



PREVISÃO DE OBSERVABILIDADE DE 2025



VAREJO E E-COMMERCE

O setor varejista enfrenta uma reestruturação, exigindo

EFICIÊNCIA E EXPERIÊNCIAS IMPECÁVEIS PARA O CLIENTE

em meio a pressões econômicas.

Este relatório, que reúne informações de 147 líderes, mostra como a observabilidade ajuda a proteger as margens de lucro, otimizar os sistemas e proporcionar experiências excepcionais aos clientes.

Principais conclusões

PRINCIPAL FATOR PARA A ADOÇÃO

50%

citam a IA como o principal fator impulsionador da observabilidade

Metade dos varejistas cita a IA como um fator primordial, refletindo seu papel crescente na reformulação das operações de varejo

CONSOLIDAÇÃO DE FERRAMENTAS



A quantidade média de ferramentas utilizadas pelos varejistas diminuiu, com uma preferência por plataformas unificadas

CUSTO MÉDIO COM INTERRUPÇÕES

US\$ 1 milhão
por hora

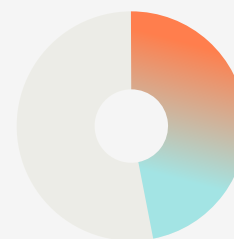
Varejo

US\$ 2 milhões
por hora

Outros setores

O custo médio por hora de uma interrupção de serviço com alto impacto nos negócios é de US\$ 1 milhão, em comparação com US\$ 2 milhões para os demais setores

RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO



46%

relatam um ROI duas vezes maior ou superior em seus gastos com observabilidade

OBSERVABILIDADE: O PRINCIPAL IMPULSIONADOR DOS NEGÓCIOS



Até 2028

90%

dos varejistas preveem a implementação de AI Monitoring, APM, dashboards e DEM

Visão geral

O setor de varejo está passando por uma reestruturação fundamental. Os consumidores exigem experiências de compra personalizadas e integradas em todos os canais, enquanto os varejistas enfrentam crescentes pressões macroeconômicas — a inflação aumenta a sensibilidade aos preços, as tarifas alteram as cadeias de suprimentos e a dinâmica de fidelidade leva os clientes a priorizar o valor em detrimento das preferências de marca.

Para os varejistas, isso significa duas coisas:

- 1. A eficiência operacional está ligada à sobrevivência:** proteger as margens exige cortar custos, otimizar sistemas e tomar decisões sobre preços e cadeia de suprimentos baseadas em dados.
- 2. A experiência é o diferencial:** os clientes esperam uma jornada impecável, seja navegando em um celular, verificando o estoque on-line ou concluindo uma compra em uma loja física.

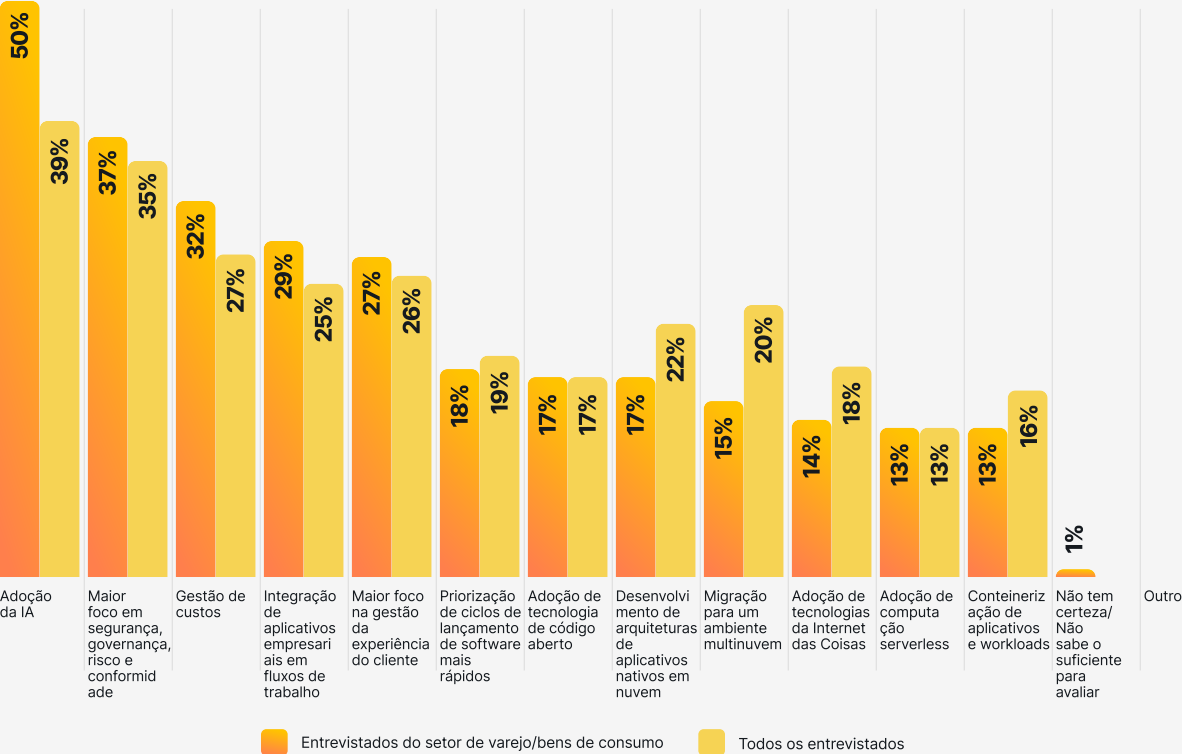
A complexidade das operações omnichannel torna a observabilidade essencial. Sem uma visibilidade unificada entre sites de e-commerce, sistemas de pontos de venda, APIs de logística e infraestrutura em nuvem, os varejistas correm o risco de perda de vendas, rotatividade de clientes e danos à reputação. Para manter as lojas virtuais funcionando sem problemas e os clientes engajados, muitas empresas estão adotando plataformas de observabilidade que oferecem visibilidade completa de stacks de tecnologias complexas. Essas ferramentas coletam e visualizam dados, aplicam inteligência e permitem que as organizações compreendam o comportamento do ecossistema, identifiquem problemas rapidamente e os resolvam antes que se agravem.

