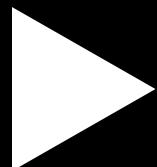




Pesquisa Global de 2025 sobre o Estado das Análises com IA+BI

Foco na indústria de varejo e bens de consumo

Início



Resumo executivo

Hoje, organizações tanto de varejo quanto de bens de consumo estão superando os programas piloto e entrando na produção em larga escala. Automação, personalização e tomada de decisão mais rápida não são mais opcionais — elas se tornaram o novo modelo operacional. No centro dessa transformação está IA+BI: a integração da inteligência artificial com a business intelligence para tornar os insights baseados em dados mais acessíveis, explicáveis e acionáveis.

Este resumo de pesquisa mostra como organizações de varejo e bens de consumo estão implantando IA+BI para:

- Automatizar workflows para profissionais de dados
- Empoderar funcionários não técnicos para fazer e responder perguntas sobre dados
- Melhorar a velocidade, precisão e adoção de decisões baseadas em dados



54% das empresas de varejo/bens de consumo dizem que suas prioridades com IA+BI são decisões mais rápidas e inovação



50% esperam economizar e aumentar a produtividade dos funcionários com investimentos em IA+BI



27% dos entrevistados do varejo/bens de consumo querem capacitar pelo menos 21% dos funcionários com análises baseadas em IA nos próximos 12 meses



53% citam o custo e **50%** citam expectativas pouco realistas como os maiores obstáculos para a adoção de IA+BI



35% recebem respostas incoerentes, resultado direto da ausência de camadas semânticas e

O que diferencia os líderes?

Eles estão investindo em **ferramentas de autoatendimento, governança semântica e agentes de IA específicos de domínio**, ao mesmo tempo em que expandem o acesso além dos analistas e para as linhas de frente.

Estudos de caso do **Walmart** e da **L'Oréal** demonstram as possibilidades da combinação de plataformas de IA+BI com dados modernizados e uma cultura de experimentação.

- 1 [Resumo executivo](#)
- 2 [Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)
- 3 [Onde IA+BI já estão funcionando](#)
- 4 [Trazer os dados para as linhas de frente](#)
- 5 [Bots de IA: análises além dos painéis](#)
- 6 [A velocidade é a estratégia](#)
- 7 [As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)
- 8 [Confiança começa com governança](#)
- 9 [GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)
- 10 [The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)
- 11 [Conclusão](#)
- 12 [Metodologia de pesquisa](#)

Onde IA+BI já estão funcionando

As empresas de varejo e bens de consumo já passaram da fase de teste com as análises baseadas em IA. A implementação está acontecendo em pontos-chave. Em todo o setor, duas principais áreas de aplicação estão liderando a transformação de pilotos em produção:

- Automatização de workflows para **especialistas de dados**. Esses adotantes avançados relatam economia de tempo significativa para analistas e maior precisão em tarefas recorrentes.
- Ajudando funcionários não técnicos a consultarem dados, com **módulos de autoatendimento** com tecnologia de IA. Essas ferramentas reduzem a dependência das equipes de dados e aceleram as decisões diárias em todas as unidades de negócios.

Pilotos e adotantes

Especialistas em dados promovem adoção e as análises com autoatendimento acontecem naturalmente (respostas em %)



Caso de uso 1: especialistas em dados

As organizações estão usando IA para acelerar tarefas de usuários técnicos, da preparação de dados à geração de painéis.

- **15%** das empresas pesquisadas têm implantações operacionais em departamentos únicos
- **8%** já têm projetos com escala total em vários departamentos e casos de uso



Caso de uso 2: autoatendimento

As ferramentas de IA+BI estão facilitando a exploração de dados para usuários não técnicos, com linguagem natural e visualizações automáticas.

