



12º ENCONTRO DE GESTORES SUPERMERCADISTAS

**Transformação, Inovação e
Estratégias para o Varejo do Futuro**

Páginas 10 a 13

DESTAQUES

**Mão de Obra Sumiu,
e Agora?**

Página 02

**Inteligência artificial
no Supermercado,
realidade ou sonho?**

Página 03

**Servidor Físico: Por que
Essa Tecnologia está
Ficando Para Trás?**

Páginas 05 e 06

**Reforma Tributária
2025?: o que muda
para o varejo?**

Página 14

**Cadastre produtos
em 5 segundos!**

Com o Cadastro Turbo de produtos basta inserir o código de barras e pronto, o resto é feito automaticamente.



Leia o QR Code e veja como funciona!



Ficha Técnica

Escritório Avanço 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**

TECNOLOGIA

Mão de Obra Sumiu, e Agora? Como o Varejo Pode Enfrentar a Crise de Pessoal



Com menos gente e mais pressão, o varejo precisa se reinventar. Entenda por que a mão de obra sumiu e o que fazer para manter a produtividade.



GABRIEL JUNQUEIRA

Especialista em tecnologia para o varejo, com mais de 15 anos de experiência no setor. Sócio da Avanço Informática. Criador do InfoVarejo. Fundador do Cupom Verde. Economista formado pelo IBMEC e administrador de empresas pela EM Strasbourg Business School, na França.

A escassez de mão de obra no varejo se tornou um dos maiores desafios para gestores e empresários do setor. O que antes era uma preocupação pontual transformou-se em uma crise estrutural, com impactos diretos na operação das lojas, no atendimento aos clientes e, consequentemente, nos resultados financeiros. Neste artigo, vamos analisar as raízes desse problema e apresentar soluções práticas que estão ajudando redes varejistas a manterem sua produtividade mesmo com equipes reduzidas.

As Causas da Escassez de Mão de Obra no Varejo

A falta de trabalhadores no setor varejista é resultado de uma combinação complexa de fatores demográficos, sociais e econômicos. O envelhecimento da população brasileira significa menos jovens entrando no mercado de trabalho a cada ano. Ao mesmo tempo, a Geração Z – formada por aqueles que nasceram a partir de meados dos anos 1990 – demonstra claramente preferir modalidades de trabalho mais flexíveis, como home office ou atividades autônomas, em detrimento dos tradicionais empregos com jornadas fixas no varejo.

As condições de trabalho oferecidas pelo setor também contribuem para o problema. Muitas lojas ainda operam com jornadas ex-

tensas, salários pouco atrativos e ambientes de alta pressão, fatores que aumentam significativamente a rotatividade de funcionários. O resultado é um círculo vicioso: quanto pior a experiência do trabalhador, maior a dificuldade em atrair e reter talentos, sobrecarregando ainda mais os colaboradores remanescentes.

Soluções para Manter a Produtividade com Menos Pessoal

A automação de processos repetitivos representa uma das principais alavancas de produtividade. Sistemas de checkout automatizado, por exemplo, podem reduzir significativamente a necessidade de caixas humanas, permitindo realocar esses colaboradores para atividades que realmente exigem intervenção humana. Da mesma forma, soluções de IoT para gestão de estoque eliminam a necessidade de contagens manuais frequentes, enquanto robôs autônomos já são realidade em algumas redes para tarefas como reposição de mercadorias.

O Papel Central da Tecnologia

Nesse contexto desafiador, a tecnologia emerge como a principal aliada do varejo. Empresas que investem em sistemas centralizados na nuvem, ferramentas de autoatendimento e análise de dados em tempo real estão conseguindo manter – e em muitos casos até aumentar – seus níveis de produtividade mesmo com equipes menores.

Um exemplo concreto vem de uma rede de supermercados em São Paulo que, após implementar soluções de automação para reposição e checkout, reduziu em 30% sua ne-

cessidade de funcionários operacionais sem comprometer a qualidade do atendimento ou a eficiência das operações. Casos como esse demonstram que, embora a escassez de mão de obra seja um problema real, não precisa ser um impeditivo para o crescimento.

Preparando-se para o Futuro

A crise de mão de obra no varejo não é passageira – é uma mudança estrutural que veio para ficar. As empresas que entenderem isso e se adaptarem terão vantagem competitiva significativa. Isso significa ir além de soluções paliativas e implementar transformações profundas na forma de operar.

Investir em ferramentas que aumentem genuinamente a produtividade, eliminar processos burocráticos e repetitivos, e criar ambientes de trabalho mais atraentes através de tecnologia são passos essenciais para qualquer rede varejista que queira não apenas sobreviver, mas prosperar nesse novo cenário.

A boa notícia é que as soluções existem e estão cada vez mais acessíveis. O momento de agir é agora – antes que a falta de mão de obra se torne um limitador crítico para o seu negócio.



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



Inteligência artificial no supermercado, realidade ou sonho?

IA no varejo já é realidade: veja como supermercados estão usando tecnologia para superar a falta de pessoal e conquistar eficiência e competitividade.

REDAÇÃO INFOVAREJO

O setor supermercadista enfrenta atualmente um dos seus períodos mais desafiadores. A combinação de escassez de mão de obra qualificada, margens operacionais cada vez mais apertadas e consumidores exigindo experiências de compra mais personalizadas criou uma tempestade perfeita que está forçando uma transformação radical no modelo de negócios tradicional.

Segundo dados recentes da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), cerca de 72% dos varejistas relatam dificuldades significativas para contratar e reter funcionários em áreas críticas como reposição de estoque, operação de caixas e gestão de loja.

Este cenário complexo exige soluções inovadoras que vão além das abordagens convencionais. É neste contexto que a Inteligência Artificial (IA) emerge não como uma mera ferramenta tecnológica, mas como uma alavanca estratégica capaz de transformar operações inteiras. Ao longo deste artigo, exploraremos em profundidade como as diversas aplicações da IA – desde algoritmos preditivos até os mais avançados sistemas generativos – estão redefinindo o que significa eficiência operacional no varejo supermercadista.

A importância deste tema não pode ser subestimada. Enquanto a demografia e as preferências da força de trabalho continuam a se transformar, os supermercados que ado-

tarem essas tecnologias de forma estratégica estarão não apenas resolvendo problemas imediatos de produtividade, mas construindo vantagens competitivas duradouras em um mercado cada vez mais disputado.

