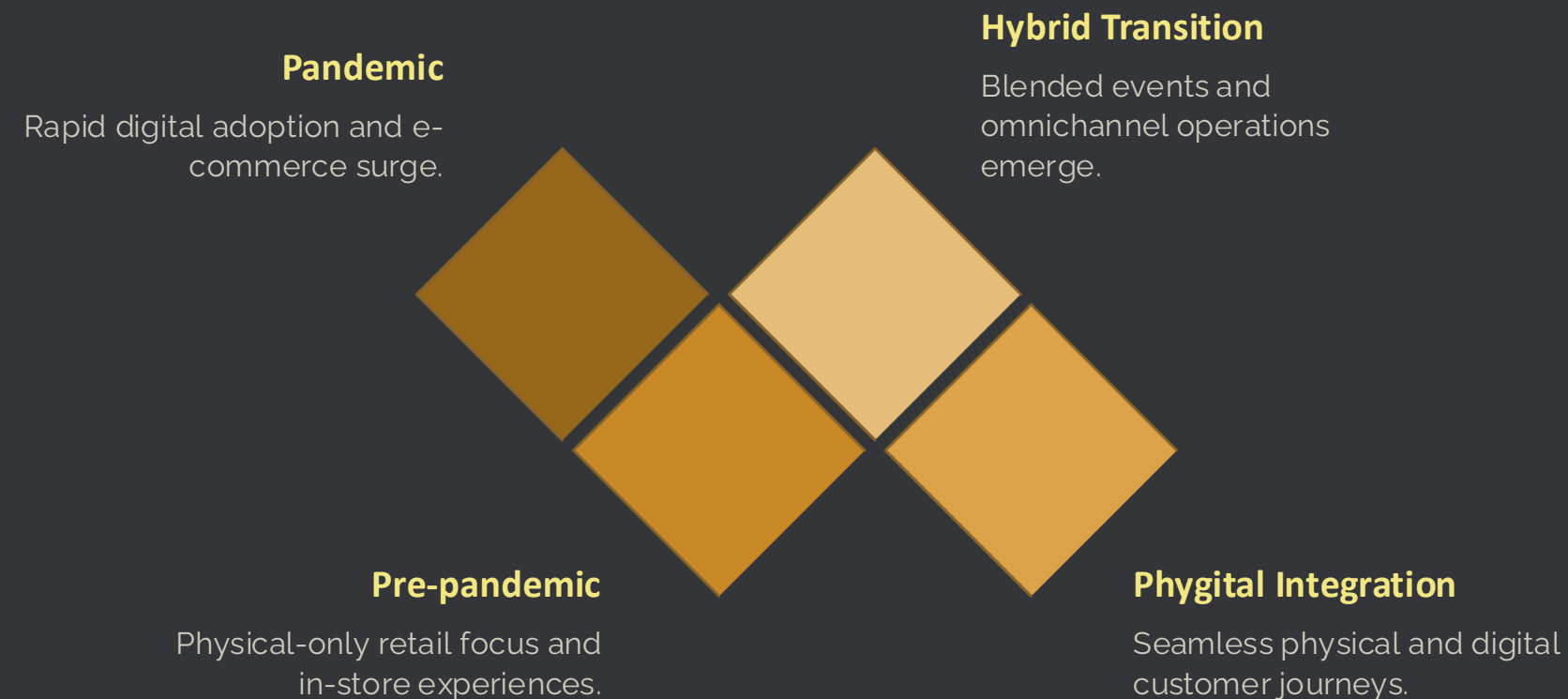


Resiliência

Adoção massiva de contactless, delivery e importância crítica da agilidade operacional

2021-2022

Híbrido e Resiliência no Varejo Pós-Pandemia



Nova Era do Varejo

O retorno gradual dos eventos presenciais trouxe o formato híbrido como padrão. O conceito "phygital" ganhou força, integrando perfeitamente experiências físicas e digitais.

