



Não Fique para Trás: Veja as Inovações e Estratégias Reveladas no 11º Encontro de Gestores Supermercadistas

Página 07



A mais moderna solução para
Supermercados chega a Minas Gerais:
a Avanço apresenta o ERP Bluesoft

Páginas 02, 03, 04 e 05

DESTAQUES

Por que o seu supermercado precisa de um software de gestão em nuvem?

Páginas 06 e 07

Qual a diferença entre software hospedado e nativo em nuvem?

Página 08

Simplex nacional ou lucro real: qual é o regime mais vantajoso para seu supermercado

Paágina 09

Retail Media, por que virou tendência e como aproveitar para aumentar vendas?

Página 15



Ficha Técnica

Escritório Avançaço Informática: Rua Ceará, 1566 - 8º andar - Funcionários - Belo Horizonte/MG **Fotografia:** César Brito, Luiz Vasconcelos, domínio público e envato.com **Designer Gráfico:** César Brito **Redação e Revisão:** Maria Luiza Sena e Luiz Vasconcelos **Contatos:** contato@avancoinfo.com.br - 31 3025.1188 **avancoinfo.com.br**

GESTÃO



Avançaço e Bluesoft se uniram para trazer a Minas Gerais o que há de melhor e mais moderno em software para supermercados, aliando tecnologia de ponta com serviço de qualidade perto dos mineiros.

REDAÇÃO AVANÇO

setor de tecnologia para o varejo em Minas Gerais, oferecendo soluções robustas e suporte de alta qualidade para seus clientes.

Na década de 2010 a Avançaço decidiu inovar e olhar para o futuro do varejo no longo prazo. Assim, há 10 anos a software house desenvolve soluções em nuvem para o pequeno e médio varejo, tendo lançado em 2020, em plena pandemia o ERP NovoAvançaço, que fechou 2023 com mais de 200 lojas atendidas.

Prova do compromisso da Avançaço com o mercado varejista é o reconhecimento através do Troféu Gente Nossa AMIS, sendo, por 13 anos consecutivos, ganhadora na categoria Tecnologia e Gestão.



Durante o desenvolvimento das soluções em nuvem, a Avançaço sempre acompanhou o trabalho de outras empresas para certificar de estar indo para o lugar certo. Nesse contexto, uma empresa sempre chamou sua atenção, a Bluesoft.

Bluesoft: Tecnologia de Ponta para Supermercadistas

Por outro lado, a Bluesoft traz consigo uma vasta experiência no setor supermercadista, varejista, com mais de 150 grupos econômicos atendidos e profissionais especializados com mais de 40 anos de experiência em supermercados. Com sede em São Paulo e uma

Nesse contexto, a Avançaço Informática, com mais de 30 anos de história e experiência no varejo mineiro, e a Bluesoft, uma das principais fornecedoras de ERP para supermercadistas no Brasil, uniram forças em uma parceria estratégica para oferecer soluções completas e modernas para o mercado mineiro.

Avançaço Informática: Uma História de Compromisso com o Varejo

Desde sua fundação em 1993 por Alcides Junqueira e Paulo Nani, a Avançaço Informática tem sido uma parceira confiável para centenas de empreendedores do varejo em Minas Gerais. Com softwares e soluções completas, a empresa se compromete em ajudar os varejistas a manterem e melhorarem seus negócios, sempre com foco na ética e na satisfação do cliente.

Ao longo de mais de três décadas de atuação, a Avançaço desenvolveu uma forte presença no mercado mineiro, conquistando a confiança e a fidelidade de seus clientes. Com uma abordagem centrada no cliente e um compromisso inabalável com a qualidade, a empresa se tornou uma referência no

cultura pautada na integridade, eficácia, entusiasmo e evolução, a Bluesoft tem como missão prover tecnologia para tornar empresas mais ágeis e prósperas.

A empresa é pioneira em desenvolvimento em nuvem no Brasil. A Bluesoft foi uma das primeiras parceiras da AWS no país, além de ser uma das poucas nacionais a possuir as mais altas certificações da Amazon.

A plataforma da Bluesoft, baseada em tec-

nologia de ponta 100% em nuvem, oferece aos supermercadistas uma solução completa e integrada para impulsionar seus negócios. Com foco na orientação a dados e na preparação para a evolução da inteligência artificial, a Bluesoft está na vanguarda da inovação tecnológica no setor varejista.

Ao longo de sua trajetória, a Bluesoft conquistou uma reputação de excelência e inovação, desenvolvendo soluções tecnológicas avançadas que ajudam os supermercadis-



de e suporte especializado para atender às suas necessidades.

A Parceria

Um relacionamento, que começou com trocas de experiências, evoluiu para uma parceria inédita. A Avançaço agrega ao seu portfólio de produtos, o ERP Bluesoft, cujo público alvo são médias e grandes redes varejistas, que alcançam os 9 dígitos de faturamento anual. Essas redes contarão com a Avançaço para implantação e suporte local do ERP em nuvem da Bluesoft.

Para o pequeno e médio supermercadista a Avançaço oferece o Integral e o NovoAvançaço. Dessa forma, a Avançaço garante acesso à tecnologia com serviço de qualidade desde o pequeno até o grande varejo mineiro.

A parceria entre a Avançaço e a Bluesoft traz uma série de benefícios para o mercado mineiro. Ao integrar a plataforma Bluesoft ao seu portfólio de produtos, a Avançaço amplia sua oferta e passa a contar com uma solução completa e moderna para atender às demandas dos grandes varejistas locais.

Combinando a experiência e a expertise das duas empresas, os clientes da Avançaço agora terão contato com uma solução de gestão empresarial robusta e orientada a dados, capaz de impulsionar seus negócios e torná-los mais ágeis e prósperos.

GESTÃO

tas a aumentar sua eficiência operacional, melhorar sua tomada de decisões e impulsionar seu crescimento. Com uma abordagem centrada no cliente e um compromisso inabalável com a qualidade, a Bluesoft se tornou uma parceira confiável para médias e grandes redes supermercadistas em todo o Brasil, oferecendo soluções de alta qualida-

A parceria fortalece a posição da Avançaço como uma das principais fornecedoras de soluções para o varejo em Minas Gerais, que agora oferecerá tecnologia de ponta para o pequeno, médio e grande varejista, reafirmando seu compromisso em oferecer inovação e solução de alta qualidade aos seus clientes.

Ao mesmo tempo, a parceria oferece à Bluesoft a oportunidade de expandir sua presença no mercado mineiro, aproveitando a experiência e a rede de relacionamentos da Avançaço na região. A Avançaço está preparada para oferecer soluções inovadoras e suporte de alta qualidade para os varejistas em Minas Gerais, ajudando-os a impulsionar seu crescimento e alcançar o sucesso.



“Essa parceria é a expressão máxima do nosso propósito: levar tecnologia e inovação para o varejista mineiro, independente do código ser escrito por nós ou não.”

