

MANUAL DO USUÁRIO

Gestão Ativa

Mary Kay

Guia completo do Consultora

Do cadastro às funcionalidades mais avançadas do painel. Tudo o que você precisa para vender mais e gerir sua loja com o Gestão Ativa.

Sumário

01. Boas-vindas e visão geral	3
02. Como se cadastrar e assinar	6
03. Primeiro acesso e o painel	10
04. Configurações da loja	14
05. Sincronização	18
06. Produtos	21
07. Estoque e Categorias	25
08. Kits e combos	29
09. Vendas (PDV)	32
10. Clientes	36
11. Preferências do cliente	40
12. Promoções e Cupons	43
13. Metas e Performance	46
14. Comunicações e Campanhas	49
15. Modelos de mensagem prontos da Mary Kay	54
16. Relatórios	55
17. Notas fiscais (NF-e)	59
18. Gateway de pagamento	63
19. Loja pública, link na bio e afiliados	67
20. Funcionalidades escondidas e dicas avançadas	71
21. Perguntas frequentes e solução de problemas	75
22. Glossário	78

Boas-vindas e visão geral

Bem-vindo(a) ao Gestao Ativa, o sistema completo de gestao de vendas para o seu negocio de venda direta e revenda. Aqui voce controla produtos, estoque, clientes, vendas e a comunicacao com a sua base — tudo em um so lugar, no computador ou no celular. Este manual foi escrito para voce, lojista e consultora, que assina o sistema e opera o dia a dia pelo PAINEL administrativo. Antes de mergulhar em cada funcionalidade, vamos entender como o Gestao Ativa esta organizado e onde voce vai trabalhar.

O que e o Gestao Ativa

O Gestao Ativa e um sistema online (SaaS) multi-loja: cada loja tem sua propria conta, seus dados e sua vitrine. Voce assina o sistema, cadastra seus produtos e clientes, registra suas vendas e ainda ganha uma loja virtual publica para divulgar seu catalogo. A ideia e simples: tirar o controle do seu negocio do caderno e da planilha e colocar tudo organizado, acessivel de qualquer lugar.

- Cadastro de produtos, categorias e controle de estoque
- Registro de vendas e acompanhamento de pagamentos
- Cadastro completo de clientes e historico de compras
- Vitrine publica (loja virtual) para divulgar seu catalogo
- Comunicacao com clientes por WhatsApp, campanhas e automacoes (modulo adicional)
- Relatorios, metas e indicadores de desempenho

2 meses gratis

Ao criar sua conta voce tem 2 meses para usar o sistema completo, sem cadastrar cartao de credito. Depois do teste, a assinatura e mensal e paga por PIX, gerada quando voce quiser dentro do proprio sistema. Seus dados ficam sempre salvos.

As 3 areas do sistema

O Gestao Ativa tem tres areas distintas. E importante saber em qual delas voce esta para nao se perder: o PAINEL e onde VOCE trabalha; a LOJA e o que o seu CLIENTE ve; e a CONTA e onde o cliente acompanha as proprias compras.

Area	Quem usa	Endereco	Para que serve
Painel administrativo	Voce (consultora/lojista)	/dashboard	Gerenciar produtos, estoque, clientes, vendas, comunicacoes e configuracoes.
Loja publica (vitrine)	Seus clientes (visitantes)	/store/sua-loja	Vitrine com seu catalogo, paginas de produto e de kit, carrinho e checkout.
Conta do cliente	Seus clientes (logados)	/store/sua-loja/conta	O cliente acompanha pedidos, edita o cadastro, gerencia enderecos e preferencias.

Dica

Onde 'sua-loja' aparece no endereco, e o apelido (slug) da sua loja, definido nas Configuracoes. E esse link publico que voce compartilha com os clientes.

O Painel administrativo (foco deste manual)

O Painel e a sua central de trabalho. A navegação fica no menu lateral (barra azul a esquerda; no celular, abre pelo botão de menu). É por ali que você acessa todas as funcionalidades do dia a dia.

Painel %, Dashboard %, Produtos %, Estoque %, Clientes %, Vendas %, Performance %

- Dashboard: visão geral do negócio com números e filtros de período.
- Produtos / Estoque: cadastro do catálogo e controle de quantidades.
- Clientes: base de clientes com histórico e dados de contato.
- Vendas: registro de pedidos; um aviso amarelo no menu indica vendas aguardando pagamento.
- Comunicações: WhatsApp, campanhas e automações (aparece quando o módulo está liberado).
- Configurações: dados da loja, aparência da vitrine, assinatura e mais.

Saiba mais

O menu se adapta ao seu negócio e ao seu plano. Alguns itens só aparecem para o tipo Varejo (como Vendas, Promoções, Kits e Performance) e outros dependem de módulos contratados. Se um item não aparece para você, normalmente é porque não se aplica ao seu perfil.

A Loja pública e a Conta do cliente

A Loja pública e a vitrine que qualquer pessoa pode acessar pelo link da sua loja: ela mostra o catálogo, páginas individuais de produto e de kit, carrinho e finalização de pedido. Já a Conta do cliente é a área logada onde o seu cliente consulta 'Meus pedidos', edita 'Meu cadastro' e gerencia 'Meus endereços'. Você não precisa operar essas áreas — mas é bom conhecê-las, porque tudo que você cadastra no Painel aparece para o cliente ali.

Modalidade e tipo de negócio

Cada loja no Gestão Ativa tem duas características que definem como o sistema se comporta: a MODALIDADE (a marca/segmento) e o TIPO DE NEGÓCIO. Eles são definidos no cadastro da loja e ajustam textos, recursos disponíveis e automações.

Conceito	Opções	O que muda
Modalidade	Padrão, Mary Kay e outras marcas de cosméticos	Habilita recursos de venda de cosméticos, como preferências do cliente e modelos de mensagem próprios.
Tipo de negócio	Varejo (este manual) e Pet Care	Define os itens de menu e os fluxos. No Varejo, você tem Vendas, Promoções, Kits e Performance.

Nas modalidades de cosméticos, o sistema libera o cadastro de PREFERÊNCIAS do cliente (cor de pele, tipo de pele, produtos favoritos e afins) e usa MODELOS DE MENSAGEM pensados para esse público. Na loja, o cliente pode preencher e atualizar essas preferências na própria área da conta.

Sincronização de catálogo (Mary Kay)

Em algumas modalidades, como Mary Kay, o Gestão Ativa pode SINCRONIZAR automaticamente o catálogo oficial — produtos, kits e promoções — para a sua loja, poupando o trabalho de cadastrar item por item. Esse recurso fica nas Configurações da loja, quando disponível para a sua modalidade.

Como este manual está organizado

Os capítulos seguem o caminho natural de quem está começando: primeiro o básico (entrar no sistema,

configurar a loja e cadastrar o catálogo), depois a operação do dia a dia (clientes, vendas, estoque) e, por fim, as funcionalidades mais avançadas e os 'truques' que ficam menos à vista. A cada tela, você encontra o passo a passo real, com os nomes de menus, abas, botões e campos que existem no sistema.

- Primeiros passos: criar a conta, entrar no Painel e configurar os dados da loja.
- Catálogo: produtos, categorias, kits, promoções e estoque.
- Clientes: cadastro, histórico, endereços e (nas modalidades de cosméticos) preferências.
- Vendas: registrar pedidos, pagamentos e acompanhar o que está em aberto.
- Comunicações e automações: WhatsApp, campanhas e mensagens automáticas.
- Relatórios, metas e desempenho, além de configurações avançadas e dicas escondidas.

Atenção

Dependendo da sua modalidade, do tipo de negócio e dos módulos contratados, alguns recursos descritos no manual podem não aparecer no seu Painel. Isso é normal: o sistema mostra apenas o que faz sentido para a sua loja.

Como se cadastrar e assinar

Antes de gerenciar suas vendas, você precisa criar a sua conta e a sua loja no Gestão Ativa. O cadastro é rápido: você informa os dados da loja, escolhe o tipo de negócio e a modalidade, cria seu acesso e já começa a usar. O teste é grátis por 2 meses e não exige cartão de crédito no cadastro. Neste capítulo você vê o passo a passo completo: criar a conta, confirmar o e-mail, fazer o primeiro login, cadastrar o cartão (quando for a hora) e o que fazer caso esqueça a senha.

Criar a conta e a loja

O cadastro fica na página "Crie sua conta". Tudo acontece em uma única tela, dividida em seções: Tipo de negócio, Dados da loja, Seus dados e o aceite dos termos. No topo há um aviso lembrando que você tem 2 meses grátis para testar, sem cartão de crédito.

Página inicial %, Criar conta grátis %, Crie sua conta

1. Em "Tipo de negócio", escolha entre Varejo (lojas, revendedoras e pequenos negócios) ou Pet Care (pet shops, clínicas e veterinários). Basta clicar no cartão desejado.
2. Em "Dados da loja", preencha o Nome da loja. O campo Slug (URL da loja) é preenchido automaticamente a partir do nome e fica somente leitura — é o endereço da sua loja, formado apenas por letras minúsculas, números e hífen.
3. Se o tipo de negócio for Varejo, escolha a Modalidade no seletor (Loja Padrão ou a marca da sua revenda). A modalidade adapta termos e recursos do sistema ao seu segmento.
4. Em "Seus dados", informe CPF, Nome completo e Email. Esses dados identificam você como dono(a) da conta.
5. Crie uma Senha forte. À medida que você digita, uma lista mostra quais regras já foram atendidas. Repita a senha em Confirmar senha.
6. Se quiser, informe o WhatsApp (opcional) para contato.
7. Marque a caixa "Li e concordo com os Termos de Uso e a Política de Privacidade" (é obrigatório).
8. Clique em "Começar teste grátis".

Modalidade só aparece no Varejo

O seletor de Modalidade só é exibido quando o tipo de negócio escolhido é Varejo. No Pet Care o sistema já usa a configuração própria do segmento.

Slug, e-mail e CPF são únicos

Cada loja precisa de um endereço (slug) exclusivo, e cada conta de um e-mail e CPF únicos. Se algum já estiver em uso, o sistema avisa e o cadastro não é concluído. Como o slug é gerado a partir do nome, ajuste o nome da loja caso o endereço já exista.

Regras da senha

A senha precisa atender a todas as regras abaixo. Elas valem tanto no cadastro quanto ao redefinir ou trocar a senha mais tarde.

Regra	Exigência
Tamanho	Mínimo de 10 caracteres

Regra	Exigência
Letra maiúscula	Pelo menos uma (A-Z)
Letra minúscula	Pelo menos uma (a-z)
Número	Pelo menos um (0-9)
Caractere especial	Pelo menos um (ex.: ! @ # \$ %)

Indicação de outra loja

Se você acessou o cadastro por um link de indicação, uma faixa no topo do formulário mostra "Indicado por" com o nome da loja que indicou. Não há nada a fazer: basta seguir o cadastro normalmente.

Confirmar o e-mail

Logo após criar a conta, o sistema envia um e-mail com um link de verificação e leva você para a tela "Verificação pendente", que mostra o endereço para onde o e-mail foi enviado.

1. Abra a caixa de entrada do e-mail cadastrado.
2. Clique no link de verificação recebido. Ele abre a página "Verificação de e-mail".
3. Aguarde a confirmação: ao aparecer "E-mail verificado!", sua conta está ativada e você pode clicar em "Ir para o login".