1. A Crise de Mão de Obra no Varejo e o Papel Transformador da IA

A escassez de trabalhadores no setor supermercadista é um fenômeno estrutural com múltiplas causas interligadas. Do ponto de vista demográfico, estamos observando uma redução constante na população economicamente ativa, especialmente na faixa etária tradicionalmente associada a funções operacionais no varejo. Simultaneamente, a Geração Z – composta por jovens nascidos a partir de meados dos anos 1990 – demonstra claramente preferir modalidades de trabalho mais flexíveis e menos operacionais do que as oferecidas pelo varejo físico tradicional.

As condições de trabalho no setor também contribuem significativamente para o problema. Muitas funções essenciais, como reposição de estoque e operação de caixas, continuam sendo fisicamente exigentes, muitas vezes realizadas em ambientes com pouca flexibilidade horária e remuneração pouco atrativa. Essa combinação resulta em altíssimas taxas de rotatividade, que em média chegam a 30% ao ano no setor, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

As consequências operacionais desta escassez são visíveis em qualquer rede de su-

permercados: filas mais longas nos caixas, prateleiras que demoram a ser reabastecidas, dificuldade em manter padrões consistentes de atendimento ao cliente e, em última instância, perda de vendas e insatisfação do consumidor. É importante destacar que a IA não deve ser vista como uma substituição para o capital humano, mas sim como uma ferramenta poderosa para amplificar a produtividade dos colaboradores existentes.

Um estudo abrangente realizado pela consultoria Oliver Wyman revela que ferramentas de IA generativa aplicadas ao varejo podem reduzir em até 40% o tempo gasto em tarefas operacionais repetitivas. Essa economia de tempo permite que as equipes, mesmo sendo menores, foquem suas energias em atividades que realmente exigem julgamento humano, criatividade e interação pessoal – elementos que continuam sendo insubstituíveis na experiência do varejo.

2. Aplicações Práticas da IA para Aumentar a Produtividade

A. Gestão de Estoque Inteligente

Os sistemas avançados de IA estão revolucionando a gestão de estoque no varejo supermercadista. Essas soluções combinam de forma sofisticada dados históricos de vendas, tendências sazonais, variáveis externas como condições climáticas e até mesmo dados macroeconômicos para gerar previsões de demanda com níveis impressionantes de precisão – frequentemente superando 95% de acurácia. O impacto operacional dessas tecnologias é profundo e multifacetado. No que diz respeito à redução de desperdícios,

especialmente para produtos perecíveis, os sistemas de IA permitem reduções na ordem de 30%, um número que pode significar a diferença entre lucro e prejuízo em categorias de margens tradicionalmente apertadas. A otimização automática de pedidos junto a fornecedores elimina erros humanos e antecipa necessidades, enquanto os alertas em tempo real para itens em falta garantem que as prateleiras permaneçam abastecidas mesmo com equipes reduzidas.

Um caso emblemático dessa transformação vem da rede Kroger nos Estados Unidos, que após implementar sistemas preditivos de IA conseguiu reduzir seus excessos de estoque em impressionantes 22%, liberando capital de giro e espaço físico valioso em suas lojas. Esse tipo de resultado demonstra claramente o potencial transformador dessas tecnologias quando aplicadas de forma estratégica.

B. Checkout Automatizado e Sistemas de Autoatendimento

A revolução da IA no frente de caixa está redefinindo a experiência do consumidor enquanto aborda diretamente o desafio da escassez de mão de obra. As soluções mais avançadas incluem caixas inteligentes equipadas com sistemas de reconhecimento de imagens capazes de identificar produtos com precisão, sensores de peso que validam automaticamente itens pesados e tecnologias RFID que permitem o escaneamento simultâneo de múltiplos produtos.

Os resultados dessas implementações são quantificáveis e significativos. Redes que adotaram essas tecnologias reportam reduções de até 50% na necessidade de caixas humanos tradicionais, permitindo realocar colaboradores para funções que agregam mais valor. Do ponto de vista do consumidor, a experiência se torna cerca de 30% mais rápida, reduzindo filas e aumentando a satisfação geral com o processo de compra.

C. Reposição e Organização de Loja Automatizadas

A aplicação da IA na gestão do espaço físico das lojas está trazendo ganhos de produtividade igualmente impressionantes. Robôs autônomos equipados com visão computacional avançada percorrem os corredores periodicamente, identificando prateleiras que precisam de reposição com precisão muito superior aos métodos manuais tradicionais.

Além disso, esses sistemas geram mapas de calor detalhados que mostram como os clientes se movimentam pela loja, quais áreas recebem mais tráfego e em quais momentos do dia. Esses insights permitem otimizações científicas do layout que vão muito além da

intuição humana, resultando em aumentos mensuráveis de vendas por metro quadrado.

3. IA Generativa: O Novo Horizonte para Supermercados

Além das aplicações tradicionais de IA, os modelos generativos representam a próxima fronteira de inovação para o varejo supermercadista. Essas tecnologias, que incluem sistemas como o ChatGPT adaptados para aplicações específicas do varejo, estão abrindo novas possibilidades antes inimagináveis. No atendimento ao cliente, os chatbots baseados em IA generativa já são capazes de oferecer suporte 24 horas por dia, sete dias por semana, respondendo dúvidas sobre produtos, verificando disponibilidade em estoque e até fazendo recomendações personalizadas baseadas no histórico de compras do cliente. Esses sistemas evoluíram além dos scripts rígidos dos primeiros chatbots, conseguindo agora entender contextos complexos e responder de forma natural e útil.

Na área administrativa, a IA generativa está automatizando a criação de relatórios de vendas, gerando resumos executivos personalizados e até traduzindo materiais de treinamento em tempo real para equipes multiculturais. Uma aplicação particularmente interessante está na criação automática de layouts promocionais otimizados, que combinam dados de desempenho de vendas com princípios de psicologia do consumo para maximizar o impacto das campanhas.

Dados do último SAP Retail Trends Report indicam que 58% dos varejistas globais já estão testando ou implementando soluções de IA generativa em 2024, um número que deve crescer rapidamente à medida que os benefícios se tornam mais evidentes.

4. Implementação Estratégica: Como Começar a Transformação

A jornada de transformação através da IA deve começar com um diagnóstico cuidadoso das oportunidades específicas de cada operação. É essencial identificar onde estão os principais gargalos operacionais – sejam eles no abastecimento, no checkout, na gestão de estoque ou no atendimento ao cliente. Da mesma forma, é crucial mapear quais tarefas consomem tempo desproporcional sem agregar valor significativo ao negócio ou à experiência do cliente.

