

**REMETENTE**  
Avanço Informática  
Av. Brasil, 131 Sta. Efigênia  
Bhte - MG  
Cep:30.140-000

**Malá Direta  
Básica**  
42.790.097/0001-23  
SE/MG  
Avanço Informática  


Novembro de 2021



**9º ENCONTRO  
DE GESTORES  
SUPERMERCADISTAS**

**Páginas 10 e 11**

**1º ENCONTRO  
DE GESTORES  
da Panificação**

**Páginas 10 e 11**

**EDIÇÃO ESPECIAL TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**

**Software de Gestão em nuvem, quais  
são as vantagens e desvantagens**

**Página 02**

**Software em nuvem:  
o fim dos servidores na loja**

**Página 04**

**Os Supermercados e seus  
concorrentes na Transformação Digital**

**Página 14**

**Inovação e Transformação no varejo,  
quais são as tendências?**

**Página 18**



**Pelo 10º ano consecutivo a Avanço foi  
reconhecida pelo Troféu Gente Nossa AMIS.**  
Página 20



## Software de Gestão em nuvem, quais são as vantagens e desvantagens?

**Na hora de escolher um software de gestão é importante analisar todas as características para escolher o que melhor se adequa ao seu negócio, mas você sabe quais são os benefícios de um ERP em nuvem?**

### GABRIEL JUNQUEIRA

Editor do portal InfoVarejo, maior portal focado no dia a dia do varejo no Brasil. Diretor da Avanço Informática e cofundador da plataforma de compras SuperCompras. É economista pelo IBMEC e administrador de empresas pela EM Strasbourg Business School na França.

A nuvem transformou a maneira como empresas e consumidores interagem com a Internet, o armazenamento de dados e até os softwares. Essa é uma tendência que não parece mudar tão cedo. Mais de 90% das empresas já usam a nuvem de alguma forma.

Junto com a nuvem, veio a pergunta “Vale a pena aderir um sistema em nuvem?”. É preciso avaliar todos os pontos que circundam essa rede de servidores, inclusive as vantagens e desvantagens para o varejo.

### Vantagens da computação em nuvem

#### Redução de custos

É um princípio financeiro básico que o lucro vem de ganhar mais dinheiro do que você gasta. Você sabe o que não sai barato? Quase tudo relacionado a computadores. Portanto, quando se trata de vantagens e desvantagens da computação em nuvem, isso está no topo de toda a lista para a maioria das empresas.

Utilizando a computação tradicional, você precisa adquirir equipamentos (hardware), licenças de softwares e possuir pessoal qualificado para manter essa infraestrutura funcionando.

Em relação aos equipamentos, é necessário comprar uma máquina poderosa para suportar o pico do processamento, embora na maior parte do tempo ela venha a trabalhar com capacidade ociosa. Outro problema é a rapidez com que estes

equipamentos se tornam ultrapassados e necessitam ser renovados.

Na computação em nuvem, a empresa “aluga” uma capacidade de hardware, pagando pelo recurso que utilizar, de acordo com a necessidade, normalmente sem contratos de fidelização.

Não é necessário se preocupar com picos de demanda ou renovação dos equipamentos, pois a provedora da nuvem faz isso por você.

#### Segurança

Incidentes acontecem, mas não na computação em nuvem. No caso de um incêndio, uma enchente ou uma falha na energia, os dados na computação em nuvem estão sempre preservados, pois, são replicados em vários servidores distribuídos pelo mundo.

No caso de algum destes servidores sair do ar, os sistemas e dados armazenados continuarão disponíveis de forma transparente para o usuário.

Na computação tradicional, mesmo que exista uma política para realização de backups, é comum essas cópias de segurança estarem incompletas ou defasadas e, na maioria dos casos, leva-se muito tempo para conseguir voltar à operação normal. Um verdadeiro pesadelo para qualquer negócio.

#### Implementação fácil

A hospedagem na nuvem permite que os negócios retenham os mesmos aplicativos e processos sem ter que lidar com os aspectos técnicos de back-end. Facilmente gerenciável pela internet, uma infraestrutura em nuvem pode ser acessada por

empresas de maneira fácil e rápida.

Além disso, a computação em nuvem possibilita a integração com diversas soluções, como CRMs e e-commerce, o que, atualmente, é essencial para uma empresa que busca a Transformação Digital.

#### Tecnologia de ponta

Com a nuvem, independente do porte de sua empresa, você tem acesso ao melhor que existe em tecnologia. Os fornecedores deste tipo de serviços precisam estar na vanguarda tecnológica devido à concorrência acirrada, que não deixa margem para as tecnologias obsoletas.

#### Mobilidade

Outra grande vantagem da computação em nuvem em relação à computação tradicional é a mobilidade. Se a aplicação que você deseja acessar estiver na nuvem, você pode acessá-la de qualquer lugar, de maneira simples e fácil.

Dessa forma, um software de gestão em nuvem permite realizar uma série de tarefas como consultas de relatórios, verificação de disponibilidade de produtos, vendas em tempo real, comparação de preços em concorrentes, dentre inúmeras outras, de qualquer lugar que possua acesso à internet.

Vale ainda ressaltar que o acesso aos seus sistemas não está restrito ao uso de um computador, já que um tablet, ou até mesmo um celular, cumprem essa função.

#### Integrações

Com a nuvem, você pode conectar mais facilmente com ferramentas especializadas de terceiros e, assim, agregar e

melhorar diversos processos na sua loja. Dessa maneira, integrar o ERP com e-commerces, CRM's, validadores tributários, conciliadores de cartões, entre outras ferramentas, é mais fácil e rápido, além de possuir menor custo.

### Confiabilidade

Os provedores de nuvem sobrevivem com redundância. Seus dados não são apenas armazenados em um servidor. Eles são armazenados em vários servidores.

Dependendo do provedor, ele pode até ser armazenado em servidores em vários locais, para o caso de haver uma falha em determinados servidores.

Isso significa que nenhuma falha de hardware isolada prejudicará seus negócios. Isso também significa que você pode esperar confiabilidade e excelência em termos de acesso aos seus dados ou serviços. A maioria dos provedores ainda garante 99,99% de tempo de atividade.

### Transformação Digital

A transformação digital é um dos desafios dos próximos anos. O varejo está no epicentro dessa transformação. A computação em nuvem contribui diretamente para esse processo.

A nuvem é o facilitador fundamental dos projetos de transformação digital. Ela oferece a escala e a velocidade necessária para que as empresas se concentrem na transformação, com um claro impacto no papel do departamento de TI.

A nuvem é simplesmente essencial para uma rápida detecção e tomada de decisão informada, construindo pontes para a inteligência artificial.

As operações da empresa podem ser realizadas de forma mais digital. Veja o exemplo da pandemia, um sistema em nuvem pode ser acessado de qualquer lugar, portanto, a modalidade de home office é simples e já está pronta.

Para vender mais, com a ajuda de plataformas de e-commerce, marketplaces/redes sociais e contar com uma estrutura digital de dados, o ERP em nuvem facilita todo o processo.

O relacionamento com o cliente também é um dos principais temas da transformação digital.

Ter a base de dados de clientes na nuvem facilita a integração com sistemas de gestão de clientes. Isso promove a comunicação com seus clientes nos canais digitais, como e-mail, redes sociais e plataformas digitais de venda.

A aplicação de tecnologias de ponta, como Inteligência Artificial e Big Data, demanda uma estrutura moderna e flexível,

que apenas a nuvem consegue entregar.

## Desvantagens da Computação em Nuvem

### Tempo de Inatividade

O tempo de inatividade é talvez a maior desvantagem da computação em nuvem. Não estamos falando sobre o tempo de inatividade do servidor, mas sim de seu acesso à internet caindo. Enquanto não houver acesso à internet, você não poderá fazer nada com a nuvem.

Planos de dados móveis podem ajudar a compensar esse problema temporariamente. O serviço de celular geralmente permanece viável quando o acesso à internet e até mesmo a energia elétrica for interrompida.

Obviamente, os planos de dados são limitados e os dispositivos móveis têm uma vida útil limitada da bateria. Mas se houver falta de energia, você provavelmente terá maiores preocupações do que acessar seus serviços em nuvem.

Vale ressaltar que a internet atualmente é um recurso e necessidade cada vez mais básica.

### Segurança

Você pode estar pensando: "Você não acabou de dizer que a segurança era uma vantagem da computação em nuvem?"

A segurança, em um nível, é uma vantagem da computação em nuvem pelas razões discutidas acima. A segurança também é uma desvantagem em um nível diferente.

Pense no seguinte exemplo: se sua casa possui fechadura, sistema de segurança e câmeras, a infraestrutura para se manter seguro está toda aí. Manter a segurança da sua casa requer realmente trancar as portas, armar o sistema de segurança e manter as câmeras ligadas.

O usuário é o elo mais fraco em quase todos os sistemas de segurança. Se você não usa métodos básicos de segurança digital, a computação em nuvem é tão segura quanto deixar seu computador aberto em uma lanchonete.

A segurança é uma área em que a determinação das vantagens e desvantagens da computação em nuvem depende do ângulo de onde você olha para o problema.

### Serviço em nuvem é uma indústria jovem

Em uma indústria madura, você geralmente lida com uma entre várias empresas conhecidas que oferecem serviços confiáveis e testados pelo tempo. A com-

putação em nuvem é uma indústria jovem com muitas empresas competindo por negócios. No caso de softwares para o varejo a oferta é ainda menor, ainda são poucas empresas que oferecem o serviço em nuvem, quando comparadas com a quantidade de ofertas de software local.

Existe a possibilidade de seu provedor de nuvem ficar sem dinheiro e fechar as portas.