Este relatório destaca como o setor de varejo e comércio eletrônico está adotando a observabilidade e o valor comercial que ela proporciona, com base em insights de 147 respondentes entrevistados para o relatório de Previsão de *Observabilidade de 2025*.

TENDÊNCIAS QUE IMPULSIONAM A ADOÇÃO DA OBSERVABILIDADE

A IA surgiu como o principal catalisador para a adoção da observabilidade no setor de varejo.

Estratégias e tendências tecnológicas que impulsionam a necessidade de observabilidade



Em 2025, 50% dos entrevistados do setor varejista disseram **que a IA foi o principal motivo para a necessidade de observabilidade** — 11 pontos percentuais acima da média de todo o setor. Os varejistas veem a IA como a alavanca para automatizar a resolução de problemas, acelerar as análises pós-incidente e impulsionar ações corretivas, como reversões ou atualizações de configuração.

Embora a IA esteja na vanguarda dessa transformação, as pressões tradicionais do mercado permanecem. Na pesquisa, 37% dos varejistas ainda citam governança, risco e conformidade como um dos principais fatores (uma queda em relação ao pico do ano passado), enquanto a gestão de custos (32%) e a integração do fluxo de trabalho (29%) são cada vez mais importantes, à medida que a inflação e as tarifas reformulam as margens. A experiência do cliente também está ganhando força como fator motivador: mais de um quarto (27%) dos entrevistados do setor varejista apontam a gestão da experiência do cliente como principal motivo para a adoção da observabilidade, refletindo a realidade de que os consumidores não toleram falhas no processo de finalização da compra ou aplicativos móveis lentos.

Principal fator para a adoção

50%

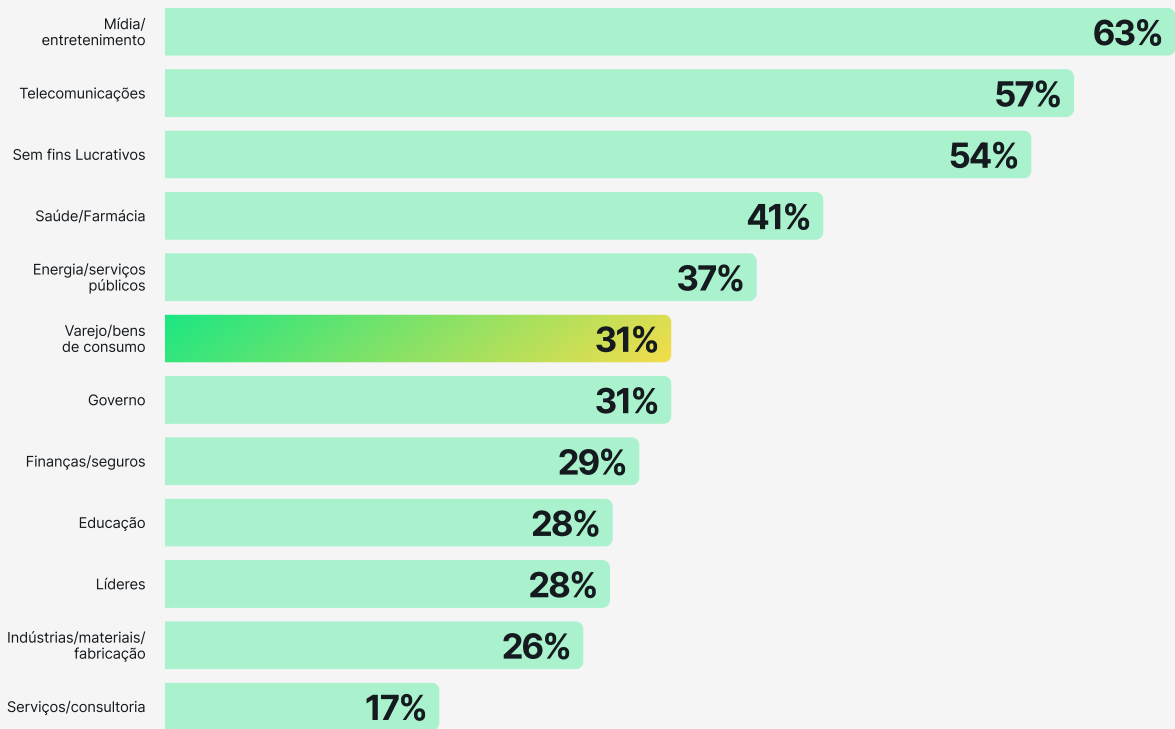
citam a IA como o principal fator impulsionador da observabilidade

FREQUÊNCIA DE INTERRUPÇÕES, PERÍODO DE INATIVIDADE E CUSTO

As interrupções **continuam sendo um dos riscos mais dispendiosos** no setor varejista.

Quase um terço (31%) das organizações varejistas relatam interrupções com alto impacto nos negócios pelo menos uma vez por semana, apenas um pouco abaixo da média geral, que é de 35%. As falhas de rede foram a causa mais comum (39%), seguidas por problemas de implantação de software (29%) e falhas de serviços na nuvem de terceiros (28%).