- IA para automação avançada e análise preditiva precisa
- Sustentabilidade como pilar estratégico do negócio
- Responsabilidade social no centro das decisões



2023-2025

Inteligência Artificial e Dados como Infraestrutura

IA Essencial

Inteligência artificial
deixa de ser
diferencial
competitivo e se
torna base
operacional
indispensável

Unified Commerce Commerce

Integração completa
entre todos os canais,
sistemas e pontos de
contato com cliente

Loja Multifuncional

Espaço físico
transformado em
plataforma de
experiência, logística
e mídia integrada

Governança de Dados

Dados confiáveis e governança robusta tornam-se fator competitivo
absolutamente crítico

2026

🌟 2026

NRF 2026: Menos Promessas, Mais Mais Execução

"The Next Now" – O tema central marca a transição de inovação teórica para execução sustentável em escala real



Agentes Autônomos

IA onipresente com sistemas autônomos tomando decisões operacionais e estratégicas completas sem intervenção humana



Conexão Humana

Experiência humana autêntica e conexão emocional profunda como única vantagem competitiva sustentável



Execução Perfeita

Omnicanalidade como expectativa mínima básica; foco absoluto em qualidade de execução e integração de dados

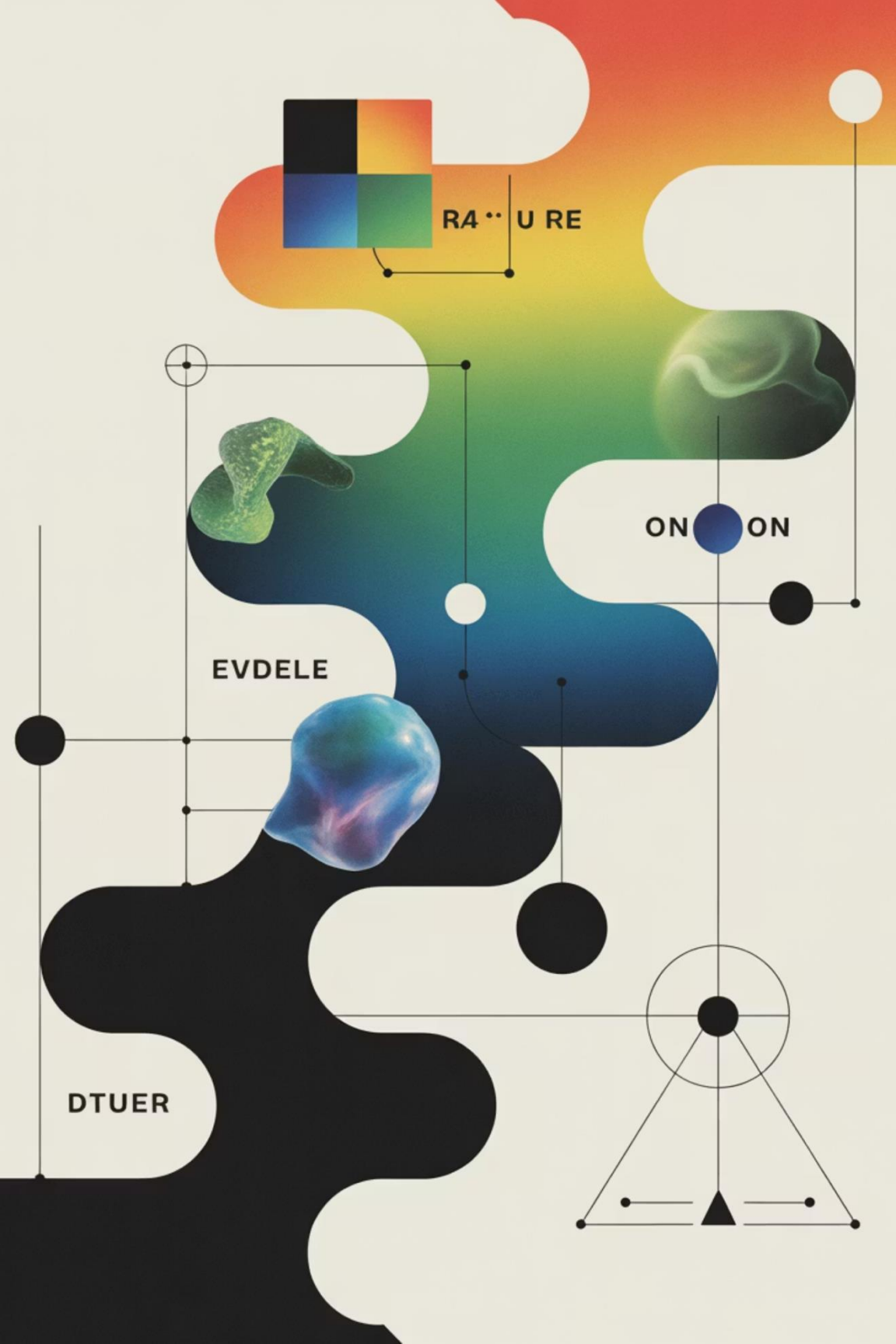
Impacto no Varejo Brasileiro: Casos e Realidades