Uma vez identificadas as prioridades, a abordagem mais prudente é começar com projetos piloto bem delimitados. Um sistema de gestão de estoque com IA em uma loja teste, ou a implementação de caixas de

autoatendimento em um único local, permite avaliar os resultados e ajustar a abordagem antes de escalar para toda a rede. Essa estratégia de implementação gradual minimiza riscos enquanto maximiza o aprendizado organizacional.

O treinamento da equipe é outro componente crítico do processo. Mais do que simplesmente ensinar como operar as novas tecnologias, é essencial comunicar claramente como a IA vai simplificar as rotinas de trabalho dos colaboradores, eliminando tarefas repetitivas e permitindo que se concentrem em atividades mais significativas. Quando os funcionários entendem que a tecnologia está ali para apoiá-los e não para substituí-los, a adoção se torna muito mais orgânica e eficaz.

Curso “Inteligência Artificial no Supermercado”: Um Marco na Transformação Digital do Varejo

O curso “Inteligência Artificial no Supermercado: Da Teoria à Prática”, promovido pela AMIS em 24 de junho, superou todas as expectativas, reunindo varejistas de todo o Brasil em uma imersão sobre IA. Ministrado por Gabriel Junqueira, especialista com ampla experiência em tecnologia para o varejo, o evento online mostrou como a IA está revolucionando operações - desde gestão de estoque até atendimento ao cliente.

Os participantes saíram com conhecimentos aplicáveis imediatamente:

- Cases reais de automação que reduziram custos
- Aplicações de IA do dia a dia do supermercadista
- Estratégias para enfrentar a escassez de mão de obra com ferramentas inteligentes

“Antes as pessoas enxergavam a IA como complexa e distante. É preciso entender que hoje ela é acessível e transformadora” — Gabriel Junqueira

A transformação digital não é o futuro - é o presente para supermercados que querem se manter competitivos.



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

Servidor Físico: Por que Essa Tecnologia Está Ficando Para Trás?

Manter servidor físico custa caro, exige equipe e trava a inovação. Descubra por que a nuvem é a solução estratégica para o futuro do varejo.



ADILSON BADARÓ

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

A tecnologia tem sido um dos principais impulsionadores da transformação no varejo, especialmente no setor de supermercados. No entanto, enquanto algumas inovações, como sistemas de pagamento automatizados, CRMs e plataformas de e-commerce, ganham destaque, outras estão ficando para trás. Um exemplo claro disso são os servidores físicos para supermercados, que, apesar de terem sido a espinha dorsal da infraestrutura de TI por décadas, estão se tornando obsoletos. O presente e o futuro dos supermercados estão na nuvem, com servidores nativos em nuvem oferecendo maior flexibilidade, escalabilidade e eficiência. Neste artigo, exploraremos por que o servidor físico está ficando para trás, detalhando suas desvantagens e as vantagens da migração para a nuvem.

A Evolução do Varejo e a Necessidade de Tecnologia Ágil

O setor de supermercados está passando por uma transformação significativa, impulsionada por mudanças nos hábitos de consumo, avanços tecnológicos e a crescente demanda por conveniência. De acordo com um relatório da Deloitte, "The Future of Grocery Retail", os consumidores estão cada vez mais buscando experiências personalizadas, entregas rápidas e opções de compra omnichannel.

Para atender a essas expectativas, os supermercados precisam de sistemas de TI ágeis e escaláveis, capazes de se adaptar rapidamente às mudanças do mercado. O servidor físico, no entanto, não foi projetado para essa realidade. Eles são caros, difíceis de manter e limitados em termos de capacidade de expansão. Em um ambiente onde a velocidade e a flexibilidade são essenciais, a infraestrutura de TI tradicional está se tornando um gargalo. A nuvem, por outro lado, oferece uma solução mais dinâmica, permitindo que os supermercados escalem seus recursos conforme necessário, reduzam custos e melhorem a eficiência operacional.

Desvantagens do Servidor Físico

Para entender melhor por que o servidor físico está ficando para trás, é importante detalhar suas principais desvantagens:

Custos Elevados

A aquisição de servidores físicos envolve um investimento inicial significativo. Além disso, há custos contínuos com manutenção, energia e refrigeração. Esses custos podem ser proibitivos para supermercados de pequeno e médio porte.

Necessidade de Mão de Obra

A manutenção de servidores físicos requer equipes especializadas e pode ser um processo demorado e caro. Qualquer falha de hardware pode resultar em tempo de inatividade, o que pode ser prejudicial para as operações do supermercado.

Escalabilidade Limitada

Os servidores físicos têm uma capacidade fixa. Quando essa capacidade é atingida, é necessário adquirir novos servidores, o que pode levar tempo e recursos adicionais. Isso limita a capacidade do supermercado de responder rapidamente a mudanças na demanda.

Vulnerabilidade a Falhas

Servidores físicos estão sujeitos a falhas de hardware, desastres naturais e ataques cibernéticos. Qualquer uma dessas ocorrências pode resultar em perda de dados e tempo de inatividade, o que pode ser catastrófico para um supermercado.

Dificuldade de Integração

Integrar novos sistemas e tecnologias com o servidor físico pode ser um desafio. Isso pode limitar a capacidade do supermercado de adotar novas inovações e melhorar a experiência do cliente.

Falta de Mão de Obra no Varejo: Mais um Motivo para Migrar para a Nuvem

Além dos desafios tecnológicos, os supermercados enfrentam outra crise crítica: a escassez de mão de obra qualificada. Segundo reportagem do UOL Economia (14/03/2025), o setor varejista está em uma verdadeira "caça" por profissionais em 8 funções-chave, incluindo

operadores de TI, analistas de sistemas e técnicos de infraestrutura.

A Nuvem como Solução Estratégica

- Demanda por Especialistas Caros
- Falta de Agilidade para Crescer
- Risco de Paralisação por Falta de Suporte

Enquanto o mercado sofre com a falta de trabalhadores, a tecnologia na nuvem minimiza a dependência de mão de obra escassa, reduz custos operacionais e mantém as lojas sempre funcionando. Migrar agora não é só uma atualização tecnológica—é uma estratégia de sobrevivência no varejo moderno.

