



## **AUTOCOM 2022 recebeu público recorde 70% maior que na edição anterior**

*A 21ª edição da feira trouxe os maiores players do mercado e as principais tendências do setor*

**São Paulo, abril de 2022** – AUTOCOM 2022, maior feira de tecnologia para automação comercial da América Latina encerrou três dias de evento presencial com um público 70% maior que na última edição, em 2019. O sucesso foi tão grande que, para a próxima edição, 60% dos espaços já estão comercializados.

De acordo com Paulo Eduardo Guimarães (Peguim), presidente da AFRAC - Associação Brasileira de Tecnologia para o Comércio e Serviços e responsável pela realização do evento, o sucesso da feira foi uma soma de fatores – a preparação e o planejamento do evento que contou com a presença dos maiores players do setor, o congresso que é um grande orientador do que está acontecendo no país (evolução da tecnologia dos serviços financeiros, metaverso e a simplificação fiscal, entre outros temas) e a aplicação dessa tecnologia no dia a dia do varejista e do consumidor final.

“A AUTOCOM 2022 contou com participação de todos os componentes que criam tecnologia para o comércio e serviço. Essa é a única feira no país que agrega todo o ecossistema de uma indústria – desde a produção, desenvolvimento, distribuição, entrega, serviços e pós-venda. Além de contar com todos os players de nosso ecossistema, a gente teve também uma participação muito significativa dos nossos clientes, ou seja, os usuários da tecnologia – comerciantes, prestadores de serviço, contribuintes. Também é importante pontuar que o congresso trouxe com profundidade e clareza, temas que tem pautado nosso mercado do ponto de vista tecnológico e inovação, regulatório e de mercado”, conclui o executivo.

Já num balanço feito com algumas das 150 marcas expositoras, é unânime a opinião de que o foco está em utilizar a tecnologia para oferecer uma melhor experiência aos clientes. Dos softwares de gestão que dão autonomia ao fornecedor, desde o controle de estoque até a validade do produto e valor nutricional, até novos meios de pagamento, como smartphone com tecnologia para fazer um pagamento como um POS ou soluções de *self-checkout* que automatizam o pagamento de compras em

supermercados, farmácias, e outros varejistas, a plataformas de pagamento com serviço baseado na nuvem.

Para João Barcellos, head de canais de parcerias da **Stone**, a estrutura da feira continua muito parecida com o que era antes, mas se surpreendeu que o evento, mesmo com a pandemia, voltou com tudo. “Esse é o principal evento que existe hoje de automação comercial para o varejo, então estamos muito felizes com a participação e o fluxo de pessoas. Muitos estão querendo vir buscar as soluções da Stone e vejo que em outros stands também. É um super evento, eu gostaria que fosse ainda bem maior, porque temos que prestigiar as automações, as soluções que existem no mercado, e nós da Stone queremos sempre contribuir para esse mercado de softwares e automações comerciais.”

Flora Guimarães, responsável pela área de marketing e eventos da **TecToy** teve movimento acima do esperado: “Nós tivemos a loja de experiência que foi bem positiva, onde os clientes compraram produtos da TecToy, e alcançamos um número de vendas bem considerável para o que a gente estava esperando. A gente não imaginava que fosse ter que aquecer estoque, trazer produto a mais da TecToy para cá. Vamos dizer que 98% do nosso objetivo foi alcançado”, comemora a executiva.

Já Fernando Otani, diretor de negócios de soluções de pagamento da **Positivo Tecnologia** lançou três novas soluções de pagamento, ampliando o portfólio da empresa, o deixando ainda mais completo, com os modelos Smart POS, Smart mPOS e Pin Pad. “A participação na feira possibilitou que os visitantes experimentassem em primeira mão os terminais de pagamento inteligentes na prática, sendo uma ótima oportunidade para entenderem a usabilidade e as funcionalidades de cada um dos produtos”.

