



Tecnologia no setor do retalho

Transformar as
empresas digitalmente

brother.pt

Relatório extraído de uma
pesquisa de mercado



Conteúdos

Introdução: Compra imediata, a rápida revolução do setor do retalho

Metodologia e objetivos

A evolução do retalho:

1) A Transformação Digital no setor

– As novas tecnologias como impulsionadoras de uma mudança eficiente

2) Segurança e dados dos clientes

– Proteger o ativo mais precioso

3) Sustentabilidade e consciência do consumidor

– O segredo de um negócio cada vez mais verde

Da cadeia de distribuição à loja

– Como podem a impressão, digitalização e etiquetagem ajudar o retalho?

“At your side”

– Como pode a Brother ajudar as empresas na sua transição digital?

Resumo e conclusões chave

Introdução: Compra imediata – A rápida revolução do setor do retalho

Vivemos numa era cada vez mais dinâmica e complexa na qual os retalhistas estão na primeira linha, reagindo às constantes mudanças de comportamentos e expectativas dos clientes. Já terminou a época do comerciante que interatua com os seus clientes apenas na loja física e que funciona com base em complexas cadeias de distribuição. Desde a chegada das compras por internet, o setor do retalho não voltou a ser o mesmo.

A pandemia global da COVID-19, que impulsionou a revolução das compras a partir de casa e acelerou essa tendência, poderia ser recordado como o momento em que o comércio eletrónico disparou.

As vendas online, que mantinham uma trajetória ascendente, mas nada de espetacular, aumentaram. Mais concretamente, assistimos a uma multiplicação de comércios online, enquanto os operadores físicos tradicionais se viram obrigados a acelerar as mudanças que já tinham em marcha.

A ideia subjacente continua a ser a mesma: é, mais do que nunca, necessária uma sólida presença online e uma distribuição o mais ágil possível.

Inclusivamente antes do vírus aparecer, os consumidores já não faziam distinção entre comprar online ou numa loja física e frequentemente utilizavam os dois canais indistintamente para uma só compra. É por isso que a experiência omnicanal desempenha um papel fundamental. O segredo é a satisfação do cliente.

A pesquisa de mercado levada a cabo para este relatório confirma-o: a tecnologia é o principal impulsionador da mudança no retalho, mas não é o único.

É certo que a tecnologia continua a abrir novas portas, mas ao mesmo tempo cria desafios, especialmente no que diz respeito à segurança. Os retalhistas que colocam em risco os seus clientes poderiam ficar sem eles. E neste momento em que cada vez se armazena online mais informação dos utilizadores, os retalhistas que não inspiram confiança e demonstram falta de ética arriscam-se a ficar isolados e, em alguns casos, a receber avultadas multas devido ao RGPD.

A sustentabilidade também é importante para o progresso do setor do retalho. Os clientes exigem mais transparência e querem saber de onde vêm os produtos para assim reduzirem o seu próprio impacto meio ambiental através das suas compras. Por esse motivo, as inovações *eco-friendly* por parte dos retalhistas destacam-se no mercado. Mas para as empresas isto implica também um desafio: devem adotar uma visão mais criativa e conseguir uma eficiência ainda maior para assegurar e manter a poupança de custos.

A um nível mais prático, os dispositivos tecnológicos como os equipamentos de impressão continuam a ser uma parte fundamental dos processos de trabalho dos comerciantes, especialmente num ambiente como este em que os cartazes e a produção gráfica são tão importantes. Inclusivamente, com a crescente digitalização do mundo comercial, a necessidade de imprimir, digitalizar e copiar está destinada a continuar ou, até mesmo, a aumentar ao ritmo que os retalhistas crescem e as suas bases de clientes se expandem.

Novas tecnologias, segurança, sustentabilidade e impressão. Todos eles importantes pilares no objetivo comum: o êxito. Combinando um esclarecedor questionário e a experiência da Brother no setor do retalho, iremos explorar neste relatório como as pequenas, médias ou grandes empresas de retalho podem transformar os seus fluxos de trabalho para impulsionar o seu crescimento e, ao mesmo tempo, estarem um passo à frente da concorrência enquanto o mundo entra nesta “nova normalidade”.