Vantagens dos Servidores Nativos em Nuvem

Enquanto os servidores físicos apresentam várias desvantagens, os servidores nativos em nuvem oferecem uma série de vantagens que os tornam a escolha ideal para supermercados modernos:

- Redução de Custos
- Escalabilidade
- Segurança Avançada
- Inovação
- Confiabilidade
- Integração Simplificada

O Futuro dos Supermercados: Nuvem e Inovação

Um relatório da Oliver Wyman, "The Future Supermarket", descreve como os supermercados do futuro serão impulsionados por tecnologia avançada, como inteligência artificial, Internet das Coisas (IoT) e análise de dados em tempo real. Essas inovações exigem uma infraestrutura de TI robusta e escalável, algo que os servidores físicos simplesmente não podem fornecer. A nuvem permite que os supermercados integrem essas tecnologias de forma eficiente. Por exemplo, sensores IoT podem ser usados para monitorar estoques em tempo real, enquanto a análise de dados pode ajudar a prever tendências de consumo e otimizar a cadeia de suprimentos.

Além disso, a nuvem facilita a adoção de novas tecnologias, como pagamentos sem contato e experiências de compra personalizadas,

que são essenciais para atrair e reter clientes. Outra vantagem da nuvem é a capacidade de suportar operações omnichannel. Com o crescimento do e-commerce e das compras online, os supermercados precisam de sistemas que possam integrar lojas físicas e digitais de forma transparente. Assim, a nuvem permite que os dados fluam livremente entre diferentes canais, proporcionando uma experiência de compra consistente e conveniente para os consumidores.

Novo Avanço: Tecnologia que Transforma o Varejo

O sistema Avanço está revolucionando a gestão de supermercados com uma plataforma 100% em nuvem, eliminando a necessidade de servidores físicos e oferecendo mobilidade, segurança e escalabilidade. Desenvolvido para otimizar processos como controle de estoque, vendas e gestão financeira, o Avanço permite que os varejistas acessem dados em tempo real de qualquer lugar, reduzindo custos operacionais e aumentando a eficiência.

Palavra de quem conhece, usa e aprova!

“Já passei por várias experiências com “sistemas modernos”, sistema travava no sábado, eu ficava 1 hora por dia para resolver o problema... Resumindo, para quem tem cliente igual

à Colombina, com mais de 1000 cupons por dia, não tem nada no mercado igual ao Novo Avanço, não para! Eu vejo um preço errado e altero na hora de onde eu estiver. Se você quiser vender, meu amigo, pode lembrar de mim, eu garanto. Se não funcionasse eu não falava.”

Danilo Guerra - Proprietário da Padaria Colombina

“O sistema antigo precisava de um servidor, onde ele armazenava o banco de dados e nós tínhamos muitos problemas, o sistema travava, precisava reiniciar a máquina para o sistema voltar a operar. Com o Novo Avanço, o sistema é trabalhado na nuvem e ficou muito mais prático, mais ágil. O diferencial é a praticidade, a velocidade em processar as informações, em finalizar o meio de pagamento. A minha dica é: mude para a Avanço!”

Fred Carvalho - Sócio Proprietário do Supermercado Canadá

Se o seu supermercado ainda depende de servidores físicos, está na hora de evoluir. O NovoAvanço oferece a solução completa para migrar para a nuvem com segurança e eficiência, garantindo mais produtividade e menos custos. Quer resultados como esses? Escaneie os QR Codes e assista aos cases completos para entender como o Avanço pode transformar o seu negócio.



Assista o depoimento na íntegra, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



Assista o depoimento na íntegra, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.

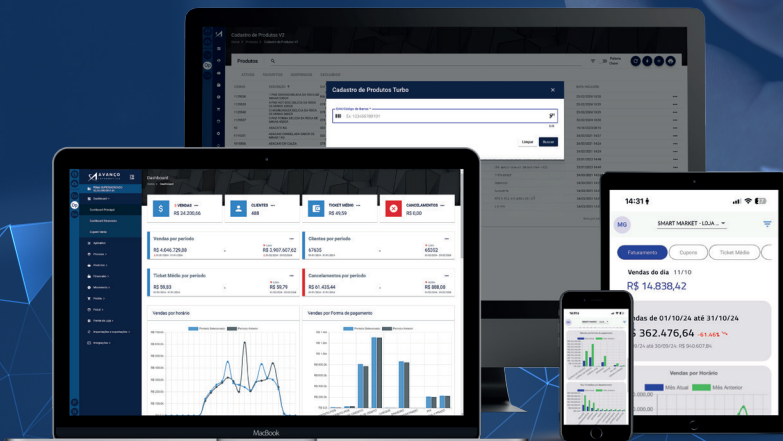


Leia o artigo completo no InfoVarejo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.



Tecnologia que Transforma o Varejo

Controle de estoque, vendas e gestão financeira simplificados! Com o Novo Avanço você acessa dados em tempo real de qualquer lugar, reduz custos e aumenta a eficiência do seu negócio.



O futuro do varejo começa aqui!



Leia o QR Code e converse com um consultor

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

Estratégias Avançadas para Definir o Público do Seu Supermercado e Maximizar Resultados

Conhecer seu público é essencial. Descubra como mapear hábitos, perfis e preferências para transformar dados em estratégias que aumentam vendas e fidelização.

LUAN AZEVEDO

Luan Azevedo é fundador e CEO da DS Marketing, plataforma referência em automação de marketing para o varejo. Com formação em Ciência da Computação e especialização em Big Data, lidera uma solução que ajuda supermercados, farmácias, pet shops e comércios locais a criarem e distribuírem campanhas promocionais de forma rápida, profissional e eficiente.



No competitivo mercado varejista, conhecer profundamente seu público-alvo é o alicerce para qualquer estratégia de sucesso. Supermercados que investem tempo nessa análise colhem frutos expressivos: vendas mais consistentes, comunicação eficiente e fidelização crescente de clientes.

A Importância Estratégica do Público-Alvo

Enquanto muitos supermercados ainda adotam abordagens genéricas, os estabelecimentos mais bem-sucedidos entendem que cada cliente tem necessidades específicas. Conhecer seu público permite criar promoções que realmente convertem, selecionar produtos alinhados com a demanda local e desenvolver campanhas de marketing com retorno mensurável. A diferença entre público-alvo e persona é crucial para esse processo. Enquanto o primeiro define características demográficas básicas (como faixa etária e localização), a persona representa um retrato detalhado do cliente ideal, incluindo hábitos de compra, preferências e comportamentos digitais. Essa distinção permite estratégias tanto amplas quanto personalizadas.