Bruno Rodrigues, coordenador de marketing da **Getnet** está muito feliz com o stand, com o movimento da feira. “A gente conseguiu conversar bastante com clientes potenciais, até pessoas que tem dúvidas relacionadas ao nosso produto e acho que isso fortalece cada vez mais a forma como a gente precisa estar cada vez mais próximo do cliente, entender as necessidades dele e desenhar cada vez mais como nossos produtos vão efetivamente fazer uma mudança ali no negócio dele, trazer mais vendas”.

“Tivemos a oportunidade de reencontrar muitos dos nossos parceiros do dia a dia, de expor novas soluções, mostrar para o mercado as soluções e inovações que estamos construindo, e também, a oportunidade de conhecer e prospectar novos parceiros para o nosso negócio. Nós estamos em conversa com vários novos parceiros que conhecemos aqui na feira, então muita oportunidade de fazer muita coisa conjunta aqui. Já estamos na feira há uns 4 anos, e pretendemos continuar por aqui”, comenta Rudolf Popper, superintendente de produtos e parcerias da **Rede**.

Nickolas Zeni Kretzmann, consultor **SEBRAE/PRA** teve um resultado muito positivo: “a feira foi extremamente estratégica para mostrar ao mercado nacional o alto nível tecnológico das soluções disponíveis a empreendedores do comércio. Vale ressaltar

que a AUTOCOM também tem sido o espaço para conexões, *networking* e negócios. Para nós, abrimos inúmeras frentes de contato, parcerias concretizadas e negócios foram fechados. Muito disso, resultado dos leads qualificados que passam e visitam o evento”.

Rodrigo Soares CEO da **RS Solutions** já tem planos para a próxima edição da AUTOCOM: “Pra mim a feira foi sensacional! Eu gostei e nós atingimos os objetivos esperados. O nosso objetivo principal era a revenda, e a gente conseguiu trazer as revendas para dentro do nosso stand com o nosso produto. É um produto revolucionário, que foi feito para o mercado omnichannel, multicanalidades, então a gente está muito contente com esse retorno e no próximo ano com certeza estaremos aqui de volta”.

Roberto Moron, vice-presidente de inovação para América Latina da **Fiserv** avalia a feira como dias de muitas trocas e escuta ativa ao lado dos parceiros de automação comercial. A oportunidade de nos reencontrar presencialmente e estar mais próximo das necessidades do mercado. Acreditamos que fortalecer a comunicação é uma ferramenta importante para os negócios. Também aproveitamos a ocasião para apresentar soluções que geram valor e novas oportunidades. Levamos para a Autocom uma tecnologia que integra o Pix Saque e o Pix Troco e reforçamos as novas funcionalidades do Carat, ecossistema omnichannel que impacta positivamente a jornada presencial e digital dos consumidores.

João Carlos de Oliveira, presidente da Associação Brasileira de Automação **GS1** Brasil ficou feliz com o retorno presencial da feira e com a resposta do público que lotou o evento nos três dias. “O networking de toda a cadeia da automação e o conhecimento transmitido no evento foram muito produtivos para a retomada das oportunidades e o desenvolvimento do setor. A participação da Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil se consolidou na inovação dos códigos bidimensionais para os processos de identificação de produtos e as soluções que beneficiam não só empresas, mas também o consumidor, que passa a ter acesso a muito mais informações importantes sobre o que está consumindo.”

Para Cristiano Gregorius, diretor de canais da **Linx**, o debate sobre a importância da integração entre os canais físico e digital, evidencia o papel das soluções de automação para essa volta do varejo físico. E, indo ao encontro dessas tendências, a empresa trouxe todo seu ecossistema de soluções para automação do varejo, com objetivo de ampliar ainda mais o programa de franquias da empresa.

#### **Informações à Imprensa**

**DFREIRE Comunicação e Negócios**

(11) 5105-7171

Debora Freire: [debora@dfreire.com.br](mailto:debora@dfreire.com.br)

(11) 99976-1165

Elisabete Leandro: [beteleandro@dfreire.com.br](mailto:beteleandro@dfreire.com.br)

(11) 99616-2885