Quanto mais importante for a nuvem para o seu negócio, mais devastador será o desligamento repentino de um provedor. Esse problema é ampliado pela questão da complexidade do negócio, que faz com que migrar de um fornecedor de nuvem para outro seja difícil e caro.

Pense nisso como alugar um depósito e enchê-lo de mercadorias. Depois de ter todas as mercadorias armazenadas é um pesadelo logístico movê-las.

Agora imagine como as coisas ficariam difíceis se você perdesse o acesso ao armazém quando o proprietário do armazém falisse. Seria assim se seu provedor de nuvem fechasse amanhã sem avisar.

### Considerações finais

Apesar de todas as vantagens e desvantagens da computação em nuvem, não podemos negar o fato de que a computação em nuvem é a parte que mais cresce na computação baseada em rede.

Sem dúvidas, ao comparar a nuvem e o software local, as vantagens da nuvem são consideravelmente superiores. Ao pesar as vantagens e desvantagens da computação em nuvem, é importante manter as fontes desses prós e contras em mente. Os provedores de serviços em nuvem são responsáveis por quase todas as vantagens. O mesmo não acontece com as desvantagens.

Os provedores de nuvem não podem controlar quando o seu acesso à internet cai. Eles podem exercer um controle limitado sobre seus hábitos pessoais de segurança digital. Quanto ao fechamento de fornecedores, é melhor escolher empresas que tenham um histórico estabelecido.



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



## Software em nuvem: o fim dos servidores na loja

Um software em nuvem traz benefícios como segurança e redução de custos para o seu negócio. Veja como!

### MARIA MELO

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

Todas as empresas querem melhorar seus resultados. É algo básico para a sobrevivência de qualquer negócio. As despesas são um alvo óbvio dessa busca pela melhoria dos resultados, e é aí que entra a infraestrutura de TI.

Há anos as lojas passaram a investir na infraestrutura de TI, hardwares e softwares, para suportar sistemas e ferramentas de controle e atendimento ao cliente. Desde o processamento de vendas no PDV, até o controle financeiro e fiscal na retaguarda, todos os processos demandam softwares, que por sua vez, demandam hardwares para que eles funcionem.

Até então, todas essas aplicações ficavam literalmente dentro da loja. Desde os computadores utilizados pelos usuários, até o servidor com os softwares instalados com seu banco de dados.

Com o advento da internet essa realidade mudou. Com o acesso à internet estável e rápida, contar com equipamentos de alto valor agregado dentro da loja passou a não fazer mais sentido. É aí que entra a nuvem.

### O que é hospedagem local?

É a abordagem tradicional em que todo o software e a infraestrutura necessários para um determinado aplicativo residem internamente. Por exemplo, seu software de gestão é instalado em um computador, geralmente com um poder de processamento melhor que os computadores dos usuários, que chamamos de servidor, uma vez que ele “serve” os demais computadores conectados entre si por meio de uma rede local. Neste caso, na prática, a empresa hospeda seu próprio data center - em pequena escala.

A execução de aplicativos no local inclui a compra e manutenção de servidores e infraestrutura internos. Além do espaço físico, esta solução exige pessoal qualificado de TI para manter e monitorar os servidores e sua segurança.

### O que é Computação em Nuvem?

A computação em nuvem é um termo abrangente que se refere a serviços de computação pela internet. Por definição, é uma plataforma que permite a entrega de aplicativos e serviços. Esses serviços incluem computação, armazenamento, banco de dados, monitoramento, segurança, rede, análise e outras operações relacionadas.

A principal característica da computação em nuvem é que você pode acessar de qualquer lugar e a qualquer hora o aplicativo que está instalado em um equipamento remoto. O provedor de serviços em nuvem também cuida da manutenção de sua arquitetura de rede, dando a você a liberdade de se concentrar em seu aplicativo.

Na prática, você utiliza uma aplicação (software) sem tê-lo instalado no seu computador ou em algum computador da rede local da sua empresa. No caso, essa aplicação está instalada e rodando em uma infraestrutura externa (um data center fora das dependências da empresa).

Por exemplo, seu provedor de email provavelmente está na nuvem, você consegue acessá-lo de qualquer lugar, basta login e senha, recebendo e enviando emails, sem precisar instalar um programa de e-mail na sua máquina.

### Comparação hospedagem local x nuvem

#### Custo e despesas

A principal diferença entre a computação local e a computação em nuvem também é o motivo de seus modelos de preços contrastantes.

Dentre as despesas de se manter um servidor local estão:

- Ter que comprar um hardware/computador. Dimensionar o tamanho desse hardware para não só uma demanda presente, mas uma demanda futura, porque a ideia é que o equipamento dure alguns anos.

- Custos de atualização de hardware. Normalmente esses custos são muito variáveis, pois dependem da cotação do dólar e do mercado externo. Eventualmente, dependendo da versão de hardware que você está, pode haver incompatibilidade de equipamentos e escassez de suprimentos.

- Custos de aquisição de licenças de software, banco de dados e antivírus. Os antivírus utilizados em servidores tem um custo mais elevado.

- Despesas de manutenção do equipamento. Com um equipamento dentro da loja, naturalmente será necessário dar manutenção e ter um cuidado, o que necessita de profissionais capacitados, ou de terceirizados.

- Pense um pouco na quantidade de processos exigidos ao se ter um equipamento servidor dentro da loja: desde ligar e desligá-lo regularmente, até ter um plano de contingência no caso de falta de energia - que acontece regularmente no Brasil - que necessitará de nobreaks, ou, em casos mais extremos, geradores. Mesmo assim, em situações como essa, o responsável pela infraestrutura deve agir imediatamente.

- Outros processos ligados aos softwares instalados no equipamento, como atualização de versão, que pode parecer simples, mas geralmente deve ser feito de forma programada e pode culminar em problemas - quem nunca teve de voltar uma versão do programa por falhas ocorridas?

- Manutenções periódicas como formatação, limpeza de disco, até mesmo limpeza do equipamento.

- Providenciar local adequado, que seja seguro, livre de umidade e poeira, e que seja climatizado.

Além de todos esses pontos, obter um servidor local requer um investimento inicial considerável que inclui a compra de servidores, licenciamento de software e contratação de uma equipe de manutenção. Ainda, a infraestrutura interna não é tão flexível quando se trata de escalar recursos. Não usar todo o potencial da configuração resulta em custos operacionais indesejados.

Tempo é dinheiro. Todas essas atividades demandam tempo dos funcionários da loja. Com uma arquitetura em nuvem, todas essas atividades simplesmente desaparecem. Sim, agora seus funcionários podem focar em atividades que vão trazer resultados para a loja.

A computação em nuvem tem pouco ou nenhum custo inicial. A infraestrutura é do provedor, enquanto o cliente só paga mensalmente ou anualmente pelo uso dos aparelhos. Isso é conhecido como o modelo pré-pago, no qual você paga apenas pelas unidades que consumir e apenas pelo tempo usado.

### Segurança

Segurança é um dos aspectos mais críticos da computação local e na nuvem. É a barreira mais significativa para a adoção desses serviços. Os provedores atuais fizeram muitas inovações na proteção de suas plataformas na nuvem.

No servidor local os proprietários gerenciam toda a segurança por conta própria. Eles são responsáveis pelas políticas que adotam e pelo tipo de segurança que implementam. Portanto, o nível de segurança depende da competência e investimento da equipe que gerencia os servidores.

Além disso, pode ser mais suscetível à perda de dados durante situações de desastre devido à sua localização interna e você não tem garantias de tempo de atividade ou tempo de recuperação.

Já o provedor da nuvem garante a segurança, incluindo segurança física. Os provedores devem fornecer medidas de segurança como controle de acesso biométrico, políticas rígidas de visita, triagem de clientes e monitoramento. Eles adicionam outra camada de proteção em caso de ataque físico.

Você já deve ter escutado algum caso de uma empresa que teve seus dados sequestrados por hackers não já? Imagine o prejuízo que isso causaria à sua empresa. Isso só acontece em servidores locais. E normalmente causam um estrago grande quando não há backups, pois caso haja, basta formatar a máquina e retornar com os dados. No caso das nuvens de grandes provedores isso não ocorre por segurança e, caso ocorresse, existe o backup espelhado.

### Tomando a decisão

Não é à toa que o mundo migrou para a nuvem. A maioria dos grandes provedores de soluções operam em nuvem, como Facebook, Google, Amazon, Netflix,

Sales Force, SAP, etc.

No entanto, muitas empresas brasileiras ainda continuam com soluções locais. São duas as principais razões, ou ainda não encontraram o software de uma versão em nuvem que atenda suas regras de negócios, ou realmente não tem conhecimento.

São poucas as ofertas especializadas de software de gestão em nuvem, mas no ramo de supermercados, por exemplo, referências nacionais já estão lançando versões para o segmento.

A decisão de utilizar a nuvem pode ser gradual e, mais tarde, evoluir para uma migração de nuvem completa, onde a computação em nuvem é implementada para escalonamento e expansão rápida.



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

NOSSAS SOLUÇÕES E SERVIÇOS

BSNOTAS, BSBACKUP NUVEM, SCLLOUD, BSREPLICAR, BSMONITOR, BSCOMMERCE, SUPORTE, CONSULTORIA, ASSESSORIA, ORACLE

TODAS AS SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA QUE A SUA EMPRESA PRECISA.

ORACLE Gold Partner

BrunSket

# 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 28 anos de experiência da Avanço no segmento.



**Segurança e confiabilidade**  
Infraestrutura robusta, backups simultâneos.



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



**Mobilidade e flexibilidade**  
Acesso em qualquer lugar.



**Performance**  
Hardwares continuamente atualizados.



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



**Focado em supermercados**  
Módulos e rotinas específicas para o segmento.



**Controle sua loja com segurança de onde quiser.**

Entre em contato e saiba mais.

