

ENTRE PIXELS E PRATELEIRAS: PROPOONDO A REALIDADE AUMENTADA COMO MELHORIA PHYGITAL NO SETOR VAREJISTA DE SUPERMERCADOS

*BETWEEN PIXELS AND SHELVES: PROPOSING AUGMENTED REALITY AS A
PHYGITAL ENHANCEMENT IN THE SUPERMARKET RETAIL SECTOR*

GISLAINE DA MOTTA BASTOS MATSUKAWA

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

ANDRÉ TORRES URDAN

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

ALEXANDRE RODRIGUES PINTO

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

PRISCILA MITSUE KAWAGUCHI

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Comunicação:

O XIII SINGEP foi realizado em conjunto com a 13th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à orgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Apoio à Pesquisa - FAP UNINOVE e à CAPES.

ENTRE PIXELS E PRATELEIRAS: PROPOONDO A REALIDADE AUMENTADA COMO MELHORIA PHYGITAL NO SETOR VAREJISTA DE SUPERMERCADOS

Objetivo do estudo

Analisar como tecnologias phygital podem transformar a experiência de compra no segmento varejista de supermercados, aplicando o método Design Science Research (DSR) para propor e validar soluções inovadoras que integrem ambientes físicos e digitais.

Relevância/originalidade

O estudo contribui ao explorar empiricamente a aplicação do DSR no setor varejista de supermercados brasileiro, evidenciando lacunas entre abordagens teóricas sobre experiência phygital e sua implementação prática, especialmente em contextos de inovação voltada ao consumidor.

Metodologia/abordagem

Adotou-se o método DSR, estruturado em etapas iterativas de diagnóstico, concepção, implementação e avaliação de artefatos tecnológicos. A coleta de dados ocorreu por observação direta e análise documental em duas unidades de um supermercado da região metropolitana de São Paulo.

Principais resultados

As soluções propostas, incluindo realidade aumentada, self-checkouts, Clique e Retire e aplicativo móvel integrado, resultaram em melhorias na satisfação do cliente, no engajamento e na eficiência operacional, evidenciando benefícios tangíveis da integração phygital.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo valida e expande modelos existentes sobre a jornada do cliente phygital, como o PH-CX e o paradigma SOBC, e demonstra a aplicabilidade do DSR como estrutura robusta para inovação tecnológica no varejo.

Contribuições sociais/para a gestão

Fornece um framework estratégico e replicável para gestores do varejo implementarem soluções phygital centradas no consumidor, contribuindo para experiências inclusivas e eficientes, capazes de fortalecer a competitividade organizacional e promover maior acessibilidade a diferentes perfis de clientes.

Palavras-chave: Phygital, experiência do cliente, inovação tecnológica, varejo, Design Science Research

***BETWEEN PIXELS AND SHELVES: PROPOSING AUGMENTED REALITY AS A
PHYGITAL ENHANCEMENT IN THE SUPERMARKET RETAIL SECTOR***

Study purpose

To analyze how phygital technologies can transform the shopping experience in the supermarket retail segment, applying the Design Science Research (DSR) method to propose and validate innovative solutions that integrate physical and digital environments.

Relevance / originality

This study contributes by empirically exploring the application of DSR in the Brazilian supermarket retail sector, addressing gaps between theoretical approaches to the phygital experience and its practical implementation, particularly in consumer-oriented innovation contexts.

Methodology / approach

The study adopted the DSR method, structured in iterative stages of diagnosis, design, implementation, and evaluation of technological artifacts. Data collection was conducted through direct observation and document analysis in two supermarket units located in the metropolitan region of São Paulo.

Main results

The proposed solutions, including augmented reality, self-checkouts, Click and Collect, and an integrated mobile application led to improvements in customer satisfaction, engagement, and operational efficiency, demonstrating tangible benefits from phygital integration.

Theoretical / methodological contributions

The study validates and expands existing models of the phygital customer journey, such as PH-CX and the SOBC paradigm, and demonstrates the applicability of DSR as a robust framework for technological innovation in retail.

Social / management contributions

It provides a strategic and replicable framework for retail managers to implement consumer-centered phygital solutions, fostering inclusive and efficient experiences that enhance organizational competitiveness and promote greater accessibility for diverse customer profiles

Keywords: Phygital, customer experience, technological innovation, retail, Design Science Research