“Ao longo desses mais de 30 anos criando soluções para os supermercadistas, tivemos contato com muitas soluções. Não vi ainda nada que se compare ao que a tecnologia para grandes varejos da Bluesoft tem possibilitado aos seus clientes.”



Valores Alinhados, Cultura Compartilhada

Ambas as empresas compartilham uma visão comum de tornar empresas mais ágeis e prósperas por meio da tecnologia. Com missões voltadas para prover soluções inovadoras e agregar valor aos clientes, tanto a Avançaço quanto a Bluesoft estão alinhadas em seus objetivos de oferecer produtos e serviços de alta qualidade que atendam às necessidades do



“Minas Gerais é um mercado chave na estratégia de expansão da Bluesoft. A excelência e liderança da Avanço no segmento supermercadista são incontestáveis. É com admiração e respeito pela sua tradição e competência que agora selamos uma parceria pioneira, a primeira do Brasil. Esta aliança não só amplia nossa atuação regional, mas reafirma nosso compromisso em elevar o nível das soluções disponíveis para o varejo mineiro. Este é um passo assertivo e estratégico, alinhado com nossa visão de liderança e inovação no setor.”

mercado varejista.

Os valores fundamentais de ambas as empresas, como integridade, excelência, respeito às pessoas e trabalho em equipe, servem como alicerce para essa parceria estratégica. Com uma cultura empresarial baseada na ética, na eficácia e no entusiasmo, a Avanço e a Bluesoft estão comprometidas em trabalhar juntas para impulsionar o sucesso do varejo mineiro.

Foco no Cliente e na Inovação

Com essa parceria, os clientes da Avanço podem esperar ainda mais inovação e excelência em seus produtos e serviços. A integração da plataforma Bluesoft ao portfólio da Avanço significa que os varejistas em Minas Gerais terão acesso a uma tecnologia de ponta, hospedada na nuvem, que já conta com aplicações de Inteligência Artificial, que impulsionará seus negócios para novos patamares de sucesso.

Um Casamento de Expertise e Inovação

A parceria entre a Avanço e a Bluesoft é um casamento perfeito entre expertise e inovação. Enquanto a Avanço traz consigo mais de três décadas de experiência sólida no mercado mineiro, a Bluesoft acrescenta um toque de tecnologia de ponta e uma plataforma orientada a dados, preparada para a evolução da inteligência artificial. Essa colaboração não só fortalece ambas as empresas, mas também oferece aos clientes

uma gama mais ampla de soluções e serviços.

Parceria Estratégica e Diferenciação

A parceria estratégica entre a Avanço e a Bluesoft é um exemplo claro de como as empresas podem se unir para enfrentar os desafios do mercado de tecnologia para o varejo. No cenário altamente competitivo do varejo, essas duas empresas reconhecem a importância de trabalhar em conjunto para oferecer soluções completas e com inteligência de dados que impulsionem o varejo.

Ao unirem suas forças e expertise, elas são capazes de oferecer aos varejistas mineiros uma plataforma tecnológica completa, que abrange toda a operação do varejista, do PDV às operações da retaguarda, como compras, financeiro, contábil, fiscal, gestão de estoque, centro de distribuição, até mesmo gestão de frota.

Liderança em Custos e Foco no Mercado

Carência de mão de obra qualificada, margens apertadas, aumento de concorrência, aumento de custos e despesas são alguns dos grandes desafios do varejo que a Avanço e a Bluesoft estão dedicadas a solucionar.

Além da estratégia de inovação, a parceria entre a Avanço e a Bluesoft também se baseia na estratégia de liderança em custos.

Ao contar com o apoio regional da Avanço, os custos de serviços e treinamentos, necessários para uma boa implantação do sistema, são otimizados e traduz em economia para o cliente. É tecnologia de ponta acessível para o supermercado mineiro.

Atentos ao grande desafio de falta de mão de obra qualificada no varejo, o ERP da Bluesoft possui um alto grau de sofisticação e automação, alcançando padrões de eficiência inéditos que garantem a operação do escritório e da loja com uma equipe enxuta e focada no negócio.

Rumo a um Futuro de Sucesso no Varejo

À medida que o mercado de varejo continua a evoluir, é essencial para os empreendedores contar com parceiros confiáveis e soluções inovadoras que os auxiliem a se manterem competitivos e adaptáveis. A parceria entre Avanço e Bluesoft representa um passo importante nessa direção, oferecendo aos varejistas acesso à tecnologia de ponta e expertise em gestão que os ajudarão a enfrentar os desafios do mercado atual e a construir um futuro de sucesso. Juntas, essas duas empresas estão prontas para impulsionar o varejo brasileiro rumo a novas conquistas e realizações.



Bluesoft ERP
O Sistema Ideal para Gestão de Redes Supermercadistas!

Tecnologia de Ponta, 100% na Nuvem

Dome o leão e fique em dia com o Fisco

O 1º Sistema Web para Varejo, desde 2002

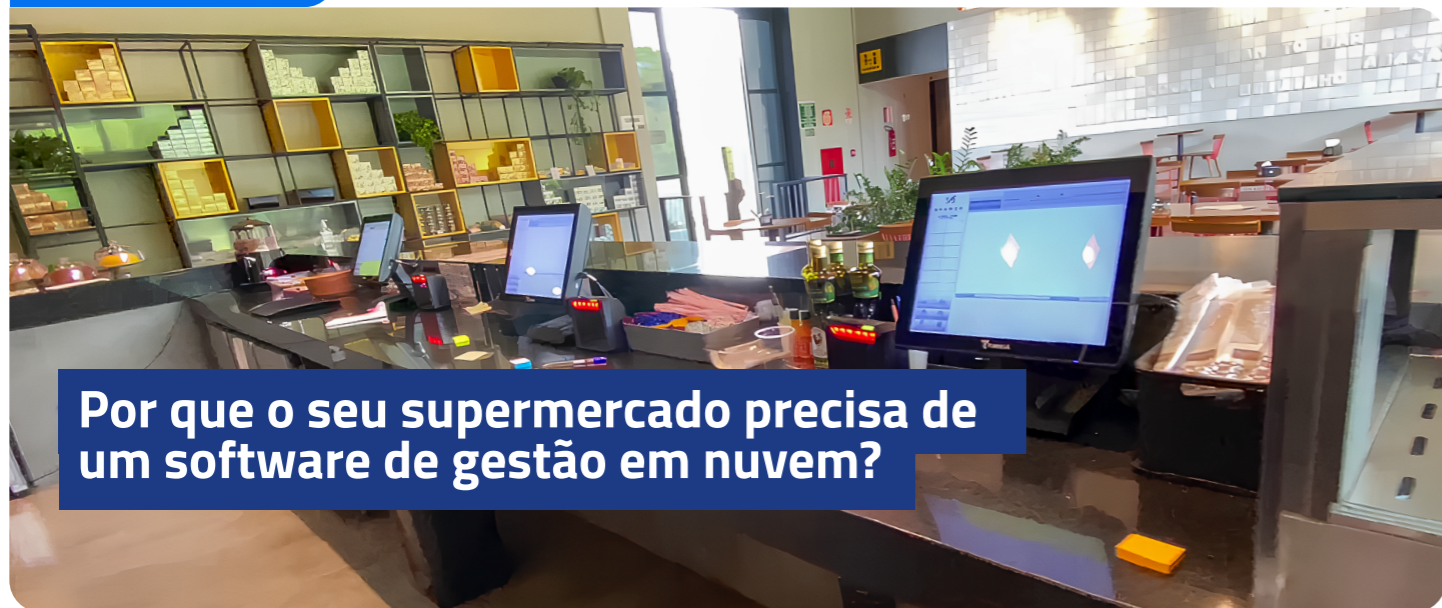
Indicadores em Tempo Real para Decisões Rápidas