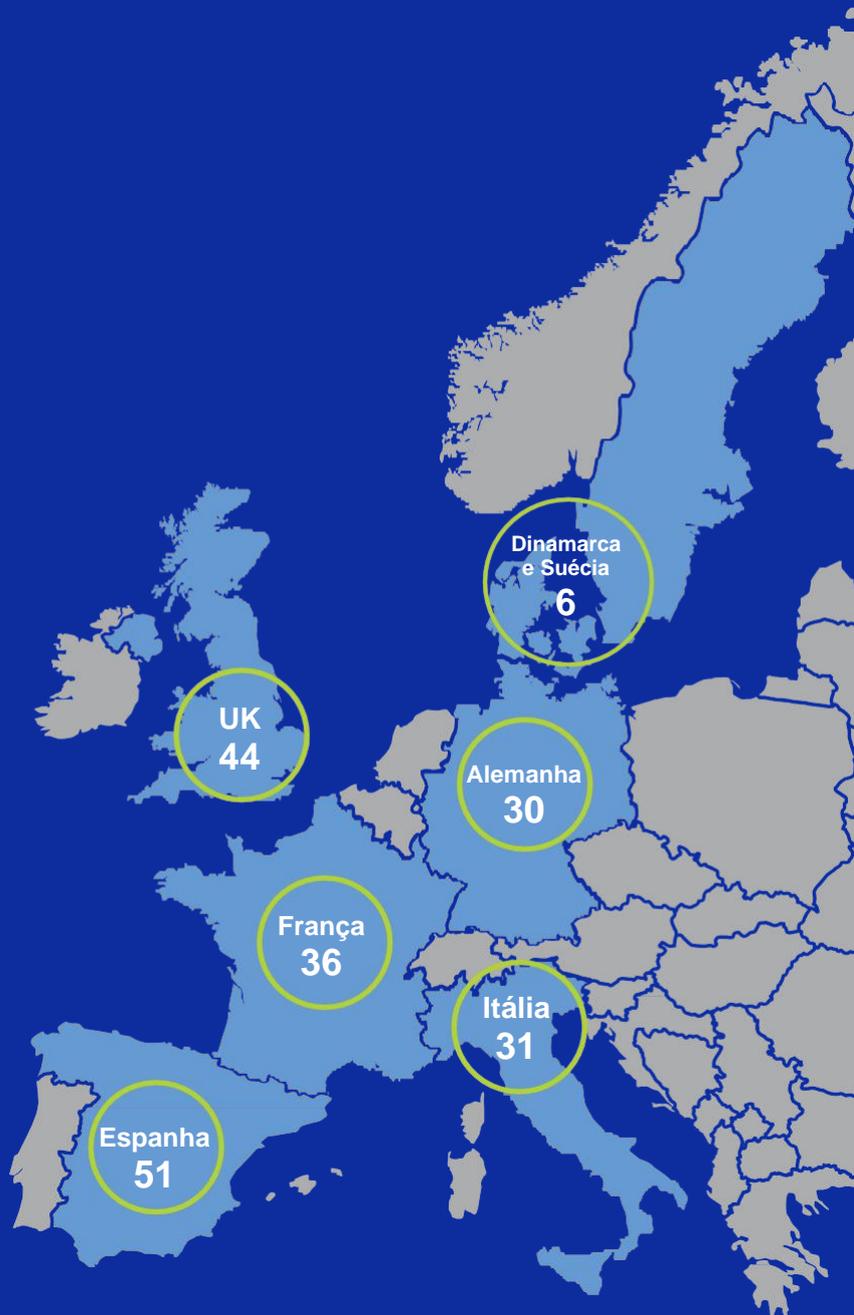
A nossa metodologia

Este relatório baseia-se em 198 entrevistas a decisores de negócio e responsáveis de tecnologia em empresas do setor do retalho, com entre 10 e 499 colaboradores, em diferentes mercados da Europa Ocidental. O trabalho de campo foi realizado entre 2019 e princípio de 2020.

Entrevistaram-se 92 decisores de negócio e 106 responsáveis da área de tecnologia para obter uma visão mais geral.

As entrevistas foram realizadas pela agência independente de estudos de mercado Savanta e analisam os principais desafios que os decisores enfrentam atualmente, combinando os resultados com a perspetiva de líderes de opinião independentes sobre os temas: transformação digital, segurança e sustentabilidade, entre outros.

Como parte da série de relatórios de Transformação Digital da Brother, este sobre Tecnologia no Setor do Retalho, está desenhado para ajudar empresas de retalho a prepararem-se para um futuro que continua em constante evolução.



Sobre a Savanta:

Com sedes em Londres e Nova York, a Savanta é uma especialista em recolha de dados, investigação e consultoria. A empresa foi criada através da união de diferentes agências especialistas para desenvolver uma proposta de investigação global destinadas a cobrir um amplo leque de setores e localizações.

A Savanta utiliza métodos de investigação tanto qualitativos como quantitativos para obter dados e gerar informação sólida sobre a qual se possa atuar. O seu objetivo é inspirar à mudança mediante o seu trabalho e ajudar os clientes a tomar decisões baseadas em provas.

A evolução do retalho

Transformação digital no setor e como as novas tecnologias permitem uma mudança eficiente

Os retalhistas estão a investir em soluções inteligentes para continuarem a ser competitivos e garantir que a experiência do cliente é satisfatória e isenta de dificuldades.

O comércio é um setor que se move rapidamente. Entre a geração de consumidores do “quero agora” e a concorrência cada vez mais feroz, espera-se que estas empresas ofereçam uma experiência ágil, simples e omnicanal aos seus clientes, caso contrário arriscam-se a serem relegadas para segundo plano.

Assim, não surpreende que o terceiro objetivo mais importante para os pequenos comerciantes, depois das vendas e do aumento de produtividade, seja investir em soluções tecnológicas que os possam ajudar a resolver e automatizar tarefas administrativas.

Utilizadas corretamente, estas soluções liberam os colaboradores para que possam dedicar o seu tempo a tarefas mais produtivas. Também oferecem uma melhor experiência ao cliente, já que permitem reagir mais rapidamente às suas exigências.



Cinco principais obstáculos para que as empresas de retalho alcancem os seus objetivos empresariais:

1. Tempo perdido na duplicação do trabalho em diferentes sistemas **69%**
2. Demasiados processos manuais ou demasiado lentos, que poderiam ser automatizados **66%**
3. Garantir que a organização é sustentável de uma forma eficiente nos gastos **66%**
4. Encontrar os recursos necessários para investir na melhor segurança TI **65%**
5. Assegurar que os colaboradores podem trabalhar de forma igualmente eficiente remotamente tal como no escritório **63%**



Os objetivos estão claros, mas como os alcançamos?

Para cobrir as exigências dos seus clientes, os retalhistas necessitam de adotar novas tecnologias que lhes permitam digitalizar as suas empresas e competir no mercado atual. Quase dois terços (62%) das empresas de retalho na Europa Ocidental afirmam que estão a automatizar cada vez mais os seus processos empresariais. Esta tendência sem dúvida aumentará, uma vez que a forma de trabalhar dos comerciantes também está a mudar e aqueles que não o estão a fazer deviam começar a planear fazê-lo.

O caminho é longo e talvez o verdadeiro potencial da digitalização ainda não se perceba totalmente. Atualmente dois terços (66%) das empresas de retalho asseguram ter inúmeros e lentos processos manuais que poderiam ser automatizados, como preencher guias de remessa de entrada de produtos ou atualizar etiquetas e preços. Além desses, mais de metade (57%) diz perder tempo em tarefas administrativas como a recolha de dados ou a identificação e arquivo de documentos que poderiam ser automatizadas com soluções inteligentes para o posto de trabalho. Sem essas soluções, metade (51%) dos entrevistados afirma que em muitas ocasiões sente que duplica tarefas em diferentes sistemas que não são compatíveis.

Está claro que há uma oportunidade para melhorar.

As tarefas administrativas atrasam o crescimento das empresas

O uso ineficiente dos recursos é uma clara barreira para o crescimento da produtividade e dos rendimentos.



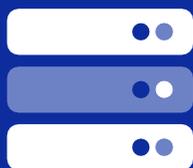
66%

Tem processos manuais ou lentos que poderiam ser automatizados



57%

Perde tempo em tarefas administrativas que poderiam ser automatizadas



51%

Está a duplicar esforços em sistemas de TI diferentes



As tecnologias chave em que os retalhistas pensam investir são:

1

Identificação e arquivo automáticos de documentos digitalizados

3

Introdução de cenários baseados em regras (como *If This, Then That*) que possam ser continuamente atualizados mediante *machine learning* e Inteligência Artificial

2

Reconhecimento de caracteres de documentos digitalizados para os tornar editáveis

4

Integração de sistemas de terceiras partes como assistentes digitais

1. Identificação e arquivo automáticos de documentos digitalizados

A identificação e o arquivo automatizados dos documentos digitalizados são as principais áreas em que os pequenos comerciantes pensam investir: quase dois terços (65%) já tem este investimento previsto nos próximos três anos. A sua utilização permite-lhes digitalizar muitos dos documentos físicos, como guias de remessa ou notas de entrega.

As empresas de retalho asseguram que contar com este tipo de ferramentas lhes traz uma grande diversidade de benefícios, além de um significativo aumento de produtividade, entre os quais se incluem:

- Poupança de incontáveis horas de tarefas administrativas
- Ajudar a minimizar o número de erros
- Reduzir os custos operacionais

Além disso, também o veem como um complemento para aumentar a segurança e os ajudar a apoiar os objetivos de sustentabilidade, uma vez que reduzem o número de páginas impressas.