Cenário Nacional

O varejo brasileiro enfrenta desafios únicos na adoção das tendências globais apresentadas na NRF:

- **Magazine Luiza:** Referência em integração física-digital com megaloja conceito e assistente virtual Lu conquistando milhões
- **Desafios PMEs:** Pequenas e médias empresas lutam para adotar IA e tecnologias avançadas com recursos limitados
- **Shopping centers:** Crescente valorização da experiência presencial em espaços físicos renovados
- **Adaptação:** Necessidade constante de ajuste a cenários econômicos voláteis e regulações complexas



Conclusão: O Varejo em Constante Evolução

1

2006

Foco em eficiência operacional e digitalização básica

2

2015

Explosão do mobile e consolidação omnichannel

3

2020

Aceleração digital forçada pela pandemia global

4

2026

IA como infraestrutura e experiência humana diferencial

A tecnologia, especialmente inteligência artificial, deixou de ser diferencial e tornou-se infraestrutura essencial. O futuro do varejo é híbrido, totalmente integrado e centrado no consumidor com forte conexão humana. O maior desafio atual é preparar-se para decisões cirúrgicas e execução consistente em escala.

REFLEXÃO

Principais Lições de Duas Décadas

1

Velocidade da Mudança Mudança

O ritmo de transformação acelerou exponencialmente, especialmente após 2020, exigindo agilidade organizacional sem precedentes

2

Cliente no Centro

A jornada de duas décadas sempre teve uma constante: colocar o cliente no centro de todas as decisões estratégicas

3

Tecnologia Como Meio

A tecnologia é crucial, mas apenas como ferramenta para entregar melhores experiências, não como fim em si mesma