- **19%** dos entrevistados têm programas operacionais de análise de autoatendimento
- **38%** estão considerando a adoção nos próximos 12 meses

1

Resumo executivo

2

Principais conclusões
da Pesquisa de 2025

3

Onde IA+BI já estão
funcionando

4

Trazer os dados para as
linhas de frente

5

Bots de IA: análises
além dos painéis

6

A velocidade é a
estratégia

7

As 3 maiores barreiras
para o crescimento em
escala

8

Confiança começa com
governança

9

GUESS: dados aplicados
em inovação de
vanguarda

10

The Warehouse Group:
transformação no varejo
com dados e IA

11

Conclusão

12

Metodologia de
pesquisa

3



Principais conclusões da pesquisa de 2025

As análises com IA já não são experimentais nas áreas de varejo e bens de consumo. Este relatório apresenta os resultados de uma pesquisa global realizada no primeiro semestre de 2025 por uma empresa de pesquisa independente contratada pela Strategy, visando líderes de empresas de varejo e bens de consumo.

A velocidade é a prioridade

Empresas de varejo e bens de consumo priorizam decisões mais rápidas e inovação mais que qualquer outro resultado de análises baseadas em IA.



O acesso para a linha de frente é a próxima fronteira

27% das organizações pesquisadas pretendem disponibilizar ferramentas de IA+BI para mais de 20% de sua força de trabalho, triplicando os níveis de adoção atuais



1

[Resumo executivo](#)

2

[Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)

3

[Onde IA+BI já estão funcionando](#)

4

[Trazer os dados para as linhas de frente](#)

5

[Bots de IA: análises além dos painéis](#)

6

[A velocidade é a estratégia](#)

7

[As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)

8

[Confiança começa com governança](#)

Confiança começa com governança

Respostas incoerentes e adoção estagnada são consequências da baixa qualidade dos dados e da ausência de uma camada semântica.

9

[GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)

10

[The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)

11

[Conclusão](#)

12

[Metodologia de pesquisa](#)

Trazendo os dados para as linhas de frente

Apesar de décadas de investimentos em business intelligence, a maioria dos funcionários ainda depende de planilhas ou não usa análises. As análises com tecnologia de IA estão mudando isso rapidamente.

Empresas de varejo e bens de consumo estão começando a implementar ferramentas de linguagem natural e visualizações incorporadas que disponibilizam dados acessíveis para equipes de linha de frente, de vendedores a operadores de chão de fábrica.

Essa mudança pode desencadear a maior onda de adoção de análises desde a era das planilhas

Potencial de adoção

As organizações estão repensando o acesso às análises.

9%

dos funcionários na maioria das organizações já usam ferramentas de BI além de planilhas

27%

das empresas pesquisadas pretendem dar acesso à IA+BI nos próximos 12 meses para pelo menos 20% dos funcionários

O que promove essa expansão?

Novos recursos estão reduzindo as barreiras de entrada e aumentando a confiança nos dados.



Interfaces de linguagem natural que permitem que qualquer pessoa consulte os dados



Visualizações automatizadas que eliminam a dependência de painéis



Análises incorporadas em ferramentas que as pessoas já usam, como Microsoft Office, Slack e aplicativos de PDV



Treinamento de capacitação em IA e gerenciamento de mudanças promovem adoção

- 1 [Resumo executivo](#)
- 2 [Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)
- 3 [Onde IA+BI já estão funcionando](#)
- 4 [Trazer os dados para as linhas de frente](#)
- 5 [Bots de IA: análises além dos painéis](#)
- 6 [A velocidade é a estratégia](#)
- 7 [As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)
- 8 [Confiança começa com governança](#)
- 9 [GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)
- 10 [The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)
- 11 [Conclusão](#)
- 12 [Metodologia de pesquisa](#)

Bots de IA: análises além dos painéis

As análises com tecnologia de IA não estão mais apenas nos painéis: elas estão onde o trabalho acontece. Cada vez mais empresas de varejo e bens de consumo estão implantando **bots de IA+BI** com insights dentro das ferramentas que os funcionários já usam, como Microsoft Office, Slack e sistemas de PDV.