2. Reconhecimento de caracteres dos documentos digitalizados

A tecnologia de reconhecimento de caracteres é o próximo passo para aumentar ainda mais a utilização da digitalização, já que permite aos equipamentos de impressão multifunções e scanners, que têm esta funcionalidade, criar documentos digitalizados editáveis sobre os quais os colaboradores podem facilmente trabalhar.

Além da considerável poupança de tempo alcançada, deste modo os trabalhadores reduzem o número de tarefas duplicadas e reportam menos erros, permitindo-lhes concentrarem-se em áreas de maior valor para a empresa e, conseqüentemente, aumentar a produtividade.

Cerca de metade dos retalhistas (53%) já investiu ou espera investir nesta área ao longo dos próximos três anos.

3 e 4. Introdução de cenários baseados em regras e integração com sistemas de terceiros

A Inteligência Artificial e *Machine Learning* são campos de inovação emergentes, ambos diretamente implícitos na identificação e no arquivo automático de documentos digitalizados. A Inteligência Artificial pode utilizar cenários baseados em regras para identificar os documentos automaticamente e o *machine learning* pode analisá-los e introduzir uma solução melhorada na prática.

Ao introduzir situações baseadas em regras como a tecnologia IFTTT (*If This Then That*), que ajuda todas as apps e dispositivos a conectarem-se entre si, dá-se mais um passo rumo à automatização inteligente de processos de negócio manuais.

Por seu lado, o *machine learning* pode ser integrado com tecnologias de terceiros, como assistentes digitais, para ajudar a agilizar os processos. A Inteligência Artificial, em que se baseiam estes assistentes, permite que os colaboradores os possam instruir de uma forma intuitiva para que realizem essas tarefas administrativas repetitivas e lentas e também oferecer-lhes úteis sugestões sobre ações a tomar num dado momento.

Resumindo, o uso de assistentes digitais pode libertar os colaboradores para que se possam centrar em tarefas mais relevantes e produtivas, como lidar diretamente com os seus clientes.



Os benefícios de colocar em prática novas tecnologias

Iremos começar a ver cada vez mais retalhistas a investir nestas tecnologias ao longo dos próximos três anos e aqueles que não o fizerem irremediavelmente vão ficar para trás.

A digitalização, edição e arquivo manuais de documentos são coisa do passado. Com a evolução do posto de trabalho, os *retailers* digitalmente avançados agora só digitalizam e deixam o seu multifunções ou scanner encarregar-se do resto.



“Estamos cada vez mais a digitalizar os processos, inclusivamente desde o ponto de vista administrativo. Com o aumento das possibilidades de fazer uma gestão online, como declaração da renda, as pessoas estão a ser levadas a utilizar o digital com mais frequência no seu dia a dia. Isto permite-lhes organizar e armazenar os seus dados mais facilmente e, inclusivamente, podem arquivar os seus documentos automaticamente porque a informação está numa base de dados – e não em papel – e guardada por uma pessoa (o que pode não ser tão preciso e o documento acabar perdido).

No meu ambiente direto a digitalização permite-me obter mais informação de um cliente: se falamos de talões de caixa nas lojas, por exemplo, podemos utilizá-los para divulgar ofertas que sejam relevantes para eles; se enviarmos os recibos por email aplica-se o mesmo. E além disso dá-nos a oportunidade de manter uma relação mais próxima com o utilizador, e por isso estamos a digitalizar tanto como podemos.”

Testemunho de um gerente de loja de roupa de criança, França

Segurança e dados dos clientes. Como proteger o ativo mais precioso

A segurança dos dados de clientes – o seu recurso mais importante e, também, possivelmente o mais perigoso – é uma enorme ameaça para os retalhistas na era do RGPD.

O crescimento sem precedentes do volume de informação e as possibilidades de acesso a ela, estão a pressionar ainda mais os *retailers* para que garantam tanto a segurança dos seus próprios dados como a dos seus clientes, como está especificado na legislação RGPD. E os comerciantes que coloquem em risco os seus clientes rapidamente ficarão sem nenhum.

Qualquer solução tecnológica que instalem, deve por isso, ser segura e cumprir as normas de conformidade mais recentes.

Com as novas regulamentações relativas aos dados, como o RGPD, este tema está a ter cada vez mais importância e as multas, por não tomar as medidas necessárias para manter o sistema seguro, são avultadas. Além de que, existe o risco de perder a confiança dos clientes se estes se apercebem que a empresa está a ser descuidada ou está a utilizar mal os seus dados.

Os retalhistas dispõem de um grande volume de informação confidencial dos clientes, como a direção para envios, dados de contacto ou informação de formas de pagamento, e necessitam manuseá-los com grande cuidado para evitar possíveis falhas de segurança.

Quais são os principais objetivos para uma melhor segurança da informação?

Nos próximos anos, será fundamental, para todas as empresas, introduzir processos mais seguros. Para quem já o faz, é importante manter os seus registos atualizados para auditorias e melhorar os seus níveis de responsabilidade.

Os três principais objetivos a cumprir para uma correta segurança da informação estão incluídos no acrónimo CIA, e cobrem tanto a segurança dos dispositivos como a dos dados:

- 1. Confidencialidade** – proteger os dados empresariais confidenciais para assegurar que apenas são partilhados com o interessado. Aqui são essenciais as medidas de autenticação e autorização, que requerem que os utilizadores verifiquem a sua identidade e que os permita fazer o que tentam antes que qualquer documento seja libertado, no caso dos equipamentos de impressão;
- 2. Integridade** – garantir que o *firmware* do equipamento é seguro e resistente a *hackers* ou a outras ameaças externas;
- 3. Acessibilidade** – manter o equipamento acessível e a funcionar para que os utilizadores autorizados possam realizar as suas tarefas fundamentais.



Alcançar estes objetivos requer investimento e formação

Uma das principais barreiras para as empresas de retalho é encontrar os recursos necessários para investir na melhor segurança de TI. Além disso, embora a tecnologia seja a solução, também requer um conhecimento e experiência especializados para reduzir os riscos.

Gerir a segurança do parque tecnológico é um desafio que deve ser abordado no seu conjunto. As impressoras, scanners e multifunções devem ser tão seguras como outros equipamentos tecnológicos. Se não forem, estes dispositivos podem ser uma porta aberta para os hackers entrarem na empresa. Além disso, segundo o relatório Global Print Security Landscape da Quocirca de 2019, 59% das empresas viveu pelo menos uma perda de dados relacionada com a impressão nos 12 meses anteriores.¹

A segurança dos dados é a função “crítica” mais citada quando se escolhe uma impressora: três quartos dos retalhistas entrevistados (71%) afirmam que é fundamental para eles que as suas impressoras, scanners e multifunções sejam seguros, o que não surpreende dada a quantidade de dados confidenciais de clientes que os comerciantes manuseiam.