Frequência de interrupções por setor



A BOA NOTÍCIA

O setor de varejo é mais rápido do que a maioria dos outros setores na detecção e resolução de incidentes. O tempo médio de detecção (MTTD) de uma interrupção de alto impacto no varejo é de 30 minutos, ligeiramente acima da média geral de 32 minutos. O tempo médio de resolução (MTTR) é de 42 minutos, um pouco melhor do que a média do setor, que é de 44 minutos. Ainda assim, com metade das organizações de varejo afirmando que leva pelo menos 30 minutos para resolver interrupções críticas, e 23% dizendo que leva mais de uma hora, **mesmo pequenos atrasos podem significar milhões em prejuízos durante períodos de pico.**

O custo médio de interrupções com alto impacto nos negócios no setor varejista é de US\$ 1 milhão por hora, em comparação com a média do setor de US\$ 2 milhões, com mais da metade (50%) dos entrevistados relatando que interrupções críticas de aplicativos de negócios custaram pelo menos US\$ 1 milhão por hora, e um em cada dez ultrapassando US\$ 3 milhões. Quando ocorrem interrupções durante um evento de pico como a Cyber Monday, os efeitos em cadeia na percepção e na fidelidade à marca podem ser ainda mais prejudiciais do que a perda direta de receita.

Os varejistas também incorrem em custos ocultos significativos. Quase 60% dos entrevistados disseram que suas equipes de engenharia dedicam pelo menos 20% do seu tempo gerenciando interrupções, e 14% disseram que os engenheiros gastam metade do seu tempo ou mais na resposta a incidentes. Esse “custo de oportunidade” desvia talentos da engenharia da inovação, atrasando o lançamento de novos recursos e experiências do cliente.

Custo médio de interrupção (alto impacto nos negócios)



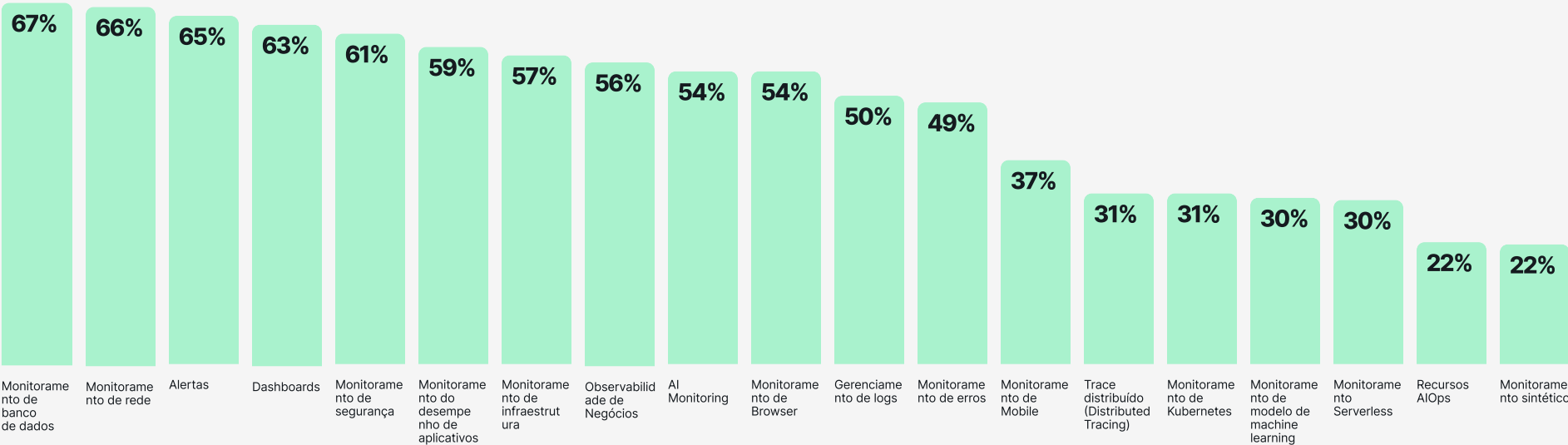
RECURSOS DE OBSERVABILIDADE IMPLANTADOS

Com o aumento do consumo por meio de canais digitais, os varejistas enfrentam pressão crescente para garantir disponibilidade constante, confiabilidade e uma experiência digital superior para o cliente (DCX).

O sucesso depende da criação de jornadas omnicanal integradas que mantenham os clientes engajados em todos os pontos de contato. Para alcançar esse objetivo, os varejistas estão recorrendo ao DEM. Ao se concentrar no frontend, as empresas podem monitorar, mensurar e otimizar continuamente o desempenho e a confiabilidade, garantindo interações on-line tranquilas. É a combinação do monitoramento de usuário real (RUM), que inclui o monitoramento de browser e mobile, com o monitoramento sintético, fornecendo os insights necessários para criar experiências digitais excelentes.