Os bots de IA foram feitos para:

- Resumir as principais métricas em linguagem natural para uma compreensão mais rápida entre as áreas empresariais.
- Sugerir ações segundo as tendências de vendas e estoques para melhorar decisões operacionais.
- Alertar os gerentes sobre anomalias ou mudanças na demanda antes que elas afetem o desempenho ou os níveis de serviço.
- Responder a perguntas específicas usando fontes de dados seguras e governadas, com velocidade, precisão e uniformidade.

Adoção de bots de IA nas áreas de varejo e bens de consumo

Os bots de IA estão passando da experimentação para a implantação.



O que é IA+BI?

Ferramentas genéricas de IA generativa, como ChatGPT ou outros grandes modelos de linguagem (LLMs), têm dificuldades com matemática, estatística ou lógica. Com IA+BI, o LLM funciona com entradas e explicações em linguagem natural. Porém, é a plataforma de análises que faz os cálculos reais e garante que os resultados estejam corretos, com uma camada semântica de governança de dados.

- 1 [Resumo executivo](#)
- 2 [Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)
- 3 [Onde IA+BI já estão funcionando](#)
- 4 [Trazer os dados para as linhas de frente](#)
- 5 [Bots de IA: análises além dos painéis](#)
- 6 [A velocidade é a estratégia](#)
- 7 [As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)
- 8 [Confiança começa com governança](#)
- 9 [GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)
- 10 [The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)
- 11 [Conclusão](#)
- 12 [Metodologia de pesquisa](#)

A velocidade é a estratégia

Empresas de varejo e bens de consumo estão recorrendo às análises baseada em IA com um objetivo claro: avançar mais rápido.

Em contraste com a tendência global dos setores agregados, onde a produtividade dos funcionários foi o principal benefício alcançado ou esperado, as organizações de varejo e bens de consumo priorizam a velocidade. Especificamente, 54% das empresas desses setores citaram decisões mais rápidas e inovação como seus principais resultados atuais ou esperados.

Isso demonstra o interesse em responder rapidamente às mudanças do mercado, acelerar os ciclos de planejamento e otimizar a execução com ferramentas de IA e business intelligence.

Os 3 principais resultados para varejo + bens de consumo

Insights baseados em IA estão gerando impacto mensurável onde é mais importante.



Decisões e inovações mais rápidas

54%



Funcionários mais produtivos

50%



Economia

50%

Essas prioridades sinalizam uma mudança do potencial teórico para um valor operacional mensurável. Os líderes buscam ferramentas que, mais do que informar as decisões, também as acelerem, simplifiquem os workflows e contribuam diretamente para os resultados financeiros.



- 1 [Resumo executivo](#)
- 2 [Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)
- 3 [Onde IA+BI já estão funcionando](#)
- 4 [Trazer os dados para as linhas de frente](#)
- 5 [Bots de IA: análises além dos painéis](#)
- 6 [A velocidade é a estratégia](#)
- 7 [As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)
- 8 [Confiança começa com governança](#)
- 9 [GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)
- 10 [The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)
- 11 [Conclusão](#)
- 12 [Metodologia de pesquisa](#)

Os 3 maiores obstáculos para o crescimento em escala

Embora o entusiasmo por análises baseadas em IA esteja crescendo no varejo e em bens de consumo, a adoção em escala ainda enfrenta obstáculos reais. As barreiras mais citadas se enquadram em três categorias: **custo, clareza e capacidade**.



Pressões de custo

A **principal barreira à adoção é o custo**. Mais da metade dos entrevistados (53%) apontou orçamento ou ROI pouco claro como o principal desafio para expandir ferramentas de IA+BI.



Expectativas não alinhadas

50% das organizações pesquisadas disseram que **expectativas pouco realistas** — seja da liderança ou dos fornecedores — atrasaram a adoção. Isso inclui suposições sobre velocidade de geração de valor, facilidade de implementação ou recursos de automação.



Gaps in Data Governance

A falta de estratégia e governança de dados sólidas também desonta como obstáculo importante. 42% dos entrevistados destacaram **a qualidade instável dos dados**, a ausência de uma camada semântica e as práticas de relatórios fragmentadas como desafios críticos.