Infraestrutura que expande junto com a sua empresa

Acompanhe sua empresa de qualquer lugar do mundo

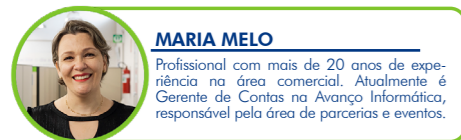
Alameda dos Maracatins, 426 - São Paulo - SP - CEP 04089-000
comercial@bluesoft.com.br
bluesoft.com.br
(11) 5543-5406 (11) 9 4162-2165





Por que o seu supermercado precisa de um software de gestão em nuvem?

Mobilidade, segurança, integração e agilidade. Veja por que o seu supermercado precisa de um software de gestão em nuvem!



MARIA MELO

Profissional com mais de 20 anos de experiência na área comercial. Atualmente é Gerente de Contas na Avanço Informática, responsável pela área de parcerias e eventos.

Como um varejista de sucesso, é provável que você já esteja executando algumas de suas funções de TI na nuvem. Isso é inteligente.

A próxima etapa lógica é mover todo o seu sistema de gestão para a nuvem. Mas mesmo que você saiba que a nuvem não é mais tendência, mas sim a regra, e que, em algum momento acompanhará esse salto, pode estar hesitante em fazê-lo agora. Talvez você esteja com medo de não estar pronto para a mudança. Talvez você tenha preocupações com a segurança. Talvez você não consiga identificar claramente quais benefícios práticos e diários obterá com a mudança para a nuvem.

Quaisquer que sejam seus motivos, você deseja o melhor para sua empresa e se preocupa em permanecer competitivo. Você deseja tomar a decisão certa e empregar tecnologia que o impulsionará para o futuro hoje e amanhã.

Mas antes, o que é nuvem?

A computação em nuvem, em inglês cloud computing, se refere a utilização de softwares diretamente pela internet, ou seja, sem a necessidade de instalação no computador local.

Em vez de possuir sua própria infraestrutura de computação ou data centers, as empresas podem

alugar acesso, desde aplicativos a armazenamento de um provedor de serviços em nuvem.

Ou seja, um sistema em nuvem é construído na web, acessado pela internet. Então é um sistema mais moderno.

Para prosperar no varejo e em um cenário de mudança rápida, como a Transformação Digital, você precisa de uma arquitetura de sistemas de informação preparada para os desafios da década de 2020.

Informações centralizadas e disponíveis online, com softwares integrados realizando o controle e gestão das operações, são fundamentais para a perenidade da loja. Migrar para a nuvem é imperativo nesse cenário.

Não só isso, aqui estão 4 razões pelas quais você deve considerar a migração de seu sistema:

1 - Estrutura operacional mais eficiente

Como o software em nuvem não é um sistema local, o seu negócio deixa de ter uma série de tarefas e atividades relativas ao servidor local e a instalação de programas, que gastam tempo e energia da empresa, muitas vezes para fazer apenas o básico.

Dessa forma, você não precisará se preocupar em ligar e desligar o servidor, ter um plano de contingência no caso de falta de energia, nem manutenções

periódicas, como formatação, upgrades de memória e até limpeza do próprio equipamento.

Portanto, com um software de gestão em nuvem, as operações da sua loja ficam mais inteligentes e enxutas. Na prática, seus colaboradores mais capacitados utilizarão seu tempo para as questões mais relevantes do negócio, gerando valor para a empresa ao invés de ficar cuidando de equipamentos.

2 - Mobilidade

Você pode não perceber, mas provavelmente já utiliza a nuvem diariamente. Aplicativos como WhatsApp, Google Drive, iCloud da Apple, Dropbox e Spotify são só alguns exemplos de tecnologia de nuvem. Agora pare para pensar, qual o maior benefício em ter todos os seus documentos no Google Drive?

A resposta é simples, acesso fácil e instantâneo de qualquer dispositivo que utilizar e em qualquer lugar que você estiver, independente da sua localização.

Um software em nuvem é ideal para o seu negócio porque oferece os mesmos benefícios de mobilidade para sua gestão:

Acesso em qualquer lugar: às vezes você está em um fornecedor e precisa acessar uma informação, do último preço de compra e estoque de um produto, por exemplo. Ou você está de férias, mas acontece um imprevisto e você precisa saber o que está acontecendo na loja.

Acesso por qualquer dispositivo: o uso de aplicativos e dispositivos móveis evoluiu muito e agora permite o acesso a aplicativos de negócios e desktops corporativos no seu dispositivo pessoal. Então, desde que tenha acesso à internet, você consegue qualquer informação, de qualquer lugar.

Além disso, a equipe pode colaborar em tempo real, mesmo que esteja a milhares de quilômetros de distância. Esse recurso permite que, na pandemia, por exemplo, o seu funcionário do escritório consiga trabalhar de casa, com a mesma facilidade e velocidade da loja física.

3 - Segurança

Muitas pessoas costumam achar que a violação de dados é maior ao adotar a computação em nuvem. No entanto, isso é um equívoco. A segurança na nuvem é um dos principais motivos pelos quais as empresas estão migrando para a nuvem.

Você pode aproveitar as vantagens da nuvem enquanto reduz os custos de segurança e conformidade com uma variedade de serviços de segurança integrados fornecidos por um provedor de nuvem:

Identidade e acesso: o gerenciamento de identidade em nuvem de nível empresarial permite que você gerencie o acesso para seus usuários finais, ou seja, autenticação multifatorial e acesso de logon único.

Segurança de rede: suas máquinas virtuais e dados são isolados de tráfego e usuários indesejáveis. Você só pode acessar por meio de conexões criptografadas ou privadas.

Proteção de dados: a criptografia é usada para proteger os dados em trânsito entre os data centers e você. A destruição de dados requer padrões da indústria que exigem a substituição dos recursos de armazenamento antes da reutilização, bem como o descarte físico do hardware desativado.

Defesa contra ameaças: O monitoramento contínuo e a análise do tráfego revelam anomalias e ameaças. Você também pode realizar testes de penetração de aplicativos executados na nuvem, evitando, assim, ataques de hackers e sequestro de dados. Além disso, com o backup automático, você

sempre consegue recuperar os dados.