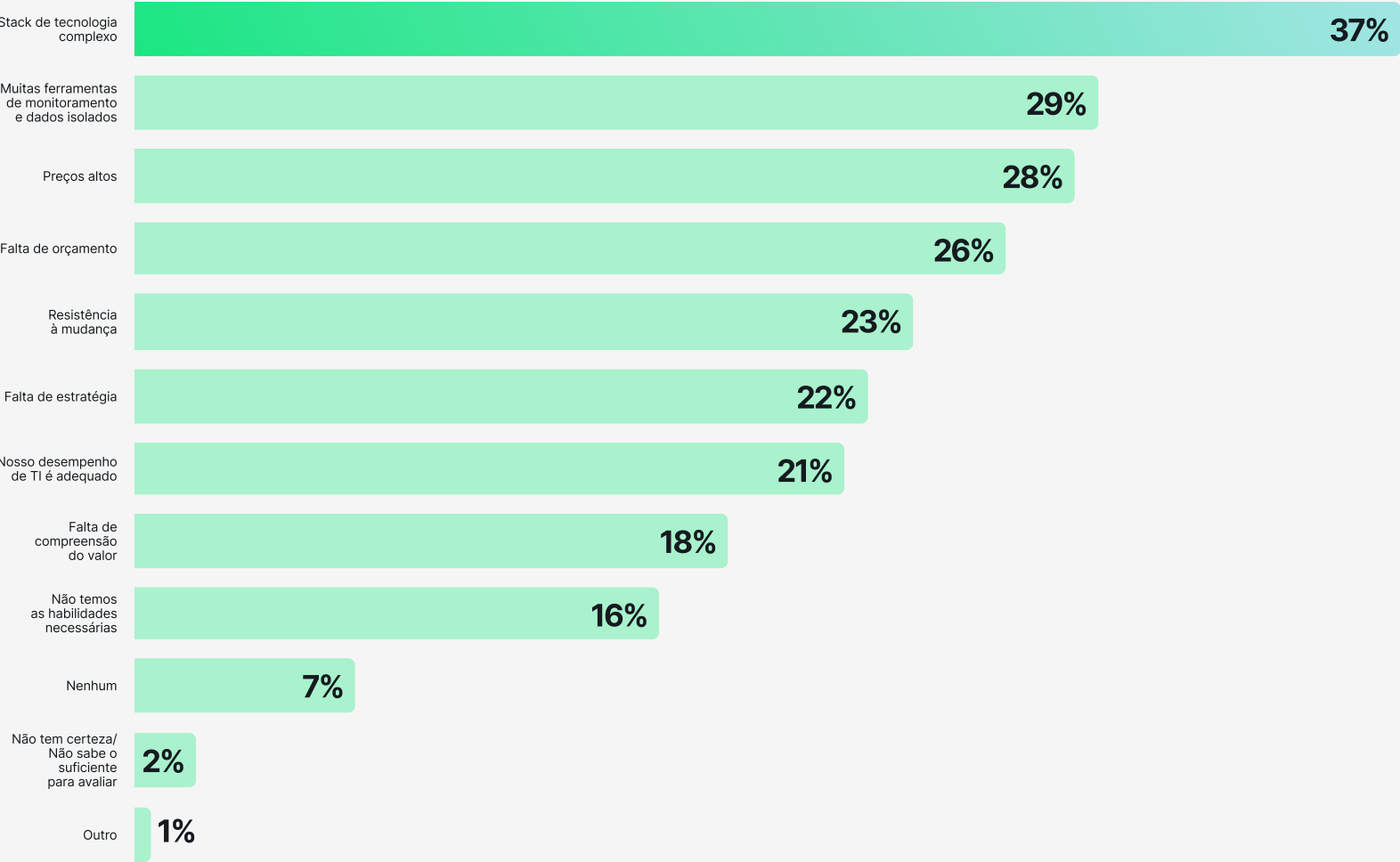
Em relação a outros recursos importantes que as organizações de varejo/bens de consumo estão implementando, dois terços (67%) implementaram o monitoramento de banco de dados, a funcionalidade mais amplamente implementada para esse setor vertical. O monitoramento de rede foi o segundo recurso mais amplamente implementado (66%), seguido por alertas (65%) e dashboards (63%). Organizações de varejo/bens de consumo implantaram diversas funcionalidades de forma mais ampla do que a média, incluindo alertas, monitoramento do desempenho de aplicativos (APM), monitoramento de browser, monitoramento de modelos de machine learning (ML) e análise preditiva. Mais da metade (55%) dos entrevistados do setor de varejo/bens de consumo afirmam estar monitorando a IA atualmente, uma funcionalidade que ganhou importância ao longo do último ano. Em 2024, apenas 35% das organizações de varejo/bens de consumo haviam implementado AI Monitoring.

Principais recursos implantados



O principal desafio que impede as organizações de varejo/ bens de consumo de alcançarem a observabilidade full-stack é a existência de um stack de tecnologia complexo (37%). O excesso de ferramentas de monitoramento e dados isolados (29%) foi o segundo desafio mais citado.

Desafios que impedem a observabilidade full-stack



USO E CONSOLIDAÇÃO DE FERRAMENTAS

Varejistas costumam depender de vários serviços de terceiros, especialmente ferramentas especializadas. No entanto, tudo indica que o setor de varejo/bens de consumo está progredindo na redução dessa dependência e na minimização de stacks de ferramentas complexos.

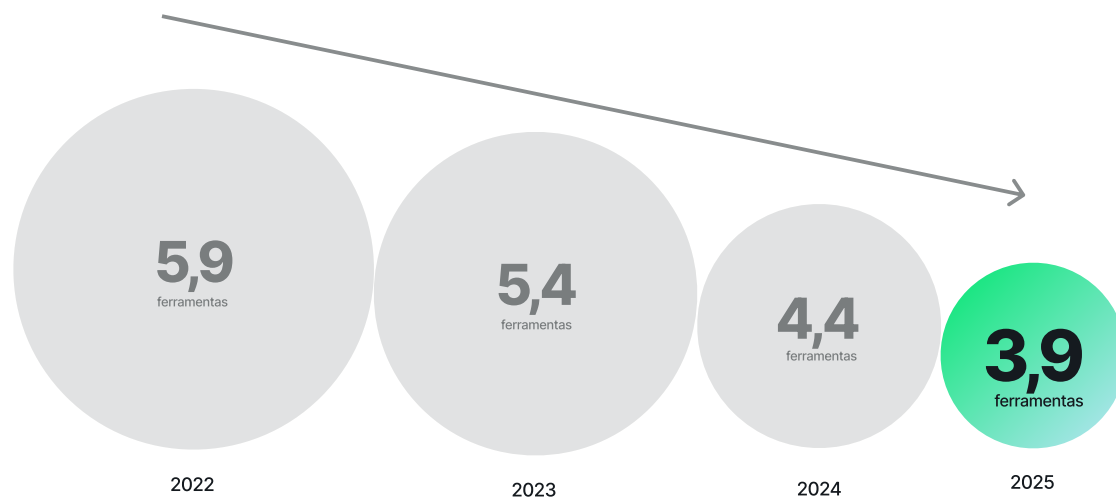
34% ↓

de redução no número médio de ferramentas de observabilidade por organização de 2022 a 2025