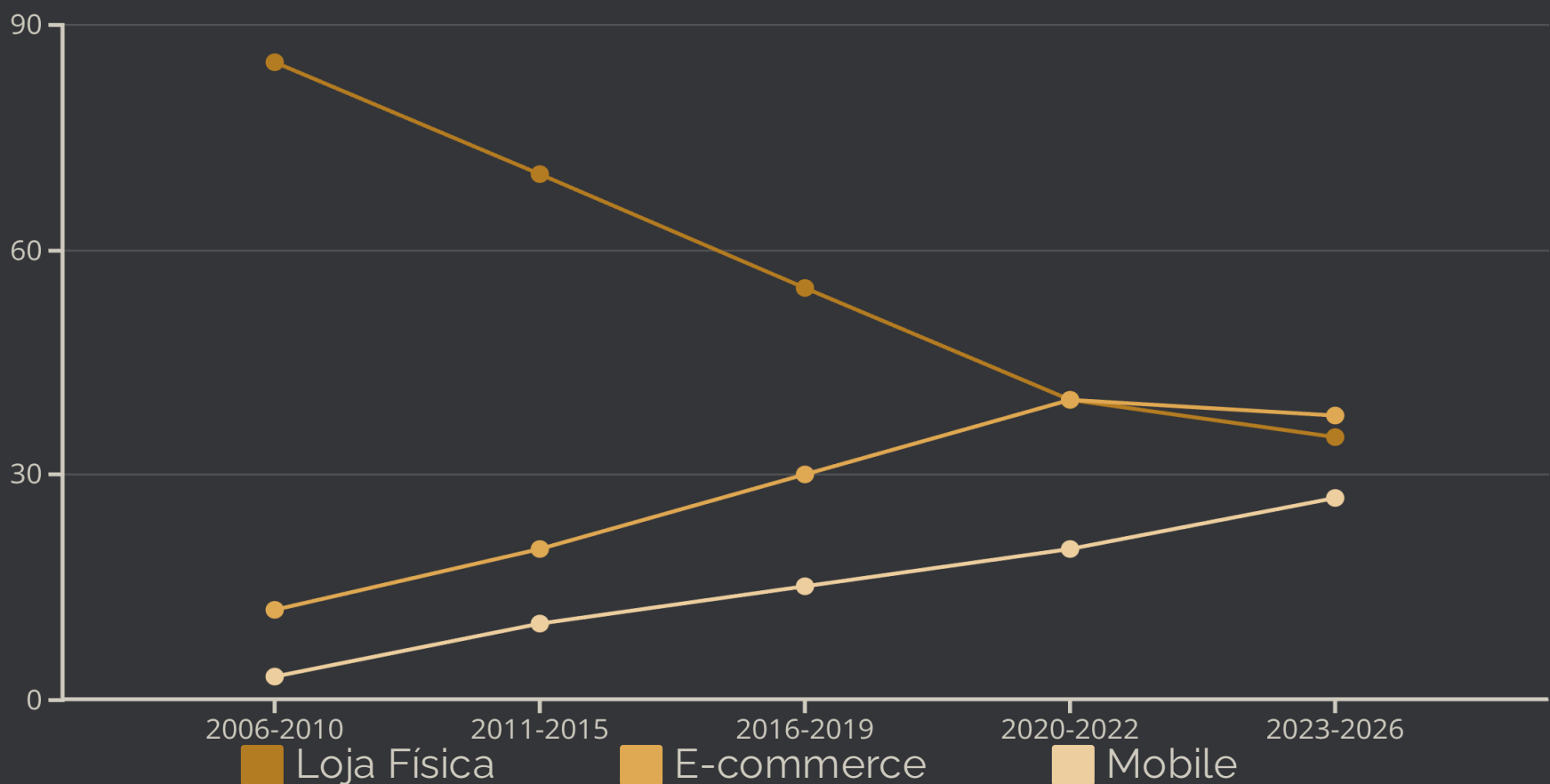
4

Adaptação Contínua

Empresas que sobreviveram foram aquelas que mantiveram capacidade constante de adaptação e reinvenção



A Evolução dos Canais de Venda



Transformação dos Canais

O gráfico ilustra a dramática redistribuição da participação dos canais de venda ao longo de duas décadas. A loja física, que dominava com 85% em 2006, agora compartilha espaço equilibrado com digital.

O mobile emergiu como força independente, representando mais de um quarto das vendas. Esta evolução reflete as mudanças nos hábitos do consumidor e a necessidade de estratégias verdadeiramente omnichannel.

Tecnologias Disruptivas por Década



2006-2010: Automação Básica

RFID, CRM básico,
e-commerce
inicial, primeiras
experiências com
análise de dados



2011-2015: Revolução Mobile

Aplicativos
móveis, Big Data,
redes sociais,
beacons, Wi-Fi
marketing,
pagamentos
móveis



2016-2019: Experiências Imersivas

Realidade
aumentada,
chatbots com IA,
assistentes
virtuais, IoT,
analytics
avançado



2020-2026: IA IA Onipresente Onipresente

Machine learning
em escala,
automação
inteligente,
agentes
autônomos,
unified
commerce

Do Diferencial à Expectativa Básica

2006: Inovação

Ter site de e-commerce

2026: Básico

Unified commerce completo

2010: Inovação

App mobile próprio

2026: Básico

Experiência mobile perfeita

2015: Inovação

Personalização com dados

2026: Básico

Hiperpersonalização com IA

Ciclo de Inovação Acelerado

O que antes levava uma década para se tornar padrão de mercado, agora se consolida em 2-3 anos. As empresas precisam inovar continuamente apenas para manter a relevância.

O diferencial competitivo de hoje é a expectativa mínima de amanhã.