O link expira em 24 horas

O link de verificação vale por 24 horas. Se expirar, você verá a mensagem "Link expirado" — nesse caso, faça login para solicitar um novo e-mail de verificação.

Não recebeu o e-mail? Na tela "Verificação pendente", confira a caixa de spam e clique em "Reenviar e-mail de verificação". Você também pode reenviar pela tela de login, como explicado a seguir.

Primeiro login

Com o e-mail já confirmado, acesse a tela "Entre na sua conta", informe e-mail e senha e clique em "Entrar". Ao entrar, você cai direto no painel (dashboard). Use o ícone de olho ao lado da senha para conferir o que digitou.

Página inicial %, Fazer login %, Entre na sua conta

Conta ainda não confirmada

Se você tentar entrar antes de confirmar o e-mail, o sistema abre a janela "Confirme seu e-mail". Ali dá para clicar em "Reenviar e-mail de confirmação" ou em "Falar com o suporte" — sem precisar voltar para a tela de verificação pendente.

Conta bloqueada por atraso

Se houver mensalidades em atraso, ao tentar entrar aparece a janela "Conta bloqueada". O sistema envia para o seu e-mail as instruções e o link para pagamento via PIX dos valores em aberto. Assim que o pagamento é confirmado, o acesso é liberado automaticamente.

Assinatura e cadastro do cartão

O cadastro inicial não pede cartão de crédito: você começa o teste grátis na hora. O cartão só entra em cena

quando você decide garantir a continuidade da assinatura, pela tela "Cadastre seu cartão" (checkout). Nessa etapa nenhuma cobrança é feita no ato — a primeira cobrança acontece apenas depois do período de teste.

1. Na tela de checkout, em "Dados do cartão", informe Nome no cartão, Número do cartão, Mês e Ano de validade e o CVV.
2. Em "Dados do titular", informe CPF ou CNPJ, CEP e Número do endereço; o Telefone é opcional.
3. Clique em "Cadastrar cartão e começar" para confirmar.
4. Ao concluir, o sistema mostra "Cartão cadastrado com sucesso!" e leva você ao painel.

Dá para deixar o cartão para depois

Na tela de checkout existe a opção "Pular por agora (cadastrar cartão depois)". Ela leva você direto ao painel para continuar usando no período de teste e cadastrar o cartão mais tarde.

Seus dados de pagamento estão seguros

Os dados do cartão são processados pelo provedor de pagamentos e não ficam armazenados no Gestão Ativa.

Esqueci a senha (redefinir)

Se você não lembra a senha, use o fluxo de recuperação a partir da tela de login. O link de redefinição chega por e-mail.

1. Na tela de login, clique em "Esqueci minha senha".
2. Na página "Esqueceu sua senha?", informe seu e-mail e clique em "Enviar link de recuperação".
3. Abra o e-mail e clique no link recebido — ele abre a página "Redefinir senha".
4. Crie a Nova senha (atendendo às regras) e repita em "Confirmar nova senha".
5. Clique em "Salvar nova senha". Você é levado de volta ao login com o aviso de que a senha foi redefinida.

Mensagem neutra por segurança

Após pedir o link, o sistema sempre mostra "Se o e-mail informado estiver cadastrado, você receberá um link". Isso é proposital: protege a privacidade ao não revelar se o e-mail tem conta ou não. Se o link de redefinição expirar, é só solicitar um novo na mesma tela.

Trocar a senha

Em alguns casos a conta é criada com uma senha temporária e o sistema pede que você defina uma nova na tela "Alterar senha". O fluxo é igual ao de redefinição: crie a Nova senha seguindo as regras, confirme e clique em "Salvar nova senha".

Você precisa entrar de novo

Ao salvar a nova senha pela tela "Alterar senha", a sessão é encerrada por segurança e você é levado ao login para entrar com a senha recém-criada.

Referência rápida das telas

Tela	Para que serve
Crie sua conta	Criar conta e loja (tipo de negócio, modalidade, seus dados)
Verificação pendente	Confirmar que o e-mail foi enviado e reenviar, se preciso
Verificação de e-mail	Ativar a conta ao clicar no link recebido
Entre na sua conta	Fazer login com e-mail e senha
Cadastre seu cartão	Cadastrar o cartão da assinatura (checkout)
Esqueceu sua senha?	Solicitar o link de redefinição por e-mail
Redefinir senha	Definir uma nova senha pelo link recebido
Alterar senha	Trocar a senha quando o sistema solicita

Primeiro acesso e o painel

O painel administrativo do Gestão Ativa é onde você comanda a sua loja: cadastra produtos, registra vendas, acompanha clientes e enxerga os números do negócio. Neste capítulo você vai conhecer o layout da tela, entender o menu lateral, ler os indicadores do Dashboard e aprender truques úteis do dia a dia, como instalar o sistema como aplicativo e diferenciar os papéis de Proprietário e Funcionário.

Entrando no painel

Acesse o sistema pela tela de login com o seu e-mail e senha. Assim que você entra, o Gestão Ativa abre direto no Dashboard, a visão geral da loja. Se você for redirecionado para a tela de cobrança (checkout), é sinal de que a assinatura precisa de atenção (cancelada ou com mensalidades em aberto); regularize para liberar o acesso completo.

Login % Dashboard

O layout do painel

A tela é dividida em duas partes. À esquerda fica o menu lateral (a barra escura com o nome e o logo da sua loja no topo). À direita fica a área de trabalho, onde o conteúdo de cada seção é exibido. No alto da área de trabalho há uma barra fina com o sino de notificações.

- Topo do menu: logo e nome da loja, com a etiqueta 'Gestão de Loja'.
- Meio do menu: os itens de navegação (Dashboard, Produtos, Vendas, etc.).
- Rodapé do menu: o botão 'Instalar App' (quando disponível), o seu nome com o cargo e o botão 'Sair'.
- Barra superior direita: o sino de notificações.

No celular

Em telas pequenas o menu lateral fica escondido. Toque no ícone de três tracinhos (menu) no canto superior esquerdo para abri-lo, e toque fora dele (na área escurecida) para fechar. O sino de notificações aparece no canto superior direito.

O menu lateral (Varejo)

Para o ramo de Varejo (venda direta/revenda), o menu lateral traz os seguintes itens, de cima para baixo:

Item do menu	Para que serve
Dashboard	Tela inicial com indicadores e gráficos da loja.
Produtos	Cadastro e gestão dos seus produtos.
Estoque	Controle de quantidades e movimentações de estoque.
Clientes	Cadastro de clientes e histórico de compras.
Vendas	Registro e acompanhamento das vendas (PDV e catálogo).
Performance	Acompanhamento de metas e desempenho de vendas.
Comunicações	Campanhas e mensagens para clientes (depende do plano).
Afiliados	Gestão de afiliados/indicadores da loja.
Link da Bio	Página de links para divulgar a loja nas redes.

Item do menu	Para que serve
Configurações	Dados da loja, personalização, equipe e ajustes gerais.
Relatórios	Relatórios exportáveis de vendas e operação.
Ajuda	Central de perguntas frequentes (FAQ).

Saiba mais

O menu se adapta ao seu plano e ao tipo de negócio. Itens como 'Comunicações' só aparecem se o seu plano incluir esse recurso. Por isso, a lista que você vê pode variar um pouco da tabela acima.

- O item ativo aparece destacado, para você sempre saber em que seção está.
- Cada item leva ao seu próprio capítulo neste manual; aqui o foco é a navegação geral.

A tela inicial (Dashboard)

O Dashboard resume a saúde da loja. No topo há um filtro de período (por padrão, os últimos 30 dias) que vale para toda a tela, e duas abas: 'Visão Geral' e 'Visão Financeira'. Troque o período para analisar outra janela de tempo.

Painel %, Dashboard %, Visão Geral / Visão Financeira

Aba Visão Geral

Logo no topo, se houver vendas do catálogo aguardando confirmação, aparece um aviso em amarelo informando quantas estão a confirmar; clique nele para revisar. Em seguida vêm os cartões de indicadores (KPIs):

Cartão	O que mostra
Receita do período	Faturamento no período, com comparação ao período anterior.
Vendas no período	Quantidade de vendas no período.
Ticket médio	Valor médio por venda no período.
Clientes	Total de clientes cadastrados.
Estoque Baixo	Quantos produtos estão com estoque baixo.
Valor em Estoque	Valor total parado em estoque e o total de unidades.
A Receber	Pagamentos parciais pendentes; clique para ir à cobrança.

Abaixo dos cartões ficam os painéis de metas e de fidelidade, e os gráficos: 'Tendência de Vendas' (evolução do faturamento), 'Top 5 Produtos', a tabela de 'Vendas Recentes' e, quando houver, a lista de 'Aniversariantes (próximos 3 meses)' — útil para um contato carinhoso com o cliente.

Aba Visão Financeira

Aqui o foco é o resultado do negócio. Os cartões trazem Receita Total, CMV (custo das mercadorias vendidas), Lucro Bruto, Margem Bruta, Nº de Vendas e Ticket Médio. Mais abaixo você encontra os gráficos de 'Receita por Período', 'Top 10 Produtos', 'Métodos de Pagamento', 'Receita por Canal' (loja vs catálogo), 'Receita por Categoria' e a tabela de 'Análise de Margem por Produto'.

Dica

Se um gráfico aparecer vazio com a mensagem 'Sem dados no período', não é erro: significa apenas que não houve movimento naquela janela. Amplie o período pelo filtro do topo para ver mais.

Aviso de vendas aguardando pagamento

No menu lateral, ao lado do item 'Vendas', pode surgir um pequeno selo colorido (badge) com um número. Ele indica quantas vendas estão abertas, ou seja, aguardando pagamento. É um lembrete visual para você não esquecer de fechar essas vendas.

- O número se atualiza sozinho de tempos em tempos enquanto você usa o painel.
- Quando passa de 99, o selo mostra '99+'.
- Se não há vendas em aberto, o selo simplesmente não aparece.

Painel %, Vendas**Instalar como aplicativo (PWA)**

O Gestão Ativa pode ser instalado como um aplicativo no seu celular ou computador, ganhando um ícone na tela inicial e abrindo em tela cheia, sem a barra do navegador. Quando o seu dispositivo permite a instalação, aparece o botão 'Instalar App' no rodapé do menu lateral.

1. Localize o botão 'Instalar App' no rodapé do menu lateral.
2. Clique nele e confirme a instalação na janela que o navegador exibe.
3. Pronto: o ícone do Gestão Ativa fica disponível como um app.

Saiba mais

O botão 'Instalar App' só aparece quando o navegador oferece a instalação e o sistema ainda não está instalado. Se você não o vê, pode ser que já tenha instalado, ou que esteja num navegador que não suporta esse recurso. Pode também surgir um convite de instalação na parte de baixo da tela; você pode instalar por ali ou dispensá-lo (ele fica quieto por 30 dias).

Papéis: Proprietário x Funcionário

Cada pessoa que acessa o painel tem um cargo, exibido logo abaixo do nome no rodapé do menu lateral. Existem dois papéis principais na loja:

Papel	Quem é
Proprietário	Dono(a) da loja, com acesso completo, inclusive Configurações e gestão da equipe.
Funcionário	Membro da equipe que opera o painel no dia a dia, conforme as permissões.