Metodologia Prática para Identificação do Público

1. Análise Interna de Dados

O histórico de vendas do seu supermercado é uma mina de ouro de informações. Padrões de compra, ticket médio e horários de pico

revelam tendências valiosas sobre seu público real. Programas de fidelidade e interações nas redes sociais complementam esse panorama, mostrando preferências e hábitos de consumo.

2. Perfil Demográfico do Entorno

A localização do seu estabelecimento influencia diretamente no perfil dos clientes. Analise a composição do bairro - faixa etária predominante, tipos de moradia, renda média e pontos de referência como escolas ou empresas. Esses dados ajudam a ajustar seu mix de produtos e linguagem de comunicação.

3. Hábitos de Consumo

Entender quando, como e por que seus clientes compram é essencial. Algumas perguntas-chave incluem frequência de visitas, tamanho médio das compras, sensibilidade a preços e canais preferidos para pesquisar ofertas. Essas respostas orientam desde o layout da loja até o calendário promocional.

4. Pesquisas Diretas

Nada substitui ouvir seus clientes. Pesquisas rápidas no caixa ou via WhatsApp podem revelar o que eles mais valorizam, produtos em falta desejados e preferências de comunicação. Ferramentas simples como Google Forms facilitam essa coleta de informações.

5. Benchmarking Competitivo

Analisar concorrentes próximos ajuda a identificar tanto boas práticas quanto oportunidades não exploradas. Observe o perfil de público que frequentam outros estabelecimentos, seus diferenciais e estratégias de comunicação.

Transformando Dados em Ações Estratégicas

Com essas informações consolidadas, você

pode criar perfis detalhados que orientarão decisões cruciais:

Mix de Produtos: Alinhado com as preferências e poder aquisitivo local.

Layout da Loja: Adaptado aos hábitos de compra e fluxo de clientes.

Comunicação: Personalizada para diferentes segmentos e canais preferenciais.

Promoções: Cronograma adaptado aos momentos de maior procura.

Ciclo Contínuo de Melhoria

Definir seu público-alvo não é um exercício pontual, mas um processo contínuo. O perfil dos clientes evolui com mudanças demográficas, econômicas e de comportamento. Estabeleça rotinas trimestrais para revisar seus dados e ajustar estratégias conforme necessário.

Supermercados que dominam essa abordagem conseguem não apenas aumentar vendas no curto prazo, mas construir relacionamentos duradouros com sua base de clientes - a verdadeira vantagem competitiva no varejo moderno. Comece hoje mesmo a implementar essas estratégias e transforme dados em decisões inteligentes para o crescimento do seu negócio.



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

Marketing Digital para Supermercados: Estratégias Completas para Transformar seu Varejo Alimentar

Marketing digital deixou de ser tendência e virou obrigação no varejo. Veja como supermercados podem atrair, fidelizar e vender mais com estratégias online.

LUAN AZEVEDO

Luan Azevedo é fundador e CEO da DS Marketing, plataforma referência em automação de marketing para o varejo. Com formação em Ciência da Computação e especialização em Big Data, lidera uma solução que ajuda supermercados, farmácias, pet shops e comércios locais a criarem e distribuírem campanhas promocionais de forma rápida, profissional e eficiente.



No cenário altamente competitivo do varejo alimentar, o marketing digital deixou de ser um diferencial para se tornar requisito básico. Supermercados que desejam não apenas sobreviver, mas prosperar, precisam adotar estratégias digitais integradas que complementem sua operação física. Este guia aprofundado apresenta as melhores práticas para construir uma presença digital robusta que gera resultados tangíveis.

1. Conhecimento Profundo do Cliente: A Base de Tudo

Antes de implementar qualquer ação digital, é fundamental desenvolver uma compreensão detalhada de quem são seus clientes. O público-alvo tradicional - definido por idade, gênero e localização - já não é suficiente. A verdadeira vantagem competitiva vem da criação de personas detalhadas que representam seus clientes ideais. Imagine "Carla, 35 anos, mãe de dois filhos pequenos, que valoriza praticidade e produtos saudáveis". Essa persona específica permite criar campanhas altamente segmentadas, desde o conteúdo das redes sociais até as ofertas promocionais. Ferramentas como pesquisas no caixa, análise de dados de compra e interações nas redes sociais ajudam a refinar continuamente essas personas, garantindo que sua comunicação sempre atinja o alvo.

2. Redes Sociais como Extensão da Loja Física

As plataformas sociais evoluíram para

muito além de meros canais de promoção. Para supermercados, elas se tornaram vitrines digitais dinâmicas que devem refletir a experiência da loja física. O Instagram, por exemplo, é ideal para mostrar a frescura dos produtos através de stories diários do hortifrúti ou do açougue.

Mas o verdadeiro poder está na estratégia de conteúdo. Em vez de apenas anunciar promoções, crie um mix que inclua: receitas rápidas usando ingredientes em oferta, dicas de organização de despensa, vídeos curtos mostrando a preparação de produtos na padaria. Esse conteúdo educativo posiciona seu supermercado como especialista, não apenas vendedor, construindo confiança e autoridade no mercado local.

3. Otimização para Buscas Locais: Seja Encontrado Quando Importa

Quando um cliente procura por "supermercado aberto agora" ou "feira orgânica perto de mim", seu estabelecimento precisa aparecer nos primeiros resultados. Isso exige uma estratégia completa de SEO local, começando por um perfil Google Meu Negócio completamente otimizado, com fotos atualizadas, horários corretos e categorias precisas. Além disso, considere criar conteúdo para seu site ou blog com termos de busca locais.

Posts como "Onde encontrar os melhores preços em [sua cidade]" ou "Como economizar no supermercado em [seu bairro]" ajudam a captar tráfego orgânico qualificado. Lembre-se: aparecer no momento exato da decisão de compra é tão importante quanto ter bons preços.

Integrando o Digital ao Físico

A verdadeira transformação acontece quando as estratégias digitais se conectam

perfeitamente com a experiência na loja. Treine sua equipe para perguntar "como ficou sabendo da promoção?" e use essas respostas para refinar seus investimentos. Certifique-se de que as ofertas anunciadas online estejam claramente sinalizadas nas gôndolas.

Considere também tecnologias como QR codes que ligam produtos físicos a conteúdo digital (vídeos sobre origem dos alimentos, sugestões de preparo), criando uma experiência de compra enriquecida. Quanto mais integrados forem seus mundos físico e digital, mais memorável será a experiência do cliente.

O Caminho à Frente

Implementar uma estratégia digital completa pode parecer desafiador, mas os resultados justificam o esforço. Comece com 2-3 iniciativas prioritárias (como otimizar seu Google Meu Negócio e lançar um programa de fidelidade digital), meça os resultados, e depois expanda progressivamente.