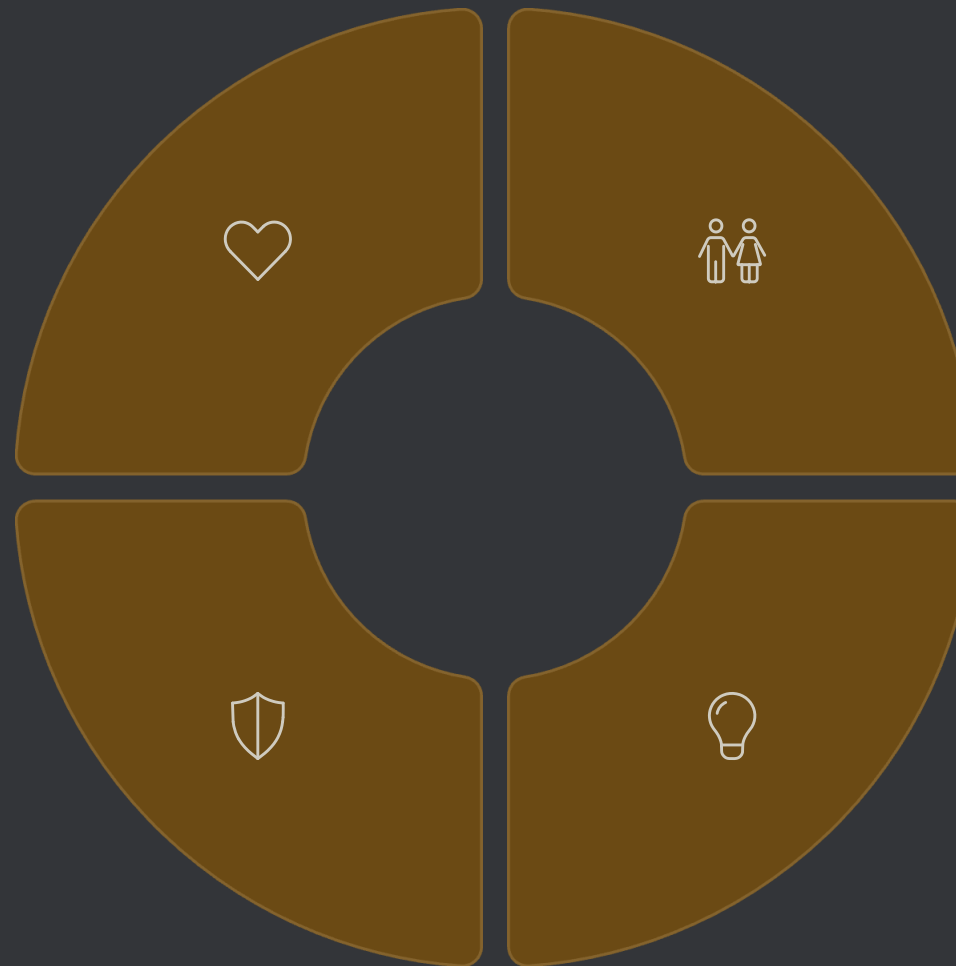
O Fator Humano em Meio à Tecnologia

Empatia

Compreensão genuína das necessidades emocionais e funcionais do cliente além dos dados

Confiança

Elemento essencial construído através de interações consistentes e transparência nas relações



Relacionamento

Construção de conexões autênticas que IA sozinha não consegue replicar com profundidade

Criatividade

Capacidade humana de criar experiências memoráveis e resolver problemas de forma inovadora

Desafios Persistentes do Varejo



Obstáculos Constantes

Apesar de toda evolução tecnológica, alguns desafios permanecem relevantes ao longo das duas décadas:

Margem de Lucro

Pressão constante sobre rentabilidade em mercado cada vez mais competitivo

Talento Qualificado

Dificuldade crônica em atrair e reter profissionais com habilidades necessárias

Integração de Sistemas

Complexidade em unificar tecnologias legadas com novas plataformas

Logística Eficiente

Entrega rápida e econômica permanece como grande desafio operacional

ESG: De Tendência a Imperativo

73

Consumidores Exigentes

Percentual de consumidores que consideram práticas sustentáveis ao escolher marcas