Saiba mais

Você adiciona e gerencia os membros da equipe (e seus cargos) na seção Configurações. Quem aparece como 'Super Admin' é o suporte do Gestão Ativa acessando sua loja temporariamente; nesse caso, no lugar de 'Sair' aparece 'Voltar ao Admin'.

Como sair

Para encerrar a sessão com segurança, especialmente em computadores compartilhados, use o botão 'Sair' no rodapé do menu lateral, abaixo do seu nome. Você será levado de volta à tela de login.

Menu lateral % (rodapé) %, Sair

Atenção

Sempre clique em 'Sair' ao terminar de usar o painel em um aparelho que não é só seu. Fechar a aba do navegador nem sempre encerra a sessão.

Configurações da loja

A área de Configurações é onde você define a identidade da sua loja: os dados que aparecem nos comprovantes, as cores do sistema, como o seu comprovante de venda fica, e até o link público do seu catálogo. Tudo fica organizado em abas no topo da tela. Algumas abas (como Assinatura) só aparecem para quem é dono da loja. Nesta seção do manual vamos passar por cada aba, com foco nos dados da loja, na personalização visual e no comprovante de venda.

Painel %, Configurações

As abas de Configurações

No topo da tela de Configurações há uma barra de abas. Clique em uma aba para trocar de conteúdo (a aba selecionada também fica gravada no endereço, então você pode salvar o link de uma aba específica). As abas disponíveis são:

Aba	Para que serve
Loja	Dados cadastrais: nome, CNPJ, endereço, WhatsApp, link do Google, logo e link da loja.
Personalização	Cores do sistema (primária, barra lateral, gráficos) e a nomenclatura do profissional.
Comprovante	Cor e quais campos aparecem no comprovante de venda (PDF, WhatsApp e e-mail).
Catálogo	Link público do catálogo e configuração de entrega/retirada e cidades atendidas.
Usuários	Gestão das pessoas que acessam o sistema da loja.
Sincronização	Integração de sincronização de dados (aparece apenas em modalidades específicas).
WhatsApp	Conexão do WhatsApp para envio de mensagens.
Sugestões	Envio de ideias e melhorias para o sistema.
Assinatura	Plano e cobrança (visível somente para o dono da loja).

Saiba mais

A aba Sincronização só aparece quando a sua loja usa uma modalidade que tem essa integração. A aba Assinatura só é exibida para o perfil de dono. Se você não vê alguma dessas abas, é porque ela não se aplica ao seu caso.

Aba Loja: dados cadastrais

Esta é a primeira aba e reúne as informações básicas do seu negócio. Esses dados alimentam o cabeçalho do comprovante de venda e a sua loja pública.

1. Abra Configurações e fique na aba Loja.
2. Preencha o campo Nome da Loja (obrigatório, mínimo de 2 caracteres).
3. Informe o CNPJ no formato 00.000.000/0000-00 (opcional).
4. Preencha o Endereço no formato Rua, número, bairro, cidade - UF (opcional).
5. Informe o WhatsApp da Loja, ex.: (11) 99999-9999.
6. Cole o Link do Google (avaliações), ex.: <https://g.page/r/...> para incentivar avaliações.

7. Envie a Logo da Loja clicando na area de imagem (veja abaixo).
8. Clique em Salvar Configuracoes. O botao so habilita quando ha alteracoes e nenhuma imagem esta em envio.

Atenção

Os campos Link do Google e Logo precisam ser URLs validas. Se voce digitar algo que nao seja um endereco valido, o sistema acusa erro e nao salva. Deixe em branco se nao tiver.

Logo da loja

A logo e enviada por um campo de imagem com recorte. Ao escolher um arquivo, voce pode recortar a imagem em formato quadrado (proporcao 1:1) e ainda usar a remocao de fundo automatica, util para logos com fundo branco. Enquanto a imagem esta sendo enviada, o botao de salvar fica desabilitado; aguarde concluir o envio antes de salvar.

Link publico da loja (slug) e compartilhamento como app

Quando a sua loja tem um endereco publico definido, aparece um cartao Compartilhar como aplicativo logo abaixo do formulario. Ali fica o link no formato seu-dominio/store/seu-link. Use os botoes para Copiar o link ou enviar direto pelo WhatsApp. Pelo celular, o cliente pode instalar a loja como aplicativo (PWA) tocando no icone de instalacao no topo da pagina.

Dica

O mesmo link do catalogo aparece tambem na aba Catalogo, com um botao Abrir para visualizar a loja como o cliente ve. Divulgue esse link nas suas redes e no WhatsApp.

Aba Personalizacao: cores e nomenclatura

Nesta aba voce define a aparencia do sistema. As mudancas tem pre-visualizacao ao vivo: ao escolher uma cor, o sistema ja muda na hora para voce conferir. As escolhas so ficam gravadas depois que voce clica em Salvar Personalizacao (botao no fim da aba, que habilita quando ha mudancas).

Configuracao	O que afeta
Cor Primaria / Destaque	Botoes, links e destaques em todo o sistema.
Cor da Barra Lateral	Fundo do menu lateral de navegacao.
Cor dos Graficos	Barras, linhas e areas nos graficos do Dashboard e Relatorios.
Nomenclatura do Profissional	Como chamar quem realiza a venda (com genero).

Para cada cor voce tem uma fileira de presets (amostras prontas como Teal, Indigo, Rosa, Ambar, Esmeralda, Vermelho, Violeta e Azul) e tambem um seletor de Cor personalizada, onde voce escolhe qualquer tom e ve o codigo hexadecimal ao lado. A barra lateral tem presets escuros proprios (Azul Escuro, Noturno, Grafite, Verde Escuro, Bordo, Roxo Escuro, Preto e Marrom). No fim da aba ha um cartao de Pre-visualizacao mostrando um botao primario, um botao outline e a barra lateral com as cores escolhidas.

Nomenclatura do profissional (rotulo do consultora)

Aqui voce define como o sistema e os comprovantes se referem a quem realiza a venda, com o genero correto. Sao quatro opcoes em botoes:

Opcao	Como aparece
Vendedor	Vendedor
Vendedora	Vendedora
Consultor	Consultor
Consultora	Consultora

A opcao escolhida vira o rotulo usado no comprovante de venda (por exemplo, o titulo do campo do nome de quem vendeu) e em outros pontos do sistema. Lembre-se de clicar em Salvar Personalizacao para aplicar.

Aba Comprovante: aparencia e campos do recibo

O comprovante de venda e gerado em PDF (e tambem usado no envio por WhatsApp e e-mail). Nesta aba voce controla a cor do recibo e exatamente quais informacoes ele mostra. As alteracoes so valem depois de clicar em Salvar Configuracao do Comprovante.

Cor do comprovante

Escolha uma cor entre os presets (Preto, Teal, Indigo, Rosa, Esmeralda, Vermelho, Violeta, Azul) ou use a Cor personalizada. Essa cor pinta o cabecalho e a tabela de itens do PDF, substituindo o preto padrao. Logo abaixo ha uma mini pre-visualizacao mostrando a faixa COMPROVANTE DE VENDA na cor escolhida.

Campos do comprovante

Marque ou desmarque o que deve aparecer no recibo. As opcoes ficam organizadas em tres grupos. Por padrao, tudo vem marcado (o comprovante mostra todas as informacoes disponiveis).

Grupo	Campos que voce pode mostrar/ocultar
Dados da Loja	Logo da loja, CNPJ, Endereco da loja.
Dados do Cliente	CPF, Telefone, E-mail e Endereco do cliente.
Informacoes da Venda	Nome do vendedor/consultor, Forma de pagamento, Desconto, Frete, acrescimo credito e Observacoes.

Saiba mais

Mesmo com um campo marcado para aparecer, ele so e impresso se houver conteudo. Por exemplo, Desconto, Frete e acrescimo credito so saem no comprovante quando o valor for maior que zero; e o CPF do cliente so aparece se o cliente tiver CPF cadastrado. Ou seja: marcar = pode mostrar; o sistema omite o que estiver vazio.

Dica

Quer um recibo mais enxuto para mandar no WhatsApp? Desmarque campos sensiveis como CPF, telefone, e-mail e endereco do cliente. Quer reforcar a marca? Mantenha a Logo da loja, o CNPJ e o Endereco da loja ligados e escolha a cor do comprovante igual a sua cor primaria.

Detalhes que sempre aparecem no comprovante (nao dependem de marcacao): numero da venda, data, status, nome do cliente, a tabela de produtos com quantidade e precos, o subtotal e o total. Quando o pagamento e em cartao de credito parcelado, o comprovante tambem mostra o numero de parcelas e o valor de cada uma.

Aba Catalogo: link publico, entrega e retirada

Alem de exibir e copiar o Link do Catalogo, esta aba controla como o cliente recebe o pedido na sua loja publica. Em Metodos de Recebimento voce liga ou desliga:

- Entrega: o cliente informa o endereco para receber o pedido.
- Retirada: apos voce aceitar o pedido, voce informa o local de retirada.

Com a Entrega ligada, surge a secao Cidades Atendidas para Entrega. Selecione o estado (UF), busque a cidade no campo de pesquisa e clique para adicionar; as cidades selecionadas ficam agrupadas por estado e podem ser removidas pelo X. Deixe a lista vazia para aceitar pedidos de todas as cidades. O sistema tenta detectar o seu estado automaticamente pela localizacao para facilitar a busca. Clique em Salvar Configuracao ao terminar.

Atenção

Se voce desligar Entrega e Retirada ao mesmo tempo, aparece um aviso: o checkout continua funcionando, mas sem controle de entrega. Deixe pelo menos um metodo ligado se quiser gerenciar como o cliente recebe.

Resumo de onde salvar cada coisa

Voce quer mudar...	Va para a aba	Botao para salvar
Nome, CNPJ, endereco, WhatsApp, logo	Loja	Salvar Configuracoes
Cores do sistema e rotulo do profissional	Personalizacao	Salvar Personalizacao
Cor e campos do comprovante	Comprovante	Salvar Configuracao do Comprovante
Entrega, retirada e cidades	Catalogo	Salvar Configuracao

Dica

Cada aba tem o proprio botao de salvar. Trocar de aba sem salvar descarta as mudancas daquela aba. Salve antes de sair de cada uma.

Sincronização

A Sincronização é um recurso exclusivo das lojas Mary Kay. Em vez de cadastrar produto por produto na mão, o sistema busca automaticamente o catálogo da loja oficial Mary Kay (loja.marykay.com.br) e cria, atualiza e organiza os produtos, categorias, kits e promoções dentro do seu painel. Neste capítulo você vai aprender onde encontrar a tela, como ligar a sincronização, escolher o escopo, disparar uma sincronização na hora, acompanhar o andamento e ler os registros (logs) de cada execução.

So aparece para Mary Kay

A aba Sincronização só existe quando a modalidade da loja é Mary Kay. Em lojas de outras modalidades essa aba simplesmente não aparece, porque o recurso depende do catálogo oficial Mary Kay.

Onde fica a Sincronização

A configuração fica dentro da edição da loja, na aba Sincronização. Lá você encontra o cartão Sincronização de Produtos, com o status da última execução e todos os controles.

Painel %, Editar Loja %, Sincronização

No topo do cartão, ao lado do título, aparece um indicador da situação atual: "Nunca sincronizado" (se ainda não houve nenhuma execução), "Última sync: <data/hora>" em verde quando a última rodada concluiu, "Sincronizando..." quando há uma rodada em andamento, ou "Falhou em: <data/hora>" em vermelho quando a última tentativa deu erro.