Essas barreiras refletem um tema comum: as organizações querem expandir, mas não têm a base estrutural para fazê-lo com confiança. Sem dados confiáveis, expectativas claras e propriedade centralizada, as iniciativas de IA+BI correm o risco de estagnar antes de gerar impacto mensurável.



Obstáculos operacionais

Respondendo sobre os maiores obstáculos técnicos e operacionais:

38%

dos entrevistados apontaram a **ausência de um centro interno de excelência em IA+BI**

35%

notaram **respostas incoerentes**, muitas vezes causadas por dados isolados ou padrões fracos para metadados.

1

[Resumo executivo](#)

2

[Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)

3

[Onde IA+BI já estão funcionando](#)

4

[Trazer os dados para as linhas de frente](#)

5

[Bots de IA: análises além dos painéis](#)

6

[A velocidade é a estratégia](#)

7

[As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)

8

[Confiança começa com governança](#)

9

[GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)

10

[The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)

11

[Conclusão](#)

12

[Metodologia de pesquisa](#)

Confiança começa com governança

De todos os desafios citados, há um destaque além das considerações financeiras ou práticas: a questão não é o que é possível com IA+BI, mas o problema fundamental da **confiabilidade das respostas**.

Entre as empresas de varejo e bens de consumo pesquisadas, a incoerência dos dados e a má governança surgiram como pontos problemáticos recorrentes. Em particular, 35% citaram respostas incoerentes ou incorretas sobre dados, muitas vezes causadas por sistemas fragmentados, definições pouco claras e falta de uma camada semântica.

Os modelos de IA dependem de **dados limpos, estruturados e bem definidos para produzir insights confiáveis**. Sem uma camada semântica (um conjunto de definições e relacionamentos comerciais compartilhados) diferentes departamentos podem relatar ou interpretar os mesmos dados de forma diferente, levando ao desalinhamento e à perda de confiança nas recomendações de IA.

Falhas de governança

Os entrevistados sinalizaram questões mais profundas:

31%

apontaram a falta de uma **estratégia de dados corporativos e de uma camada semântica**.

Outros descreveram o desafio como “depende da limpeza dos dados”, refletindo uma necessidade urgente de uniformidade, administração e propriedade

Camadas semânticas permitem escala

As organizações mais avançadas estão separando a lógica de negócios das estruturas de dados subjacentes e gerenciando-as centralmente, geralmente por meio de camadas semânticas modernas.

Isso permite:

- Respostas uniformes em todas as ferramentas e equipes
- Implantação mais fácil de consultas em linguagem natural com tecnologia de IA
- Mais conformidade e auditabilidade

A IA+BI só pode evoluir conforme haja confiança por trás dela. As organizações que buscam expandir a adoção devem tratar a governança não como área administrativa, mas como facilitadora estratégica da IA em escala.

- 1 [Resumo executivo](#)
- 2 [Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)
- 3 [Onde IA+BI já estão funcionando](#)
- 4 [Trazer os dados para as linhas de frente](#)
- 5 [Bots de IA: análises além dos painéis](#)
- 6 [A velocidade é a estratégia](#)
- 7 [As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)
- 8 [Confiança começa com governança](#)
- 9 [GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)
- 10 [The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)
- 11 [Conclusão](#)
- 12 [Metodologia de pesquisa](#)

GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda

A GUESS é uma marca global premium com uma coleção de roupas e acessórios de estilo de vida que opera em mais de 90 países por atacado, varejo e canais online.

Desafio e solução

Para manter sua competitividade no acelerado setor da moda, a GUESS decidiu tornar os dados mais acessíveis em toda a empresa, melhorando a usabilidade dos dados para decisões mais rápidas e inteligentes, migrando de relatórios estáticos para insights em tempo real e capacitando funcionários de todos os níveis de habilidade com fácil acesso a informações críticas.

