



RetailTech lança IA que reduz até 35% dos custos em ações de trade marketing

*Estreando na ABF Franchising Expo, **Saggezza** aposta em tecnologia para mostrar que o mercado opera no escuro, com marcas investindo alto em campanhas que não chegam conforme planejadas às lojas*

São Paulo, junho de 2026 – A RetailTech **Saggezza** fará sua estreia na feira ABF com tecnologias e **inteligência artificial** que podem gerar até 35% de redução nos custos de ações nos PDVs. Um dos principais objetivos da participação será mostrar que a falta de conformidade entre o que é planejado e o que é executado em cada loja é motivo de prejuízos gigantes para franqueados e franqueadores, em cifras que chegaram a US\$ 125 bi só nos Estados Unidos em 2025, de acordo com a *One Door Retail Solutions*,

O mesmo estudo aponta que 49,9% dos consumidores abandonam a compra quando o produto não está disponível ou bem exposto na loja e 73,4% demonstram insatisfação direta com a marca quando a execução de PDV falha. “Campanha lançada não é campanha executada e, sem evidências, não há como fazer uma avaliação fidedigna. Hoje, o que existe é muito processo, pouco dado visível e nenhuma leitura do que foi realmente efetivo, refletindo em investimento desperdiçado e perda de vendas”, explica Renato Paschoal, CEO da Saggezza.

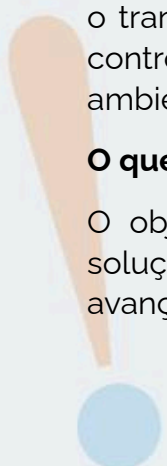
Soluções de IA e Realidade Aumentada

A tecnologia da retailtech chega para ampliar a visão das marcas. O sistema de auditoria com **inteligência artificial**, por exemplo, usa reconhecimento de imagem para validar a instalação, identificar o que não está de acordo e gerar relatórios por loja. O processo ganha escala, com evidência fotográfica geolocalizada e percentual de conformidade comprovado. Já a ferramenta de realidade aumentada dá a visão exata de como as peças ficarão na loja, utilizando mapeamento de dimensões e profundidade reais para garantir uma tomada de decisão segura.

Outro diferencial, que também soma na otimização de investimentos e redução de custos, é o serviço integrado em única plataforma. Diferentemente de concorrentes, que geralmente entregam só dashboards e de operadores logísticos que oferecem só o transporte, a Saggezza fecha o ciclo, concentrando todo o processo, do briefing ao controle. “Somos uma empresa de tecnologia para o varejo que não atua apenas no ambiente digital, mas também na complexidade prática da operação”, diz o executivo.

O que será apresentado na ABF

O objetivo da Saggezza é atrair a atenção de franquias e franqueadores para as soluções já testadas por redes como **Grupo Boticário** e **McDonald’s**. A empresa avança no mercado brasileiro com um modelo dividido em 4 planos: **Napoli (starter)**,





que é a camada tecnológica, ideal para redes que querem começar pela inteligência de dados e auditoria; **Venezia** (*avançado*), que soma tecnologia e gestão completa de fornecedores e produtores de materiais de visual merchandising; **Roma** (*completo*), que reúne os benefícios dos planos anteriores com fluxo operacional logístico completo, da matriz até a porta da loja; **Milano** (*premium*), que traz todo o ecossistema Saggezza com atendimento personalizado a cada franqueado e a cada PDV da rede.

O trabalho, de modo geral, busca zerar gargalos como retrabalho por erros de aplicação, atrasos ou falta de materiais; perda de impacto de marca por aplicação inconsistente; falta de aderência a *guidelines* e padrões visuais; ruídos entre o que a matriz planeja e o que a loja consegue executar; sobrecarga de equipes internas para coordenar toda a cadeia; dificuldade de acompanhar indicadores em tempo real, entre outros *gaps* que impactam diretamente em negócios.

"A ABF Franchising é uma grande vitrine, para que fique claro como podemos transformar não só esse tipo de operação, mas a maneira de fazer trade marketing, ampliando segurança, previsibilidade, controle e, principalmente, gerando informações para análises e direcionamento das campanhas, correções ágeis e a criação de oportunidades", finaliza Paschoal. O estande da Saggezza na ABF é o F063. Mais informações em: <https://www.sgztrade.com.br/>

Sobre a Saggezza

É a única RetailTech que integra suprimentos, tecnologia, logística e execução. Conecta as estratégias de comunicação visual da marca à aplicação real nos pontos de venda com IA e auditoria geolocalizada, garantindo que o que foi planejado aconteça de verdade na loja. Entre os principais clientes estão marcas como: Grupo Boticário, McDonald's, Wella Company, Lego, Eternit, Philip Morris International, L'ORÉAL, Incepa e Dormer Pramet.