As organizações de varejo/bens de consumo foram menos propensas a usar cinco ou mais ferramentas (37% em comparação com 41% no geral) para os 20 recursos de observabilidade incluídos neste estudo. **O número médio de ferramentas utilizadas por organizações de varejo/bens de consumo é agora de 3,9**, um número que vem sendo consistentemente reduzido ao longo dos anos: em 2024, esse número era de 4,4 ferramentas, em 2023, de 5,4 ferramentas e, em 2022, de 5,9 ferramentas. Sua média de 3,9 ferramentas também é ligeiramente inferior à média geral de 4,4. A proporção de respondentes do setor de varejo/bens de consumo que utilizam uma única ferramenta também aumentou consideravelmente. No ano passado, apenas 3% dos entrevistados do setor de varejo/bens de consumo usavam uma única ferramenta de observabilidade, mas este ano 12% dos entrevistados usavam apenas uma ferramenta.

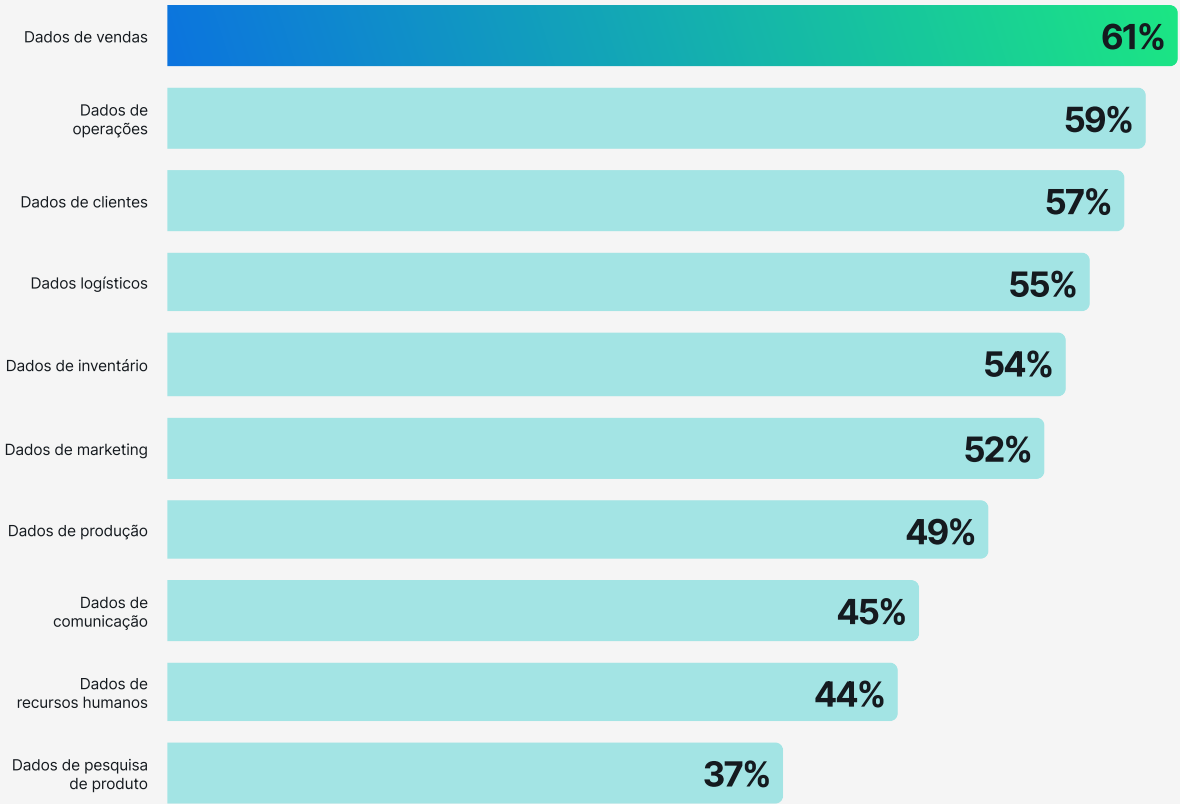
Os dados mostram que as organizações de varejo/bens de consumo estão empenhadas em consolidar as ferramentas de observabilidade para aumentar a eficiência e elevar o valor comercial de seus investimentos em observabilidade.

Quantidade média de ferramentas



Os respondentes do setor de varejo/bens de consumo demonstraram maior probabilidade do que a média de integrar a maioria dos tipos de dados relacionados a negócios, em comparação com a média geral de todos os setores. Por exemplo, os respondentes do setor de varejo/bens de consumo foram muito mais propensos a integrar seus dados de vendas (61% em comparação com 45% no geral), dados de logística (55% em comparação com 42% no geral) e dados de inventário (54% em comparação com 42% no geral) com seus dados de telemetria.