Ligar e desligar a sincronização

Dentro do cartão há um bloco "Mary Kay" com a descrição "Scraper automático via loja.marykay.com.br — diariamente às 01:00" e um botão de liga/desliga (toggle). Esse botão controla se a loja participa da sincronização automática e libera o botão de sincronização manual.

1. Abra a loja em modo de edição e clique na aba Sincronização.
2. No bloco Mary Kay, clique no botão de liga/desliga para ativar.
3. O selo ao lado muda para "Ativo" (verde) e aparece a mensagem "Sincronização ativada".
4. Para desligar, clique de novo no mesmo botão; o selo volta para "Inativo".

Atenção

Enquanto a sincronização estiver Inativa, o botão Sincronizar Agora fica bloqueado e a loja não participa da rodada automática das 01:00. Ative primeiro para liberar os controles.

Escolher o escopo da sincronização

O bloco "Escopo de sincronização" define o que cada rodada deve fazer. São duas opções, escolhidas por marcador (radio). A escolha é salva na hora, exibindo "Escopo de sincronização salvo".

Opção	O que faz
Tudo	Cria e atualiza os produtos do catálogo completo da Mary Kay. Use quando quiser trazer o catálogo inteiro para a sua loja.
Apenas importados	Atualiza somente os produtos que já foram importados antes pelo scraper. Não traz produtos novos do catálogo; serve para manter preços e dados dos que você já tem.

Dica

Comece com a opção Tudo para popular o catálogo da loja. Depois que ele estiver formado, você pode mudar para Apenas importados se quiser controlar quais itens entram e só deixar o sistema atualizar os que já existem.

Saiba mais

O escopo não pode ser alterado enquanto houver uma sincronização em andamento — os marcadores ficam bloqueados até a rodada terminar.

Sincronizar agora (manual)

Além da rodada automática diária, você pode disparar uma sincronização na hora pelo botão Sincronizar Agora. Útil quando a Mary Kay lançou itens novos ou mudou preços e você não quer esperar até a madrugada.

1. Confirme que a sincronização está Ativa.
2. Clique em Sincronizar Agora.
3. O sistema mostra "Enfileirando sincronização..." e depois "Sincronização enfileirada! Verifique os logs em instantes".
4. A barra de progresso aparece e começa a atualizar sozinha a cada poucos segundos.

Atenção

Só roda uma sincronização por vez por loja. Se já houver uma em andamento, o sistema avisa "Já existe uma sincronização em andamento para esta loja." e não inicia outra.

Acompanhar o andamento

Durante a execução aparece uma barra de progresso com uma mensagem da etapa atual e a porcentagem concluída. As etapas, na ordem, são: coleta do catálogo (scraping), processamento das categorias e processamento dos produtos, até concluir. A barra se atualiza automaticamente; quando termina, ela some e o status da última sync é atualizado.

Parar uma sincronização em andamento

Enquanto uma rodada está rodando, aparece o botão Parar (em vermelho). Ao clicar, o sistema pede o cancelamento e mostra "Cancelando...". A rodada é interrompida assim que o processo chega no próximo ponto de verificação.

Limpar job travado

Em casos raros, uma sincronização pode ficar marcada como "Em andamento" sem realmente estar rodando (por exemplo, se o processo caiu no meio). Nessa situação surge o botão Limpar job travado (em amarelo). Ele desbloqueia a loja e marca a rodada presa como falha, liberando você para iniciar uma nova. A mensagem de confirmação é "Jobs travados removidos. Você pode iniciar uma nova sincronização".

Dica

Use Limpar job travado apenas quando o botão Sincronizar Agora estiver bloqueado e você tiver certeza de que nenhuma rodada está de fato acontecendo. Se a sincronização estiver realmente em andamento, prefira o botão Parar.

Ver os logs (historico de execucoes)

Abaixo dos botoes ha o link Ver Logs (que vira Ocultar Logs quando aberto). Ele exibe uma tabela com o historico de cada sincronizacao, da mais recente para a mais antiga. Use o botao Carregar mais no fim da lista para ver execucoes mais antigas.

Coluna	Significado
Status	Concluido, Falhou ou Em andamento.
Origem	Manual (acionada por voce) ou Agendado (rodada automatica das 01:00).
Inicio	Data e hora em que a rodada comecou.
Duracao	Quanto tempo levou (segundos ou minutos).
Criados	Quantos produtos novos foram criados.
Atualizados	Quantos produtos existentes foram atualizados.
Inativados	Quantos produtos foram desativados (saiados do catalogo).
Erro	Mensagem de erro, quando houver.

Clique em qualquer linha da tabela para abrir a janela Detalhes da Sincronizacao, com status, origem, inicio, fim, duracao, total de Categorias criadas e os numeros de Criados, Atualizados e Inativados em destaque. Se houver mensagem de erro (ou avisos, em rodadas concluidas), ela aparece no fim dessa janela.

Agendamento automatico

Com a sincronizacao Ativa, voce nao precisa fazer nada no dia a dia: o sistema roda sozinho todos os dias as 01:00 (horario de Brasilia/Fortaleza) e sincroniza todas as lojas Mary Kay que estiverem com o recurso ligado. Essas execucoes aparecem nos logs com a origem Agendado.

Saiba mais

Como a rodada automatica respeita o escopo que voce escolheu (Tudo ou Apenas importados), vale conferir essa configuracao depois de ativar, para que as madrugadas tragam exatamente o que voce espera.

Produtos

O catálogo de produtos é o coração do seu sistema: é dele que saem os itens que você vende no balcão, no Ponto de Venda e na sua loja online. Neste capítulo você aprende a cadastrar um produto do zero, caprichar na imagem (inclusive removendo o fundo automaticamente), organizar tudo por categoria, controlar preço e estoque, e ainda usar atalhos poderosos como a edição em lote e a geração de etiquetas. Tudo o que estiver descrito aqui existe de verdade no Painel — siga o passo a passo sem medo.

Onde encontrar os produtos

Painel %, Produtos

A tela de Produtos é organizada em abas, logo abaixo do título. A primeira aba, Produtos, é a lista principal de itens à venda. As demais abas ajudam você a organizar o catálogo:

Aba	Para que serve
Produtos	Lista de todos os produtos ativos; é onde você cadastra, busca e edita.
Categorias	Cria e organiza as categorias (e subcategorias) usadas para classificar os produtos.
Kits	Monta combos/conjuntos formados por vários produtos vendidos juntos.
Promoções	Cria descontos por período que aparecem com o selo "Promoção".
Demonstração	Controla o estoque de itens de demonstração/mostruário.
Inativos	Lista os produtos que foram inativados e saíram da venda.

Saiba mais

Categorias, Kits e Promoções têm capítulos próprios. Aqui o foco é o cadastro do produto em si.

Cadastrar um novo produto

1. Em Painel %, Produtos, clique no botão "Novo Produto" (canto superior direito).
2. Preencha o bloco "Informações Básicas": o Nome é obrigatório (marcado com *).
3. Adicione a imagem no bloco "Imagem" (veja a seção sobre imagem mais adiante).
4. No bloco "Preços e Estoque", informe o Preço de Venda (obrigatório) e, se quiser, o Preço de Custo, o Estoque Inicial e o Estoque Mínimo.
5. Clique em "Criar Produto". Uma mensagem de confirmação aparece e você volta para a lista.

Campos obrigatórios

Apenas Nome e Preço de Venda são obrigatórios. Se você tentar salvar sem eles, o sistema avisa "Preencha os campos obrigatórios" e destaca o que falta.

Campos das Informações Básicas

Campo	O que preencher
Nome *	Nome do produto como ele aparece na lista, no PDV e na loja. Obrigatório.
SKU	Código interno do produto (ex.: SKU-001). Opcional, mas ajuda na busca e nas etiquetas.

Campo	O que preencher
Código de Barras	Código de barras do tipo EAN-13. Opcional; usado nas etiquetas.
Categoria	Classificação do produto. Escolha entre as categorias já cadastradas (pode deixar em branco).
Unidade	Como o item é medido: Unidade (un), Quilograma (kg), Grama (g), Litro (l), Mililitro (ml), Metro (m), Caixa (cx) ou Pacote (pct).
Descrição	Texto livre com detalhes do produto. Opcional.

Campos de Preços e Estoque

Campo	O que preencher
Preço de Venda (R\$) *	Quanto o cliente paga. Obrigatório.
Preço de Custo (R\$)	Quanto o produto custou para você. Usado para calcular a margem; não aparece para o cliente.
Estoque Inicial	Quantidade em estoque no momento do cadastro. Aparece SÓ ao criar; gera uma movimentação de entrada "Estoque inicial".
Estoque Mínimo	Limite de alerta. Quando o estoque chega nesse valor (ou abaixo), o produto é destacado em vermelho com um aviso.

Dica

Depois de criado, o estoque do produto não é mais editado direto neste formulário — ele passa a ser controlado pelas movimentações de estoque (entradas, saídas e ajustes). Use o Estoque Mínimo para nunca ser pego de surpresa por uma ruptura.

Imagem do produto

No bloco "Imagem" há uma miniatura quadrada. Clique nela para abrir a janela "Adicionar imagem", onde você escolhe a origem e edita a foto antes de salvar. A imagem é ajustada para o formato quadrado (1:1), ideal para a vitrine da loja.

1. Clique na miniatura no bloco "Imagem".
2. Na aba "Arquivo", clique ou arraste uma imagem (aceita JPEG, PNG, WebP e GIF, até 10 MB). Na aba "Câmera", você pode tirar a foto na hora pelo celular ou webcam.
3. Na tela de edição, ajuste o enquadramento com o controle de zoom e use "Girar" para rotacionar 90°.
4. Se quiser, clique em "Remover fundo" para deixar a foto com fundo transparente automaticamente.
5. Clique em "Confirmar". A imagem é enviada e a miniatura é atualizada.

Remoção de fundo

O botão "Remover fundo" apaga o fundo da foto direto no seu navegador — ótimo para padronizar o catálogo com fundo limpo. O processo leva alguns segundos; ao terminar, o botão mostra "Fundo removido". Se não gostar do resultado, use "Resetar" para voltar à imagem original.

- "Trocar imagem": volta para a escolha de arquivo/câmera sem fechar a janela.
- "Resetar": desfaz zoom, rotação e a remoção de fundo, voltando ao original.
- Para REMOVER a imagem do produto, clique no "X" sobre a miniatura (sem abrir a janela de edição).
- Aguarde o envio terminar antes de salvar o produto — o botão de salvar fica bloqueado enquanto a

imagem está sendo enviada.

Editar um produto

1. Na lista de Produtos, clique sobre a linha (ou o card) do produto.
2. Ajuste os campos desejados — nome, preço, categoria, imagem etc.
3. Clique em "Salvar Alterações".

Na tela de edição aparecem dois quadros extras que ajudam no controle do dia a dia:

- Histórico de Preço: mostra cada mudança de preço, com valor anterior, novo valor, data e quem alterou.
- Histórico de Estoque: lista todas as movimentações (Entrada, Saída, Venda, Ajuste) com quantidade, saldo anterior, saldo novo e o motivo.

Produto sincronizado

Se o produto veio de uma sincronização automática, aparece um quadro "Sincronização" com a origem. Atenção: alterações manuais nesse tipo de produto podem ser sobrescritas na próxima sincronização.