No entanto, isto ainda deixa cerca de um terço das empresas (29%) que não reconhece a sua importância. E, ainda, pouco mais de metade (51%) não sente que a sua empresa tenha investido suficiente na segurança do *hardware* relacionado com as impressoras.

Por último, apenas pouco mais de um quarto (28%) acha que é simples cumprir as normas de conformidade relacionadas com a segurança dos dados no seu equipamento de impressão.



Que papel tem a impressão no conjunto de segurança da empresa?



71%

dos *retailers* diz que é fundamental que as suas impressoras, multifunções e scanners sejam seguros



49%

dos retalhistas acredita que a sua organização investiu o suficiente na segurança do seu *hardware* de impressão



28%

considera ser simples cumprir as normas relacionadas com a segurança dos dados em relação ao seu equipamento de impressão

A segurança da impressão

Se as empresas entendem a necessidade de investir na segurança do seu parque de impressão, então porque não o fazem atualmente?

O nosso relatório destaca as razões para isso acontecer:



1. Responsabilidade não definida sobre a segurança da impressão

É bastante comum não estar claro quem é o responsável da segurança na impressão dentro de uma empresa. Isto pode provocar riscos que podem sair caros e, infelizmente, é um problema que parece afetar sobretudo o setor do retalho.

Mais de metade das empresas de retalho na Europa Ocidental (54%) afirma que não sabem ao certo quem é o responsável da segurança na impressão na sua organização, mais do que a média das empresas em geral (48%).

O que significa isto para as empresas?

Se ninguém é responsável, é provável que a tomada de decisões e a implementação da segurança da impressão sofram, tornando as empresas vulneráveis.



2. Falta de informação e conhecimentos sobre como abordar as normas de segurança e conformidade

Não é só um tema de responsabilidade. A falta de conhecimentos e formação sobre a segurança dos dispositivos e dos dados, e sobre as normas a cumprir, é outro problema importante.

A principal barreira contra a qual devem lutar os retalhistas no que diz respeito ao cumprimento das normas relativas aos dados é a falta de clareza nos requisitos. Apenas pouco mais de metade (57%) dos *retailers* diz ter um bom conhecimento das normas de segurança.

O que significa isto para as empresas?

Se os decisores não contam com suficiente informação sobre as ameaças, as empresas continuarão a ter dificuldades para colocar em marcha as medidas que as protegem, tanto a elas como aos clientes.

O que podem fazer as empresas para abordar estes desafios relacionados com a responsabilidade e a formação?

Muitas vezes a linguagem utilizada é quem tem a culpa. Mais de metade (57%) das empresas assegura que há demasiado vocabulário relacionado com a segurança da impressão. Os fabricantes e parceiros deste setor necessitam colaborar para os ajudar a descodificar as normas de segurança e as regulamentações relevantes. São eles quem deve assegurar que as empresas escolhem a melhor solução de *hardware* e é vital, também, que esta tecnologia segura seja fácil de usar para que os trabalhadores mantenham a sua eficiência.

Como tal é recomendável aproveitar sempre a experiência do fornecedor de *hardware*.

A ameaça da segurança interna

Uma vez garantida a segurança dos equipamentos devemos continuar a trabalhar para assegurar a segurança dos dados.

Atualmente, metade dos retalhistas (51%) assegura ter pouca ou nenhuma rastreabilidade sobre quem imprime ou recolhe documentos das impressoras. Não é de admirar que quase nove em cada dez empresas (84%) assegure ter já passado por um incidente relacionado com a segurança da impressão, muitas vezes as causas são, por exemplo, documentos confidenciais que ficam acessíveis nas impressoras, não sendo recolhidos por quem os imprime ou levados por colaboradores que não são os proprietários desses mesmos documentos.

Com que problemas se devem preocupar as empresas?



Acesso não autorizado a documentos impressos



Esquecer “sair” da sessão depois de imprimir documentos confidenciais



Falta de rastreabilidade sobre quem acedeu a que documentos na impressora

Os *retailers* estão a começar a colocar em marcha medidas para abordar os problemas de segurança relacionados com a impressão, restringindo o acesso a certas impressoras ou facultando cartões de identificação ou códigos pin que permitam libertar trabalhos de impressão apenas pelas pessoas autorizadas.

A maioria (79%) considera importante, na hora de escolher um novo equipamento de impressão, que tenha capacidade para a rastreabilidade de acesso e tudo indica que este número aumentará à medida que os retalhistas vão substituindo os seus equipamentos atuais. É recomendável que as empresas consultem os seus fornecedores de impressão para verificarem se estas funcionalidades estão disponíveis e ativas.



“Quando digitalizamos temos a segurança de que o documento que obtemos é preciso: está na minha nuvem, a pessoa pode ver que está registado e guardado e está disponível em qualquer momento. Tudo isto é muito importante.

Com os documentos em papel, ao contrário, nunca sabemos exatamente onde estão, pode ter sido perdido, arquivado no sítio errado... Se estiverem digitalizados a via de transmissão e comunicação é muito mais clara e rápida.

Além disso, asseguramos que tudo está protegido por uma palavra passe e que ninguém pode aceder a esses documentos. Isto é realmente importante. Contamos com distintos níveis de segurança com um sólido processo de autorização atrás deles.”

Testemunho de um gerente de loja de produtos de alimentação e casa, França

Sustentabilidade e consciência do consumidor

O segredo de uma empresa ainda mais verde

“Ser verde” não é apenas uma obrigação moral, as políticas de sustentabilidade também podem ajudar a atrair mais negócio e tornar as operações habituais mais eficientes.

Numa sociedade que está a mudar cada vez mais para um modelo de justiça social, a ética tem vindo à tona e tem sido um assunto de importantes conversas. As expectativas do cliente sobre o impacto positivo alargaram-se também às marcas que compram.

Há três objetivos principais que os retalhistas consideram necessários para atuar com ética:

1. **Compromisso com as alterações climáticas**
2. **Redução do desperdício**
3. **Tratamento, salários e oportunidades justas para todos os seus colaboradores**

Como mostram as duas primeiras afirmações, a sustentabilidade está entre as prioridades dos comerciantes na atualidade: a maioria das empresas deste setor pensa que tem a obrigação de se comportar de forma sustentável (68%) e que o seu futuro êxito dependerá da gestão da sustentabilidade das suas operações (64%). Isto confirma que as empresas estão a colocar a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) num dos primeiros pontos da sua agenda comercial.

Como parte desta tendência, três quartos dos retalhistas (73%) está a rever e a procurar de forma ativa a forma de melhorar as suas políticas de sustentabilidade e a digitalização está a ter um papel importante na hora de impulsionar este aspeto.



“Propusemo-nos acabar com a nossa pegada de carbono e trabalhamos com empresas de transporte que nos ajudam a alcançar esse objetivo. Também estamos a tentar reduzir a quantidade de plástico, utilizamos apenas papel reciclado e fazemos de tudo para que os nossos materiais e processos nas fábricas respeitem o meio ambiente sempre que seja possível.

