

SENAI GASPAR RICARDO JÚNIOR

Curso Análise e Desenvolvimento de Sistemas

RELATÓRIO TÉCNICO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE TI NO  
GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

Aluna: Paola de Oliveira

Sorocaba – SP

2026

## **Introdução**

O Grupo Pão de Açúcar (GPA), um dos maiores varejistas do Brasil, tem se destacado pelo uso inovador de tecnologia para melhorar a experiência de compra dos consumidores e otimizar seus processos internos. A transformação digital no GPA é uma resposta à crescente demanda por omnichannel, inteligência artificial, automação e maior eficiência operacional. O planejamento estratégico de TI do grupo visa integrar o físico e o digital, tornando suas operações mais ágeis, seguras e focadas nas necessidades dos consumidores.

Este relatório explora o planejamento estratégico de TI do GPA, detalhando as inovações tecnológicas implementadas para melhorar a experiência do cliente, otimizar a gestão de estoques e processos logísticos, e como a migração para a nuvem, o uso de inteligência artificial (IA) e outras soluções digitais estão transformando suas operações.

## **Contextualização da Empresa**

O Grupo Pão de Açúcar (GPA) é um dos principais grupos de varejo no Brasil, com diversas marcas sob seu portfólio, incluindo Pão de Açúcar, Extra e Assaí Atacadista. Com uma vasta rede de lojas físicas e um crescimento constante no e-commerce, o GPA se vê diante do desafio de integrar suas operações físicas com a experiência digital, criando uma jornada de compra fluida e personalizada para seus clientes.

A transformação digital no GPA não é apenas uma resposta ao mercado em constante mudança, mas também um esforço para aumentar a participação das vendas digitais e melhorar a eficiência operacional. Isso inclui a integração de canais físicos e digitais, a migração para a nuvem, o uso de inteligência artificial para previsão de demanda e automação de processos para otimizar a logística e a gestão de estoques.

## **Desafios Enfrentados**

A adaptação de uma empresa de grande porte como o GPA às novas demandas do mercado digital envolve diversos desafios, principalmente na integração de soluções tecnológicas em seus processos tradicionais. Alguns dos principais desafios incluem:

1. Integração entre o físico e o digital: Garantir que as operações físicas e digitais funcionem de forma integrada é um dos maiores desafios. O GPA precisa conectar suas lojas físicas com o e-commerce, criando uma experiência omnicanal fluida para os clientes, que possam comprar online, retirar na loja, ou realizar compras na loja e receber em casa.
2. Gerenciamento de grandes volumes de dados: O GPA lida com enormes volumes de dados de clientes, estoques e vendas. Utilizar essas informações de forma eficiente para otimizar suas operações e personalizar a experiência de compra exige soluções avançadas de inteligência de dados e análise preditiva.
3. Eficiência logística: Com a expansão das vendas digitais, o GPA precisa garantir que sua cadeia logística esteja otimizada. Isso inclui o gerenciamento eficiente dos estoques, previsão de demanda e entrega rápida e segura, tanto para compras online quanto para as operações em loja.
4. Segurança e proteção de dados: A crescente digitalização traz a necessidade de fortalecer a cibersegurança, especialmente no que diz respeito à proteção de dados sensíveis dos clientes, como informações de pagamento e preferências pessoais.

## Planejamento Estratégico de TI

O planejamento estratégico de TI do GPA está centrado em quatro áreas principais: omnichannel, inteligência de dados, nuvem e infraestrutura, e automação. Estas áreas buscam integrar as operações físicas e digitais, melhorar a experiência do cliente e otimizar a gestão de processos e logística.

### 1. Omnichannel (Integração Física e Digital)

Uma das principais inovações do GPA é a criação de uma experiência de compra omnicanal, que permite que os consumidores tenham uma jornada de compra fluida entre as lojas físicas e o e-commerce. O aplicativo Pão de Açúcar Mais é uma das

principais ferramentas nessa integração, permitindo que os clientes façam compras e pagamentos via Scan & Go (uma funcionalidade que permite escanear os produtos e pagar diretamente pelo app, sem precisar passar pelo caixa). Esse sistema não só oferece mais conveniência, mas também reduz o tempo de espera nas lojas, proporcionando uma experiência de compra mais rápida e agradável.