# Software em nuvem é realmente seguro?

A segurança é um dos pontos principais na hora de escolher um software de gestão. Veja aqui se o software em nuvem é seguro!

DÊNIO SANTOS

Especialista em Tecnologia da Informação e coordenador da área de TI da Avanço, fornecedora de software de gestão para o varejo.

É natural se perguntar se os seus dados estão seguros quando armazenados na infraestrutura de nuvem. Afinal, seus arquivos estão sendo armazenados em servidores que estão “longe de casa”.

No entanto, a verdade é simples: os dados que você salva com os provedores de serviços em nuvem podem ser mais seguros do que as informações armazenadas no ambiente local.

## Por que a segurança da nuvem é tão robusta?

O que torna o armazenamento em nuvem tão seguro? Existem vários fatores que ajudam a manter os dados seguros quando estão em uma plataforma de nuvem.

### Segurança Física

Primeiro, os servidores estão geralmente localizados em depósitos aos quais a maioria dos funcionários não tem acesso.

Em segundo lugar, temos a qualidade e a confiabilidade da capacidade de hospedagem do servidor de um data center, que é medida através de camadas (tier), por exemplo o Tier 3, que é utilizado por empresas maiores e apresenta:

- 99,982% de tempo de atividade;
- Não mais do que 1,6 horas de inatividade por ano;
- N + 1 tolerante a falhas (conta com um componente para backup em cada um de seus segmentos), fornecendo pelo menos 72 horas de proteção contra queda de energia.

### Segurança Virtual Firewalls integrados

Os provedores de nuvem também contam com firewalls para ajudar a proteger seus arquivos. Essa tecnologia atua um pouco como uma parede, mantendo seus dados seguros.

Os firewalls, que podem ser baseados em hardware ou software, aplicam regras a todo o tráfego que entra em uma rede. Essas regras são projetadas para filtrar o tráfego suspeito e manter seus dados ocultos. Com as medidas de segurança usadas pelo seu provedor de serviços em nuvem fica mais difícil dos hackers, malware e vírus entrarem no seu sistema.

## Redundância (dados com ultra-backup)

Mas e quanto a falhas de hardware ou falta de energia? Você será capaz de acessar seus dados se o seu provedor de nuvem sofrer um desastre natural ou uma interrupção em grande escala?

Sim, porque a maioria dos maiores provedores de nuvem pratica redundância. Isso significa que eles copiam seus dados várias vezes e os armazenam em vários data centers diferentes. Dessa forma, se um servidor cair, você pode acessar seus arquivos de um servidor de backup.

## Teste de segurança de terceiros

Os hackers podem usar malware e e-mails para obter as informações armazenadas nos seus dispositivos. Um dos golpes mais comuns atualmente é o acesso ao servidor local da empresa e criptografia de todos os dados (também chamado de sequestro de dados). Com todos seus dados criptografados, o hacker exige um resgate para a liberação da senha da criptografia - normalmente é um valor alto, alguns milhares de dólares. Sem a senha é impossível acessar os dados, o que, na prática, significa perder todas as informações contidas naquele servidor.

Isso não acontece na nuvem por algumas razões, tanto pela segurança e dificuldade de acesso, mas também, caso ocorresse, os dados estão replicados em vários locais diferentes. Então bastaria recuperar os dados de outro local.

As medidas de segurança tomadas por empresas maiores que fornecem serviços em nuvem são mais robustas e poderosas do que as que você contrata em um ambiente físico. Um provedor em nuvem conta com empresas de segurança externas para testar

seus servidores e software regularmente para garantir que estejam protegidos contra essas possibilidades, hackers, cibercriminosos e os mais recentes malware e vírus. Esse teste externo aumenta as chances de seu provedor de nuvem ter as defesas necessárias para manter seus arquivos longe de hackers.

Além disso, os arquivos armazenados em servidores em nuvem são criptografados e possuem autenticação de dois fatores. Isso significa que eles estão embaralhados, o que torna muito mais difícil o acesso dos cibercriminosos.

## Pensamentos finais

Nenhum sistema é 100% seguro, mas a infraestrutura em nuvem quase atinge esse objetivo.

Os dados estão seguros na nuvem, mas algumas precauções devem ser tomadas para garantir que tudo funcione perfeitamente. Isso se refere principalmente às políticas da empresa sobre senhas e criptografia.

O armazenamento em nuvem é, por natureza, protegido contra vários ataques cibernéticos e até mesmo desastres naturais, mas a melhor proteção em nuvem do mundo não o ajudará se você usar senhas fáceis de adivinhar ou se alguém de sua organização revelar senhas e outros dados confidenciais a agentes mal-intencionados.

Por isso, é importante ter políticas de segurança claramente definidas para evitar tais cenários.



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

CONHEÇA O

**CLUBE DE PROMOÇÕES**

- AUMENTE SUAS VENDAS

- FAÇA PROMOÇÕES POR CONTA DA INDÚSTRIA

- PLATAFORMA SIMPLES E SEM CUSTO

ALGUNS DE NOSSOS NÚMEROS



**+21mil**  
LOJAS  
CONECTADAS



**+80**  
INDÚSTRIAS  
PARCEIRAS



**+300**  
AUTOMAÇÕES  
PARCEIRAS

ENTRE EM CONTATO  
E SAIBA MAIS

(11) 3027-1700

SCANNTech.COM

COMUNICACAO@SCANNTech.COM

**scantech**

Aproximando o varejo e a indústria para venderem mais e melhor.



## Atacarejo, a tendência para os próximos anos

**A tendência do atacarejo é crescer cada vez mais no Brasil. Você sabe o que precisa fazer para um atacarejo dar certo?**

**PAULO NANI**

Especialista no setor supermercadista e fundador da Avanço, fornecedora de software de gestão para o varejo.

No início da pandemia, com o aumento das compras online, maior receio em sair de casa para lugares com concentração de pessoas e a preferência por lojas perto de casa, a procura pelo atacarejo diminuiu.

Mas, com o passar do tempo, com mais pessoas vacinadas, a pressão inflacionária do país e, conseqüentemente, a perda do poder de compra dos brasileiros, potencializado pelo aumento do desemprego, a procura pelo atacarejo aumentou e a tendência é que cresça cada vez mais.

Em pesquisa realizada pelo Radar Scanntech em agosto desse ano, o atacarejo regional foi o que mais cresceu em São Paulo e nas regiões Sul e Norte do país, com avanço de 9% em relação a 2020.

### O que é o atacarejo?

Basicamente, para o formato de atacarejo dar certo, você precisa aumentar o volume das vendas e reduzir custos. Ou seja, você precisa estimular o seu consumidor a comprar maiores quantidades e você conseguirá fazer isso diminuindo o preço dos produtos, e naturalmente, reduzindo sua margem.

A lógica do atacarejo é que ao vender um volume maior você consegue reduzir seu preço unitário, pois as despesas da loja são distribuídas e ficam menores por

quantidade de item vendido.

Não necessariamente o atacarejo precisa oferecer todas as opções de produtos de um varejo comum. Um mix reduzido de produtos na teoria afastaria os consumidores, mas é o preço baixo a proposta e apelo do atacarejo.

Para conseguir diminuir os preços e mesmo assim manter ou aumentar o lucro, o primeiro ponto é reduzir as despesas, mas como fazer isso?

### Reduzindo despesas

Uma das premissas básicas do atacarejo é que, idealmente, as despesas não ultrapassem 10%, mas até 12% você ainda está competitivo no mercado. Ou seja, o seu atacarejo perderá competitividade se as despesas passarem de 12% em relação ao faturamento.

Para ter a despesa menor é preciso tirar alguns serviços comuns no varejo. Por exemplo, um atacarejo não precisa de embaladores e de funcionários destinados a orientar e ajudar os clientes, o que já reduz muito do seu gasto com pessoal. As sacolinhas plásticas também não precisam ser ofertadas aos clientes.

Além disso, a forma de reposição de estoque é diferente, normalmente ficando na parte de cima da própria gôndola, isso reduz o tempo dos estoquistas para as reposições e um funcionário consegue, muitas vezes, realizar o trabalho que antes precisaria de 3 pessoas.

Ou seja, tudo que envolve tempo de funcionários deve ser reavaliado quando se está pensando em abrir um atacarejo. O foco é o preço baixo e, para alcançá-lo, toda economia é importante.

### Posicionamento da marca e clientes

Ao posicionar o seu atacarejo no mercado você precisa pensar em alguns pontos, como o nome. Se você já é supermercadista, você vai manter o mesmo nome ou é melhor criar outro e desvincular as duas marcas?

Ao manter a bandeira é importante que deixe bem claro para o seu consumidor a diferença de qual é o atacarejo e qual é o varejo.

Um fator a ser considerado com relação ao atacarejo não é apenas a concorrência de outras empresas, mas com você mesmo.

Para evitar que isso aconteça, mantenha um relacionamento forte e leal com seus clientes, ofereça produtos diferentes e seja coerente em relação aos preços. Fique atento às etiquetas para que o consumidor não se sinta enganado e não volte mais. Hoje em dia, não é difícil encontrar posts sobre lojas que fizeram "promoção" e diminuíram 2 centavos do produto.

Lembre-se que as propagandas negativas são espalhadas 7 vezes mais do que as positivas.

### Definindo o preço

Um dos pontos de maior atenção é a



precificação, que no atacarejo não é mais complexa, mas precisa de mais cuidado. Por isso, é muito importante que o seu sistema esteja preparado para atender o atacarejo.