Programas e certificações de conformidade: provedores de nuvem, como o Amazon Web Services, ajudam a otimizar a conformidade para a infraestrutura e os aplicativos executados. Você receberá relatórios de auditoria e pacotes de conformidade para obter uma visão sobre como os padrões regulatórios específicos são atendidos.

4 - Agilidade e Integração

As ferramentas de integração em nuvem abrem um mundo de novas oportunidades para as empresas que desejam conectar sistemas distintos.

A integração em nuvem foi criada

locais;

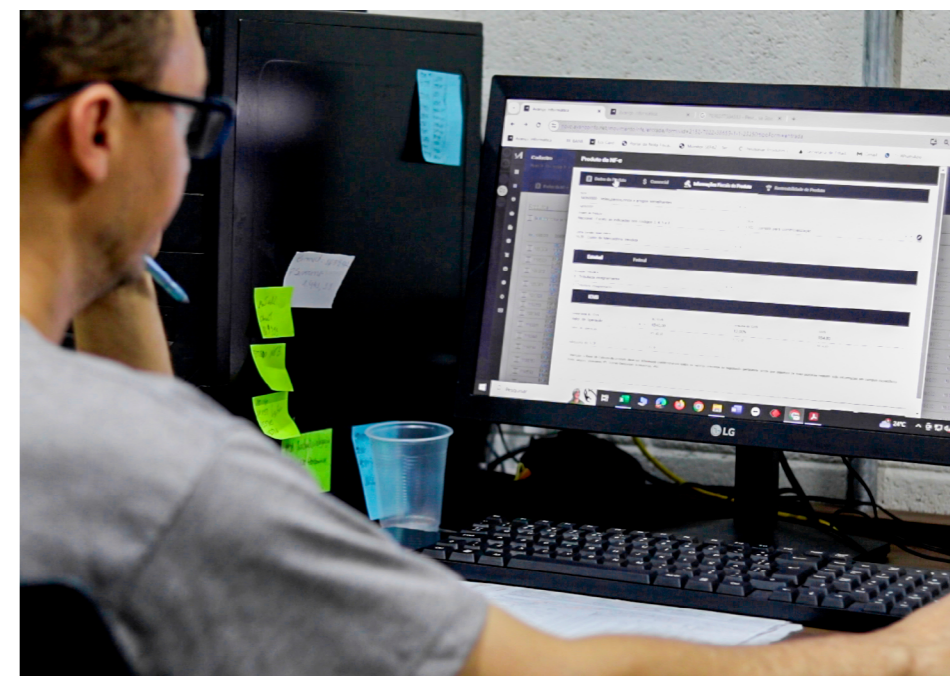
- Maior flexibilidade e escalabilidade, permitindo mudanças rápidas, conseguindo atender as necessidades do novo consumidor com o e-commerce;

- Melhor comunicação interna;

- Maior vantagem competitiva.

Então, o que você está esperando?

Um sistema de gestão é o cérebro da organização da sua empresa, é onde toda a informação está armazenada e é onde ocorre o processamento de uma série de cálculos, desde impostos até sugestão de compra e rentabilidade.



para quebrar os silos de dados, melhorar a conectividade e a visibilidade e, por fim, otimizar os processos de negócios. É uma resposta à necessidade de compartilhar dados entre aplicativos baseados em nuvem e de unificar os componentes de informação. Mas quais os benefícios para o seu negócio?

- Maior eficiência operacional, com a integração com o sistema de gestão de compras;

- Melhor atendimento ao cliente, suporte e retenção com o CRM;

- Custos operacionais reduzidos e aumento da receita;

- A capacidade de combinar todos os aplicativos em nuvem e sistemas

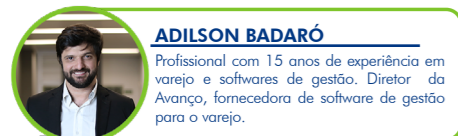
Faz muito sentido na hora de mudar de sistema em pleno 2024 você já mudar para um sistema que esteja preparado para os desafios da transformação digital.



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.

Qual a diferença entre software hospedado e nativo em nuvem?

Veja qual a diferença entre um software nativo e um hospedado em nuvem e escolha a melhor opção para o seu negócio!



ADILSON BADARÓ

Profissional com 15 anos de experiência em varejo e softwares de gestão. Diretor da Avanço, fornecedora de software de gestão para o varejo.

A medida que mais empresas modernizam suas ferramentas de software, a nuvem está definindo um novo padrão. Há, no entanto, formas distintas de usar a tecnologia da nuvem. Em um campo está o software nativo da nuvem: soluções construídas desde o início no ambiente e contexto da nuvem. No outro campo está o hospedado em nuvem: onde se hospeda aplicativos da empresa em servidores dedicados.

Mas qual é a diferença entre o software hospedado na nuvem e o nativo em nuvem?

Hospedado em Nuvem

O software hospedado na nuvem é geralmente associado à infraestrutura como serviço, é a mesma coisa que ter seu próprio data center. A diferença é que você está executando no hardware virtual do provedor de nuvem, e não no seu próprio. É puramente uma jogada de infraestrutura, uma maneira de simplificar e acelerar o provisionamento de novo hardware.

No software hospedado em nuvem sempre que uma atualização for necessária, o fornecedor do software, que agora está hospedado na nuvem, precisa mexer manualmente nos sistemas que se aplicam apenas a você, prolongando o ciclo de atualização e manutenção. Se você não tomar cuidado, com o software hospedado em nuvem fará muita coisa manualmente, assim como fez com seu antigo servidor local.

O mesmo se aplica para aumentar ou diminuir a escala, ou para uma recuperação de desastres, afetando a agilidade dos negócios e os custos. As soluções hospedadas na nuvem precisam de investimento contínuo em infraestrutura,

manutenção e recursos, similar ao contexto de infraestrutura interna.

Além da questão da falta de escalabilidade das soluções somente hospedadas na nuvem, o desafio de integração com aplicativos de terceiros continua existindo, uma vez que não são sistemas construídos preparados para integrações, diferente dos que já nascem orientados a APIs e as tornam abertas.

Observa-se que as vantagens da hospedagem em nuvem de softwares legados tem vantagens limitadas, basicamente ao invés do servidor estar nas dependências da loja, ele passa a estar presente em uma infraestrutura de terceiros. Torna-se, portanto, uma decisão financeira e pouco técnica, comparando-se o investimento em equipamentos próprios vs. contratação do serviço de data center.

Nativo em Nuvem

O software nativo em nuvem é projetado, desenvolvido e implantado especificamente para ambientes em nuvem. A adoção é amplamente impulsionada por vários fatores – custo, escalabilidade, mobilidade, integrabilidade, flexibilidade – com benefícios que vão desde a verdadeira agilidade até o financeiro.

Boa parte dos aplicativos nativos da nuvem são multilocatários, em que uma única instância do software atende a vários clientes. Uma arquitetura compartilhada de computação, armazenamento e rede permite grandes economias de escala e escopo, gerando elasticidade instantânea sem necessidade de novos investimentos.