Tipos de dados integrados



A preferência entre os respondentes do setor de varejo/bens de consumo foi por uma plataforma de observabilidade única e consolidada (51%). E metade (50%) afirmou que sua organização provavelmente consolidará ferramentas no próximo ano para obter o máximo retorno de seus gastos com observabilidade. A acessibilidade de custos (36%), a abrangência de recursos e funcionalidades (31%) e o suporte técnico e atendimento ao cliente (29%) são os recursos mais importantes que as organizações de varejo/bens de consumo buscam em uma solução de observabilidade.



O VALOR COMERCIAL DA OBSERVABILIDADE

Quando questionados sobre de que forma a observabilidade mais contribui para melhorar suas vidas, as duas principais respostas dos tomadores de decisão de TI (ITDMs) em organizações de varejo/bens de consumo foram que ela **ajuda a atingir os principais indicadores de desempenho (KPIs) de negócios** (41%) e ajuda a impulsionar a estratégia de negócios (36%). As principais respostas dos utilizadores foram que ela aumenta a produtividade, permitindo que encontrem e resolvam problemas mais rapidamente (55%), e reduz as suposições ao gerenciar stacks de tecnologia complexos e distribuídos (31%). Mais respondentes do setor de varejo/bens de consumo afirmam que o objetivo da observabilidade está mais relacionado às metas principais dos negócios (39%) do que à resposta a incidentes ou seguros (26%).

Em relação aos benefícios da observabilidade, 44% dos entrevistados do setor de varejo/bens de consumo disseram que ela aumenta a eficiência operacional e 43% afirmaram que melhora o tempo de atividade e a confiabilidade do sistema. Cerca de um terço também observou que a observabilidade reduz os riscos de segurança (35%) e otimiza os custos (31%).

Destaques

Aumento da eficiência operacional

+10%

Varejo — 44%
Todos — 40%

Melhoria no tempo de operação e na confiabilidade do sistema.

+5%

Varejo — 43%
Todos — 41%

Riscos de segurança reduzidos

+9%

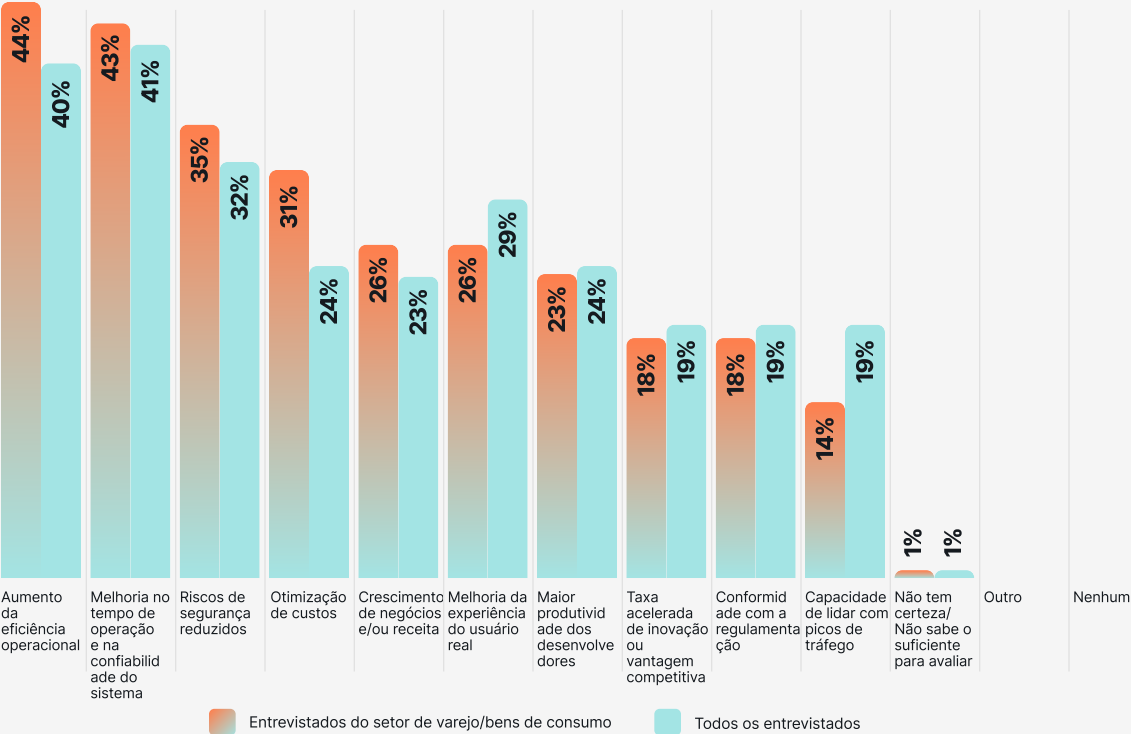
Varejo — 35%
Todos — 32%

Otimização de custos

+29%

Varejo — 31%
Todos — 24%

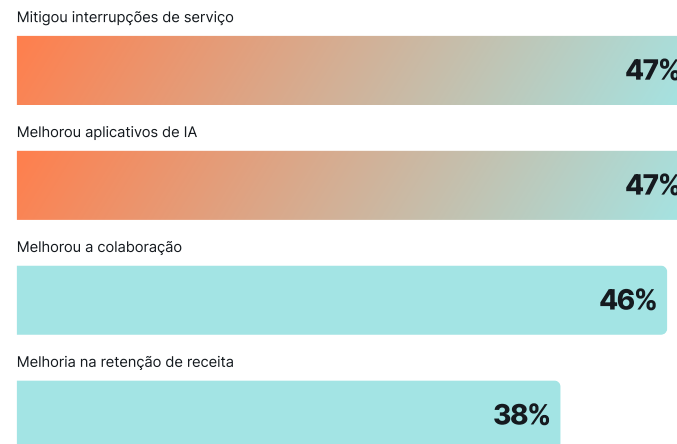
Principais benefícios da observabilidade