O digital tem impacto e a localização dos nossos servidores significa que estamos a emitir muito CO₂, assim temos vindo a trabalhar com empresas que vão otimizar o código da nossa web para o melhorar. Deste modo reduziremos os nossos recursos em servidores para contaminar menos e ainda iremos melhorar a velocidade do nosso *site*, o que aumentará o nosso rendimento digital.

Por outro lado, estamos a diminuir a quantidade de papel que utilizamos. Por exemplo, já não enviamos catálogos impressos.”

Testemunho de um gerente de loja de roupa infantil, França

Melhorar a sustentabilidade através da digitalização

Muitos retalhistas já investiram em ferramentas de digitalização que os ajudam a reduzir o seu volume de impressão. Dois em cada cinco (43%) dos entrevistados já utilizam scanners para digitalizar documentos físicos, como guias de remessa, para uma gestão e arquivo mais simples.



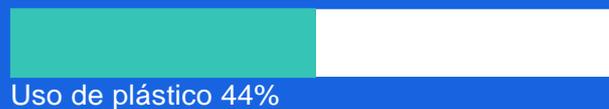
Quase metade (47%) dos *retailers* asseguram estar a começar a utilizar recibos eletrónicos. Isto tem o benefício de reduzir a quantidade de impressões e como tal evitar um potencial desperdício de papel. A sustentabilidade é, no entanto, apenas uma pequena parte dos benefícios que isto aporta.

Os comerciantes também podem utilizar a digitalização para melhorar as suas análises sobre quem compra ao longo do dia e juntar os dados de pesquisa na web com os de compras na loja física, por exemplo. Também lhes oferece uma boa ferramenta para interagir com os seus clientes após a compra, dando-lhes informação útil sobre devoluções ou como utilizar o produto. É ainda, uma forma de recordar a marca e, conseqüentemente, melhorar o seu reconhecimento.

Mas, inclusivamente, com a digitalização, a maioria dos retalhistas são empresas ainda muito dependentes da impressão, uma vez que existe um amplo leque de produtos críticos para o negócio que estão relacionados com esta, como os cartazes na loja, etiquetas de envio, guias de remessa e recibos ou outros materiais de marketing.

Três quartos deles têm uma política de sustentabilidade (76%), que normalmente se centra na reciclagem e na eficiência do *hardware*, mas também se estende ao embalamento, aprovisionamento, pegada de carbono e uso de plástico.

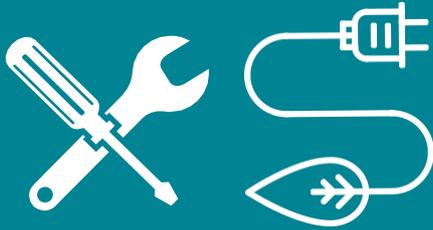
O alcance da política de sustentabilidade atual dos *retailers* inclui:



A impressora, com a sua utilização quase generalizada por parte dos retalhistas, é um dos dispositivos de *hardware* que estas empresas necessitam avaliar, tanto quanto à eficiência como a políticas de reciclagem.

Neste sentido, os comerciantes necessitam rever a eficiência operacional e as emissões em todo o ciclo de vida dos seus equipamentos de impressão, assim como a capacidade de reciclagem dos consumíveis de tinta e toner utilizados.

Reparar, não substituir a impressora



A sustentabilidade da impressão pode ser melhorada alargando o ciclo de vida útil dos equipamentos, o que reduziria a necessidade de fabricar mais impressoras.

Uma das maneiras de o conseguir e reduzir, assim, o desperdício, é levar a cabo reparações modulares para resolver avarias em vez de substituir por completo o equipamento, o que funcionaria perfeitamente. 76% dos retalhistas assegura que a capacidade de reparar ou substituir componentes individuais de uma impressora, se estão avariados, é um importante critério na sua escolha de um novo equipamento.

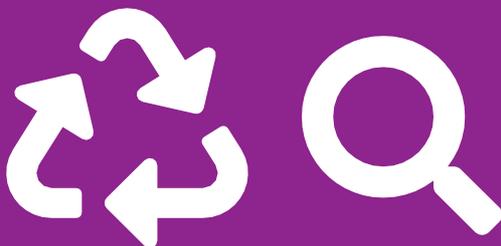
Como isto ajuda os *retailers*?

Tem a vantagem acrescida de reduzir custos para a empresa, além dos claros benefícios meio ambientais ao limitar os processos industriais de fabrico e a utilização das matérias primas associadas.

Agora que os retalhistas começam a exigir melhores ciclos de vida útil, é necessário que haja uma mudança também na indústria. Os fabricantes de equipamentos de impressão devem adotar um ponto de vista a longo prazo, além do benefício a curto prazo, e garantir aos seus clientes que os seus dispositivos estão desenhados para durar até uma década.



O que devem procurar os *retailers*?



Uma vez que as impressoras alcancem o final da sua vida útil, os retalhistas devem-se assegurar de que são recicladas. Três quartos (75%) dos entrevistados está de acordo de que as impressoras devem ser reparadas/renovadas no final da sua vida, em linha com o seu compromisso com a reciclagem e como parte da sua política de sustentabilidade.

É necessário que os fabricantes deste setor apoiem esta premissa ajudando os seus clientes a reciclar os seus dispositivos no final da sua prestação e que ofereçam um sistema simples e direto de reciclagem de consumíveis. Atualmente, as empresas necessitam trabalhar com fornecedores que reconheçam a importância de manusear o seu parque de impressão de forma eficiente e sustentável, tanto por razões comerciais como de Responsabilidade Social Corporativa.

Da cadeia de distribuição à loja

Como podem a impressão, digitalização e etiquetagem ajudar o retalho?

Além de se dedicarem a futuras inovações tecnológicas, segurança e sustentabilidade, muitos retalhistas estão a rever também os seus sistemas de *back-office* para maximizar a sua produtividade.



Etiquetagem, a ligação chave entre armazém, lojas e uma boa gestão

Contar com um sistema centralizado de etiquetagem permite, por exemplo, criar modelos para imprimir preços de forma estandardizada e assim a sede poderá gerir de forma eficiente os produtos. Isto pode poupar tempo às diferentes sucursais, que não necessitarão configurar múltiplos sistemas e evita duplicar o trabalho desnecessariamente. Também apoia a gestão do inventário, especialmente quando se integra com outros sistemas para oferecer informação de *stock* em tempo real.



“Trabalhámos com uma consultora para averiguar qual é a forma mais eficiente de configurar as nossas lojas e centralizámos o nosso sistema de impressão de etiquetas desde o princípio. Somos uma empresa relativamente pequena, com seis sucursais na Alemanha, e para nós teria sido difícil, lento e caro imprimir etiquetas em cada uma delas.