A GUESS fez uma parceria com a Strategy para implementar uma plataforma moderna de dados e análises que atendesse a essas necessidades com:

- Painéis e aplicativos móveis: dados de vendas em tempo real e históricos, desempenho da loja e tendências de produtos, tudo acessível em qualquer lugar
- Chatbots de IA: acesso instantâneo e em linguagem natural aos dados da cadeia de suprimentos e de fidelidade, permitindo que usuários não técnicos accessem insights importantes em tempo real



“

A estratégia de IA liberta dados que estavam presos, que trabalhamos muito para obter e que residem em ativos em toda a empresa, mas que as pessoas tinham dificuldade para acessar.”

Bruce Yen,
Vice-presidente de aplicativos de varejo da GUESS
[Saiba mais >>](#)

Impacto

Eficiência: geração de relatórios que levava duas semanas feita em segundos com painéis para dispositivos móveis.

Acessibilidade: insights em tempo real para milhares de pessoas com painéis e chatbots de IA.

Inovação: acesso a dados transformado com a adoção precoce da IA da Strategy.

- 1 [Resumo executivo](#)
- 2 [Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)
- 3 [Onde IA+BI já estão funcionando](#)
- 4 [Trazer os dados para as linhas de frente](#)
- 5 [Bots de IA: análises além dos painéis](#)
- 6 [A velocidade é a estratégia](#)
- 7 [As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)
- 8 [Confiança começa com governança](#)
- 9 [GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)
- 10 [The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)
- 11 [Conclusão](#)
- 12 [Metodologia de pesquisa](#)

The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA

O Warehouse Group, maior varejista de produtos não alimentícios da Nova Zelândia, usa análises avançadas e uma parceria de 20 anos com a Strategy para liderar a democratização de dados e IA.

Desafio e solução

Enfrentando recessão e redução dos gastos dos consumidores, o The Warehouse Group precisava eliminar o isolamento dos dados, permitir o acesso a insights por autoatendimento e otimizar as operações, melhorando o uso dos dados.

Adotando o Strategy One, a empresa modernizou sua base de dados e capacitou a tomada de decisões em toda a organização, além de:

- Criar ferramentas **personalizadas de análise e relatórios gerados em autoatendimento** para dar às equipes acesso direto a insights relevantes
- Implementar **chatbots de IA** que fornecem dados úteis em tempo real por meio de consultas simples em linguagem natural
- Estabelecer uma **estrutura de dados governada** para garantir padronização, segurança e confiança nos relatórios de toda a empresa



“ Os dados são a força vital do nosso negócio, o oxigênio que alimenta tudo o que fazemos. A Strategy democratiza nossos dados de forma segura, controlada, consistente e bem gerenciada.”

Keryn McKenzie,
Líder de área de especialidades, dados, insights
e serviços, The Warehouse Group
[Saiba mais >>](#)

Impacto

Dados democratizados:
dados acessíveis em toda a organização, essenciais para as operações diárias.

Eficiência operacional:
decisões melhoradas em atendimento ao cliente, merchandising e logística.

Integração da IA: acesso aos dados em linguagem natural com chatbots de IA.

- 1 [Resumo executivo](#)
- 2 [Principais conclusões da Pesquisa de 2025](#)
- 3 [Onde IA+BI já estão funcionando](#)
- 4 [Trazer os dados para as linhas de frente](#)
- 5 [Bots de IA: análises além dos painéis](#)
- 6 [A velocidade é a estratégia](#)
- 7 [As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala](#)
- 8 [Confiança começa com governança](#)
- 9 [GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda](#)
- 10 [The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA](#)
- 11 [Conclusão](#)
- 12 [Metodologia de pesquisa](#)

Conclusão

As empresas de varejo e bens de consumo embalados estão entrando numa nova fase de maturidade analítica, onde a IA, além de aprimorar insights, redefine a forma de trabalhar. Esta pesquisa confirma que os pilotos de IA+BI já estão se convertendo em produção. Organizações líderes já estão usando análises baseadas em IA para:

- Automatizar workflows de rotina para equipes de dados
- Permitir que os funcionários façam e respondam perguntas por conta própria
- Acelerar decisões em todos os departamentos
- Oferecer experiências personalizadas em escala

Mas a jornada ainda exige disciplina. Ainda há barreiras para a adoção, especialmente em termos de custos, governança e falta de uniformização dos dados. A próxima onda de transformação dependerá de uma boa base: dados limpos e confiáveis, clareza semântica e acesso escalável para todos os funcionários, não apenas para analistas.