Esse modelo trabalha com 2 margens diferentes, a margem de venda do produto unitário e a margem quando vendido na quantidade de atacado. Por exemplo, se o consumidor levar 1 detergente, o preço será de R\$1.80, mas se ele levar uma embalagem com 6 detergentes, o valor será de R\$1.65 cada unidade.

Claro que a variação de valor dependerá da estratégia comercial da loja por categorias, mas o ponto é que é fundamental entender a margem pretendida por produto, tanto em percentual quanto em valor nominal, a chamada massa de margem.

Para uma precificação eficaz é importante que o software de gestão tenha a opção de cadastrar duas margens por produto, a margem do varejo e a margem do atacarejo. Dessa forma, você terá duas sugestões de preço de venda, a do varejo e a do atacarejo.

Precificar dessa forma é fundamental para evitar erros graves, ganhar tempo e preservar a margem de lucro da empresa.

Não confunda atacarejo com promoção! Eles são complementares e precisam trabalhar em harmonia. O valor do produto promocionado não pode ser menor que o valor do produto no atacado, ou seja, o produto no atacado sempre deve ter o menor preço da loja.

### Reduzindo o preço de custo

Você abriu seu atacarejo com um posicionamento claro, revisou as despesas, reduzindo-as ao máximo, e precificou os produtos com o intuito de incentivar os

clientes a levarem a maior quantidade pelo menor preço. O que mais é possível fazer?

Naturalmente, se você está vendendo mais volume, sua loja está comprando em volumes maiores, logo, é importante conseguir transformar esse volume em descontos com o fornecedor e, por consequência, conseguir reduzir mais os preços ao cliente final e alcançar seu objetivo de, de fato, ter uma proposta de atacarejo. É um ciclo virtuoso.

Alinhar com fornecedores a proposta da loja, realizar parcerias, conseguir acesso a compras com fabricantes são algumas das principais estratégias em busca desse objetivo.

### Conclusão

Partir para o atacarejo é uma decisão estratégica para o varejista, deve ser muito bem pensada e organizada. O primeiro passo é entender se há cliente, se o público alvo tem o perfil para sua adoção. É importante também analisar se faz sentido para a empresa em si contar com um canal de venda diferente, pode ser uma oportunidade de diversificação do negócio, não dependendo tanto do canal tradicional. Em resumo, é entender se estrategicamente

faz sentido para seu negócio.

Vencido esse passo, o próximo é entender a viabilidade da execução do projeto. Pode parecer simples, mas mudar a forma de trabalhar é um grande desafio. Como exemplificamos no artigo, a forma de se trabalhar o atacarejo difere bastante do canal tradicional. Não só processos, equipe, ferramentas e software, mas também a cultura do negócio. Não é à toa que o Grupo Pão de Açúcar separou-se do Assái.



Exemplo de etiqueta para atacarejo.



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

**Na Complex você encontra as melhores condições para locação de coletores.**

**Consulte nossa equipe comercial e saiba mais!**



vendas@compex.com.br



(11) 99933-5913





## Encontro de Gestores Supermercadistas e Panificador

Confira as novidades e a programação do Encontro de Gestores 2021!

REDAÇÃO  
AVANÇO INFORMÁTICA

Esse ano o Encontro de Gestores tem uma novidade, serão dois dias de evento. O primeiro será no dia **23 de novembro, de 13:30 às 19h**, com foco no mercado de panificação, destacando o perfil de consumo dos clientes no período pós-pandemia, gestão de clientes nas padarias, mix de produtos com um olhar sobre revenda, terceirização e produção própria, e por fim, as vendas de pão online.

Já o dia **24 de novembro, de 8:30 às 18 horas**, será destinado ao mercado supermercadista e contará com palestras sobre a Transformação Digital nos supermercados, aprendizados do e-grocery, a gestão por categoria nesse cenário e o que esperar do varejo do futuro.

Com foco na Transformação Digital e como ela interfere no varejo alimentício, a 9.ª edição do Encontro de Gestores será realizada no mês de novembro em Belo Horizonte (MG) no Hotel Ouro Minas.

Com palestras, cases de sucesso e network de alto nível, os eventos reunirá empresários dos segmentos de panificação e supermercadista para compartilhamento de conhecimentos e trocas de experiências do cotidiano dos setores.

“O Encontro de Gestores é um evento para troca de informações, propiciando um contato direto com os clientes. Essa é uma oportunidade na qual o varejista tem acesso às novidades, sejam aplicações, funcionalidades, equipamentos, técnicas ou novos rumos do mercado. O networking com o varejo independente de Minas Gerais e a troca de conhecimento fortalece o segmento”, ressalta **Alcides Junqueira, diretor da Avanço Informática**.



O Encontro de Gestores 2021 será realizado no Hotel Ouro Minas, localizado em frente ao Minas Shopping e com fácil acesso às principais avenidas da capital. O Hotel possui estrutura completa e todos os participantes do Encontro Supermercadista terão direito ao almoço servido no próprio local.

O Encontro de Gestores da Panificação e Supermercadistas será realizado nos dias **23 e 24 de novembro**, respectivamente, no Hotel Ouro Minas, adotando todas as medidas restritivas e protocolos necessários para evitar a proliferação do novo coronavírus.

### Quer participar?

As inscrições para o evento já estão abertas e podem ser feitas através do QR-Code abaixo.



1º ENCONTRO  
DE GESTORES  
da Panificação

9º ENCONTRO  
DE GESTORES  
SUPERMERCADISTAS



Associados da Amipão possuem cortesia para o Encontro de Gestores de Panificação e clientes da Avanço para o Encontro de Gestores Supermercadista: basta entrar em contato com as respectivas organizações e solicitar o seu cupom.



## 1º ENCONTRO DE GESTORES *da Panificação*

### PROGRAMAÇÃO

- 13:30 CREDENCIAMENTO
- 14:00 ABERTURA
- 14:15 OS IMPACTOS DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA VIDA DOS PANIFICADORES
- 14:50 PRODUÇÃO FOCADA EM RENTABILIDADE: QUANDO PRODUZIR, TERCEIRIZAR OU RETIRAR O PRODUTO DO CARDÁPIO?
- 15:40 COMO A TECNOLOGIA FACILITA A ANÁLISE DE DADOS PARA TOMADAS DE DECISÕES
- 16:00 COFFEE BREAK
- 16:30 GESTÃO DE CLIENTE: FIDELIZAÇÃO, AUMENTO DE FREQUÊNCIA E DE TICKET MÉDIO COM APOIO DA TECNOLOGIA
- 17:10 AS MUDANÇAS DO PERFIL DE CONSUMO PÓS-PANDEMIA E TENDÊNCIAS PARA 2022
- 17:50 VENDA DE PÃO ONLINE: COMO LEVAR SUA PADARIA PARA O E-COMMERCE?
- 18:40 ENCERRAMENTO
- 18:50 COQUETEL



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

## 9º ENCONTRO DE GESTORES SUPERMERCADISTAS

### PROGRAMAÇÃO

- 08:30 CREDENCIAMENTO
- 09:00 ABERTURA
- 09:15 O QUE É TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NOS SUPERMERCADOS?
- 09:45 COMPORTAMENTO DO CLIENTE, O QUE ESPERAR DE 2022
- 10:45 COFFEE BREAK
- 11:15 POR QUE MG VAI VIRAR UM POLO DE E-COMMERCE?
- 11:30 E-COMMERCE NA PRÁTICA: AS MELHORES ESTRATÉGIAS PARA VENDER MAIS
- 12:15 ALMOÇO
- 13:45 POR QUE SUA LOJA PRECISA DE CONTAR COM A NUVEM NA JORNADA DA TD?
- 13:55 IMPLEMENTANDO A PRECIFICAÇÃO ALINHADA A GESTÃO DE CATEGORIAS
- 14:45 ATACAREJO: TENDÊNCIAS E APRENDIZADOS DE 2021
- 15:35 COFFEE BREAK
- 16:05 O QUE O DONO DO SUPERMERCADO PRECISA SABER SOBRE A LGPD EM 15 MIN
- 16:20 O QUE ESPERAR DO VAREJO DO FUTURO?
- 16:55 ENCERRAMENTO
- 17:15 COQUETEL

# 4 fatores que mais impactam na produção da sua padaria

Vários fatores podem impactar diretamente na produção da sua padaria, o que tem um efeito direto nos seus resultados.

## GUILHERME GALLO

Engenheiro e especialista em gestão. Terceira geração de panificador de sua família, foi engenheiro de produção na RHI Magnesita, onde trabalhou por 5 anos e, desde 2018, trabalha com gestão de padarias. Possui MBA de Gestão de Negócios pelo IBMEC e é engenheiro de materiais pelo CEFET-MG.

**G**erenciar uma padaria não é uma tarefa simples e alguns pontos podem dificultar ainda mais esse trabalho.

Leia abaixo para saber quais são esses fatores e dê um passo a mais para uma melhor gestão do seu negócio.

### 1 - Conhecimento da produtividade

Quantos pães de sal o seu padeiro consegue fazer com 10 kg de farinha de trigo? E quantos kg de pães, comuns e especiais, seu padeiro consegue produzir por dia? Em quanto tempo esses pães são vendidos? Quantos quilos de farinha e de fermento são utilizados por dia para produzir apenas os pães de sal?

#### Conseguiu responder todas as perguntas?

Não? Então você precisa criar estratégias ou utilizar ferramentas que te ajudem a entender melhor a produtividade do seu negócio, porque isso interfere diretamente no seu custo.

### 2 - Falhas nos processos de produção

O dia a dia de uma padaria exige planejamento, que muda de acordo com a temporalidade. Por exemplo, sexta-feira e sábado pode ter mais saída de produtos que não saem tanto nos outros dias da semana.

O mesmo acontece em datas festivas, como o Natal, com a produção de rabanadas e panetone.