Foi um pouco complexo colocar isto em marcha, mas ajudou-nos a otimizar os nossos envios e, além disso, dado que os colaboradores não podem alterar manualmente as etiquetas, é um processo mais seguro e simples”.

Testemunho de um gerente de uma padaria, Alemanha



Imprimir e digitalizar, uma experiência do cliente satisfatória

As soluções de impressão inteligentes estão a impulsionar a produtividade e a libertar tempo para que os colaboradores se possam dedicar aos seus clientes e apoiar as expectativas de crescimento das suas empresas.

Três em cada cinco (59%) investiram ou estão a pensar investir em soluções de impressão ou digitalização remotas que possam suportar 'caixas registadoras móveis'. Trata-se de uma tendência iniciada pela Apple que permite aos colaboradores receber pagamentos e emitir recibos a partir de qualquer local da loja, utilizando apenas um tablet ou smartphone e um scanner portátil. Graças a isto, é oferecida uma melhor experiência ao cliente, já que evita a necessidade de aguardar numa fila e que no final resulta um benefício para o negócio.

Outros, particularmente no setor alimentar, foram implementando tecnologias que permitem digitalizar/registar enquanto faz compras, pagar e sair. Isto, tal como as caixas portáteis, evita filas nesta era em que a distancia social é importante, além de reduzir o tempo dedicado a digitalizar todos os produtos no final da compra. Esta medida também implica uma poupança de tempo para os colaboradores, que podem dedicar a outras atividades que tragam mais valor e contribuam para melhorar a experiência do cliente ainda mais, como aprovisionar as prateleiras para que estejam sempre cheias, ou responder a perguntas e pedidos.

A impressão e digitalização também podem ajudar a atualizar etiquetas de forma fácil e rápida, por exemplo, adicionando informação sobre alérgenos ou datas de validade, ou alterando preços de forma imediata se existirem produtos que não estão a sair tão rápido como deviam e queremos impulsionar as suas vendas.



“Temos caixas tradicionais, mas agora estamos a tentar em algumas lojas utilizar um iPad conectado a um terminal, de forma a que os clientes nem sempre necessitem estar na fila e possam simplesmente dirigir-se ao membro da equipa que lhe está a mostrar o jogo e o possa comprar enquanto está em movimento.

Estamo-nos a afastar do modelo de 'recolha o seu produto e traga-o à caixa' e isto reduz a probabilidade de que mudem de opinião no seu caminho em direção a ela. As lojas podem estar realmente cheias ao fim de semana e por isso, isto ajuda a comprar o produto que procuram sem dificuldade.

E há uma pequena impressora de etiquetas portátil conectada que imprime o seu talão. Não queremos ter de enviar os clientes para a Caixa para obterem um recibo físico, isso traria alguma complexidade e poderia desanimá-los.”

Testemunho de um gerente de loja de jogos, Reino Unido

Como a digitalização pode melhorar as interações com o cliente

Alguns retalhistas estão a ir um passo mais além, investindo em etiquetas e recibos completamente eletrónicos. Sem dúvida veremos um importante aumento nestes últimos, já que 91% dos entrevistados já investiu ou considera investir neles nos próximos três anos.

Os talões eletrónicos podem apoiar a sustentabilidade, mas também são um truque para atrair os clientes após a venda, oferecendo-lhes informação útil e evitando trocas potencialmente pouco higiénicas numa época em que a prevenção devido à pandemia está na mente de todos.

Os formatos eletrónicos permitem também uma recolha muito mais fácil dos dados dos consumidores, o que permite aos comerciantes entender melhor o que os seus clientes estão a comprar e levar a cabo uma ação de marketing personalizada baseando-se nos seus comportamentos.

A etiquetagem eletrónica estará cada vez mais presente nas lojas. Trata-se de etiquetas que possam ser atualizadas facilmente de forma centralizada para refletir flutuações da procura em tempo real e que também podem ter propriedades 'inteligentes' mediante as quais se possa oferecer aos consumidores informação útil enquanto compram.

A grande maioria dos clientes compra com o seu dispositivo móvel à mão e os retalhistas que podem tirar vantagem disso conseguirão ter uma melhor relação com o seu público.





Testemunho de um gerente de uma loja alimentar, casa e lazer, França

“Incorporamos a etiquetagem inteligente há aproximadamente um ano. Já não temos etiquetas de papel na loja, todas são eletrônicas, o que nos dá informação incrivelmente útil tanto para a empresa, como para os meus colaboradores e também para os nossos clientes, e ainda nos ajudou a poupar uma enorme quantidade de tempo!

Atualmente só gerimos assim os produtos dentro da loja e não em todo o armazém, mas ajuda-nos a saber que stock vai chegar, o que não está previsto e também que níveis exatos de existências temos. Além de nos mostrar o preço, o número de produtos nas prateleiras, a data do último envio e se é *click-and-collect*, podemos saber exatamente onde está cada coisa, assim não temos de as procurar para as colocar imediatamente no cesto do cliente. O futuro da etiquetagem inteligente é que o consumidor faça o pedido no seu telefone e esse mesmo terminal o guie para onde estão localizados, exatamente, esses produtos dentro da loja.

Não foi barato. Implementar toda a etiquetagem eletrônica custou ao redor de 225.000€ e atualmente apenas estamos a utilizar cerca de 5% do que podemos fazer com essas etiquetas. Estimamos que chegar aos 100% vai-nos levar uns 3 anos, mas gostava de pensar que num par de anos teremos alcançado pelo menos 80% das suas capacidades, o que significaria que estaríamos a fazer pedidos automáticos ou que dispomos de toda a informação que necessitamos no imediato (por exemplo, que está a acabar um produto) e podíamos reagir no momento.

Seja como for, é necessário investir neste tipo de tecnologias. As coisas evoluem muito rápido e temos de evoluir com elas. Também há que formar o pessoal de forma contínua, para que cada inovação seja incorporada. Podes implementar a melhor tecnologia do mundo, mas se as pessoas que a utilizam não a aceitam ou não a acham fácil de usar não poderás tirar o máximo partido dela.”



Medir a eficiência é fundamental para poder crescer

Uma vez que as empresas tenham investido nestas tecnologias, devem entender bem a eficiência do equipamento de impressão e o seu funcionamento.

Contar com capacidades analíticas para conhecer as eficiências do sistema de processos/impressão pode ajudá-los a identificar áreas que não estão a funcionar tão bem como deviam e a eliminar qualquer problema. Simplificar e associar os dados da forma mais eficiente possível poupa tempo e impulsiona a produtividade dos colaboradores.

“Queremos reduzir custos utilizando ferramentas que nos permitam simplificar o fluxo de informação”. **Retalhista alimentar e casa, França**

Utilizar o *analytics* pode ajudar a que a informação flua, o que dá aos retalhistas uma vantagem antecipada de lhes permitir dispor dos dados no instante em que necessitam, como saber quando está previsto o próximo envio ou onde estão a falhar os níveis de stock e que necessitam ser repostos.