2025

Ponto de Virada

Ano em que ESG tornou-se critério obrigatório, não mais diferencial competitivo

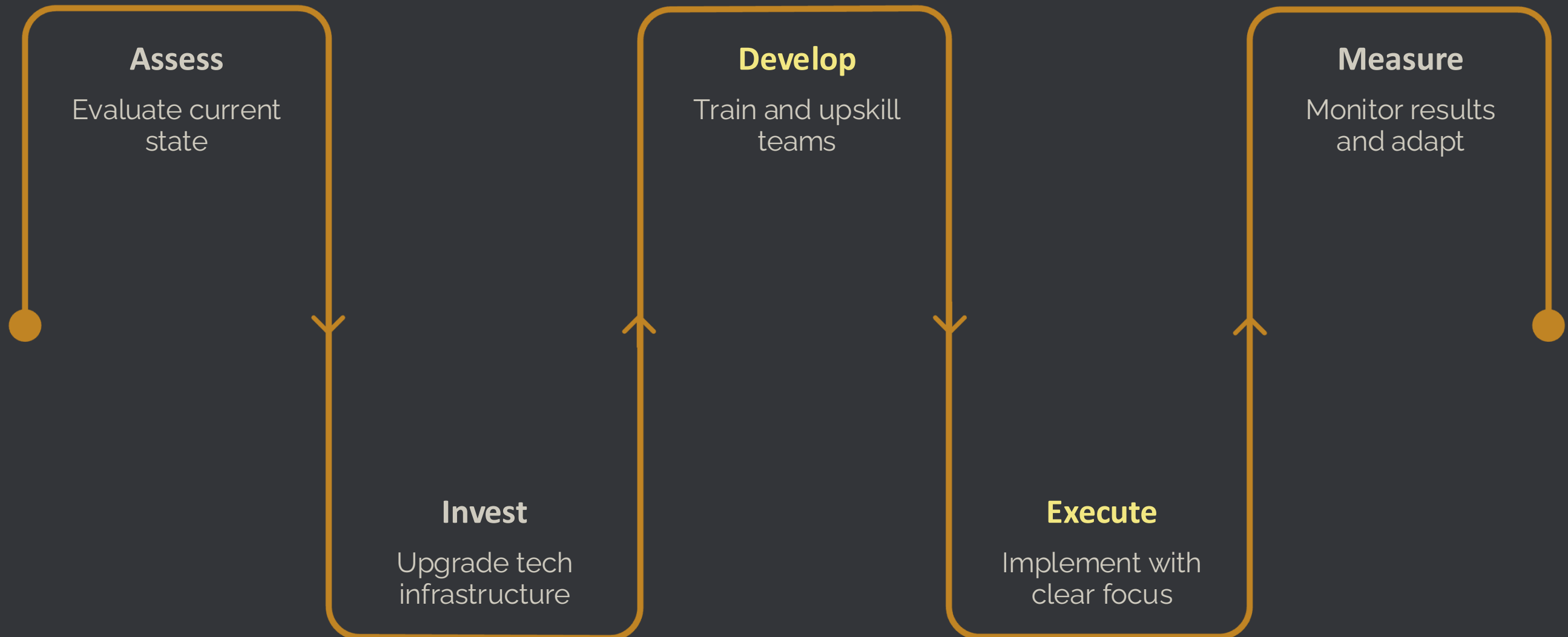
40

Redução de Emissões

Meta média de redução de carbono estabelecida pelos líderes do varejo até 2030

Sustentabilidade evoluiu de discurso de marketing para exigência operacional. Consumidores, investidores e reguladores cobram ações concretas e transparência total.

Preparando-se para o Futuro



O futuro do varejo exige preparação estratégica em múltiplas frentes. Empresas bem-sucedidas avaliam constantemente sua posição, investem em infraestrutura tecnológica robusta, desenvolvem talentos internos, executam com foco cirúrgico e mantêm ciclos ágeis de medição e adaptação.



Capacitação e Cultura Organizacional

Competências Essenciais 2026

- Fluência em dados e analytics
- Compreensão de IA e automação
- Pensamento ágil e adaptativo
- Habilidades interpessoais fortes
- Visão omnichannel integrada

Transformação Cultural

Mais do que tecnologia, o sucesso no varejo moderno exige transformação cultural profunda. Organizações precisam:

- Abraçar experimentação e tolerância ao erro
- Quebrar silos entre departamentos
- Priorizar aprendizado contínuo
- Equilibrar eficiência com inovação
- Valorizar diversidade de perspectivas

A Jornada Continua

"O varejo não é sobre tecnologia ou dados. É sobre pessoas servindo pessoas, apenas com ferramentas cada vez mais poderosas."



Visão Clara

Mantenha propósito definido em meio às mudanças



Ação Decisiva

Execute com velocidade e precisão cirúrgica



Evolução Constante

Adapte-se continuamente ao novo contexto

Participar da NRF por duas décadas é testemunhar a reinvenção completa de uma indústria. A jornada de 2006 a 2026 nos ensina que o único constante é a mudança, e o sucesso pertence àqueles que evoluem sem perder sua essência.