O grande problema é que nem sempre o que é planejado é cumprido e como a maioria dos processos de uma padaria é feita sem o auxílio de ferramentas próprias para gestão, muitas vezes você não consegue acompanhar e verificar o histórico de produção. O que torna impossível saber se o pedido de produção realmente foi para a loja e ter uma base para o controle das perdas.

Mensurar a produção é indispensável para o controle das perdas, pois facilita na hora de entender o que está sendo feito a mais e não está sendo vendido e porque não está sendo vendido.

Não só isso, a produção precisa ser planejada. Se você não o faz, quem está? Quando a decisão do que e quanto deve ser feito fica na mão dos colaboradores, sem ser gerenciado, pode existir alguma falha.

Se não definimos o que deve ser produzido e nem conferimos se a programação foi seguida, nós ficamos totalmente à mercê da boa vontade dos colaboradores, que por mais que possuam as melhores das intenções, nem sempre estão aptos para direcionar os esforços da padaria de encontro com a lucratividade esperada pelo dono.

Sem contar os produtos que só um dos padeiros sabe fazer. O que acontece quando ele precisa faltar, sua padaria não vende determinado item? É necessário que as receitas sejam padronizadas e difundidas

de modo que a receita seja da padaria e não do padeiro.

### 3 - Falta de padronização

Quando um cliente gosta de um produto ele vai voltar na sua padaria com a expectativa de encontrar o mesmo produto, com o mesmo gosto, textura e frescor.

Quando uma receita não é padronizada e é modificada, esse cliente vai perceber e provavelmente vai se frustrar. Além disso, como nada em uma padaria é feito em unidade, qualquer mudança nas receitas implica também no custo de produção, que pode aumentar e não necessariamente agradar o consumidor, o que aumenta as perdas.

Outro ponto é que a maioria das receitas está na cabeça dos funcionários. Assim, qualquer imprevisto que aconteça implicará na falta do produto e consequentemente nos seus resultados.

As receitas precisam estar sempre disponíveis e de fácil acesso, para serem acompanhadas durante o processo produtivo, em um local onde outros colaboradores também possam pesquisar e fazê-las em caso de necessidade.

### 4 - Processos lentos

A falta de um software de gestão ou de uma ferramenta que automatize ao menos uma parte dos processos de uma padaria, dificulta tarefas simples, como o cadastro de novos produtos ou o reajuste do preço de alguns itens. Hoje muitos dos nossos controles são manuais, com algumas anotações feitas em papel ou em planilhas que nunca vamos analisar e não vão nos direcionar para uma lucratividade maior.

Frequentemente o preço da farinha de trigo é alterado, por exemplo. Toda vez que isso acontece você precisa identificar a redução da sua margem, para poder modificar o valor de todos os itens que precisam da farinha para serem produzidos, garantindo assim a rentabilidade da padaria. Além disso, um software de gestão emite relatórios como das perdas e rupturas que acontecem em determinado período.

Uma ferramenta que permite simplificar esses processos faz com que você economize dinheiro e ganhe tempo para melhorar outros setores do seu negócio.

PONTOS DE VENDA MAIS EFICIENTES  
PARA TODOS OS NEGÓCIOS  
**TM-T20X**

**EPSON**  
EXCEED YOUR VISION



1- Garantia limitada válida para todos os componentes da impressora TM-T20X, de acordo com as condições de uso constantes no certificado de garantia.



Leia o artigo completo, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado.

**AVANÇO**  
INFORMÁTICA

# Sucesso Digital requer Cultura Digital

**O sucesso de uma empresa começa de dentro para fora, na TD isso não é diferente. Como você alinha sua cultura com sua estratégia digital?**

**TATIANA ÁVILA**

Gerente de Recursos Humanos na Avanço, fornecedora de software de gestão para o varejo.

No mundo digital de hoje, empresas de todos os tamanhos e setores estão procurando se transformar para encontrar novas oportunidades de mercado.

Os varejistas não estão mais perguntando “se a transformação digital influenciará os negócios?”, mas “como aplicar o digital no negócio e garantir nossa sobrevivência neste mundo digital?”.

Para isso, a transformação digital não é apenas um exercício de TI. É uma missão de todas as pessoas da organização. É na interseção de pessoas e tecnologia que as empresas podem realmente transformar o negócio.

Embora não haja dúvidas de que mover dados para a nuvem, adotar Inteligência Artificial e implementar ferramentas de trabalho remoto está ajudando as empresas a escalar e inovar, a questão na mente dos líderes não é se, mas como, transformar digitalmente. Os líderes devem se concentrar em como a tecnologia pode capacitar seus funcionários e impulsionar o crescimento.

Isso não é fácil para as empresas tradicionais. Na verdade, o principal gargalo nas transformações digitais é a falta de uma cultura forte e comum. Dois dos maiores desafios são uma cultura avessa ao risco e à experimentação e a falta de um entendimento comum da cultura da empresa.

## Três etapas para superar as barreiras culturais

Então, como você alinha sua cultura com sua estratégia digital? Priorizar as três áreas a seguir tem o maior impacto em atenuar os gargalos.

### Suporte do topo

É amplamente conhecido que uma transformação digital precisa do suporte ativo do gestor durante toda a jornada. Esse apoio de cima para baixo, entretanto, precisa ir além do executivo-chefe.

As empresas devem começar pelo proprietário, ou pelo cargo mais alto da empresa, pois ele será responsável pela agenda de transformação digital. Além disso, a verdadeira mudança de cultura exige que o suporte para uma reinvenção digital flua através da hierarquia de gerenciamento até todos os funcionários da linha de frente, para que toda a pirâmide organizacional esteja voltada para o digital.

Todos os líderes precisam mudar seu estilo de tomador de decisões de cima para baixo.

Ainda, os líderes corporativos precisam de uma forte visão das oportunidades digitais da empresa e experiência na área digital que lhes dê credibilidade junto aos funcionários.

### Removendo silos

A falta de interação e colaboração entre as ações para a transformação digital e a necessidade dos clientes é algo comum. As organizações digitais removem esses silos entre departamentos, funções e linhas de subordinação, em vez de criar equipes multifuncionais que são auto-organizadas, não hierárquicas e com poderes para executar projetos do início ao fim.

Os vencedores digitais criam equipes implantadas de forma flexível em toda a organização e com foco nas jornadas do cliente de ponta a ponta, em vez de ficarem presas a um único departamento ou função.

### Rompendo a aversão ao risco

Em um mundo digital, um dos maiores riscos é não correr riscos. As empresas paradas são as que mais perdem com a ruptura digital. Na verdade, organizações com altos níveis de maturidade digital tendem a abraçar líderes abertos a iniciativas ousadas (portanto, arriscadas).

Correr riscos não significa que você deva arriscar tudo. A quantidade de risco geralmente depende do tamanho do investimento em jogo. Um investimento que aposta a empresa em uma estratégia não testada deve fazer com que os líderes hesitem.

No entanto, em níveis mais baixos da organização, as apostas tendem a ser menores, como quando um executivo de vendas e marketing de nível médio altera os preços dos produtos ou adapta o mix de produtos. O digital abre a porta para a execução de vários experimentos em pequena escala que envolvem um custo limitado em caso de falha, mas podem produzir descobertas altamente valiosas.

### A mudança começa do topo

Essas mudanças culturais ideais que promovem um ambiente de trabalho saudável e o uso de tecnologia devem vir de cima para baixo.

Quando implementada com sucesso, a nova tecnologia em um ambiente de trabalho saudável paga enormes dividendos, com os funcionários se sentindo mais investidos e incluídos na direção estratégica geral da empresa.

A capacidade de resolver problemas de novas maneiras, de identificar oportunidades emergentes e quebrar barreiras enquanto aumenta a colaboração não só beneficiará todos os funcionários, mas também melhorará a empresa como um todo.

Além disso, é muito importante a cultura de valorização da visão do cliente. Ele é um dos principais motivos das mudanças e melhorias e é a opinião dele que você deve escutar.

Essas oportunidades estão à sua disposição, desde pequenas e médias empresas até grandes corporações. Não pense na transformação apenas como um exercício de TI. Pense nisso como uma jornada de pessoas.



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

# Mais que um plano, uma solução.

## UNIMED SOLUÇÃO EMPRESA

Vamos resolver? Ligue 4020-4020.



## Os Supermercados e seus concorrentes na Transformação Digital

**A noção de concorrentes mudou e agora você precisa encontrar novas formas de se sobressair no mercado. Confira!**

**GABRIEL JUNQUEIRA**

Editor do portal InfoVarejo, maior portal focado no dia a dia do varejo no Brasil. Diretor da Avanço Informática e cofundador da plataforma de compras SuperCompras. É economista pelo IBMEC e administrador de empresas pela EM Strasbourg Business School na França.

A transformação digital está em andamento, basta olhar para as evoluções do setor varejista. Potencializada pela pandemia da Covid-19, a necessidade de digitalizar não começou agora. Há mais de 10 anos, já se falava em vender online, automatizar as operações e fidelizar clientes.

Inovação, mudanças nos modelos de negócios, abordagens ecossistêmicas, utilização de dados na tomada de decisão, foco no propósito, diferentes formas de engajar os consumidores, são ações que fazem parte do exercício contínuo de reinvenção.

Antes da transformação digital o cenário de concorrentes era estático, ou seja, estava claro quem eram seus concorrentes e seus parceiros. No cenário de transformação, isso passa a ser dinâmico, os personagens tomam papéis distintos e flexíveis.

A concorrência aparece de lugares inusitados e pouco esperados. A razão disso se dá, muitas vezes, pela tecnologia, ao diminuir as barreiras de entrada

no mercado e ao aproximar os consumidores dos fornecedores.