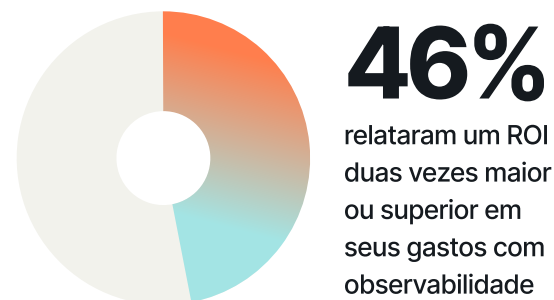
Os respondentes do setor de varejo/bens de consumo também citaram **resultados de negócios claros que suas organizações alcançam** por terem uma prática de observabilidade implementada. Quase metade afirmou que a observabilidade mitiga interrupções de serviço e riscos para os negócios (47%), que a observabilidade ajuda a organização a se preparar e a gerenciar o desenvolvimento e a implantação de aplicativos de IA (47%) e que a observabilidade melhora a colaboração entre equipes para tomadas de decisões relacionadas ao stack de software (46%). Notavelmente, 38% também afirmaram que a observabilidade melhora a retenção de receita em suas organizações, aprofundando a compreensão dos comportamentos dos clientes.

Quando perguntamos aos respondentes do setor de varejo/bens de consumo como o valor gerado pela observabilidade se compara ao seu custo, 43% disseram que o **valor superava o custo** em certa medida, com outros 34% indicando que o valor era equivalente ao custo. Quase metade (46%) dos respondentes do setor de varejo/bens de consumo estima que o retorno sobre o investimento (ROI) obtido com seus gastos em observabilidade seja pelo menos 2x superior, incluindo 5% que estimam um ROI pelo menos 5x superior. Mais de um terço (38%) estima que o ROI esteja entre 1 e 2 vezes. Os respondentes do setor de varejo/bens de consumo geralmente se mostraram mais céticos quanto ao valor da observabilidade e mais conservadores na estimativa de seu retorno sobre o investimento (ROI) do que nas taxas em geral.

Resultados de negócios



Retorno sobre o investimento



PLANOS DE IMPLANTAÇÃO FUTUROS

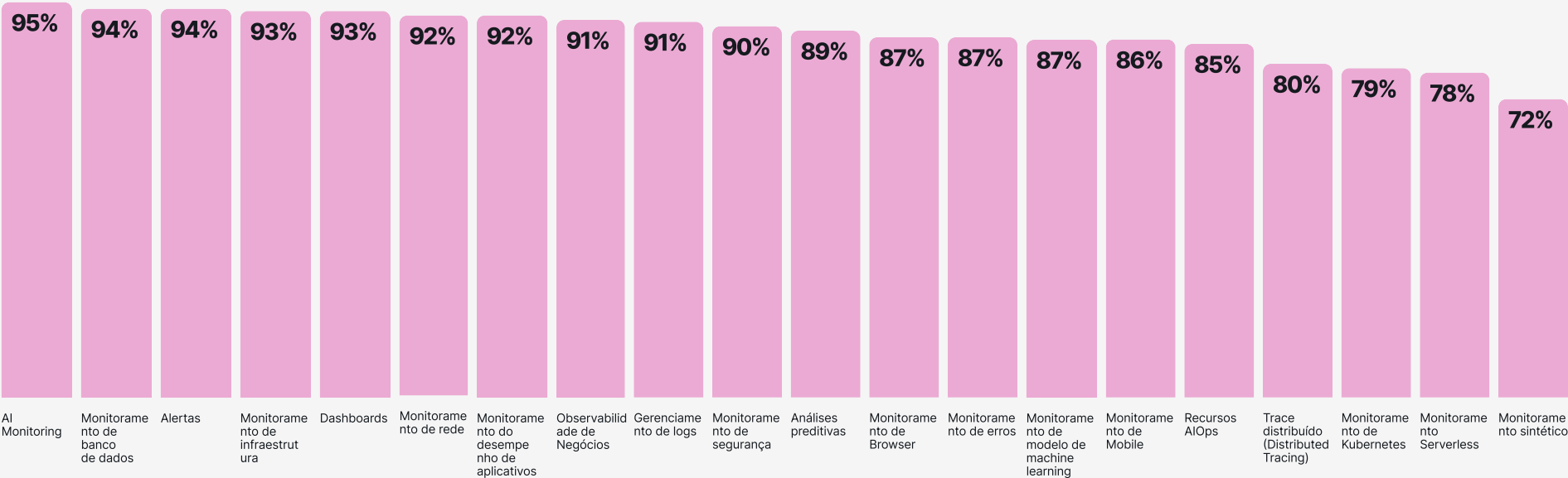
As organizações de varejo/bens de consumo têm planos ambiciosos de implementação de observabilidade para os próximos um a três anos.

Por exemplo, até meados de 2028, **quase todos esperam ter implementado AI Monitoring** (95%), alertas (94%), monitoramento de banco de dados (94%), monitoramento de infraestrutura (93%), dashboards (93%), monitoramento de rede (92%), monitoramento do desempenho de aplicativos (APM) (92%), gerenciamento de logs (91%), observabilidade de negócios (91%) e monitoramento de segurança (90%).

O DEM também é um foco. Nos próximos um a três anos, metade (50%) planeja implementar monitoramento sintético, 49% planejam implementar monitoramento de mobile e 33% planejam implementar monitoramento de browser. Esses resultados indicam que, até meados de 2028, a maioria (87%) terá implementado monitoramento de browser, 86% monitoramento de mobile e 72% monitoramento sintético.