Algumas empresas ficam em dúvida em relação à segurança de um software nativo em nuvem, mas, ao contrário do que você pode imaginar, o software nativo em nuvem é mais seguro do que o hospedado em nuvem. As grandes empresas, fornecedoras de softwares e infraestruturas para a nuvem, dedicam muitos recursos para acompanhar as mudanças no ambiente regulatório.

Além disso, os servidores estão localizados em depósitos aos quais a maioria dos funcionários não tem acesso, os dados da sua empresa contam com firewalls para ajudar a proteger seus arquivos e a maioria dos maiores provedores de nuvem pratica redundância. Dessa forma, se um servidor cair, você acessa seus arquivos de um servidor de backup sem nem mesmo perceber.

Com o software nativo em nuvem você também aproveita o melhor da mobilidade, já que o acesso é via browser e independe do sistema operacional. Ou seja, você pode acessar todos os dados do seu sistema de onde estiver, basta ter acesso à internet e utilizar seu celular, tablet, notebook, Android, Linux ou IOS.

As integrações também são outra vantagem do software nativo em nuvem, ele conta com uma arquitetura orientada a serviços (SOA – Service-oriented architecture), que em termos práticos, significa que o software é construído de forma modularizada e em pequenos blocos de funções. Isso significa que o software pode ser visto como um conjunto de funções integradas entre si – e integráveis com o mundo externo.

Resumindo, o sistema já nasceu com uma filosofia de integração, diferente dos tradicionais sistemas ERPs monolíticos e engessados. Então coloque na lista de avaliação se o sistema foi construído orientado a APIs. É um avanço.

Para os gestores de hoje, com a concorrência aumentando e as margens diminuindo, eficiência operacional, mobilidade e performance se tornam diferenciais.



Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.

Simple nacional ou lucro real: qual é o regime mais vantajoso para seu supermercado

Descubra se mudar do Simples Nacional para o Lucro Real pode impulsionar a lucratividade do seu supermercado. Confira!



RONALDO OLIVEIRA

Sócio Diretor de Desenvolvimento na Avanço Informática.

No dinâmico mundo do varejo, os supermercados enfrentam uma constante batalha para manter suas margens de lucro saudáveis em meio a uma concorrência acirrada e regulamentações complexas.

Uma das decisões estratégicas mais impactantes que o empresário pode tomar é a mudança de regime tributário, especialmente a transição do Simples Nacional para o Lucro Real no seu supermercado. Essa mudança, embora desafiadora, pode ser a chave para aumentar o lucro significativamente para a sua loja.

Entenda o Cenário

O InfoVarejo realizou recentemente uma live que tocou diretamente na questão: vale a pena o supermercado mudar do simples nacional para o lucro real? Marcelo Faria, com mais de 20 anos de experiência na área, compartilhou insights valiosos sobre como a escolha do regime tributário adequado pode transformar a saúde financeira de um supermercado e apresentou a importância da internalização da contabilidade.

Por que escolher o Regime Tributário é importante?

A escolha entre o Simples Nacional e o Lucro Real no varejo não deve ser tomada levemente. O Simples Nacional, embora atraente pela sua simplicidade e menor carga burocrática, pode não ser o mais vantajoso para supermercados com um certo volume de faturamento e estrutura operacional.

O regime do Lucro Real, por outro lado, permite uma gestão tributária

mais vantajosa e pode resultar economias significativas de impostos, especialmente para empresas que têm margens apertadas e uma gestão de custos bem estruturada.

Qual o Impacto da Mudança?

A transição para o Lucro Real abre a porta para uma contabilidade mais detalhada e estratégica. Com esse regime, é possível deduzir uma série de despesas operacionais que não fazem sentido no Simples Nacional.

Além disso, a atualização e o gerenciamento eficaz do cadastro de produtos, aliados a um sistema de gestão robusto, são fundamentais para garantir que todas as operações sejam registradas corretamente, maximizando as possibilidades de dedução fiscal.

Como mudar do Simples Nacional para o Lucro Real?

1. Avaliação Detalhada

Antes de qualquer coisa, é crucial realizar uma avaliação detalhada da situação atual do seu supermercado. Isso significa entender o impacto tributário atual sob o Simples Nacional, qual é a carga tributária paga em valores monetários e em percentual do faturamento.

2. Contabilidade especializada

Buscar a orientação de um contador ou consultor tributário que tenha experiência com o setor de supermercados e com o regime do Lucro Real é essencial. Esses profissionais vão orientar e ajudar o supermercadista a traçar o melhor caminho para a transição. Muitas vezes a permanência no Simples Nacional ocorre por falta de conhecimento.

3. Sistema de gestão e tecnologia

Investir em um sistema de gestão robusto para suportar as demandas do

Lucro Real é um passo crítico. A precisão no cadastro de produtos, movimentação de produtos e a geração de relatórios fiscais detalhados são fundamentais para aproveitar as vantagens do Lucro Real com segurança e tranquilidade.

4. Capacitação da Equipe

A mudança de regime tributário também exige treinamentos da equipe da retaguarda da loja. Todos do departamento financeiro e fiscal precisam estar alinhados com as novas práticas e procedimentos, principalmente em relação à entrada correta das notas fiscais. Fique tranquilo, não é nenhum bicho de sete cabeças, bastam treinamentos.

O Lucro Real é para o meu supermercado?

Se sua loja já alcançou um faturamento de algumas centenas de milhares de reais, muito provavelmente a carga tributária final no Lucro Real será menor, portanto, vale a pena. Mas mesmo que seu supermercado seja de pequeno porte, com menos de 3 caixas, ainda vale a pena a avaliação.

A mudança do Simples Nacional para o Lucro Real pode parecer uma jornada desafiadora, mas com a preparação adequada e o apoio certo, significará uma revolução na lucratividade do seu supermercado. Como Marcelo Faria destacou na live, a chave está em não apenas fazer a mudança, mas em fazê-la com um planejamento, visando a maximização dos lucros e a otimização dos processos fiscais e contábeis.

Ficou curioso e quer ver a live íntegra? Acesse o link abaixo!



11º Encontro de Gestores Supermercadistas

REDAÇÃO AVANÇO

O cenário do varejo é moldado de forma significativa pela rápida evolução tecnológica e pela necessidade de adaptação constante às demandas do mercado. Nesse contexto dinâmico, o 11º Encontro de Gestores Supermercadistas, realizado no último dia 25 de abril no Hotel Ouro Minas, em Belo Horizonte, foi mais do que um simples evento, foi uma oportunidade para os mais de 200 profissionais do setor se reunirem, compartilharem conhecimentos e explorarem soluções inovadoras para os desafios contemporâneos.