Definimos concorrente como qualquer pessoa cujo sucesso reduzirá seu negócio. Embora isso inclua, é claro, o sacolão de pequeno porte do outro lado da rua do seu supermercado, também inclui outros cenários.

### A única regra é: não há regras

Pense antigamente, para o supermercado estava muito claro quem eram seus concorrentes, normalmente tinha uma loja similar a dele perto, ou uma loja de uma grande rede nas proximidades, eventualmente uma pequena padaria ou hortifruti que dava a impressão de roubar vendas da loja. O ponto é que o cenário dos concorrentes era estático, fácil de observar e com pequenas mudanças ao longo do tempo.

Nos últimos anos vimos diversos movimentos, alguns não necessariamente ligados a tecnologia, mas à mudança do comportamento de compras. Fornecedores, antes atacadistas e distribuidores, passaram a abrir grandes lojas e introduzir o formato atacarejo. Essa mudança talvez tenha sido uma das mais relevantes na década passada e influenciou diretamente os negócios dos supermercadistas, trazendo diversas consequências.

Agora, influenciada pela tecnolo-

gia, temos alguns movimentos cada vez mais claros e presentes:

### Marketplaces

Alguns exemplos de marketplaces são Magalu, Lojas Americanas, iFood e Rappi. Um marketplace é uma plataforma onde os fornecedores podem se reunir para vender seus produtos ou serviços a uma base de clientes selecionada. O papel de um marketplace é reunir os fornecedores certos e os clientes certos para impulsionar as vendas por meio de uma plataforma de vários fornecedores, os vendedores têm um lugar para ganhar visibilidade e vender seus produtos, e o marketplace ganha uma comissão por cada venda.

Vale pontuar que é uma tendência natural, que essas empresas, ao ganhar escala, passem a verticalizar e fornecer diretamente os produtos. Exemplos são as centenas de marcas próprias que a Amazon já é dona e os restaurantes próprios do iFood.

Por essa razão, acreditamos que os marketplaces representam um dos concorrentes mais perigosos para os supermercados atualmente.

### Novos modelos de negócios e economia do reabastecimento

O varejo físico está mais vivo do que nunca, mas, para continuar firme

no propósito, é necessário atender novas necessidades e, para isso, é preciso seguir algumas tendências e se adequar às inovações do mercado.

Algumas dessas tendências são:

- Delivery;
- IOT e Economia do Abastecimento;
- AI e C-commerce;
- Realidade Virtual;
- Realidade Aumentada.

Apesar do varejo físico ainda estar em alta, alguns empresários gastam esforços e apostam no fim do mesmo. Como é o caso do Home Refill, um aplicativo que promete acabar com os supermercados físicos.

Diferente dos apps de compras, como o Rappi, que coleta os produtos nos supermercados, o Home Refill compra diretamente das distribuidoras, o que garante um preço mais baixo. Além disso, o aplicativo é inteiramente trabalhado para oferecer a melhor experiência ao consumidor, com um design lógico e opções para atender todos os públicos.

### Indústria próxima ao cliente final

Seguindo a linha anterior, em que o aplicativo conecta distribuidores e consumidores, algumas indústrias, como a Unilever e a Kimberly-Clark têm trabalhado com vendas direto ao consumidor.

Alguns dos objetivos dessa ação são encurtar o processo de compra e colocar o público em contato com o portfólio completo da empresa.

### Contra-ataque: coopetição

Qual é o movimento natural contra esses novos entrantes? Se unir. Mas com quem? Com seus velhos concorrentes.

Da mesma forma que quem não era seu concorrente passou de repente a ser, seus concorrentes podem ser parceiros em alguns momentos.

Isso é coopetição, enxergar seu concorrente, não apenas como concorrente, mas também como um possível parceiro.

Ao colocar um produto em um marketplace como a Magalu, Lojas Americanas, Amazon, você está de certa maneira, se aliando a um concorrente. Ela te entrega uma plataforma para aumentar vendas, e você entrega o produto, satisfazendo o cliente dela - ou pagando uma comissão.

### Centrais de negócios

Uma Central de Negócios é organizada majoritariamente por pessoas jurídicas e têm como o principal objetivo aumentar o campo de mercado por meio da compra conjunta.

No entanto, ainda que seja esse principal foco, as Centrais de Negócios conseguem ampliar o campo de visão que, anteriormente, se restringia apenas à ideia de compra coletiva e, com isso, elas alcançam objetivos ainda maiores, como organização e estruturação dos associados, aumento do poder de negociação, fomento do crescimento do grupo por meio da troca de conhecimento, mais acesso ao mercado, entre outros pontos.

### Economia do compartilhamento

A Economia do Compartilhamento surgiu com empresas como Uber e Airbnb, mas logo tomaram conta também do varejo alimentício.

Para competir com grandes marketplaces, como Magalu e Submarino, sua loja precisa aliar-se a outros concorrentes para negociar com fornecedores, tendo acesso a preços menores e a um mix maior de produtos.

### Novas Necessidades

O varejo é um intermediador entre o fabricante e o consumidor geral. Simples assim. E como em todos os negócios, um alvo comum das inovações é o intermediador.

E se você continuar como um mero intermediador, você terá batalhas difíceis à frente, desde os atacarejos, ao movimento da indústria atendendo seu cliente, ou sites de reabastecimento e marketplaces de olho nas compras dos mesmos. A carteira do cliente vai ficar cada vez mais concorrida.

DE	PARA
Competição em setores delimitados	Competição entre fluidos
Distinções nítidas entre parceiros e rivais	Distinções nebulosas entre parceiros e rivais
Competição é jogo de soma 0	Concorrentes cooperam em áreas-chave
Os principais ativos são pedras na empresa	Os principais ativos situam-se em redes externas
Produtos com características e benefícios únicos	Plataformas com parceiros que trocam valor
Poucos concorrentes dominantes por categoria	O vencer leva tudo, devido aos efeitos de rede

O digital não apenas destrói as necessidades, ele cria novas. Há muitas etapas para vencer efetivamente a concorrência digital, mas a primeira é identificar de qual atividade competitiva você precisa ter consciência, colocar um programa estruturado de análise competitiva em prática para monitorar o mercado e discutir os insights com as pessoas em sua empresa para que possam tomar as medidas adequadas.

Por isso, repensar seu negócio e o papel da loja é fundamental para o novo ambiente competitivo. É importante se atentar aos movimentos dos concorrentes, mas sem perder o foco no cliente, o que é importante para ele, o que ele

valoriza e por qual tipo de proposta de valor ele está disposto a pagar para sua empresa.

Voltamos então a importância do primeiro pilar da transformação digital: a centralidade do consumidor. Ninguém melhor que você, que está próximo do seu cliente, para entender suas necessidades e antecipá-las, antes que seu concorrente o faça.



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

Cada um dos seus clientes é diferente,

Nós te ajudamos a fidelizar todos eles

Tenha a ferramenta de **Gestão de Comportamento de Cliente (CBM)** da Mercafacil no seu varejo e destaque-se no mercado

Visite o nosso site e saiba mais:





## Sustentabilidade no Varejo: a importância e aplicações

Veja quais as ações podem fazer com que seu negócio seja mais sustentável!

### EQUIPE INFOVAREJO

O impulso em direção à sustentabilidade no varejo não é mais uma opção: a pandemia trouxe à luz como o mundo está interconectado tanto no nível empresarial quanto social. Os consumidores perceberam mais do que nunca que precisam apoiar marcas que fazem mais e melhor com menos. Menos insumos, menos lixo, menos impacto no meio ambiente.

A pandemia, junto com as mudanças sociais neste ano, exigiu esforços para aumentar a conscientização e tomar medidas para um varejo mais voltado para um propósito sustentável. É uma questão de sobrevivência e de reputação.

A sustentabilidade no varejo não é mais uma tendência a ser considerada na superfície das ações de negócios, mas deve ser colocada no centro e algumas grandes empresas já o fizeram.

Em 2017, por exemplo, a **Johnson & Johnson** se comprometeu a suprir 35% de suas necessidades de energia de fontes renováveis. Já nas metas de sustentabilidade da **Coca-Cola** para 2020, eles se comprometeram a recuperar pelo menos 75% das garrafas que introduzirem no mercado.

### Por que investir no varejo sustentável?

Além de ser o correto, é também o que os consumidores desejam! Questões como mudança climática, excesso de resíduos e práticas de trabalho antiéticas são muito mais evidentes do que costumavam ser. Isso tem um efeito direto nos hábitos de compra.

Um estudo de 2017 da Cone Communications mostra o quanto a sustentabilidade dita nossas decisões de compra. Eles descobriram que 87% dos consumidores comprariam produtos de empresas que defendem a responsabilidade social e ambiental. Ainda, 76% boicotariam empresas que se comportam de maneiras contrárias a esta.

Já de acordo com a Fortune, em novembro de 2019, 50% do crescimento das vendas entre bens de consumo entre 2013 e 2018 veio de produtos comercializados com sustentabilidade, apesar de tais bens representarem pouco menos de 17% do mercado.

### A mudança dos hábitos de compra dos consumidores

Não é mais suficiente que os varejistas ofereçam um ótimo produto. As lojas podem ser mais que um alvo da fiscalização do governo. Agora também o público está pensando mais sobre a importância da sustentabilidade no varejo.

Os clientes não se importam em pagar um pouco mais, mas comprar de um vendedor sustentável. Em 2015, um relatório da Nielsen descobriu que 73% da geração Millennial estava disposta a pagar mais por produtos sustentáveis.

Tudo isso também ocorre em um momento de crescente mudança social na forma como interagimos com as marcas. Já se foi o tempo em que uma empresa era uma corporação sem rosto. Hoje em dia, as pessoas querem se

conectar com marcas que sentem que podem se relacionar. Isso não apenas enfatiza a importância da marca, mas também levanta questões sobre as mensagens ambientais, sociais e de governança das empresas.