Status: Ativo e Inativo

Cada produto tem um selo de status na lista: "Ativo" (verde) ou "Inativo". Produtos ativos aparecem normalmente na lista, no PDV e na loja online. Produtos inativos saem de circulação e passam a ser listados na aba "Inativos".

Dica

Inativar é uma alternativa segura à exclusão: o produto sai da venda mas o histórico fica preservado. Use a exclusão apenas quando tiver certeza de que não precisa mais do item.

Excluir um produto

1. Abra o produto e clique em "Excluir Produto" (botão vermelho).
2. O sistema verifica as dependências e mostra se o produto está vinculado a vendas, kits ou consultas.
3. Leia a mensagem e confirme em "Excluir". A ação não pode ser desfeita.

Atenção

Os dados do produto (nome, preço, SKU) ficam preservados nos registros históricos — vendas antigas continuam corretas mesmo após a exclusão. Ainda assim, exclua com cuidado: o produto deixa de existir no catálogo.

Buscar e filtrar na lista

- Busca: digite o nome ou o SKU no campo "Buscar por nome ou SKU...". A busca ignora acentos e maiúsculas/minúsculas.
- Categoria: filtre por uma categoria específica (inclui automaticamente as subcategorias dela).
- Estoque: alterne entre "Todos", "Com estoque" e "Sem estoque".
- Visualização: alterne entre lista (tabela) e grade (cards) pelos ícones no canto direito dos filtros. A preferência fica salva.

Dica

Produtos com estoque no nível mínimo (ou abaixo) aparecem com a quantidade em vermelho e um triângulo de alerta — um jeito rápido de ver o que precisa repor.

Edição em lote e etiquetas

Na visualização em lista, marque as caixas de seleção das linhas para escolher vários produtos de uma vez. Uma barra azul aparece com a contagem de selecionados e dois atalhos.

Editar em lote

1. Selecione os produtos e clique em "Editar em lote".
2. Marque "Alterar preço" e escolha a ação: Ajustar % (ex.: -10 dá 10% de desconto em todos), Ajustar R\$ (soma/subtrai um valor) ou Definir valor (mesmo preço para todos).
3. E/ou marque "Alterar estoque": Definir valor (mesmo estoque para todos) ou Ajustar quantidade (soma/subtrai do atual).
4. Clique em "Atualizar". O sistema informa quantos produtos foram alterados.

Saiba mais

Os ajustes de estoque em lote geram movimentações com o motivo "Ajuste em lote", e as mudanças de preço entram no Histórico de Preço de cada produto.

Gerar etiquetas

1. Selecione os produtos e clique em "Gerar Etiquetas".
2. Escolha o formato: 3x10 (30 por página) ou 2x7 (14 por página).
3. Marque o que incluir na etiqueta: Preço, SKU e Código de barras.
4. Clique em "Gerar PDF". O arquivo com as etiquetas é baixado para impressão.

Estoque e Categorias

Manter o estoque em dia e os produtos bem organizados é o que mantém sua loja confiável: o cliente só compra o que existe, e você só repõe o que precisa. Neste capítulo você vai aprender a usar a tela de Estoque (acompanhar movimentações, ajustar quantidades e importar notas fiscais) e a organizar seu catálogo com Categorias e subcategorias. Tudo aqui acontece no PAINEL, na área administrativa da sua loja.

Onde fica cada coisa

Estoque e organização de produtos vivem em dois lugares do menu lateral. A tela de Estoque tem item próprio. Já as Categorias ficam dentro de Produtos, em uma aba — não há item de menu separado para elas.

Painel %, Estoque

Painel %, Produtos %, aba Categorias

Saiba mais

A quantidade em estoque e o estoque mínimo de cada produto são definidos no cadastro do produto (Produtos %, Novo Produto / editar). A tela de Estoque serve para acompanhar pontuais; o cadastro inicial de quantidade é feito no produto.

A tela de Estoque

Em Painel %, Estoque você encontra, no topo, o cartão Valor Total em Estoque produtos ativos com saldo maior que zero (preço x quantidade), além do total de unidades. Logo abaixo, duas abas organizam o conteúdo:

- Movimentações: o histórico de tudo que entrou e saiu do estoque (vendas, ajustes, entradas).
- Histórico NF: as notas fiscais que você já importou para dar entrada em produtos.

No canto superior direito há dois botões de ação: Importar NF-e (entrada por nota fiscal) e Ajustar Estoque (correção manual de quantidade).

Acompanhar as movimentações

A aba Movimentações lista cada alteração de saldo em ordem da mais recente para a mais antiga. Cada linha mostra a Data, o Produto, o Tipo, a Quantidade (com sinal), o Estoque Anterior, o Estoque Novo e o Motivo. O Tipo aparece como uma etiqueta colorida:

Tipo	O que significa
Entrada	Produto entrou no estoque (ex.: compra, importação de NF-e)
Saída	Produto saiu do estoque por baixa manual
Venda	Baixa automática gerada por uma venda
Ajuste	Correção manual feita pela tela Ajustar Estoque

- Busca: use o campo "Buscar produto ou SKU..." para filtrar por nome do produto ou código.
- Período: escolha entre Hoje, Últimos 7/15/30/60 dias, 6 meses, Último ano, Todo período ou Personalizado (com data de início e fim).

- Visualização: alterne entre lista (tabela) e grade (cartões) pelos botões no canto direito. A loja lembra sua preferência.

Ajustar a quantidade de um produto

Use o Ajuste de Estoque quando o saldo do sistema não bate com o que você tem na prateleira — por exemplo, após uma contagem física, uma perda ou uma entrada que não passou por nota. O ajuste registra uma movimentação do tipo Ajuste, deixando rastro do antes e depois.

1. Em Painel %, Estoque, clique em Ajustar Estoque.
2. No campo Produto, comece a digitar o nome e selecione o item na lista (ela mostra o estoque atual de cada um ao lado).
3. Em Novo Estoque, informe a quantidade correta que você tem hoje (o valor já vem preenchido com o saldo atual).
4. Se quiser, preencha o Motivo (ex.: "Contagem física") para registrar o porquê do ajuste.
5. Clique em Confirmar Ajuste.

Dica

Quando você aumenta o saldo (entrada de produtos), aparece a opção "Informar custo de compra". Marque-a e preencha o Custo unitário (R\$) para que o sistema atualize o custo do produto e calcule o total da compra automaticamente. Isso mantém seu custo de mercadoria sempre correto.

Atenção

O botão Confirmar Ajuste fica bloqueado se o Novo Estoque for igual ao atual — não há o que ajustar. O ajuste é aplicado de forma relativa (pela diferença), então ele convive bem com vendas acontecendo ao mesmo tempo, sem sobrescrever baixas em andamento.

Dar entrada por nota fiscal (NF-e)

Em vez de ajustar item por item, você pode importar a NF-e da sua compra e dar entrada de vários produtos de uma vez. Clique em Importar NF-e, envie a nota e siga o assistente. As notas já processadas ficam guardadas na aba Histórico NF, onde você pode consultar o que foi importado.

Estoque baixo e estoque mínimo

Cada produto pode ter um Estoque Mínimo — o limite a partir do qual a loja sinaliza que está na hora de repor. Esse valor é definido no cadastro do produto, no campo Estoque Mínimo (com a dica "Alerta quando atingir este valor").

1. Acesse Painel %, Produtos e abra o produto desejado (ou clique em Novo).
 2. No campo Estoque Mínimo, informe a quantidade-limite (ex.: 5).
 3. Salve. A partir daí, quando o saldo atingir ou ficar abaixo desse número, o produto passa a ser sinalizado.
- Na lista de Produtos, o saldo de um item com estoque baixo aparece em vermelho, acompanhado de um ícone de alerta (triângulo).
 - No Dashboard, o indicador Estoque Baixo mostra quantos produtos estão no limite ou abaixo dele, ajudando você a priorizar a reposição.
 - Na própria lista de Produtos há um filtro por estoque (Todos, Com estoque, Sem estoque) para encontrar rapidamente o que precisa de atenção.

Dica

Defina o Estoque Mínimo pensando no tempo que você leva para repor. Se um produto leva uma semana para chegar e você vende 2 por dia, um mínimo perto de 14 evita ficar sem o item enquanto a reposição não chega.

Categorias: organizando o catálogo

As Categorias agrupam seus produtos por tipo (ex.: Maquiagem, Skincare, Perfumaria). Elas servem para dois propósitos: organizar o catálogo no painel e ajudar o cliente a navegar na loja online, filtrando por categoria. Você pode ter categorias e subcategorias, formando uma árvore com vários níveis.

Painel %, Produtos %, aba Categorias

Na aba Categorias, as categorias aparecem em forma de árvore. Categorias com filhas mostram uma seta para expandir ou recolher os ramos; um ícone de pasta indica os grupos. O cabeçalho exibe quantas categorias existem.

Criar uma categoria

1. Em Painel %, Produtos, abra a aba Categorias.
2. Clique em Nova Categoria.
3. Digite o nome (ex.: "Skincare") no campo que aparece.
4. Clique em Salvar. A categoria entra na lista, em ordem alfabética.

Criar uma subcategoria

1. Passe o mouse sobre a categoria que será a "mãe".
2. Clique no botão Sub-categoria (com o sinal de +) que aparece à direita dela.
3. Digite o nome da subcategoria e clique em Salvar.
4. A subcategoria aparece recolhida sob a categoria-mãe; use a seta para expandir e ver os filhos.

Saiba mais

A hierarquia funciona na loja: ao filtrar por uma categoria-mãe na vitrine, o cliente vê também os produtos das suas subcategorias. Por isso vale criar uma estrutura com poucos níveis e nomes claros.

Ligar produtos a uma categoria

Criar a categoria é só o primeiro passo — ela aparece na vitrine quando há produtos ligados a ela. A ligação é feita no cadastro do produto.

1. Acesse Painel %, Produtos e abra (ou crie) um produto.
2. No campo Categoria, escolha a categoria (ou subcategoria) desejada.
3. Salve o produto. Ele passa a aparecer sob aquela categoria nos filtros da loja.

Atenção

A criação de categorias e subcategorias é feita pela aba Categorias; a edição do nome ou a exclusão não estão disponíveis por essa tela. Por isso, capriche no nome ao criar. Para deixar de usar uma categoria na prática, basta não vincular produtos a ela — uma categoria sem produtos não aparece para o cliente na vitrine.

Boas práticas no dia a dia

- Faça contagens físicas periódicas e use Ajustar Estoque para alinhar o sistema com a prateleira.
- Sempre que registrar entradas pela tela de Ajuste, informe o custo de compra para manter sua margem correta.
- Prefira importar a NF-e em compras maiores: é mais rápido e dá entrada em vários itens de uma vez.
- Configure o Estoque Mínimo dos produtos campeões de venda e olhe o indicador Estoque Baixo do Dashboard com frequência.
- Monte categorias enxutas e use subcategorias só quando facilitar a navegação do cliente.

Kits e combos

Um kit (ou combo) é um conjunto de produtos que você vende junto, como se fosse um único item, com nome, imagem, descrição e preço próprios. Em vez de o cliente comprar cada produto separado, ele leva o pacote completo — normalmente por um valor mais vantajoso. O kit é montado a partir de produtos que você já cadastrou na loja: você escolhe quais entram, em que quantidade, e define o preço do conjunto. O sistema cuida do estoque automaticamente, descontando os componentes a cada venda. Neste capítulo você aprende a criar, editar, desativar e divulgar seus kits.