A abertura do evento foi marcada por um anúncio conjunto dos sócios fundadores da Avanço Informática, Alcides Junqueira e Paulo Nani; o CEO da Bluesoft, André Faria, e Fábio Faria, diretor comercial da Bluesoft, que apresentaram uma parceria estratégica. Essa introdução já indicava a ênfase do encontro na integração de tecnologia e inovação no setor supermercadista, sinalizando o tom das discussões que se seguiram ao longo do evento.

Reflexões sobre Tecnologia e Inovação no Varejo

A abertura de Gabriel Junqueira, editor do portal InfoVarejo, maior portal focado no dia a dia do varejo do Brasil, e fundador e CEO do Cupom Verde, primeira carteira digital de documentos fiscais, apresentou a programação do dia, trazendo reflexões profundas sobre a relação entre tecnologia, inovação e mão de obra. Enquanto somos constantemente bombardeados com notícias sobre avanços tecnológicos e tendências, a realidade do dia a dia nos mostra desafios como a concorrência acirrada e a escassez de

mão de obra qualificada.

No entanto, Gabriel ressaltou que a inovação e o “básico bem feito” não são conceitos opostos, mas complementares. Essa reflexão serviu como pano de fundo para as discussões subsequentes sobre o papel da tecnologia, dos processos e das pessoas no varejo.

Decifrando a Inteligência Artificial para Supermercados

Um dos pontos altos do encontro foi a mesa redonda sobre “Decifrando a inteligência artificial para supermercados”, mediada por Gabriel Junqueira e com os palestrantes André Faria, CEO da Bluesoft, e Robson Munhoz, diretor-executivo da Neogrid.

Eles exploraram os diversos aspectos da IA aplicada ao varejo, desde a geração de relatórios até a otimização de processos como controle de estoque, precificação dinâmica e prevenção de fraudes. Foi evidente o consenso de que a IA não substituirá o trabalho humano, mas sim o empoderará, tornando os processos mais eficientes e precisos.

Recuperação Tributária e Panorama Jurídico

Outro tema crucial discutido durante o evento foi a recuperação tributária, apresentada por Cid Rangel, advogado tributarista e sócio da Megalodon Tributária, que abordou o panorama jurídico e a importância de buscar oportunidades para reduzir a carga tributária, algo essencial para a saúde financeira das empresas do setor supermercadista.

Desenvolvimento de Líderes de Sucesso no Varejo

Rafael Haddad, CEO na AMO VA-

REJO e na Fábrica de Líderes trouxe à tona a questão da liderança no varejo contemporâneo, destacando a necessidade de desenvolver líderes capacitados e engajados. Ele compartilhou as “12 chaves da liderança”.

Um dos pontos cruciais ressaltados por Haddad foi a mudança de paradigma em relação ao desenvolvimento de líderes ao longo dos anos. Enquanto nas décadas passadas era relativamente mais simples crescer como líder, hoje em dia a dinâmica é outra. A demanda por líderes competentes é alta, e o processo de formação precisa ser mais estruturado e adaptativo.

Uma das principais reflexões apresentadas foi a importância dos sucessores familiares no contexto do varejo. Esses líderes em potencial precisam não apenas compreender a parte operacional do negócio, mas também desenvolver um olhar clínico e crítico para identificar e lidar com situações adversas que podem surgir no dia a dia.

As “12 chaves da liderança”, compartilhadas durante a palestra, ofereceram um guia abrangente para o desenvolvimento de líderes eficazes. Essas chaves abrangem desde o autoconhecimento até a capacidade de influenciar e motivar equipes.

Um dos aspectos destacados foi a importância do autoconhecimento como ponto de partida para o desenvolvimento de liderança. Reconhecer os próprios pontos fortes e fracos é essencial para evitar armadilhas e maximizar o potencial de crescimento como líder.

Assim como a necessidade de conhecer profundamente a equipe. Saber





identificar os pontos fortes e fracos de cada membro do time é fundamental para direcionar efetivamente os esforços e promover um ambiente de trabalho colaborativo e produtivo.

Além disso, a inteligência emocional foi posta como uma competência essencial para os líderes do varejo. A capacidade de entender e controlar as próprias emoções, bem como as emoções dos outros, é indispensável para lidar com os desafios e pressões do ambiente de trabalho.

A delegação de tarefas também foi abordada como um aspecto da liderança eficaz. Saber delegar de forma inteligente, estabelecendo expectativas claras e oferecendo feedback construtivo, é fundamental para garantir a eficiência e o engajamento da equipe.

Por fim, a criação de um ambiente e cultura organizacional que promova a motivação e o propósito também foi destacada como uma responsabilidade chave dos líderes. Reconhecer e recompensar o bom desempenho, bem como alinhar os objetivos individuais com os objetivos organizacionais, são estratégias importantes para manter a equipe motivada e engajada.

Como ter um Açougue Lucrativo
Outras palestras, como a de Marcelo Martins, proprietário da Martins Carnes Supermercados, sobre “Como ter um Açougue Lucrativo”, que trabalhou a gestão de produtos como as carnes;

A palestra do Marcelo destacou a importância de um açougue bem administrado e ele apresentou de maneira prática estratégias para aumentar a lucratividade do setor dentro do supermercado. Foram insights valiosos.

O Supermercado na Nuvem
Luiz Paulo, gestor na Avanço, liderou o painel de discussão sobre sistema de

gestão em nuvem na prática com 3 varejistas que são usuários, o Marcelo Martins da Martins Carnes, Erica Barbosa que é consultora e Fabiano do Piracuera.

Foram discutidos temas como produtividade e segurança de sistemas em nuvem. Foi unânime entre os varejistas a transformação dos resultados após a utilização do sistema em nuvem.

Mídia no Varejo como Nova Fonte de Receita

Diego Bonna, cofundador da Newtail, abordou a mídia no varejo como uma nova linha de receita, destacando a importância da mensuração das estratégias de publicidade para aumentar o engajamento do consumidor e impulsionar as vendas.

Desafios Operacionais e Estratégicos no Varejo

Newton Júnior, consultor da Águila, trouxe para o 11º Encontro de Gestores Supermercadistas reflexões sobre os desafios operacionais e estratégicos enfrentados pelos supermercadistas, destacando a importância de revisar processos, valorizar os colaboradores e adotar práticas mais eficientes de compra e distribuição.

Estratégias Vencedoras

Fechando o Encontro com chave de ouro, Léo Machado, CEO da Regex Soluções apresentou a palestra intitulada “Estratégias Vencedoras: Como Big-mais, Farid e Panelão estão inovando na fidelidade com CRM e e-commerce unificados”. Nela foi discutida a crescente importância de estratégias de fidelização de clientes no contexto do comércio eletrônico.

Os representantes dessas redes de supermercados compartilharam insights sobre como a integração de sistemas de CRM (Gestão de Relacionamento com o Cliente) com plataformas de e-commerce tem permitido uma visão unificada das

preferências e comportamentos de compra dos clientes.

Essa integração facilita a personalização de ofertas e promoções, potencializando o clube de fidelidade como uma ferramenta central para aumentar não apenas a retenção de clientes, mas também suas experiências de compra. O resultado é um engajamento mais profundo e duradouro, convertendo compras ocasionais em relações de confiança e preferência.