Segundo a DoSomething, 75% dos entrevistados da Geração Z disseram que queriam ver se as marcas estavam garantindo a segurança dos funcionários e consumidores. A pesquisa descobriu que, "Se [as marcas] não forem autênticas, a Geração Z será a primeira a levantar uma bandeira vermelha".

Os consumidores mudaram o comportamento: com menos dinheiro, mais tempo e a percepção de que podem fazer mais com menos, os consumidores querem comprar de marcas que se alinham com seus valores, ambientais e sociais.

Portanto, as marcas agora precisam provar que estão fazendo esforços para serem mais sustentáveis. Neste contexto, os pequenos e médios varejistas buscam formas de reduzir seu impacto na natureza que sejam aderentes às suas operações. A notícia boa é que existem iniciativas fortes que são adaptáveis a empresas de todos os tamanhos. Aqui estão algumas ideias para ajudá-lo a começar:

### 1. Seja sustentável nas práticas diárias do varejo

Existem várias ações que você pode realizar em suas operações do dia a dia para promover o varejo sustentável e ajudar a preservar o meio ambiente.

Comece optando por eletrodomésticos, iluminação e equipamentos que economizam energia.

Você pode, por exemplo, trocar suas lâmpadas incandescentes tradicionais por opções de economia de energia, como iluminação LED. Você descobrirá que ela não apenas requer menos energia (o que, por sua vez, leva a menores emissões de efeito estufa), mas também economizará dinheiro no processo.

## 2. Minimize o uso de papel

Reduza a quantidade de papel que você usa em sua organização. Identifique tarefas ou processos que exigem caneta e papel e trabalhe para digitalizá-los.

Digitalize seus procedimentos de gerenciamento de estoque. Se você ainda estiver realizando contagens de estoque usando caneta e papel, mude para um software de gestão que consiga automatizar esse processo, juntamente com um coletor de dados.

Outra ideia? Você também pode reduzir o uso de papel optando por recibos digitais. Pergunte aos clientes se eles preferem que os recibos sejam enviados a eles.

Além da questão sustentável, o papel térmico utiliza o BPA, que é um componente extremamente tóxico, para ser impresso. Trazendo malefícios, também, à saúde humana. Doenças cardíacas, câncer de mama e de próstata, diabetes tipo 2, infertilidade e transtorno do déficit de atenção são só alguns dos muitos efeitos possíveis pelo contato recorrente com a substância.

## 3. Descarte o lixo de maneira adequada

Você também deve estar ciente de como descarta os resíduos em sua empresa. Um bom primeiro passo é minimizar o lixo optando por reutilizar itens sempre que possível ou doar coisas que não são mais necessárias em seu negócio.

E se você precisar descartar algo, certifique-se de que você e sua equipe estão colocando o lixo nas lixeiras certas e sempre siga as diretrizes locais sobre reciclagem e compostagem.

Muita gente não sabe, mas o papel térmico não é reciclável, além de não poder ser descartado junto com materiais recicláveis, pois ele contamina tudo que entrar em contato.

Outra iniciativa bacana é se tornar um ponto de coleta de produtos de difícil reciclagem, como pilhas e baterias. Além de ajudar o meio ambiente, é mais uma oportunidade para o cliente visitar sua loja.

## 4. Mude para alternativas de embalagens sustentáveis

É provável que a embalagem seja uma despesa necessária para o seu negócio. Isso ocorre independentemente do seu tamanho e de você ter um varejo físico ou eletrônico. No entanto, muitos

materiais de embalagem convencionais são extremamente prejudiciais ao meio ambiente.

Portanto, embalagens ecológicas são algumas das evidências mais confiáveis de uma perspectiva sustentável.

Claro, uma meta de 'embalagem zero' não é realista. As empresas precisam transportar mercadorias com eficiência e protegê-las contra danos. A embalagem também apresenta uma importante oportunidade de marca para as empresas.

Você pode começar a tomar decisões de embalagem mais ecologicamente corretas **incorporando os '3 Rs' - reduzir, reutilizar, reciclar!**

Alguns supermercados, como o Verdemar de Belo Horizonte, não oferecem a sacola plástica, mas disponibilizam caixas para embalar os produtos e oferecem a opção do cliente comprar uma sacola reutilizável, que também é uma ótima forma de fazer propaganda da marca.

Portanto, a embalagem sustentável não reduz apenas o seu impacto ambiental. É também uma maneira fantástica de diferenciar sua marca dos concorrentes!

## 5. Forneça produtos sustentáveis

Não é difícil! Destine ao menos um corredor da sua loja para esses produtos. Os consumidores querem saber de onde vem o produto, de qual fazenda vem o queijo, por exemplo. Escolha marcas que forneçam verdadeiramente um produto que se preocupe com o meio ambiente.

Produtos com apelo sustentável estão entre os maiores crescimentos de vendas. Considere essa oportunidade para aumentar as vendas da sua loja!

## 6. Faça do varejo sustentável uma parte da história de sua marca

É importante divulgar seu envolvimento em iniciativas sustentáveis. É aqui que o marketing de conteúdo entra em ação. As mensagens em seus canais online desempenham um grande papel na

transformação de seus esforços de sustentabilidade em uma parte central da identidade de sua marca.

Este é um espaço para você responder às questões maiores sobre o que o levou, como varejista, a abraçar um modelo de negócio mais sustentável. Em sua essência, o marketing de conteúdo envolve contar histórias e focar no valor de longo prazo de seus esforços para os consumidores e para o meio ambiente.

## 7. Evite Greenwashing

Greenwashing, ou lavagem verde, é quando as empresas fazem afirmações enganosas sobre a sustentabilidade de seu modelo de negócios ou produtos.

O correto é se preocupar de fato com o que está sendo realizado e certificar que a sustentabilidade esteja na estratégia e objetivo da empresa.

Somente colocar a palavra "sustentável" em sua marca não vai funcionar, além de não ser ético. Quanto mais completo você puder ser com suas evidências, melhor.

## Faça parte da solução

A melhor parte de ser um negócio mais sustentável? Isso te torna parte da solução. A sustentabilidade se tornou uma proposta de valor poderosa para consumidores cada vez mais conscientes. Mostra que você está ciente das questões socioambientais que a sociedade enfrenta e deseja amenizar as formas de contribuir com ela como varejista. Essa é uma vitória para sua marca e para o planeta!



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



**Atuando com as MELHORES MARCAS do mercado.**







**ENTRE EM CONTATO - (31) 3328-0010**



## Inovação e Transformação no varejo, quais são as tendências?

A inovação no varejo está ocorrendo em várias frentes, mas quais são as tendências para 2022?

### GABRIEL JUNQUEIRA

Editor do portal InfoVarejo, maior portal focado no dia a dia do varejo no Brasil. Diretor da Avanço Informática e cofundador da plataforma de compras SuperCompras. É economista pelo IBMEC e administrador de empresas pela EM Strasbourg Business School na França.

Como sempre, com um novo ano, surgem novas tendências no mundo do varejo e do comércio eletrônico.

Nos últimos anos, fomos bombardeados com todos os tipos de cenários futuristas sobre o que está por vir no varejo e o que a inovação no varejo pode significar.

São amplos os projetos de automação, transformação digital e inovação no varejo. Os varejistas lidam com alta competição, pressão de preços, um consumidor conectado com grandes expectativas e o impacto do comércio eletrônico, pelo qual alguns dos gigantes globais - também da China - já iniciam operações no Brasil (e o comércio eletrônico não tem fronteiras).

A inovação no varejo está ocorrendo em várias frentes e com diferentes ferramentas e tecnologias. Inteligência artificial (AI), Bigdata, IoT (internet das coisas), omnicanalidade, realidade aumentada, realidade virtual e robótica são algumas das áreas que estão mais crescendo e trazendo soluções para o segmento.

No entanto, é importante notar que inovação não significa necessariamente criar algo novo. Inovar é sobre resolver problemas reais. Inovar pode significar fazer menos, ou reduzir atrito, ou melhorar a experiência do seu cliente na sua loja.

O varejista não precisa ir longe, não precisa contar com a tecnologia mais atual

para inovar, na maioria das vezes a inovação está muito mais próxima do que ele imagina.

Para isso, é importante que se faça as perguntas certas sobre o seu negócio.

### Inovação no varejo: as perguntas a fazer

Qual é o maior problema do meu negócio? Qual é a visão do meu cliente em minha loja? Como eu transformo e melhora a experiência deste cliente na loja? Como eu atendo melhor e com mais resultado meus clientes? Quais são os principais gargalos da minha operação? Quais são os desafios de crescimento da empresa? Como meus concorrentes estão lidando com a transformação digital? Qual é a estratégia de transformação digital da nossa loja?

Perguntas simples que você pode fazer antes de começar a inovar e investir em alguma solução:

- Você está focado no propósito da sua loja?
  - Qual valor isso agregará para o resultado da loja ou experiência do cliente?
  - Quem será o beneficiário da inovação ( *pense amplo; funcionários, clientes, fornecedores de gerentes de loja, ...*) ?
  - Como você medirá o sucesso de sua inovação no varejo? (e isso, é claro, com metas e métricas)
- Novamente, é simples, mas útil lembrar:
- Comece com as inovações que são necessárias para permanecer relevante para seu cliente, lucrativo e nos negócios;
  - Em seguida (ou ao mesmo tempo), olhe para as inovações de varejo onde pequenas coisas provam fazer uma grande

diferença;

- Mantenha a experiência de compra e a experiência geral do cliente em mente, pois é aí que a diferença pode ser feita;

- Inove com o ecossistema do qual você faz parte como varejista.