Onde encontrar os Kits

Os Kits ficam disponíveis para o varejo (venda direta/revenda). No menu lateral o atalho pode aparecer recolhido — você sempre chega aos kits acessando Painel %, Kits. A partir daí você pode criar, editar os existentes.

Visão geral da tela de Kits

Painel %, Kits

A tela inicial mostra todos os kits cadastrados e quantos são. No canto superior direito você alterna entre dois modos de exibição (o sistema lembra sua preferência):

- Visualização em lista: tabela com imagem, nome, descrição, número de produtos, valor individual, preço do kit, economia e status (Ativo/Inativo).
- Visualização em grade: cards com a foto do kit em destaque, ideal para conferir o visual de cada combo.

Clique em qualquer kit (linha da tabela ou card) para abrir a tela de edição. O botão Novo Kit, também no topo, leva ao formulário de criação.

Coluna	O que mostra
Kit	Imagem em miniatura, nome e descrição do combo.
Itens	Quantos produtos diferentes compõem o kit (ex.: "3 produto(s)").
Valor individual	Soma do preço dos produtos se comprados separadamente.
Preço do kit	Quanto o cliente paga ao levar o combo.
Economia	Diferença entre o valor individual e o preço do kit (só aparece quando há vantagem).
Status	Ativo (à venda) ou Inativo (desativado).

Criar um kit

Atenção

Antes de montar um kit, cadastre os produtos que vão compô-lo em Painel %, e adicione ao kit produtos que já existem na sua loja.

1. Acesse Painel %, Kits e clique em Novo Kit.
2. No bloco Dados do Kit, preencha o Nome (obrigatório) — ex.: "Kit Skincare Completo".
3. Opcionalmente, escreva uma Descrição curta para explicar o combo.

- Informe o Preço do kit (R\$) (obrigatório): é o valor que o cliente vai pagar pelo pacote inteiro.
- Deixe a opção Kit ativo marcada para que ele fique disponível para venda (desmarque para criar como rascunho).
- No bloco Imagem, envie uma foto do kit (recomendado): a imagem é recortada em formato quadrado e há opção de remover o fundo.
- No bloco Produtos do Kit, clique em Adicionar Produto para incluir cada componente.
- Para cada linha, escolha o produto na lista e ajuste a quantidade (mínimo 1).
- Confira o resumo de valores na parte de baixo (valor individual, preço do kit e economia).
- Clique em Criar Kit para salvar. Você volta automaticamente para a lista de kits.

Acompanhe a economia em tempo real

Conforme você adiciona produtos e digita o preço, o sistema calcula o Valor individual total (soma dos produtos), o Preço do kit e a Economia. Quando o preço do kit é igual ou maior que a soma dos itens, aparece um aviso de que não há vantagem para o cliente — um bom sinal para revisar o valor.

Atenção

Um kit precisa de pelo menos 1 produto. Se você tentar salvar sem nenhum componente, o sistema avisa para adicionar ao menos um produto.

Ajustando os produtos do kit

- Cada produto só pode ser adicionado uma vez ao mesmo kit; para repetir, aumente a quantidade daquela linha.
- O botão Adicionar Produto fica indisponível quando todos os seus produtos já foram incluídos no kit.
- Ao lado de cada linha aparece o subtotal daquele componente (preço x quantidade).
- Use o ícone de lixeira para remover um produto da composição.

Editar um kit

- Em Painel %, Kits, clique no kit que deseja alterar.
- Ajuste nome, descrição, preço, imagem, o status Kit ativo e a lista de produtos.
- Clique em Salvar Alterações para confirmar, ou Cancelar para voltar sem salvar.

Saiba mais

Alterar a composição não mexe em vendas já registradas. Cada venda guarda o preço e os itens do kit no momento em que foi feita, então editar o kit hoje não muda o histórico.

Desativar (excluir) um kit

Kits não são apagados de verdade: ao excluir, o sistema apenas desativa o combo. Assim ele some da loja pública e da lista de venda, mas o histórico de vendas que o usaram continua intacto.

- Abra o kit em Painel %, Kits.
- Clique no botão Desativar Kit (vermelho).
- Confirme a ação na janela Desativar kit.

Dica

Para reativar um combo desativado, abra-o pela lista, marque novamente a opção Kit ativo e salve. Ele volta a ficar disponível.

Kit e estoque dos componentes

O kit não tem estoque próprio: a disponibilidade é calculada a partir do estoque dos produtos que o compõem. O sistema verifica quantos kits completos dá para montar com o estoque atual e usa o componente mais escasso como limite.

- Disponibilidade = para cada produto, divide o estoque pela quantidade usada no kit; o menor resultado define quantos kits podem ser vendidos.
- Exemplo: um kit usa 1 unidade do produto A e 2 do produto B. Com 10 de A e 6 de B, dá para montar apenas 3 kits (limite do produto B).
- A cada venda do kit, o estoque de cada componente é baixado automaticamente (quantidade do componente x quantidade de kits vendidos), com registro nas movimentações de estoque.
- Se qualquer componente zerar, o kit deixa de aparecer como disponível na loja pública.

Atenção

Como o estoque é compartilhado com os produtos avulsos, vender o kit reduz o estoque dos mesmos itens vendidos individualmente. Fique atento ao montar promoções que usam os mesmos produtos.

Como o kit aparece na loja pública

Quando o kit está ativo e há estoque suficiente em todos os componentes, ele aparece na sua loja pública como um item à venda, com a foto, a descrição, o preço e a lista dos produtos que o compõem. Cada kit tem sua própria página, otimizada para ser encontrada em buscas e compartilhada em redes sociais (com título, imagem e descrição).

- Kits desativados ou sem estoque em algum componente não são exibidos para o cliente.
- O cliente vê o preço do kit e, quando aplicável, a indicação de vantagem em relação aos itens separados.
- A página do kit lista os produtos incluídos, reforçando o valor do combo.

Vendendo kits no balcão e no catálogo

Além da loja pública, os kits podem ser adicionados a uma venda como qualquer produto. Ao registrar a venda, o item entra identificado como kit e o estoque de cada componente é baixado de uma só vez, conforme a quantidade de kits vendidos.

Saiba mais

Nos detalhes e no comprovante da venda, o kit aparece com o nome e a imagem do combo, e não dos produtos avulsos — deixando claro para você e para o cliente o que foi vendido.

Vendas (PDV)

O módulo de Vendas é o coração do dia a dia da sua loja. É aqui que você registra cada venda (o PDV — ponto de venda), monta o carrinho com produtos e kits, escolhe a forma de pagamento, aplica descontos e frete, e acompanha tudo que já foi vendido. Neste capítulo você vai aprender desde registrar a primeira venda até os recursos mais escondidos: pagamento parcial, comprovante em PDF, histórico de alterações e edição de vendas já registradas.

A tela de Vendas

Painel %, Vendas

Ao abrir o menu Vendas você vê a lista de todas as vendas da loja, com o total de vendas no topo. Você pode alternar entre dois modos de visualização (no canto superior direito, em telas maiores): Lista (em tabela) e Grade (em cartões). A lista carrega mais vendas conforme você rola a página.

Filtrar e buscar

- Buscar por nome do cliente: digite no campo de busca no topo.
- Status: Todas, Concluídas, Abertas, Parciais, Canceladas.
- Origem: Toda origem, Internas (feitas no PDV) ou Catálogo (pedidos da loja online).
- Período: Hoje, Últimos 7/15/30/60 dias, Últimos 6 meses, Último ano ou Personalizado (escolhendo a data inicial e final).

Dica

Cada linha mostra um ID curto da venda, o cliente, a forma de pagamento (com indicadores de parcelas, desconto, frete e cupom quando houver), o total, o consultora responsável, o status e a data. Um ícone de bloco de notas aparece quando a venda tem observação. Clique em qualquer linha (ou cartão) para abrir o detalhe da venda.

Registrar uma nova venda

Painel %, Vendas %, Nova Venda

Clique no botão Nova Venda. No computador a tela mostra a busca de produtos e o carrinho lado a lado; no celular ela vira um assistente em 3 etapas (Cliente, Produtos, Carrinho), com a barra de progresso no topo.

1. **Selecione o cliente (opcional):** no campo Cliente, busque pelo nome e clique no cliente desejado. Para tirar o cliente, clique em Remover. Vendas sem cliente são permitidas.
2. **Adicione produtos:** no campo Adicionar Produto, busque por nome ou SKU e clique no resultado para jogar no carrinho. Kits sellable aparecem na mesma busca, marcados com a etiqueta Kit.
3. **Ajuste as quantidades:** use os botões " e + de cada item no carrinho. Para ícone de lixeira.
4. **Revise descontos, frete e pagamento** (veja a próxima seção).
5. **Finalize:** clique no botão grande no rodapé do carrinho — Finalizar — R\$ X (ou Registrar, se estiver aguardando pagamento).

Estoque insuficiente

Se você adicionar um produto ou kit acima do estoque disponível, o sistema pergunta se deseja adicionar mesmo assim. Você pode confirmar e seguir com a venda — o aviso de quantidade acima do estoque continua visível no item.

Editar o preço de um item

Abaixo de cada item no carrinho aparece o preço unitário com um lápis. Clique nele para digitar um preço diferente só para aquela venda (por exemplo, dar um preço especial). Pressione Enter para confirmar ou Esc para cancelar. Se o produto tinha preço promocional, o preço cheio aparece riscado ao lado.

Pagamento, desconto e frete

No cartão de resumo (à direita, ou na etapa Carrinho no celular) você define como a venda será paga e os valores que ajustam o total. O cálculo é: $\text{Total} = \text{Subtotal} - \text{Desconto} + \text{Frete}$

Campo	Para que serve
Data da venda	Data e hora em que a venda aconteceu (vem preenchida com agora, mas pode ser alterada).
Desconto (R\$)	Valor em reais a abater do subtotal. Se passar do subtotal, o total é zerado (um aviso é exibido).
Frete (R\$)	Valor de entrega a somar ao total.
Acréscimo crédito (R\$)	Aparece só no Cartão Crédito — taxa/juro somado ao total.

Formas de pagamento

Escolha entre os botões de forma de pagamento: Dinheiro, PIX, Débito e Crédito. (A opção Outro pode aparecer em comprovantes e no registro de pagamentos de vendas em aberto.) Ao selecionar Crédito, surgem dois campos extras: o seletor de Parcelas (de 1x à vista até 12x, já mostrando o valor de cada parcela) e o campo Acréscimo crédito.

Observações da venda

Use o campo Observações para anotar algo sobre a venda (combinados de entrega, troco, recados). A observação aparece no detalhe da venda, é sinalizada por um ícone na lista e pode sair no comprovante.

Status da venda e vendas em aberto

Toda venda tem um status, mostrado como uma etiqueta colorida na lista e no detalhe:

Status	O que significa
Concluída	Venda finalizada e paga. É o padrão ao clicar em Finalizar.
Aberta	Venda registrada aguardando pagamento (estoque já baixado, mas ainda não recebido).
Parcial	Parte do valor já foi paga; resta um saldo pendente.
Cancelada	Venda cancelada — não pode mais ser editada.

