



UM OLHAR TECNOLÓGICO

Estamos no meio de uma revolução. É a maior revolução que a humanidade já passou. A integração entre o mundo físico e o mundo digital está cada vez mais evidente em nosso cotidiano. Agora, não somos mais físicos ou digitais, somos “fígitais” que é a mistura de ambos. Essa nova geração que está chegando já é a geração dos nativos digitais; eles querem cocriar, colaborar, inventar, odeiam mentiras e não toleram empresas que fazem um discurso e agem de forma contraditória. Eles querem a autenticidade, a inovação – isso faz parte do DNA desta nova geração. Com tudo isso, os negócios terão de se reinventar; não se trata mais do *omnichannel*, agora desenvolveremos o *unified commerce*, ou seja, são todos os canais integrados, sejam eles físicos; sejam digitais. O que muda agora é a experiência personalizada para o consumidor final. Os pontos de contato se multiplicam diariamente. Na jornada de consumo, você pode por exemplo começar uma venda pela loja e concluir pelo WhatsApp; começar pelo WhatsApp, passar pela loja virtual e dar uma volta por um quiosque interativo e acabar comprando pela loja física ou até comprar via internet e pedir para entregar em um *locker*. Então, essa forma de compra, venda e recebimento de mercadorias está mudando absurdamente e já não é mais um futuro, e sim uma realidade – não apenas para os países mais desenvolvidos. Nós também já temos várias iniciativas, nas quais podemos comprar pela internet, retirar o produto sem descer do carro dentro de alguns *shoppings* de São Paulo que contam com *lockers* à disposição do

consumidor; vários pequenos varejistas vendendo via WhatsApp e das redes sociais, colocando lojas que na verdade não vendem produtos e são apenas centros de experimentação, de interatividade, de entretenimento, ou seja, a relação com o consumidor mudou radicalmente e a tecnologia está extremamente acessível. Todos têm acesso a ela, inclusive um varejista muito pequeno. Até os nanoempresários já têm a tecnologia da informação à disposição. Afinal de contas, os *smartphones* viraram supercomputadores e estão na palma de nossas mãos, tornando nossos negócios totalmente digitais e disponíveis a um clique. Portanto, independentemente do tamanho de um negócio, a transformação digital vai passar pelo seu caminho, seja ele em um comércio tradicional, seja apenas virtual. Já temos vários *cases* mundiais, como é o caso da Amazon e de outras tantas que estão vindo do mundo virtual para o mundo físico – e o caminho contrário também está acontecendo. Estamos saindo do tradicional em direção ao virtual, mas não apenas via *e-commerce*. O B2B e o B2C estão perdendo importância frente ao Me2B, no qual o consumidor demanda aquilo que efetivamente deseja comprar. Assim, a personalização, o acesso à compra em qualquer lugar, em qualquer momento e de qualquer forma é o que vai nortear os negócios que sobreviverão nesse mundo totalmente digital. – **Regiane Relva é especialista em tecnologia aplicada ao varejo, CEO da Vip-Systems Informática e coordenadora-geral do Smart Campus Facens.**