### Criando hipóteses e entendendo erros

Com a transformação digital tem-se a possibilidade de realizar-se experimentos em baixa escala. Ou seja, você pode testar ações e iniciativas em pequenas proporções e se essa iniciativa falhar, você falha pequeno e rápido. Mas se a ação der certo, você pode investir mais.

No dia a dia de uma empresa as coisas estão muito mais ligadas a tentativa e erro do que a um grande planejamento já com o resultado final. Então, você precisa definir hipóteses, criar protótipos, testar e só assim concluir e colocar em prática.

Naturalmente, para que isso aconteça, você precisa ter uma cultura digital aberta ao erro. Quanto mais tentativas e inovações, mais erros. Mas sempre lembrando que erra-se pequeno e barato com transformação digital.

### Tendências para o varejo em 2022

Durante o artigo vimos que a Inovação do setor varejista é essencial para um negócio próspero durante os próximos anos.

Para ajudá-lo a desenvolver uma estratégia consistente, abrangente e inovadora para o seu negócio, vamos examinar mais de perto algumas das últimas tendências do varejo para 2022:

### Tendência de varejo nº 1: entrega no mesmo dia (ou mais rápida)

Não seria uma comparação de tendências de varejo sem mencionar o cumprimento, especialmente quando as vendas da Amazon, pioneira em entregas no mesmo dia, estão mais altas do que nunca.

Parece que as expectativas do cliente em relação ao tempo de envio estão ficando cada vez mais rápidas. Primeiro veio 2 dias com a ascensão do Amazon Prime, depois no dia seguinte e no mesmo dia. E as grandes lojas estão seguindo os passos da Amazon.

Na era da gratificação instantânea, os clientes querem seus pedidos o mais rápido possível. E os pedidos atendidos na loja no mesmo dia estão tendo mais tração de clientes e marcas. A PwC relata que 88% dos consumidores estão dispostos a pagar pela entrega no mesmo dia ou mais rápida. Do Prime Air da Amazon - que usa tecnologia drone para entregar os pedidos dos clientes em 30 minutos ou menos - ao surgimento de startups de robôs de entrega, a entrega está cada vez mais rápida.

### Tendência de varejo nº 2: comércio social

O aumento nas compras online deste ano veio para ficar, especialmente devido aos obstáculos apresentados pela pandemia de COVID-19 e o fechamento de lojas físicas. De acordo com um estudo recente, em 2020, quase 41% dos clientes disseram que estavam comprando on-line coisas que normalmente comprariam na loja.

O comércio social - experiências de compra nativas em uma plataforma de mídia social - oferece aos compradores uma maneira ainda mais perfeita de fazer compras online. Em vez de clicar em um site de terceiros, os usuários podem fazer compras diretamente do aplicativo ou site de mídia social.

É o comércio social está em alta. Só em 2020, vimos uma parceria entre o TikTok e o Shopify, uma expansão das lojas nativas do Snapchat para marcas e a introdução das lojas do Facebook.

As lojas são vitrines personalizadas para empresas no Instagram e no Facebook. Os vendedores podem criar coleções de produtos apresentados, bem como modificar a aparência de sua loja com banners, imagens, cores e botões. A mesma loja pode ser acessada no Facebook e no Instagram, então, uma vez configurada, os vendedores têm o potencial de atingir um amplo público global em duas plataformas.

### Tendência de varejo nº 3: uma nova abordagem para o marketing de influência

O marketing de influenciadores costumava envolver selfies, legendas cuidadosamente construídas e fotos de produtos altamente editadas. Mas em 2021, vimos uma grande mudança na forma como marcas e influenciadores trabalham juntos.

O conteúdo do influenciador mudou lentamente para uma estética real e crua, e essa mudança continuará em 2022.

O público confia em marcas que exibem vozes autênticas, e os usuários mais experientes de hoje podem identificar um anúncio excessivamente produzido a uma milha de distância. As marcas que não priorizam a autenticidade em suas parcerias com influenciadores podem dar adeus ao alto envolvimento e ROI no próximo ano. É hora de focar no conteúdo de um influenciador exclusivo que prioriza educação, entretenimento e a experiência do espectador.

De uma perspectiva de mix de mídia, o vídeo será o meio mais importante de 2022 para parcerias com influenciadores. Com muitas lojas físicas fechadas, os compradores não podem experimentar roupas ou testar gadgets na loja - e um vídeo é a segunda melhor opção.

Na verdade, as marcas já começaram a fazer parceria com influenciadores para criar e compartilhar conteúdo no IGTV, Instagram Live, TikTok e Instagram Reels para construir e fomentar comunidades digitais.

### Tendência de varejo nº 4: Live Commerce como novo modelo de compra

Assim como as compras online transformaram o varejo há vinte anos, o Live Commerce promete transformar o comércio eletrônico hoje.

Live Commerce é uma modalidade que combina streaming de vídeo ao vivo com a capacidade dos compradores interagirem com os vendedores e comprar imediatamente, seja um produto durante uma transmissão ou recebendo suporte e visibilidade de um influencer ou de uma comunidade social.

Os benefícios, em comparação com os canais de compra tradicionais e e-commerce, continuam a ser comprovados com casos de uso em todo o mundo. Por exemplo, AliExpress, uma subsidiária da Alibaba, lançou um serviço de Live Commerce chamado 'AliExpress LIVE', que viu até 320.000 produtos sendo adicionados ao carrinho por milhão de visualizações durante uma única sessão de streaming ao vivo. Essas conversões incríveis são as razões pelas quais muitas empresas estão migrando para o Live Commerce.

Essa convergência de vídeo e compras ajuda a melhorar o engajamento, diminuir a lacuna entre o cliente e o produto, impulsionar as vendas e aumentar o preço médio de venda.

### Tendência do varejo nº 5: Marcas éticas e baseadas em valores em ascensão

Transparência, valores e ética nunca foram tão importantes para os compradores - o que significa que as marcas preci-

sam priorizá-los o mais rápido possível.

71% dos consumidores preferem comprar de marcas que se alinham com seus valores. Os clientes estão avaliando cada vez mais produtos e marcas com base na ética e nos valores de uma empresa.

### Parcerias estratégicas são o ponto de partida

As parcerias estratégicas serão fundamentais para superar uma ampla variedade de desafios de varejo inovador e omnichannel no próximo ano. Procure uma organização que tenha conhecimento essencial de recursos de software, como análises e integração de sistemas, bem como profundo conhecimento em cadeia de suprimentos. Em 2022, os varejistas não podem agir sozinhos.

Comprar não é mais apenas sobre os produtos, é sobre a experiência. Os consumidores desejam experiências ininterruptas que se estendam perfeitamente por todos os canais. Eles esperam facilidade, serviço e personalização. Neste cenário, não é mais o comprador que deve se precaver, é o vendedor.



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

TRANQUILIDADE É PODER OPERAR SEM ME PREOCUPAR COM RUPTURAS, QUEBRAS, PERDAS, EXCESSOS E MARGEM BAIXA.

TRANQUILIDADE É TER O KIKKER NA MINHA LOJA.

O 1º SOFTWARE APROVADO PELOS MAIORES PLAYERS DO VAREJO

**Kikker**  
Gestão Inteligente de abastecimento

# 10 anos de reconhecimento e confiança!

A Avança Informática é reconhecida por 10 anos seguidos como referência em Tecnologia e Gestão pelos supermercadistas de Minas Gerais.



## REDAÇÃO AVANÇO INFORMÁTICA

A Avança, pelo 10.º ano consecutivo, foi agraciada com o Troféu Gente Nossa AMIS, na categoria Tecnologia e Gestão, alcançando uma década de reconhecimento pelos supermercadistas.

O Troféu Gente Nossa, considerado o Oscar dos fornecedores de Minas Gerais, é promovido pela Associação Mineira de Supermercados (AMIS) e possui uma tradicional cerimônia de premiação para revelar os destaques entre os finalistas de 23 categorias. Entretanto, assim como em 2020, a edição de 2021 sofreu alterações para se adaptar ao atual momento e os finalistas foram anunciados na edição de setembro da Revista Gôndola. Já os destaques foram revelados no dia 25 de outubro por

meio dos canais digitais da AMIS, além de serem publicados na Revista Gôndola do mesmo mês.

Vale ressaltar que os jurados da premiação são os próprios supermercadistas, que avaliam os fornecedores em alguns quesitos, como: relação comercial, atendimento, pontualidade na entrega e participação de mercado.

“Nos últimos dois anos vivemos um mundo de incertezas com a pandemia e sermos reconhecidos pelo Troféu Gente Nossa nos mostra que apesar de todos os desafios, estamos trilhando e seguindo no caminho certo. Nos sentimos honrados por em mais um ano estarmos entre os destaques do Troféu Gente Nossa”, declara **Adilson Badaró, Diretor de Operações da Avança**.

A Avança agradece, mais uma vez, todos que confiam em suas solu-

ções e que, por isso, fazem parte de todo esse reconhecimento. Agradece também a todos os colaboradores da #FamíliaAvança. Sem dúvidas, o trabalho e comprometimento de todos foi fundamental para alcançar uma década de vanguarda.



Confira os vencedores, apontando com a câmera do seu celular o código ao lado



## Não está na loja? Não se preocupe!

Acompanhe os principais resultados da sua loja de onde estiver:



- ✓ Vendas
- ✓ Número de vendas
- ✓ Ticket médio
- ✓ Vendas por forma de pagamento
- ✓ Vendas por departamento
- ✓ Vendas por horário
- ✓ Produtos mais vendidos

Entre em contato apontando a câmera do seu celular para o QRCode ao lado e solicite a configuração do AppAvança para sua loja.