Registrar aguardando pagamento ou pagamento parcial

No rodapé do carrinho existem dois interruptores (você usa um ou outro):

- **Aguardando pagamento:** a venda nasce com status Aberta. O botão muda para Registrar — R\$ X.
- **Pagamento parcial (pela metade):** informe o Valor pago agora e, opcionalmente, o Vencimento do saldo. O sistema já sugere metade do total e mostra o valor Pendente. A venda nasce com status Parcial.

Aviso de vendas em aberto

No menu lateral, ao lado de Vendas, aparece um número (badge) com a quantidade de vendas aguardando pagamento. Ele atualiza sozinho a cada minuto e mostra 99+ quando passa de 99. Assim você nunca esquece um recebimento pendente.

Receber o saldo de uma venda em aberto/parcial

Abra o detalhe de uma venda Aberta ou Parcial. O botão Registrar pagamento (ou a opção no menu de ações) abre uma janela onde você informa o Valor pago, a Forma de pagamento, um Vencimento do saldo e uma Observação. Há o atalho Pagar tudo para preencher o valor pendente de uma vez. Quando o saldo zera, a venda passa a Concluída. Há também a opção Marcar como pago / Quitar venda no menu de ações para liquidar de uma vez.

O detalhe da venda

Painel %, Vendas %, (clique na venda)

Na página de detalhe você vê o número da venda, a etiqueta de status (e Vencida, em vermelho, quando passou do vencimento), a data, os itens com o resumo financeiro, dados do cliente, resumo de pagamento e o histórico de alterações. Consultoras donas e gerentes ainda veem o cartão de margem.

Item clicável abre o produto

No cartão de Itens, cada item com produto ou kit vinculado é clicável: ao clicar (ou apertar Enter), o cadastro do produto (ou do kit) abre em uma nova aba. Itens avulsos ou de produtos já excluídos não navegam.

Editar a data direto no detalhe

Ao lado da data, donas e gerentes têm um lápis que permite ajustar a data e hora da venda sem entrar na edição completa. Clique em Salvar para confirmar.

Comprovante: PDF, WhatsApp e e-mail

Você pode entregar o comprovante da venda de três formas. Na lista de vendas, cada linha/cartão tem os botões rápidos de Baixar PDF, WhatsApp e e-mail. No detalhe da venda, essas opções ficam no menu de ações (o botão "i" no canto superior direito).

Ação	O que faz
Compartilhar / Baixar PDF	Gera e baixa o comprovante de venda em PDF.
Enviar WhatsApp	Abre o WhatsApp com o comprovante em texto já pronto. Se o cliente tiver telefone, abre a conversa dele.
Enviar por e-mail	Abre seu programa de e-mail com o assunto e o comprovante preenchidos (para o e-mail do cliente, se houver).

Dica

O conteúdo do comprovante (logo, CNPJ, endereço, dados do cliente, consultora, observações, desconto, frete etc.) segue as configurações de personalização do comprovante da sua loja. Ajuste-as nas Configurações para mostrar ou ocultar cada informação.

Editar uma venda

Painel %, **Vendas %**, **(venda) %**, **"i %**, **Editar venda**

A edição (disponível para donas e gerentes) abre uma tela parecida com a Nova Venda, já preenchida. Você pode trocar o cliente, adicionar ou remover itens, mudar quantidades e preços, e ajustar desconto, frete, acréscimo de crédito, parcelas, forma de pagamento, data e observações. Clique em Salvar Alterações — R\$ X para confirmar.

Venda cancelada não é editável

Se a venda estiver Cancelada, a tela de edição abre em modo somente leitura, com um aviso no topo, e o botão de salvar fica desativado. Para reaproveitar, registre uma nova venda.

Cancelar uma venda

No detalhe da venda, abra o menu "i e escolha Cancelar venda (disponível p Abertas). O sistema pede confirmação e avisa o que acontece com o estoque:

- Se o estoque já tinha sido baixado, ele é restaurado automaticamente ao cancelar.
- Se o estoque ainda não tinha sido baixado (ex.: pedido de catálogo não confirmado), nada muda no estoque.

Atenção

O cancelamento é definitivo: a venda fica como Cancelada e não pode mais ser editada. Eventuais comunicações automáticas (2+2+2) ligadas a essa venda são desativadas.

Histórico de alterações

No fim do detalhe da venda há a seção Histórico de alterações (com a contagem de eventos). Clique para expandir e ver, em ordem, tudo que aconteceu com a venda: criação, atualizações, pagamentos parciais, quitação, cancelamento e mudança de data — sempre com quem fez e quando.

- Criada, Atualizada, Marcada como paga, Pagamento parcial, Cancelada, Data alterada — cada evento tem seu ícone.
- Nas atualizações, os campos alterados aparecem como antes! depois (ex Status).
- Mudanças nos itens são detalhadas: itens adicionados (+), removidos (") e preço.

Dica

Use o histórico para auditar quem mexeu na venda e conferir alterações de preço, desconto ou status quando surgir alguma dúvida com o cliente ou com a equipe.

Clientes

A área de Clientes é a sua agenda completa de contatos. Aqui você cadastra quem compra com você, guarda telefone, e-mail e endereço, acompanha o histórico de compras de cada pessoa e ainda gera um link para o próprio cliente atualizar os dados. Tudo que você cadastra fica disponível na hora de registrar uma venda, montar campanhas e enviar mensagens. Neste capítulo você vê desde o cadastro básico até os recursos mais escondidos, como múltiplos endereços, verificação de WhatsApp e a anonimização de dados (LGPD).

Onde encontrar a lista de clientes

Painel %, Clientes

A tela mostra o total de clientes cadastrados e a lista com nome, e-mail, telefone, CPF/CNPJ e a data de cadastro. Use o botão no canto superior direito da lista (ícones de lista e de grade) para alternar entre a visualização em tabela e a visualização em cartões — a sua escolha fica salva para a próxima vez.

No campo de busca, digite parte do nome, e-mail, telefone ou CPF/CNPJ. A busca ignora acentos e maiúsculas, então você não precisa digitar tudo certinho.

Botão / ícone na lista	O que faz
Novo Cliente	Abre o formulário de cadastro de um novo cliente.
Copiar Link de Cadastro	Copia um link público para o cliente se cadastrar sozinho na sua loja.
Mapa	Abre um mapa com os clientes que têm endereço/localização cadastrados.
Verificar WhatsApp	Confere em lote quais telefones da lista têm conta no WhatsApp.
Lápis (Editar)	Abre o cadastro do cliente para edição.
Sacola (Ver compras)	Abre o histórico de compras do cliente.
Ícone do WhatsApp	Abre uma conversa no WhatsApp com aquele telefone.
Lixeira (Excluir)	Remove o cliente definitivamente.

Cadastrar um cliente

Painel %, Clientes %, Novo Cliente

1. Clique em Novo Cliente.
2. Preencha o Nome (campo obrigatório). Os demais campos são opcionais, mas quanto mais completo, melhor.
3. Informe E-mail, Telefone e CPF / CNPJ conforme tiver.
4. Opcional: adicione a Foto do cliente, a Data de Aniversário, o Gênero e o Endereço.
5. Clique em Cadastrar Cliente para salvar.

Campo	Observação
Foto do cliente	Imagem opcional; você pode recortar e até remover o fundo ao enviar.
Nome	Obrigatório (mínimo de 2 caracteres).
Email	Validado no formato de e-mail. É guardado em minúsculas.

Campo	Observação
Telefone	Formatado automaticamente enquanto você digita.
CPF / CNPJ	Aceita os dois formatos; o sistema guarda só os números.
Data de Aniversário	Usada para lembretes e campanhas de aniversário.
Gênero	Masculino, Feminino, Outro ou Não informado.
Endereço	Busca com sugestões de endereço e captura a localização no mapa.

Endereço com sugestões

No campo de endereço, comece a digitar a rua e escolha uma das sugestões. Ao confirmar, o sistema também guarda a localização no mapa, o que faz o cliente aparecer no botão Mapa da lista.

Editar, excluir e os dados do cliente

Para editar, clique no nome do cliente (na visualização em cartões) ou no ícone de lápis (na tabela). O formulário de edição tem duas abas: Dados (as informações cadastrais) e Preferências (gostos do cliente, usadas em alguns ramos para sugerir produtos e presentes).

Ao editar um cliente, logo abaixo do formulário aparece um resumo completo (visão 360): total gasto, número de pedidos, ticket médio, pontos de fidelidade, padrões de recompra, lista de endereços, status de verificação (WhatsApp, e-mail e consentimento de LGPD) e as preferências cadastradas. É a forma mais rápida de conhecer o cliente antes de uma abordagem.

1. Abra o cliente pelo ícone de lápis (ou clicando no nome).
2. Altere o que precisar na aba Dados.
3. Clique em Salvar Alterações.
4. Para apagar, use o botão Excluir e confirme — a ação não pode ser desfeita.

Excluir é permanente

Excluir remove o cliente de vez. Se você só quer atender a um pedido de privacidade do cliente sem perder o histórico de vendas, veja a seção de LGPD mais adiante — a anonimização mantém as vendas para fins fiscais.

Verificar WhatsApp

O sistema consegue checar se um telefone tem conta no WhatsApp. Na lista, os telefones verificados ganham um sinal verde (tem WhatsApp) ou cinza (sem WhatsApp).

- Um cliente por vez: dentro do cadastro (em edição), use o link Verificar WhatsApp logo abaixo do telefone. O resultado mostra a data da última checagem.
- Em lote: na lista de Clientes, clique em Verificar WhatsApp. O sistema confere os números ainda não verificados (ou verificados há mais de 7 dias) e mostra quantos foram checados e quantos têm WhatsApp.

Múltiplos endereços

Cada cliente pode ter vários endereços (casa, trabalho, etc.), sendo um deles o endereço principal. O endereço principal é o que aparece no cadastro, nas vendas, recibos e na entrega — por isso há sempre exatamente um marcado como principal.

No painel, o campo Endereço do cadastro do cliente edita justamente esse endereço principal. A lista completa

de endereços (com a etiqueta Principal) aparece no resumo do cliente, na seção Endereços.

Quem cadastra e organiza vários endereços é o próprio cliente, na área da conta dele na sua loja (em Meus endereços). Ali ele pode adicionar, editar, remover e escolher qual é o principal. Para o cliente acessar essa área, ele precisa entrar na conta da loja — você pode enviar o link de cadastro ou o link de atualização para facilitar.

Sempre há um principal

O primeiro endereço cadastrado vira o principal automaticamente. Ao definir outro como principal, o anterior deixa de ser. Se o principal for removido, o sistema promove o próximo endereço a principal.

Link para o cliente atualizar o cadastro

Dentro do cadastro de um cliente (em edição) há o bloco Link para o cliente atualizar cadastro. Você gera um link único e envia por WhatsApp; o cliente abre, confere e corrige os próprios dados, sem precisar de senha.

1. Abra o cliente em edição.
2. No bloco do link, clique em Copiar.
3. Cole e envie o link para o cliente (por WhatsApp, por exemplo).

Para captar clientes novos sem digitar nada, use o botão Copiar Link de Cadastro na lista de Clientes: ele gera um link público de autocadastro da sua loja, em que a própria pessoa preenche os dados e aceita o aviso de privacidade.

Histórico de compras do cliente

Painel %, Clientes %, (sacola) Ver compras

Clique no ícone de sacola na linha do cliente (ou em Ver histórico de compras dentro do resumo do cadastro). A tela traz, no topo, três indicadores: Total gasto, Pedidos realizados e Ticket médio.