O Futuro da NRF até 2030: Tendências e Temas-Chave para para 2027-2030

Uma visão especializada sobre as transformações que moldarão o varejo global nos próximos anos



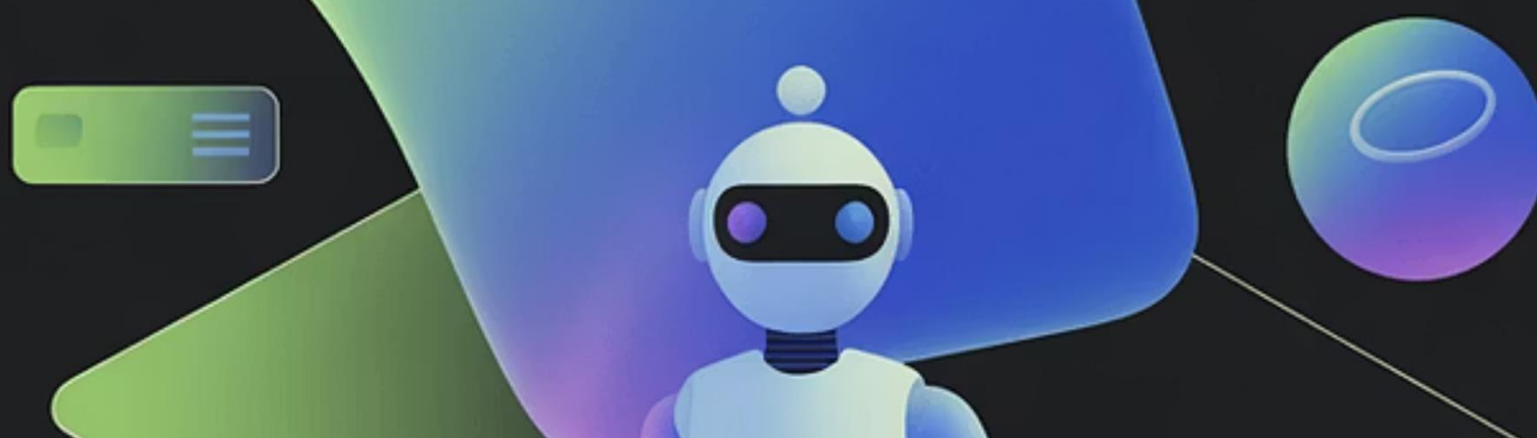
Visão Geral: A NRF como Termômetro do Varejo Global



A National Retail Federation (NRF) é o evento anual mais influente do varejo mundial, realizado em Nova York. Funciona como verdadeiro laboratório de inovação, onde líderes globais compartilham estratégias e vislumbram o futuro do setor.

O tema de 2026, "**The Next Now**", sinaliza uma mudança crucial: o foco na execução imediata e transformação operacional, deixando para trás a era do planejamento sem ação.

Inteligência Artificial e governança de dados emergem como pilares fundamentais, redefinindo completamente a experiência de compra e as operações do varejo.



📅 2027

Consolidação do Comércio Agêntico e IA Executora

IA Agêntica em Ação

Agentes de IA assumem papel protagonista na jornada de compra, desde a descoberta de produtos até a conclusão do pagamento, transformando radicalmente a experiência do consumidor.

Nova Lógica de Consumo

Consumidores delegam decisões complexas a assistentes inteligentes, revolucionando o funil de vendas tradicional e criando novos pontos de contato com as marcas.

Competição Algorítmica

Empresas precisam integrar dados e otimizar processos para competir efetivamente com algoritmos decisores que aprendem e se adaptam continuamente.

Pagamentos Invisíveis

Autenticação biométrica e transações sem fricção ganham escala, eliminando barreiras e aumentando significativamente a confiança do consumidor.

📅 2028

Unified Commerce e Experiência Omnicanal Sem Fricções

A Nova Era da Integração Total

Em 2028, a separação entre online e offline desaparece completamente. O Unified Commerce se consolida como padrão, oferecendo jornadas contínuas onde o consumidor transita livremente entre canais físicos e digitais.

A loja física se reinventa como hub multifuncional: centro logístico para fulfillment rápido, espaço de experiências imersivas e poderosa plataforma de coleta de dados comportamentais.

As métricas tradicionais de performance dão lugar a indicadores sofisticados de engajamento cross-channel e impacto omnicanal no lifetime value do cliente.