Estas capacidades analíticas e um fluxo de informação sem falhas também lhes pode permitir verificar dados dos clientes para os conhecer melhor. Se os retalhistas são capazes de monitorizar os seus clientes em todo o seu processo de compra e saber mais sobre eles, poderão prever que produtos serão mais atrativos, apresentá-los melhor tanto na loja como online e assegurar-se de que têm as existências necessárias para cobrir a sua procura.

Máximo resultado, mínimo esforço

O equipamento de impressão, quer se utilize para imprimir, digitalizar ou fotocopiar, é uma parte fundamental de processos de negócio eficientes, já que têm o poder de reduzir grandes quantidades de trabalho administrativo. Investir nas tecnologias adequadas é, por isso, de importância extrema para garantir que os dispositivos e serviços adequados estão a funcionar e que cobrem as necessidades específicas da organização.

Também se devem poder integrar facilmente nos sistemas existentes e contar com a tecnologia mais atualizada. Estes são, de facto, os dois principais fatores que as empresas do retalho procuram quando escolhem um dispositivo de impressão, se não tivermos em conta o custo.

Principais fatores no momento de escolher um equipamento de impressão:

- 1 Facilidade de integração
- 2 Contar com a tecnologia mais atualizada
- 3 Segurança dos dados
- 4 Armazenamento na nuvem
- 5 Capacidade de monitorizar os níveis de utilização do pessoal

Com o avanço da tecnologia, os ecossistemas digitais estão a ficar mais complexos e frequentemente requerem um conhecimento e experiência específicos para os aproveitar ao máximo. Dispor das habilidades necessárias para gerir múltiplos sistemas pode ser um desafio para as empresas e desviar a sua atenção das tarefas chave do negócio.

Como deveria ajudar o fornecedor de impressão

O fornecedor de impressão deveria ser o mais indicado para levar a cabo uma avaliação completa das necessidades de impressão de uma empresa e assim recomendar os dispositivos e serviços mais indicados para cobrir essas necessidades.

Também podem garantir que os sistemas de impressão mais avançados recebem uma manutenção adequada, já que quanto mais complexas forem as suas funcionalidades, mas será a manutenção também.

Manter os equipamentos atualizados

Além de contar com a solução mais apropriada, manter tudo atualizado está-se a converter num desafio cada vez maior neste mundo no qual as inovações chegam ao mercado mais rápido que nunca.

Embora tradicionalmente as empresas tenham comprado o seu *hardware* diretamente e façam a gestão do seu próprio equipamento, cada vez mais estão a procurar modelos OpEx (*Operational Expenditure* ou gasto operacional), onde se aluga o *hardware* e se transfere a manutenção para o fornecedor.

Assim, em vez de manter um equipamento que se deprecia rapidamente, os *retailers* podem beneficiar de uma máquina que se atualiza automaticamente e podem contar sempre com a melhor solução.

Os nossos dados mostram que mais de metade (54%) das empresas de retalho estão já a alugar pelo menos uma parte da sua tecnologia de *hardware*.

Aquelas empresas que alugam os seus equipamentos vêm três claros benefícios como resultado: maior eficiência financeira, poupança de tempo nos processos e contar com a melhor solução em cada momento, com a tecnologia mais segura e atualizada.

10 principais benefícios do aluguer de *hardware* tecnológico

Benefícios financeiros

1. Apenas paga o que utiliza
2. Poupança de custos
3. Podem ser distribuídos os pagamentos para aligeirar o *cash flow*

Poupança de tempo

4. Menos tempo investido na manutenção do *hardware*
5. Redução dos transtornos derivados da manutenção
6. Contar com especialistas para a assistência em caso de problemas
7. Podem concentrar-se no negócio e exteriorizar este tipo de atividades para não terem de se preocupar com elas

Solução ideal

8. Acesso a especialistas que os ajudam sobre qual a melhor solução de *hardware*
9. Tecnologia atualizada automaticamente quando aparecem novas funcionalidades
10. Contar com a segurança mais atualizada para os equipamentos



“Nos nossos escritórios, que estão junto ao armazém, temos impressoras alugadas e é nelas que imprimimos o nosso material para o ponto de venda. Este tem de ser de elevada qualidade para ser apropriado para as nossas lojas, e isso significa que os equipamentos têm que ser mais complexos e podem avariar com mais frequência. Por isso tomámos a decisão de alugar estas impressoras.

Muitas vezes necessitamos de assistência porque o que estamos a fazer são materiais promocionais para a loja, cartazes enormes e coisas similares. Contar com o aluguer e com os serviços de gestão da impressão torna tudo muito mais fácil.”

Testemunho de um gerente de loja de jogos, Reino Unido

“At your side” Como pode a Brother ajudar na transição digital?

Três quartos das empresas de retalho (76%) tem um contrato contínuo com os seus fornecedores de impressão, mas a maioria delas apenas recebe um serviço básico que cobre o hardware e/ou o serviço de reposição de consumíveis de tinta ou toner.

Contar com o fornecedor de impressão que avalie as necessidades, que pode ajudar com o aluguer do *hardware* e o possa gerir, garante às empresas contar com o melhor dispositivo para as suas necessidades, sem ter que perder recursos internos nem tempo em manutenção.

Um ponto essencial para alcançar os objetivos de eficiência seria a integração simples da tecnologia e dos processos, algo em que a maioria das empresas deste setor está de acordo.

83%

Assegura que é importante que a sua impressora se possa integrar com as tecnologias existentes

36%

Recebe uma avaliação das necessidades por parte do seu fornecedor de impressão

No entanto, apenas um terço (36%) recebe uma avaliação personalizada que lhes assegura que contam com a tecnologia adequada e uma integração simples para o seu negócio. A Brother considera que isto é fundamental e que não deveria ser esquecido pelo setor do retalho.

Procurar um fornecedor de confiança para obter soluções adequadas para os seus fluxos de trabalho, que sejam inteligentes e integradas, permitirá a estas empresas centrarem-se nas tarefas que lhes trazem mais valor.

A proposta da Brother

A Brother pode oferecer às organizações soluções de impressão integradas que encaixem nos processos já existentes e se adaptem para as ajudar a reduzir o tempo perdido em tarefas administrativas. Essencialmente, isto significa que os colaboradores terão um papel mais satisfatório e produtivo.

A Brother oferece uma aproximação multi solução que pode cobrir as necessidades particulares de cada empresa em todas as suas operações, quer seja etiquetagem de prateleiras, materiais de ponto de venda de alta qualidade, impressão centralizada de etiquetas ou um elevado volume de impressão para o *back-office*.

A metodologia de Serviços de Gestão da Impressão em três etapas da Brother, garante que as empresas possam contar com o dispositivo e serviços adequados, reduzindo a complexidade dos processos e melhorando a produtividade. Cada uma das etapas está desenhada para assegurar que o serviço se adapta às necessidades e cumpre os requisitos de forma contínua.