Lembre-se: no varejo alimentar moderno, o sucesso pertence aos supermercados que conseguem combinar a conveniência do físico com o poder do digital. Ao adotar essas estratégias de forma consistente, você não apenas aumentará suas vendas atuais, mas estará construindo uma vantagem competitiva sustentável para o futuro.



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

30 HÁ MAIS DE ANOS CONTANTO HISTÓRIAS

"Ah se eu tivesse meus 20 anos...
eu queria estar na Inventarium!"

JORGE DE SOUZA,
aposentado, nosso 1º motorista



A INVENTARIUM EM NÚMEROS

99% De acurácia na contagem de estoques

30+ Anos de experiência

1ª Empresa do setor no Brasil

100% De acompanhamento: da visita à entrega do resultado

100% Metodologia exclusiva

10+ Anos de Equipe de liderança na empresa

120+ Funcionários, todos com CLT

+3mil

Inventários / 2024

+160 milhões

Itens Inventariados / 2024

TEMOS UMA SURPRESA
PRA VOCÊ. CONFIRA:

QUERO ME
EMOCIONAR



QUERO ME
SURPREENDER



[Inventarium.com.br](https://www.inventarium.com.br) [in](#) [@](#) [@inventariumbrasil](#)

☎ 31 3227-7913 📞 31 98771-1000 ✉ comercial@inventarium.com.br

📍 Rua Fernandes Tourinho 487, 9º andar, Savassi - Belo Horizonte / MG



inventarium.



12º Encontro de Gestores Supermercadistas: Transformação, Inovação e Estratégias para o Varejo do Futuro

Veja os principais assuntos e tecnologias apresentadas na Superminas 2024!

REDAÇÃO INFOVAREJO

O 12º Encontro de Gestores Supermercadistas, realizado no dia 11 de junho, no Ouro Minas Palace Hotel, em Belo Horizonte, reuniu mais de 280 líderes do varejo em um dia repleto de insights, debates e soluções práticas para os desafios do setor.

Contando com o patrocínio da Bluesoft, Compex, Perto, Epson, F360, Scantech, Crieded, Megalodon, imendes, CresceVendas, Ds Marketing, SmartTef e Itaú; e o apoio do InfoVarejo, Cupom Verde, Três Corações, Meu Cliente, Amis e Gelak, o 12º Encontro de Gestores contou com palestras de especialistas e cases reais, reforçando a importância da gestão estratégica, tecnologia e pessoas para o crescimento sustentável do varejo.

Abertura: Alcides Junqueira e Paulo Nani

O evento começou com as boas-vindas de Alcides Junqueira e Paulo Nani, fundadores da Avanço, que destacaram a importância da troca de conhecimento entre os supermercadistas.

Alcides Junqueira, com sua visão inspiradora, enfatizou que o varejo se fortalece quando os gestores trabalham em colaboração, não em competição.

“Concorrente não é inimigo, aprendizado nunca é pouco. Aproveitem esse dia para trocar ideias e fortalecer o varejo. Agradeço a todos que dedicaram seu tempo para estar aqui, porque são vocês que fazem a diferença no mercado”, afirmou.

Paulo Nani complementou destacando a importância de absorver os aprendizados

do evento. “Aproveitem cada palestra, cada networking. O futuro do varejo depende da nossa capacidade de nos adaptarmos e inovarmos juntos. Não podemos ficar parados diante dos desafios que surgem todos os dias”, disse.

Escassez de Mão de Obra no Varejo

Gabriel Junqueira, diretor da Avanço, abriu a programação discutindo um dos maiores desafios do setor: a escassez de mão de obra qualificada. Ele explicou que, enquanto muitos setores enfrentam dificuldades operacionais, o varejo sofre com a falta de pessoas dispostas a trabalhar em funções essenciais, como operação de caixa e reposição.

Uma das principais causas apontadas foi a mudança demográfica. Diferentemente de décadas passadas, quando a população jovem era abundante, hoje a pirâmide etária está se invertendo, com menos pessoas em idade ativa disponíveis para o mercado. Isso significa que, mesmo que os supermercados queiram contratar, a mão de obra simplesmente não está lá em quantidade suficiente.

Outro fator crítico é a Geração Z, que hoje representa a força de trabalho emergente. Esses jovens valorizam flexibilidade, propósito e reconhecimento constante, características que o varejo tradicional nem sempre oferece. Gabriel destacou que muitos jovens veem o trabalho em supermercados como pouco atrativo devido a rotinas rígidas, falta de feedback e pouca valorização.

Além disso, as condições de trabalho também pesam. Muitos supermercados operam em horários extensos, incluindo finais de semana e feriados, o que pode desmotivar

os colaboradores. Gabriel sugeriu que, em vez de apenas lamentar a falta de pessoal, os varejistas deveriam investir em automação, melhorias nos processos e resgate do orgulho de pertencer ao setor.

Momento Avanço: Tecnologia como Solução

A Avanço apresentou diversas novas funcionalidades durante o evento, uma delas foi sua nova plataforma de suporte via WhatsApp, desenvolvida para agilizar o atendimento aos clientes e reduzir a dependência de sistemas ultrapassados. Com a crescente escassez de mão de obra, a empresa entendeu que era essencial oferecer uma solução que permitisse aos supermercadistas resolver problemas rapidamente, sem burocracia.

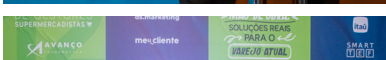
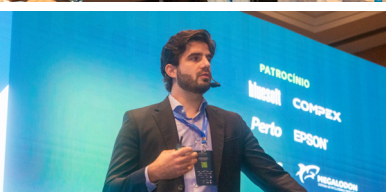
O novo sistema permite que os operadores de caixa e gestores enviem dúvidas diretamente pelo WhatsApp, com triagem automatizada que direciona a demanda para o especialista mais adequado.

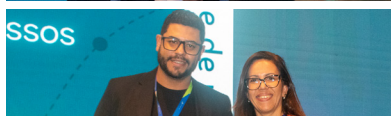
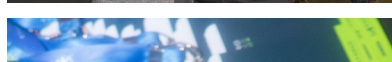
“Antes, o colaborador tinha que ficar parado esperando uma resposta no computador. Agora, ele tira uma foto do problema, envia pelo celular e recebe a solução em tempo real”, explicou Adilson Badaró, diretor da Avanço.