Integração Perfeita

Todos os pontos de contato sincronizados em tempo real



Novas Métricas

Indicadores omnicanal substituem KPIs tradicionais



Loja Reinventada

Espaços físicos como centros de experiência e dados



Retail Media

Monetização de dados e audiência como receita estratégica

📅 2029

Governança de Dados e IA Responsável como Diferenciais Competitivos

Em 2029, a maturidade digital não se mede apenas pela adoção de tecnologia, mas pela capacidade de governá-la com responsabilidade. A governança de dados, segurança e auditoria algorítmica tornam-se imperativas competitivas.



📅 2030

Varejo Totalmente Automatizado e Personalizado



O Ápice da Transformação Digital

Em 2030, a Inteligência Artificial permeia todas as camadas do varejo: gestão inteligente de estoque, precificação dinâmica em tempo real, marketing hiperpersonalizado e atendimento preditivo.

O comércio agêntico domina a jornada do consumidor. Agentes inteligentes não apenas respondem a necessidades, mas as antecipam com precisão surpreendente, criando experiências contextuais e profundamente relevantes.

A automação inteligente permite que decisões estratégicas sejam tomadas instantaneamente, enquanto sustentabilidade e responsabilidade social se consolidam como valores inegociáveis para consumidores e investidores.

Impactos para o Varejo Brasileiro

Competitividade Global

Adoção acelerada de IA e comércio agêntico torna-se essencial para empresas brasileiras competirem no mercado internacional e atrair investimentos.

Integração de Sistemas

Maturidade digital e integração completa de sistemas legados são pré-requisitos para aproveitar as oportunidades da nova economia do varejo.

Alavancas de Crescimento

Pagamentos invisíveis e retail media emergem como motores fundamentais de crescimento e diferenciação no mercado brasileiro.

Governança e Adaptação

Desafios regulatórios e volatilidade econômica local exigem governança robusta e capacidade de adaptação rápida às mudanças.

Casos e Exemplos Inspiradores



Líderes Brasileiros em IA

Cielo e Magazine Luiza lideram investimentos em Inteligência Artificial, aplicando tecnologia para personalização em escala e otimização operacional.



Experiência Física de Excelência

A Apple Store na Quinta Avenida exemplifica como o espaço físico pode ser transformado em diferencial estratégico e símbolo de marca.



Inovação Nacional

Startups brasileiras desenvolvem soluções pioneiras em agentic commerce e pagamentos biométricos, posicionando o país na vanguarda tecnológica.



Monetização Global

Grandes varejistas mundiais geram bilhões monetizando seus dados através de retail media, criando novo modelo de receita recorrente.

Preparando-se para o Futuro: Estratégias Essenciais

Dados Integrados

Unificar fontes para visão única do cliente

Experiência Física

Loja como palco de serviço e brand touchpoints



Governança Ética

Proteção, conformidade e uso responsável

Capacidades Digitais Digitais

Plataformas, analytics e automação ágil

01

Dados Íntegros e Integrados

Priorizar qualidade de dados e integração total entre sistemas como fundação para todas as iniciativas de IA

02

Governança e Ética

Investir em frameworks robustos de governança e princípios éticos claros para aplicação responsável de IA

03

Reimaginar o Físico

Transformar lojas físicas em centros integrados de experiência, logística e captação de insights

04

Capacidades Emergentes

Desenvolver expertise em comércio agêntico, pagamentos invisíveis e retail media como vantagens competitivas

A preparação para o varejo do futuro exige ação coordenada em múltiplas frentes, com investimentos estratégicos e visão de longo prazo.



Conclusão: O Próximo Agora é Agora

A NRF até 2030 revela um varejo profundamente transformado: mais inteligente, perfeitamente integrado e genuinamente centrado nas necessidades do consumidor.

Transformação Urgente

A inovação não pode mais ser apenas planejada – precisa ser executada com velocidade e determinação para garantir relevância competitiva.

Liderança por Ação

Empresas que abraçarem integralmente IA, governança de dados e experiência omnicanal liderarão o mercado e definirão os padrões do setor.

Futuro Definido por Confiança

No varejo de 2030, o sucesso será determinado pela combinação harmoniosa entre tecnologia avançada e confiança humana conquistada através da transparência.

O momento de agir é agora. O futuro do varejo está sendo construído hoje.