1. Fase de Avaliação: Desenhamos o serviço perfeito para cada empresa

A Fase de Avaliação centra-se em compreender as necessidades do negócio e os hábitos de impressão dos utilizadores. O objetivo é desenhar uma solução sustentável, otimizada e personalizada, que assegure que os equipamentos adequados estão no lugar certo na empresa. Levaremos a cabo uma auditoria, avaliando a produtividade dos utilizadores e a infraestrutura do parque de impressoras existente.

Esta auditoria investigará elementos como o Custo Total de Propriedade (TCO), os requisitos de segurança e políticas de impressão, a produtividade do utilizador e a utilização das impressoras, assim como as políticas de RSC (Responsabilidade Social Corporativa) e os objetivos de sustentabilidade. Em última análise, usaremos toda esta informação para desenvolver uma solução desenhada à medida, que maximize a eficiência e minimize os custos ocultos, obtendo assim a proposta mais equilibrada.

2. Fase de Implementação: Colocamos tudo no lugar

Entendemos que uma mudança tecnológica que afeta toda a organização pode ser delicada, cheia de potenciais problemas e riscos. Para esta Fase de Implementação desenvolvemos um conjunto de serviços que assegure que a passagem para os Serviços de Gestão da Brother seja simples, eficiente e livre desses riscos.

A nossa equipa cobre todo o processo: desde o envio e instalação até à configuração e implementação, assim como a formação dos colaboradores e fornecimento de materiais associados. Também recolhemos os equipamentos antigos de forma segura - de acordo com a legislação em vigor - e integramos os Serviços de Gestão da Impressão no próprio *service desk*. Todo este processo é feito de forma progressiva e de acordo com as necessidades do cliente, para que tenha um impacto mínimo na atividade operacional da empresa.

3. Fase de Otimização: Asseguramo-nos que tudo funciona corretamente

A Fase de Otimização consiste em assegurar que tudo funciona o melhor possível. Implica um apoio preventivo e reativo por parte da Brother. Nas nossas análises periódicas, a nossa equipa revê as exigências e os requisitos operacionais do dia a dia. Avaliamos continuamente a disponibilidade do equipamento, a capacidade e a utilização estabelecidos, de forma que os serviços de gestão funcionem da melhor forma possível para a empresa, ainda que as necessidades possam alterar.

Tudo isto faz parte de como avaliamos as necessidades: de uma forma consistente e assegurando-nos que o serviço de impressão funciona do início ao fim do contrato.



Resumo e conclusões

A revolução do retalho já estava em marcha antes da pandemia aparecer. De qualquer forma, a emergência forçou os retalhistas a atualizar a sua tecnologia para que os seus negócios sejam verdadeiramente digitais. Para alcançar este objetivo de forma eficaz, a tecnologia, a segurança e a sustentabilidade devem ser tidas em conta.

É o momento dos *retailers* investirem em tecnologias que lhes permitam criar fluxos de trabalho mais simples e minimizar a sua carga administrativa. Com isso poderão impulsionar a sua produtividade e desbloquear o seu potencial para cobrir as necessidades da nova geração de compradores (os do 'quero já') e oferecer-lhes uma experiência inspiradora em todo o processo.



As tecnologias chave nas quais os *retailers* com visão de futuro pensam investir são:

Identificação e arquivo automático de documentos digitalizados

Os pequenos comerciantes asseguram que contar com identificação e arquivo automatizados lhes oferece diversos benefícios que se juntam a um significativo aumento de produtividade, incluindo o tempo poupado em tarefas administrativas manuais, na redução de erros e a descida de custos operacionais.



Reconhecimento de caracteres para criar documentos editáveis

Além da considerável poupança de tempo, os colaboradores reduzem a duplicação de tarefas e reportam menos erros, o que lhes permite dedicarem-se a áreas de maior valor acrescentado e aumentar a produtividade.



Integrar sistemas de terceiros como assistentes digitais

Ao introduzir cenários baseados em regras como tecnologia IFTTT (*If This Then That*), que ajuda todas as aplicações e dispositivos a conectarem-se entre si, avançamos mais um passo em direção à automatização inteligente de processos de negócio manuais.

Sobretudo, o uso de assistentes digitais pode libertar os colaboradores para que se centrem em tarefas mais relevantes e produtivas, como lidar com os clientes. No entanto, a segurança é uma enorme ameaça para os retalhistas na era do RGPD no que diz respeito ao recurso mais valioso e potencialmente mais perigoso que têm: os dados dos clientes.



Há três objetivos fundamentais para uma verdadeira segurança da informação, que cobrem tanto a segurança do equipamento como a dos dados. E estão incluídos no acrónimo CIA:

- **Confidencialidade:** Proteger os dados empresariais confidenciais para assegurar que apenas são partilhados com o proprietário;
- **Integridade:** assegurar que o *firmware* do equipamento é seguro e resistente face a *hackers* ou outras ameaças externas;
- **Acessibilidade:** garantir que o dispositivo está conectado e em funcionamento e que está acessível para que os utilizadores autorizados realizem as suas tarefas.



É importante ter em conta a relevância de mostrar as credenciais de sustentabilidade.

Há três componentes principais que os retalhistas consideram necessários para garantir que se comportam de acordo com a ética (e como tal terem uma mais valia perante os seus clientes):

- 1 Compromisso com as alterações climáticas
- 2 Redução do desperdício;
- 3 Tratamento, salários e oportunidades justas para todos os colaboradores.



Conclusões

Para além de prepararem as bases para futuras inovações em segurança, sustentabilidade e tecnologia, muitos retalhistas estão também a rever os seus sistemas de *back office* para maximizar a sua produtividade.

Muitas vezes as impressoras e scanners são vistos como um componente integral, mas básico, do trabalho no escritório. No entanto, investir na solução de impressão inteligente adequada pode trazer enormes benefícios para qualquer empresa, incluindo responder aos objetivos de sustentabilidade e segurança.

As empresas do retalho necessitam encontrar um parceiro de impressão que se comprometa em salvaguardar as suas necessidades perante qualquer ameaça de segurança relacionada com a impressão, protegendo os seus dados e os dos seus clientes e apoiando-os de uma forma sustentável, tornando mais fácil para eles dedicarem-se ao assunto que têm em mãos.

Se decidir adaptar-se às mudanças do setor do retalho pode ter a certeza de que a Brother estará sempre “At your side”.

brother
at your side

www.brother.pt

Brother Ibéria S.L.
Edifício Brother, Rua da Garagem, nº7
2790-078 Carnaxide
Tel: 808 223 000
E-mail: assistencia.comercial@brother.pt

Todas as especificações estão corretas no momento de impressão e sujeitas a alteração sem aviso prévio. A Brother é uma marca registada da Brother Industries Ltd.

Todas as marcas e nomes de produtos são marcas registadas das respetivas companhias.