A mudança reflete uma adaptação necessária ao comportamento atual dos usuários. A expectativa é que a nova ferramenta aumente a produtividade e reduza o tempo perdido com suporte técnico.

Supermercado Lucrativo

Gilson Lopes, empresário, supermercadista e diretor do Supermercado





Central de Alimentos, especialista em gestão de processos, trouxe uma abordagem direta sobre gestão eficiente. Ele compartilhou sua experiência ao assumir um negócio familiar à beira da falência e como transformou a situação através de processos claros e gestão estratégica.

“O maior ladrão da empresa muitas vezes é o próprio dono”, afirmou Gilson, explicando que muitos empresários acabam prejudicando seus negócios por falta de organização financeira. Ele destacou a importância de separar as contas pessoais das empresariais e implementar controles rígidos, especialmente em setores críticos como o açougue, onde as perdas podem chegar a R\$ 100 mil mensais sem processos adequados.

Uma das lições mais valiosas foi sobre delegação. “Eu sempre quis ser inútil no meu negócio. Quero que ele funcione sem mim”, brincou. Ele explicou que muitos empresários centralizam todas as decisões, criando gargalos e impedindo o crescimento. A solução? “Se quiser ir rápido, vá sozinho. Se quiser ir longe, vá acompanhado. Encontre quem já chegou onde você quer chegar e aprenda com essa pessoa.”

O Novo Normal do Varejo

Bruno Silva, diretor da ABC Corp Consultoria, especialista em operações varejistas com mais de 17 anos de experiência em supermercados, abordou um tema crucial: como operar melhor com menos pessoas. Ele questionou se o problema real é a falta de colaboradores ou a falta de priorização nas tarefas. “Muitas vezes, temos gente suficiente, mas estamos desperdiçando tempo com processos ineficientes”, afirmou.

Bruno destacou a sobrecarga dos gerentes, compartilhando casos reais de profissionais afastados por estresse. “Temos uma gerente de 32 anos afastada por pressão excessiva. Outro precisou antecipar férias para evitar um colapso. Isso é sustentável?” Ele alertou que, sem mudanças, o custo da rotatividade e do absenteísmo continuará crescendo.

Ele também enfatizou a importância de ouvir quem está na operação. “Pergunte ao repositor por que certos produtos não vendem há 15 dias. Muitas vezes, a solução está na ponta, mas ninguém pergunta.”

IA e o Futuro do Varejo

André Faria, CEO da Bluesoft, trouxe uma visão futurista sobre o impacto da Inteligência Artificial (IA) no varejo. Ele destacou que a IA generativa está revolucionando setores inteiros e que o varejo não pode ficar para trás.

“Antes de contratar alguém, pergunte-se: essa função não pode ser automatizada?”, provocou André. Ele citou exemplos como o Walmart, que aumentou seu valor de mercado em US\$ 150 bilhões enquanto reduzia postos de trabalho através da automação.

Para os supermercadistas, a mensagem foi clara: “A IA não é mais opcional. Quem não se adaptar ficará para trás.” Ele sugeriu começar com aplicações práticas, como chatbots de atendimento, personalização de ofertas e automação de marketing.

Marketing Exponencial

Luan Azevedo, CEO da DS Marketing, especialista em marketing digital para supermercados, e Luccas Dutra, supervisor em Programas e Produtos da Rede Smart, com 13 anos de experiência em inovação no varejo, mostraram como a automação pode transformar o marketing no varejo.

“Cada loja tem suas particularidades. Como criar campanhas eficientes para todas sem virar um gargalo?” A solução foi uma plataforma centralizada que permite às lojas criarem materiais de marketing de forma ágil, sem depender de uma equipe enorme.

Luan explicou que a ferramenta reduz a necessidade de especialistas em cada filial. “Antes, tínhamos 400 lojas pedindo artes. Agora, o próprio gestor gera seu material em minutos, com qualidade profissional.”

Como Desenvolver Líderes Extraordinários no Varejo

Rafael Haddad, CEO da Amo Varejo, trouxe uma das palestras mais impactantes do evento ao abordar um dos maiores desafios do varejo moderno: a dependência excessiva de funcionários-chave e a falta de liderança efetiva. Com uma abordagem franca e prática, ele questionou: “Por que os ‘laranjas podres’ têm tanta força nas organizações? Por que poucos colaboradores negativos conseguem influenciar tantos outros?”

Rafael iniciou destacando um cenário comum: o varejista que se torna refém de seus próprios funcionários. “Muitas vezes, o dono ou gestor é o único que resolve problemas, criando uma cultura de dependência. Isso acontece porque muitos líderes preferem fazer em vez de ensinar – é mais rápido, mas no longo prazo, você paralisa o crescimento da equipe”, explicou.

Ele encerrou com uma reflexão poderosa: “O verdadeiro líder não é aquele que resolve tudo sozinho, mas aquele que forma outros líderes. Se você quer um varejo forte, invista nas suas pessoas. Um time alinhado, com

valores claros e autonomia, é imbatível.”

Sua palestra deixou claro: no varejo do futuro, gestão de pessoas não é um departamento – é a estratégia central do negócio.

O Varejo do Futuro

O evento terminou com um painel sobre os próximos passos para o varejo. Mediado por Maurício Freitas, CEO da Meu Cliente, Bruno Rodrigues, Gerente de Trade Marketing do Grupo Supernosso; e Paula Valduga, Gerente de Trade Marketing no Grupo Koch em Santa Catarina, concordaram que os três pilares para o sucesso são:

- Pessoas: Engajar, treinar e reter talentos.
- Processos: Simplificar e automatizar para ganhar eficiência.
- Tecnologia: Adotar IA, dados e ferramentas digitais.

Gabriel Junqueira fechou com uma mensagem motivadora: “O varejo está mudando, mas as oportunidades são maiores do que nunca. Quem se adaptar, crescerá. E a Avanço estará aqui para apoiar cada um de vocês nessa jornada.”

Um Dia de Aprendizado e Conexões que Inspiram o Futuro do Varejo

O 12º Encontro de Gestores Supermercadistas superou todas as expectativas, reunindo ideias transformadoras, cases reais e networking valioso em um só lugar. Foi um dia intenso de trocas, reflexões e descobertas que certamente impactarão o varejo nos próximos meses. Agradecemos a todos os palestrantes, patrocinadores e participantes que tornaram este evento inesquecível.