Preparação para o Futuro do Varejo Mineiro

O 11º Encontro de Gestores Supermercadistas em Belo Horizonte foi uma ocasião imperdível para profissionais do setor que desejam se manter à frente das tendências e inovações. Este evento destacou-se como um marco crucial para quem busca dominar as novas tecnologias e estratégias de liderança essenciais para o sucesso no mercado varejista mineiro. Perder essa oportunidade significa ficar atrás na corrida pelas inovações que estão remodelando o futuro do varejo.

Este ano, o evento apresentou uma agenda impressionante, com palestras de especialistas renomados que abordaram temas críticos para o avanço no setor varejista. Mais de 200 varejistas se reuniram para compartilhar conhecimento e insights valiosos. Se você perdeu o 11º Encontro de Gestores Supermercadistas, já é hora de marcar no calendário e garantir sua participação no próximo ano. Siga-nos em nossas redes sociais (@avanco_info) para não perder as atualizações e se manter informado sobre as últimas novidades e eventos essenciais para qualquer profissional do setor. Ficar para trás é comprometer o seu futuro no varejo!

Principais lições da NRF 2024

GABRIEL JUNQUEIRA

Editor do InfoVarejo, portal focado no dia a dia do varejista. Fundador do Cupom Verde, primeira carteira digital de documentos fiscais. Atuou na Avanço e em outras empresas de retail tech. É economista pelo IBMEC e administrador de empresas pela EM Strasbourg Business School na França.

Entre os dias 14 e 16 de janeiro, a NRF ocorreu em Nova York, reunindo quase 40.000 participantes e 6.200 marcas de todo o mundo. Os fornecedores de software e hardware apresentaram suas inovações para 2024, abordando temas como omnicanalidade, mobilidade, robótica e aprendizagem automática.

A IA está na mente de todos

A Inteligência Artificial (IA) foi o centro das atenções em uma sessão sobre os recursos da Salesforce para varejistas. O vice-presidente da empresa destacou que, embora as recomendações personalizadas já sejam comuns, a IA ainda está no início de seu potencial no varejo. A Salesforce apresentou novas ferramentas de IA, como o Einstein Copilot, que oferece recomendações de produtos personalizadas para consumidores, e o Einstein 1, que ajuda os varejistas a construir páginas de comércio eletrônico personalizáveis e analisar dados para tomada de decisões estratégicas. Apesar das potenciais utilizações da IA, há apreensão entre os varejistas devido à novidade da tecnologia e à dificuldade em encontrar talentos qualificados para trabalhar com ela.

Omnicanalidade rege o varejo

Os varejistas estão cada vez mais adotando estratégias omnichannel para atender às demandas dos consumidores. Michelle Gass, CEO da Levi's, e John Furner, CEO do Walmart nos EUA, destacaram a importância dessa abordagem. Gass mencionou a parceria da Kohl's com a Amazon para aceitar devoluções nas lojas, enquanto Furner anunciou atualizações de aplicativos no Walmart, incluindo a opção de finalização de compra pelo celular no Sam's Club, utilizando tecnologia de IA e visão computacional para agilizar o processo de compra. Essas iniciativas refletem a crescente integração entre o varejo online e físico para melhorar a experiência do cliente e impulsionar os negócios.

A ascensão das redes de mídia de varejo. Os varejistas estão explorando novas

formas de gerar receita, com destaque para as redes digitais de mídia varejista. Andrew Lipsman, da Insider Intelligence, aponta que essas redes buscam uma abordagem semelhante à da Amazon, combinando mídia, publicidade e comércio.

A oportunidade principal está nas lojas físicas, que têm potencial para oferecer escala, segurança de marca e alcance de público. Walmart e Walgreens estão entre os varejistas que estão investindo em publicidade dentro das lojas, utilizando telas de TV e outras formas de comunicação para promover produtos e marcas. Essa tendência destaca a transformação das lojas físicas em centros de distribuição e publicidade.

Expectativas para 2024

O estado da economia em 2024 é caracterizado por um "otimismo cauteloso", prevendo-se um crescimento econômico global, embora possa ser menor que no ano anterior. Economistas expressam otimismo em relação aos gastos dos consumidores, destacando sua resiliência. No entanto, persistem preocupações sobre inflação, taxas de juros, conflitos geopolíticos e criminalidade. Analistas como Steve Liesman acreditam que uma recessão não é iminente, com os EUA e outras economias globais se ajustando ao pós-COVID. Além disso, a Geração Z é discutida por sua ambivalência, apesar de serem nativos digitais, ainda apreciam experiências de compra em lojas físicas e valorizam movimentos culturais, como a preferência por produtos vintage.

Tractor Supply compartilha aplicativos de IA

O CEO da Tractor Supply Company, Hal Lawton, discutiu o rápido crescimento da empresa durante uma conferência, destacando seu sucesso no comércio eletrônico e seu uso da inteligência artificial (IA). Lawton comparou a atual discussão sobre IA no varejo com os debates sobre a Internet no início dos anos 2000, enfatizando a mudança de mentalidade dos varejistas para usar a tecnologia. A Tractor Supply já está utilizando IA para várias finalidades, incluindo marketing, gerenciamento de estoque e atendimento ao cliente.

Eles implementaram um sistema interno de atendimento ao cliente, GURA, alimentado pela IA, que ajuda os

funcionários a responder às perguntas dos clientes de forma mais eficaz. Além disso, a empresa utiliza visão computacional para otimizar a alocação de mão de obra nas lojas, permitindo uma melhor gestão das filas nos caixas.

O impacto do crime organizado no varejo digital

O presidente da Saks, Marc Metrick, destacou o problema do crime organizado no varejo, afirmando que impacta negativamente a experiência do consumidor. Ele comparou a necessidade de segurança no comércio eletrônico de luxo à implementada por varejistas físicos, como a Walgreens, que trancam produtos atrás de vidros para evitar roubos. Metrick mencionou um aumento significativo nos relatórios de "mercadorias não recebidas" e explicou que a Saks agora investe em proteções mais robustas contra fraudes, incluindo a verificação de histórico de reclamações e devoluções dos clientes.

Varejistas tentam imitar estratégias de Shein e Temu

Jason Goldberg, do Grupo Publicis, destaca que varejistas dos EUA podem aprender com Shein e Temu sobre o poder das redes sociais, incluindo estratégias de marketing pagas e orgânicas. Deborah Weinswig, da Coresight Research, destaca a importância dos programas de afiliados, especialmente em plataformas como o TikTok, para impulsionar vendas. Ambas as marcas usam gamificação para engajar os clientes, oferecendo recursos como caixas de presente virtuais e descontos através de rodas giratórias. Além disso, elas estabelecem confiança com os consumidores através de políticas como frete grátis, devoluções fáceis e garantia de envio pontual. Goldberg também adverte os varejistas dos EUA para não considerarem Shein e Temu como concorrentes diretos, especialmente enquanto se expandem para novas categorias.