Além disso, o GPA está investindo na integração de canais para que os consumidores possam, por exemplo, comprar online e retirar o produto na loja, ou vice-versa. Esse movimento é crucial para garantir que a experiência de compra seja consistente, independentemente de onde o cliente faça suas compras.

## 2. Inteligência de Dados e Hipersonalização

O GPA tem adotado soluções baseadas em inteligência artificial (IA) para otimizar suas operações e melhorar a experiência do cliente. A implementação do Real-Time CDP (Customer Data Platform) da Adobe é um exemplo disso. Essa plataforma coleta dados de clientes em tempo real, permitindo que o GPA ofereça ofertas hipersonalizadas, adaptadas aos comportamentos e preferências individuais de cada consumidor.

A inteligência artificial também é usada para melhorar a previsão de demanda e otimizar a gestão de estoques, ajustando as quantidades de produtos de acordo com as preferências dos clientes e as tendências de compra. Isso ajuda a reduzir desperdícios e melhorar a disponibilidade de produtos, atendendo melhor as necessidades dos consumidores.

## 3. Migração para a Nuvem

Uma das iniciativas mais importantes do planejamento estratégico de TI do GPA é a migração de sistemas para a nuvem, com a transferência de mais de 600 servidores e 250 sistemas para a nuvem Google. A infraestrutura em nuvem permite maior agilidade, segurança e escalabilidade, essenciais para suportar o crescimento das operações digitais e a crescente demanda por vendas online.

A migração para a nuvem também oferece maior segurança de dados, uma vez que a nuvem proporciona recursos avançados de proteção de dados e conformidade com regulamentações de segurança, fundamentais para a confiança do cliente.

## 4. Automação e Gestão de Processos

Além das inovações nos canais de venda, o GPA está implementando soluções de automação para melhorar a eficiência operacional. A implementação de self-checkouts nas lojas físicas e o uso de plataformas como Construct IN, que utiliza imagens 360º para

a gestão de obras, são exemplos de como a automação está sendo aplicada em processos que antes eram manuais, reduzindo erros e otimizando o tempo.

Além disso, a automação logística tem permitido ao GPA otimizar a gestão de estoques e previsão de demanda, garantindo que os produtos estejam sempre disponíveis para os consumidores, seja nas lojas ou no e-commerce.

### **Benefícios Esperados**

Com o planejamento estratégico de TI em andamento, o GPA espera alcançar vários benefícios significativos, tanto para a empresa quanto para seus clientes:

1. Melhoria na Experiência do Cliente: A integração entre os canais físicos e digitais proporciona uma experiência mais conveniente e personalizada, aumentando a satisfação e fidelidade do cliente.
2. Maior Eficiência Operacional: A automação de processos e a migração para a nuvem devem reduzir custos operacionais, melhorar a gestão de estoques e otimizar a logística, permitindo que o GPA opere com mais eficiência.
3. Aumento nas Vendas Digitais: A utilização de IA e big data para personalizar ofertas e melhorar a previsão de demanda deve contribuir para o aumento da participação dos canais digitais nas vendas.
4. Segurança e Conformidade: A migração para a nuvem e os investimentos em cibersegurança garantem maior segurança de dados e a conformidade com as regulamentações de proteção de dados, fundamentais para a confiança dos consumidores.

## **Conclusão**

O planejamento estratégico de TI do Grupo Pão de Açúcar está demonstrando como a transformação digital pode ser um grande impulsionador da eficiência operacional e da experiência do cliente no varejo. A integração das operações físicas e digitais, o uso de inteligência artificial para personalização e previsão de demanda, a migração para a nuvem e a implementação de automação têm transformado as operações do GPA e colocado a empresa em uma posição estratégica para enfrentar os desafios do mercado digital.

Com essas inovações, o GPA não só melhora a eficiência logística e gestão de estoques, mas também consegue oferecer uma experiência de compra mais rápida, conveniente e personalizada para seus consumidores. A adoção de tecnologias emergentes, como big data e IA, garante que o GPA se mantenha competitivo em um mercado cada vez mais digital e dinâmico.