O sucesso dessa edição só aumenta nossa expectativa para o 13º Encontro em 2026, onde continuaremos a debater as tendências, desafios e oportunidades do setor. Contem conosco para mais um ano de inovação e crescimento coletivo! Até lá, sigam aplicando esses aprendizados e transformando seus negócios. Nos vemos no próximo ano!



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

Reforma Tributária 2025: O Que Muda Para o Varejo?

A nova reforma tributária muda tudo para o varejo. Veja como se preparar para os novos impostos e evitar prejuízos com cálculo, precificação e sistemas.



EDNA ABREU

Contadora, com mais de 15 anos de experiência em Contabilidade Fiscal e Tributária, Gestão de Pessoas e Engenharia de Software e Qualidade.

A Reforma Tributária, aprovada pela Lei Complementar nº 214/2025, promete transformar a forma como empresas calculam e pagam impostos no Brasil. Para o varejo, as mudanças são significativas: desde a extinção de tributos como ICMS, PIS e COFINS, ISS e IPI até a criação de novos impostos, como o IBS (Imposto sobre Bens e Serviços), o CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços) e o IS (Imposto Seletivo). Neste artigo, explicaremos o que é a reforma, suas principais alterações e como o varejo deve se preparar para evitar surpresas negativas.

O que é a LC 214/2025 e por que ela foi criada?

A Lei Complementar 214/2025 é a regulamentação da Reforma Tributária que unifica impostos sobre consumo e simplifica o sistema tributário brasileiro. Seus principais objetivos são:

- Reduzir a complexidade fiscal – Hoje, o Brasil tem mais de 90 tributos diferentes; a reforma reduzirá essa carga.
- Acabar com a guerra fiscal – Estados e municípios terão regras mais claras sobre arrecadação.
- Aumentar a competitividade – Empresas gastam R\$ 83 bilhões/ano só para cumprir obrigações tributárias (dados IBPT).

A reforma foi aprovada em 2023 e começa a ser implementada a partir de 2025, com transição gradual até 2033.

Como fica o varejo?

A reforma trará maior previsibilidade tributária para o varejo, substituindo a complexa teia de impostos por um sistema unificado. Com a extinção do ICMS, ISS e PIS e COFINS e a adoção do IBS, IS e CBS, os cálculos serão mais transparentes, reduzindo disputas fiscais e burocracia. No entanto, alguns setores específicos - como eletrônicos, bebidas

e cosméticos - podem enfrentar aumento na carga tributária, especialmente onde havia benefícios fiscais estaduais antes da reforma. Varejistas deverão analisar cuidadosamente como as novas alíquotas afetarão sua categoria de produtos para evitar surpresas nos custos.

Outra mudança significativa é a ampliação dos créditos fiscais ao longo da cadeia produtiva. Pela primeira vez, todo o varejo poderá compensar impostos pagos em etapas anteriores, desde a matéria-prima até o produto final. Isso representa uma oportunidade para melhorar o fluxo de caixa, mas exige sistemas de controle fiscal para garantir o aproveitamento integral desses benefícios. Empresas que investirem em gestão tributária eficiente poderão transformar essa mudança em vantagem competitiva.

Como o Varejo deve se Preparar?

Utilize sistemas ERP para suportar os novos impostos

A reforma tributária exigirá mudanças profundas nos sistemas de gestão, especialmente no cálculo automático de impostos. Muitos ERPs atuais não estão prontos para lidar com o IBS (Imposto sobre Bens e Serviços) e o CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços). Por isso, é essencial:

- Verificar se seu software está atualizado para a nova legislação;
- Garantir integração com o SPED Fiscal para envio de dados à Receita;
- Testar emissão de notas fiscais com os novos campos obrigatórios.

Empresas que não se adaptarem podem sofrer multas, bloqueios fiscais ou até ter notas rejeitadas, prejudicando operações.

Treine equipe fiscal sobre as mudanças

A transição para o novo sistema tributário exigirá reciclagem da equipe financeira e contábil. Muitos profissionais estão acostumados com as regras atuais e precisarão entender:

- Como funcionam IBS e CBS (alíquotas, créditos fiscais);
- Novas obrigações acessórias (declarações, registros digitais);
- Impacto no fluxo de caixa (prazos de pagamento, compensação de impostos).

Invista em cursos, workshops e materiais de apoio para evitar erros que possam gerar atuações.

Revise precificação para evitar perdas

A reforma afetará diretamente os custos dos produtos, e algumas categorias podem ter aumento na carga tributária. Para manter a competitividade:

- Recalcule margens considerando os novos impostos;
- Analise a cadeia de fornecedores – alguns podem repassar aumentos;
- Ajuste estratégias de promoção e descontos para não comprometer o lucro.
- Uma análise detalhada de precificação evitará surpresas negativas no faturamento.

Acompanhe regulamentações estaduais e municipais

Apesar da unificação, estados e municípios terão autonomia para definir detalhes da reforma. Por exemplo:

- Alíquotas diferenciadas para certos produtos;
- Regras de transição específicas por região;
- Benefícios fiscais temporários para alguns setores.

Assinar newsletters de órgãos fiscais e contar com assessoria especializada ajudará a evitar riscos.



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

Quer menos filas, mais eficiência e aumento nas vendas?

Conheça as soluções da Perto que estão transformando o dia a dia de supermercados e atacadistas.

No ritmo acelerado do varejo, o tempo é fator decisivo para o sucesso do seu negócio - e para a satisfação dos seus clientes. A Perto é especialista em soluções de autoatendimento e automação, oferecendo tecnologias que eliminam gargalos operacionais e elevam a performance da sua loja.

Linha CKT-0250 Self-Checkout

- Periféricos de alto desempenho
- Segurança e Performance de ponta
- Estrutura sólida e estável
- Facilidade na manutenção
- Suporte nacional com técnicos próprios



O PertoCash Automation automatiza o controle de cédulas e moedas de sua tesouraria com benefícios:

- Eleva o nível de segurança da gestão do numerário
- Padroniza e economiza tempo nas operações que movimentam altos volumes em dinheiro.
- Garante monitoramento em tempo real



Fale com um especialista da Perto e descubra como podemos te ajudar.

leads@perto.com.br | www.perto.com.br

Perto



Sistema de Gestão Online Especialista em Supermercados

Sistema com módulos e rotinas específicas para o varejo de alimentos, proporcionando redução de custos, mobilidade e segurança para a sua loja.



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 Avança é reconhecida pelo 14º ano consecutivo como destaque em Tecnologia e Gestão no Troféu Gente Nossa da AMIS!



Leia o QR Code e converse com um consultor

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