Com o objetivo de maximizar o retorno de seus gastos com observabilidade no próximo ano, mais da metade (52%) planeja **treinar a equipe sobre a melhor forma de usar suas ferramentas de observabilidade** e 50% planeja consolidar as ferramentas. Cerca de um terço também planeja otimizar o tamanho de sua equipe de engenharia (33%) e reduzir os gastos em geral (32%).

Implantação de recursos até 2028



CONCLUSÃO / FUTURO DA OBSERVABILIDADE

O PANORAMA DO VAREJO ESTÁ EVOLUINDO

Atuar no varejo hoje em dia significa navegar por constantes mudanças: expectativas crescentes dos clientes, o imperativo da transformação digital (especialmente durante a Black Friday, a Cyber Week e os picos de vendas das festas de fim de ano), incerteza econômica, interferências geopolíticas e o desafio contínuo da fidelização de clientes. É uma completa reformulação do setor acontecendo em tempo real.

As conclusões deste relatório mostram que a observabilidade gera um impacto real e mensurável para os vendedores B2C. Os setores de varejo e de bens de consumo observam menos interrupções, resoluções mais rápidas e redução no número de ferramentas de observabilidade (de 5,9 para 3,9), com mais empresas optando por uma plataforma única. Isso resulta em maior eficiência, tempo de operação, redução dos riscos de segurança e otimização de custos, com 46% relatando um retorno sobre o investimento (ROI) duas vezes maior ou superior.

Conclusão: **a observabilidade está gerando valor comercial tangível para o setor de varejo e bens de consumo.** Com o forte interesse na expansão dos recursos nos próximos anos, a transição de soluções pontuais fragmentadas para plataformas abrangentes deverá acelerar.

Saiba mais sobre a [New Relic para varejo](#) e solicite uma demonstração personalizada e detalhada para encontrar respostas para suas dúvidas técnicas mais complexas e obter informações sobre preços competitivos.

[Solicitar demonstração](#)

Os benefícios da observabilidade

A observabilidade traz valor comercial evidente para o setor de varejo.



47%
observaram mitigação nas interrupções de serviço e nos riscos de negócios.



44%
observaram melhoria na eficiência operacional



43%
citaram melhorias no tempo de operação e na confiabilidade

SOBRE ETR

A ETR é uma empresa de pesquisa de mercado de tecnologia empresarial que fornece insights práticos, transparentes e imparciais para empresas de tecnologia, investidores institucionais e uma comunidade confiável de líderes do setor, capacitando-os a tomar decisões mais inteligentes e rápidas. A abordagem exclusiva da ETR baseia-se na sua visão de reinventar a pesquisa de mercado de tecnologia para que líderes empresariais possam posicionar estrategicamente as suas organizações e superar a concorrência. De fato, nenhuma outra empresa utiliza a mesma escala e composição de sua comunidade qualificada para fornecer rapidamente os dados e análises imparciais de que as organizações financeiras e empresariais precisam para alcançar melhores resultados.

Utilizamos nossas pesquisas principais para coletar dados e insights diretamente de líderes do setor de tecnologia. Utilize essas informações, juntamente com nossos painéis e modelos proprietários, para extrair insights e descobrir indicadores de desempenho da tecnologia empresarial.

Também oferecemos pesquisas de mercado personalizadas que podem ser encomendadas junto a um grupo específico de líderes do setor de tecnologia. O público-alvo pode ser definido não apenas pelo tamanho da organização, setor e cargo, mas também pelas intenções de investimento e pelo stack de tecnologia utilizado pela empresa. Nossa equipe de especialistas orienta as pesquisas personalizadas para determinar o público-alvo, os tópicos e as perguntas mais adequados. A ETR garante que as empresas possam acessar os dados e obter vantagem competitiva.

SOBRE A NEW RELIC

A Plataforma de Observabilidade Inteligente da New Relic ajuda empresas a eliminar interrupções em experiências digitais. A New Relic é a única plataforma a unificar e combinar dados de telemetria para fornecer clareza sobre todo o patrimônio digital. Nós levamos a solução de problemas além do proativo para o preditivo, processando os dados certos no momento certo para maximizar o valor e controlar os custos. É por isso que empresas ao redor do mundo — incluindo Adidas Runtastic, American Red Cross, Domino's, GoTo Group, Ryanair, Topgolf e William Hill — usam New Relic para impulsionar a inovação, melhorar a confiabilidade e proporcionar experiências excepcionais ao cliente para aumentar o crescimento.

SOBRE ESTE RELATÓRIO

Todos os dados deste relatório são derivados de uma pesquisa realizada em campo entre abril e maio de 2025 como parte do nosso trabalho de publicação do relatório de Previsão de Observabilidade de 2025. É o único estudo do gênero a disponibilizar seus dados brutos em código aberto. Veja os resultados da pesquisa de Previsão de Observabilidade de 2025.

Os entrevistados do setor de varejo/bens de consumo representaram 147 do total de respondentes pesquisados no estudo de Previsão de Observabilidade de 2025, ou 9%.

A ETR qualificou os participantes da pesquisa com base em sua experiência relevante. A ETR realizou uma amostragem não probabilística denominada amostragem por quotas para definir o tamanho da amostra de respondentes com base em seu país de residência e função em suas organizações (ou seja, utilizadores e tomadores de decisões de TI). As cotas de representatividade geográfica abrangeram 23 países principais. Todos os valores em dólares neste relatório estão em USD.

DEFINIÇÕES

Veja as [definições](#) utilizadas neste relatório.

© Copyright 2025, New Relic, Inc. Todos os direitos reservados. Todas as marcas registradas, nomes comerciais, marcas comerciais e logotipos aqui mencionados pertencem às suas respectivas empresas. 10.2025



Saiba mais sobre a plataforma New Relic