As empresas que dominam a implantação de IA+BI para todas as pessoas, processos e plataformas estarão em posição de liderança.

“IA+BI não é mais um experimento de inovação. É um recurso empresarial essencial.”

O que esperar do futuro

À medida que a pressão econômica aumenta e os prazos da concorrência diminuem, esperamos ver:

- Implementações mais amplas de IA+BI para equipes de linha de frente, especialmente no varejo
- Mais investimento em programas de governança e capacitação para apoiar o uso responsável da IA
- Mais ênfase na flexibilidade multi-nuvem e na independência de fornecedores
- Uma distinção mais clara entre IA generativa de uso geral e análises de IA de nível empresarial

1	<u>Resumo executivo</u>
2	<u>Principais conclusões da Pesquisa de 2025</u>
3	<u>Onde IA+BI já estão funcionando</u>
4	<u>Trazer os dados para as linhas de frente</u>
5	<u>Bots de IA: análises além dos painéis</u>
6	<u>A velocidade é a estratégia</u>
7	<u>As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala</u>
8	<u>Confiança começa com governança</u>
9	<u>GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda</u>
10	<u>The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA</u>
11	<u>Conclusão</u>
12	<u>Metodologia de pesquisa</u>

Metodologia de pesquisa

Este relatório baseia-se na pesquisa global do primeiro semestre de 2025 sobre análises com IA, conduzida pela empresa de pesquisa independente Dündain Research.

- **Tamanho da pesquisa:** 235 organizações em todo o mundo
- **Segmento de varejo + bens de consumo:** 26 organizações
- **Países representados:** 11 neste segmento
- **Tamanho das organizações:** de menos de 500 a mais de 20.000 funcionários
- **Funções pesquisadas:** líderes de dados, profissionais de BI e senior stakeholders das empresas

Os participantes do varejo e do bens de consumo representam um conjunto de varejistas globais, marcas especializadas e multinacionais de bens de consumo, com distribuição geográfica na América do Norte, América Latina, Europa, África e Oriente Médio.

Cada resposta reflete a perspectiva de uma organização. Todas as respostas foram anonimizadas para o relatório.

Sobre os autores

Este relatório foi escrito pela equipe de pesquisa da Dündain Research, especialistas em análise empresarial, adoção de IA e estratégia de dados. O analista líder, Brett Sheppard, tem mais de duas décadas de experiência em business intelligence em cargos como analista do Gartner e engenheiro de dados militar dos EUA. O trabalho da equipe apareceu em publicações da Gartner, GigaOM e O'Reilly, e foi citado por veículos de comunicação como Businessweek, Wired e Computerworld. Sua missão é fornecer insights práticos e baseados em dados para ajudar as organizações a navegar a evolução do cenário de análises.

Veja outros insights da Pesquisa Global, inclusive conclusões regionais e relatórios específicos por setor:
strategysoftware.com/survey



1	<u>Resumo executivo</u>
2	<u>Principais conclusões da Pesquisa de 2025</u>
3	<u>Onde IA+BI já estão funcionando</u>
4	<u>Trazer os dados para as linhas de frente</u>
5	<u>Bots de IA: análises além dos painéis</u>
6	<u>A velocidade é a estratégia</u>
7	<u>As 3 maiores barreiras para o crescimento em escala</u>
8	<u>Confiança começa com governança</u>
9	<u>GUESS: dados aplicados em inovação de vanguarda</u>
10	<u>The Warehouse Group: transformação no varejo com dados e IA</u>
11	<u>Conclusão</u>
12	<u>Metodologia de pesquisa</u>