Retail Media, por que virou tendência e como aproveitar para aumentar vendas?

Reinventada para a era digital, essa estratégia de publicidade direcionada no ponto de venda pode impulsionar vendas e alcançar novos públicos.

LUIZ VASCONCELOS

Profissional de Marketing com mais de 5 anos de experiência, especializado em Marketing de Conteúdo e formação em Design pela UEMG. Atualmente, Analista de Marketing no InfoVarejo, blog líder no varejo brasileiro.

Retail Midia não é um conceito novo – mas, assim como acontece com o comércio em geral, foi reinventada para a era digital. O imediatismo e a relevância contextual dessas promoções, como as que você pode ver em um supermercado, foram traduzidos em novos formatos online que representam grandes oportunidades de negócios. Com planejamento, execução e gerenciamento cuidadosos, as marcas podem aproveitar a visibilidade e os recursos de direcionamento das redes de retail midia para alcançar novos públicos e aprimorar cada etapa da jornada de compra.

O que é retail midia?

A retail midia é uma forma de publicidade destinada a capturar a atenção dos consumidores quando eles estão quase prontos para comprar – no ponto ou próximo ao caminho da compra, quando fazem uma seleção entre marcas e produtos concorrentes.

A retail midia on-line é muito mais sofisticada do que um stand decorado no supermercado. Os varejistas oferecem anúncios digitais em seus próprios sites e aplicativos de e-commerce para aumentar a visibilidade dos produtos para públicos relevantes.

Além do carrinho de compras online, esses anúncios podem ser colocados na página inicial, nas páginas de resultados de pesquisa, nas páginas de categorias e sazonais e muito mais.

Os benefícios da retail midia

Para lojas em crescimento, a retail

www.avancoinfo.com.br

midia digital oferece uma série de benefícios potenciais. Através de posicionamentos direcionados, os supermercados podem aproveitar a presença online existente de grandes varejistas para ganhar nova visibilidade e conectar-se com consumidores altamente relevantes que procuram ativamente produtos para comprar. Especificamente, através da retail midia, os supermercados podem:

Aproveite o crescimento do e-commerce

A pandemia transferiu fundamentalmente o digital para o centro do varejo e a maioria das compras offline são influenciadas pela pesquisa online. A retail midia pode ajudar a criar reconhecimento em novos mercados onde os supermercados ainda não conseguem alcançar.

Alcance clientes que estão prontos para comprar

Os compradores que navegam em sites e aplicativos de varejistas procuram comprar propositalmente. A retail midia dá ao negócio a capacidade de influenciar decisões quando os consumidores estão em modo de pesquisa ativa e avaliando as decisões de compra.

Pegue emprestado dados de clientes

Os consumidores esperam que as experiências de compra sejam personalizadas, mas é mais difícil do que nunca para os vendedores entregar. Como resultado, os dados próprios que os consumidores partilham diretamente são valiosos, e os grandes varejistas têm-nos em abundância, sob a forma de dados de artigos e históricos de compras. Nas redes de retail midia, os supermercados podem atingir os compradores de forma eficaz por categoria, faixa de preço e até mesmo atributos de EAN.

Acesse facilmente dados de vendas

Como os canais de retail midia são posicionados em um ambiente de compras no site ou aplicativo de e-commerce e aproveitam os dados existentes dos clientes, os supermercados podem acompanhar facilmente o impacto de seus investimentos. Eles podem ver quais produtos são vendidos, quais clientes estão comprando e calcular com segurança o retorno do investimento (ROI).

Melhore a visibilidade por meio de canais confiáveis

Não apenas mais consumidores veem a retail midia do que visitariam expressamente o site de um supermercado desconhecida, mas também são mais propensos a confiar nos produtos que veem em um site ou aplicativo de uma grande loja, ou e-commerce.

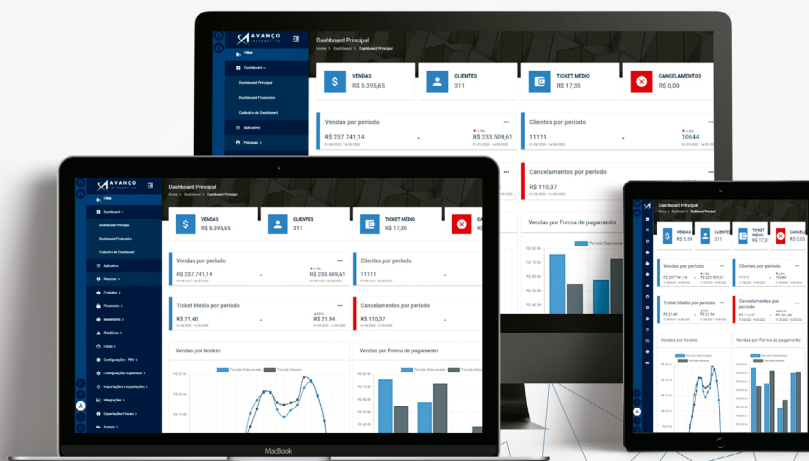
Impulsione seu negócio com retail midia

Um dos benefícios do comércio eletrônico é que ele é um corredor infinito que não é limitado pelo espaço de um supermercado. Em algumas situações, os supermercados têm a capacidade de fazer upload de catálogos completos de produtos online, o que é uma ótima maneira de oferecer sua linha de produtos a clientes em todo o mundo.

Mais produtos e espaço ilimitado levam a mais concorrência. É cada vez mais importante que os supermercados invistam em retail midia para garantir que seus produtos sejam visíveis e mostrados aos consumidores certos.

NovoAvanço, sistema de Gestão em Nuvem especializado em Supermercados

O NovoAvanço é um ERP desenvolvido 100% em nuvem com módulos e rotinas específicas para supermercados, aliando tecnologia de ponta com os 31 anos de experiência da Avanço no segmento.



Segurança e confiabilidade
Infraestrutura robusta, backup simultâneos.



Custos operacionais mais baixos
Esqueça manutenção de servidores, formatação, etc.



Focado em supermercados
Módulos e rotinas específicas para o segmento.



Mobilidade e flexibilidade
Acesso em qualquer lugar.



Agilidade e inovação
Velocidade na implementação de soluções, facilidade nas integrações.



Performance
Hardwares continuamente atualizados.

Conte com mais de **30 anos de história e experiência** no varejo



A Avanço, com software e soluções modernas, sempre esteve ao lado dos clientes, na busca incessante por facilitar o seu dia a dia. Foi considerada uma das empresas de ERP mais lembradas por supermercadistas de todo o Brasil e, por 13 anos consecutivos, recebeu o Troféu Gente Nossa AMIS na categoria Tecnologia e Gestão, consolidando-se como a software house mais premiada de Minas Gerais.



Leia o QR Code e converse com um consultor

avancoinfo.com.br / (31) 3025 1188 / contato@avancoinfo.com.br