- Produtos mais comprados: ranking dos itens que o cliente mais levou, com quantidade e valor.
- Histórico de compras: tabela com data, produto, quantidade, preço unitário e subtotal de cada item comprado.

Use para vender mais

Os produtos mais comprados e os padrões de recompra (no resumo do cliente) mostram o que oferecer de novo e quando — ótimo para lembrar o cliente de repor um produto na época certa.

LGPD: privacidade e anonimização

A Lei Geral de Proteção de Dados dá ao cliente o direito de pedir a exclusão dos dados pessoais. No sistema, isso é feito por anonimização: os dados pessoais são apagados, mas as vendas continuam guardadas (sem identificar a pessoa), o que é necessário para fins fiscais.

O pedido parte do próprio cliente, na área da conta dele na sua loja. Quando ele solicita, você recebe uma notificação no painel (Pedido de exclusão de dados — LGPD) avisando que os dados foram anonimizados e que as vendas foram mantidas.

O que acontece ao anonimizar	Detalhe
Cadastro do cliente	Nome vira "Cliente removido"; e-mail, telefone, documento, endereço, aniversário, gênero e foto são apagados.
Acesso à conta	Tokens e verificações são removidos; o cliente não consegue mais entrar.
Preferências e endereços	Apagados por completo.
Vendas	Mantidas (fiscal), mas o nome e os dados do cliente no pedido viram "Cliente removido"/em branco.
Arquivos (fotos)	As imagens guardadas do cliente são removidas do armazenamento.

No resumo do cliente (na seção Status), você consulta os marcos de privacidade: se há consentimento de LGPD registrado, a data do último acesso e avisos de Exclusão de dados solicitada ou Cadastro anonimizado, quando for o caso.

Anonimizar não é o mesmo que excluir

O botão Excluir do cadastro apaga o cliente do sistema. A anonimização (atendendo à LGPD) preserva o registro das vendas sem identificar a pessoa. Escolha conforme a necessidade: limpeza da base (excluir) ou pedido de privacidade do cliente (anonimizar).

Preferências do cliente

As Preferências do cliente são um caderninho digital sobre o gosto de cada pessoa que compra com você: tipo de pele, bases, fragrâncias e cuidados favoritos, além dos contatos de quem costuma presentear-la. Conhecer esses detalhes faz você vender melhor — você sabe o que oferecer, acerta o presente certo e ainda consegue avisar familiares e amigos do cliente quando o aniversário dele está chegando. Este recurso aparece somente para lojas de modalidade cosmética; nas demais modalidades a aba nem existe.

Recurso exclusivo de cosméticos

A aba Preferências só aparece em lojas configuradas para uma modalidade cosmética (como Mary Kay). Se a sua loja for de outra modalidade, você não verá essa aba no cadastro do cliente.

Onde encontrar as preferências

As preferências ficam dentro do cadastro de cada cliente, em uma aba própria ao lado dos dados normais. Você edita tudo a partir do Painel, sem precisar de aplicativo extra.

Painel %, **Clientes %**, **(abrir um cliente) %**, **aba Preferências**

1. No menu lateral, abra Clientes.
2. Clique no cliente que você quer editar para abrir o cadastro dele.
3. No topo do cadastro, troque da aba Dados para a aba Preferências (ícone de coração).
4. Preencha os campos desejados e clique em Salvar Preferências.

Atenção

A aba Preferências só funciona para clientes já cadastrados. Em um cliente novo, primeiro salve os dados básicos; depois de criado, a aba Preferências fica disponível.

Os campos de preferência

O formulário reúne o tipo de pele e quatro listas de produtos favoritos. Os produtos oferecidos em cada lista vêm do seu próprio catálogo (apenas produtos ativos), organizados automaticamente por categoria e por palavras no nome. Em cada lista você pode marcar quantos produtos quiser.

Campo	Para que serve
Tipo de pele	Escolha única: Normal, Mista, Oleosa ou Seca.
Bases favoritas	Bases de maquiagem que a cliente prefere.
Fragrâncias favoritas	Perfumes e colônias que ela gosta.
Cuidados com a pele favoritos	Produtos de skincare/cuidado facial preferidos.
Outros produtos que usa	Demais itens do catálogo que ela costuma usar.
Quem poderia te presentear?	Até 5 contatos (nome + telefone) que costumam presentear-la.

Dica

As listas são montadas a partir das categorias e dos nomes dos seus produtos. Se uma base não aparecer em Bases favoritas, confira se o produto está ativo e se o nome ou a categoria deixam claro que é maquiagem/base.

Presenteadores: quem pode dar presente ao cliente

No campo Quem poderia te presentear? você cadastra até 5 pessoas do círculo próximo do cliente — marido, mãe, filhos, amigas — com nome (opcional) e telefone. A ideia é simples: quando o aniversário do cliente se aproxima, você avisa essas pessoas com sugestões de presente que combinam exatamente com o gosto dele.

1. Na aba Preferências, vá até Quem poderia te presentear?.
2. Clique em Adicionar telefone.
3. Preencha o Nome (opcional) e o telefone com DDD (o campo já aplica a máscara).
4. Repita para outros contatos, até o limite de 5.
5. Para remover um contato, clique no X ao lado da linha.
6. Clique em Salvar Preferências.

Atenção

Contatos sem telefone não são salvos. O nome é opcional, mas o telefone é obrigatório para o contato valer e poder receber as mensagens de presente.

Link público para o próprio cliente preencher

Você não precisa preencher tudo sozinho. Da para gerar um link único e enviar ao cliente por WhatsApp; ele abre uma página simples com a identidade da sua loja e preenche as próprias preferências. O que ele salva por ali volta direto para o cadastro dele no seu Painel.

Painel %, Clientes %, (abrir cliente) %, aba Preferências %, Copiar link

1. Abra a aba Preferências do cliente.
2. Na caixa Link para a cliente preencher, clique em Copiar link.
3. Se ainda não houver link, salve as preferências uma vez (ou clique em Copiar link, que gera o link na hora).
4. Cole o link em uma conversa de WhatsApp e envie para o cliente.

Saiba mais

O link tem validade de 30 dias e é renovado a cada vez que você gera/copia. Se passar do prazo, é só abrir a aba e copiar o link de novo para reativá-lo.

Dica

Clientes que já têm acesso à área da conta na sua loja também podem editar as preferências por conta própria, em Minha conta %, Preferências (/conta/preferencias), sem precisar de

Usando os presenteadores em campanhas de presente

Os telefones cadastrados em Quem poderia te presentear? alimentam a comunicacao automatica do tipo Presenteador. Alguns dias antes do aniversario do cliente, o sistema envia, para cada contato da lista, uma mensagem com ideias de presente. Voce so configura uma vez; depois ele roda sozinho.

Painel %, Comunicacoes %, Automaticas %, Presenteador

1. Abra Comunicacoes e va para as comunicacoes automaticas.
2. Ative primeiro a comunicacao de Aniversario — o Presenteador depende dela estar ligada.
3. Abra a comunicacao Presenteador e ative-a.
4. Ajuste a antecedencia (quantos dias antes do aniversario) e revise o texto da mensagem.
5. Confira em Envios futuros quais contatos receberao mensagem nos proximos dias.

Atenção

A comunicacao Presenteador so funciona com a de Aniversario ativa: se voce desligar Aniversario, o Presenteador e desativado junto. E preciso que o cliente tenha data de aniversario cadastrada e pelo menos um contato com telefone valido.

Na mensagem do Presenteador voce pode usar marcadores que o sistema preenche automaticamente: {{contato_presentear}} (nome do contato), {{primeiro_nome}} (primeiro nome do cliente), {{dia_aniversario}} (data do aniversario) e {{nome_loja}}. Capriche no texto: e ele que transforma o gosto do seu cliente em uma venda de presente.

Promoções e Cupons

O Gestão Ativa tem duas ferramentas de desconto que funcionam de formas diferentes. As Promoções rebaixam o preço de produtos específicos por um período (com etiqueta de PROMO na loja), e qualquer pessoa vê o preço já com desconto. Os Cupons são códigos que o cliente digita no checkout para ganhar um desconto sobre o pedido — com regras de validade, limite de uso e público-alvo. Neste capítulo você aprende a criar, editar e excluir cada um, e a entender como eles aparecem para o cliente.

Promoções

Uma promoção aplica um desconto direto no preço de um ou mais produtos, dentro de um intervalo de datas. Enquanto a promoção está ativa, o produto aparece na loja com uma etiqueta vermelha de PROMO, o preço antigo riscado e o preço promocional em destaque — sem precisar de código nenhum.

Painel %, Promoções

Conhecendo a lista de promoções

Na tela Promoções você vê todas as promoções da loja. No canto superior direito há um botão para alternar entre visualização em lista (tabela) e em grade (cartões) — sua escolha fica salva. A lista mostra Nome, Tipo, Valor, Início, Fim, quantidade de produtos e o Status.

Status	O que significa
Ativa	Está dentro do período e marcada como ativa — vale na loja agora.
Agendada	Ativa, mas a data de início ainda não chegou.
Encerrada	A data de fim já passou.
Inativa	A opção "Promoção ativa" está desmarcada.

Criar uma promoção

1. Clique em "Nova Promoção".
2. Em "Dados da Promoção", preencha o Nome (ex.: Black Friday, Liquidação) e, se quiser, uma Descrição.
3. Escolha o Tipo de desconto: Percentual (%), Desconto fixo (R\$) ou Preço fixo (R\$).
4. Informe o Valor de acordo com o tipo escolhido (o rótulo do campo muda conforme o tipo).
5. Defina a Data de início e a Data de fim (incluem hora).
6. Deixe "Promoção ativa" marcado para que ela valha (você pode desmarcar para guardar sem ativar).
7. Em "Produtos na Promoção", use o campo Buscar produto para encontrar e marque os produtos que entram na promoção.
8. Clique em "Criar Promoção".

Tipo de desconto	Como o preço é calculado
Percentual (%)	Tira a porcentagem informada do preço (ex.: 20 = 20% de desconto).
Desconto fixo (R\$)	Subtrai o valor em reais do preço original.
Preço fixo (R\$)	O produto passa a custar exatamente o valor informado.

Atenção

Se nenhum produto for selecionado, a promoção não é aplicada a nada — o sistema avisa: "Nenhum produto selecionado — a promoção não será aplicada." Sempre marque pelo menos um produto.

Editar ou excluir uma promoção

1. Na lista (ou na grade), clique sobre a promoção que quer abrir.
2. Altere os campos necessários e clique em "Salvar Alterações".
3. Para apagar, clique em "Excluir" e confirme na janela "Excluir promoção".

Promoções automáticas

Algumas promoções são criadas por uma sincronização automática (você verá um aviso amarelo de que ela é "gerenciada automaticamente"). Nesse caso os campos ficam só para leitura e os botões de salvar/excluir não aparecem — para mudar o preço, ajuste o cadastro do produto.

Dica

Quer parar uma promoção antes do fim? Em vez de excluí-la, abra-a e desmarque "Promoção ativa". Assim você mantém o histórico e pode reativá-la depois.

Cupons de desconto

Um cupom é um código (ex.: DESCONTO10) que o cliente digita no checkout para abater um desconto do pedido. Diferente da promoção, o desconto do cupom não fica visível no produto — ele só vale quando o cliente aplica o código, e pode ter regras: valor mínimo de pedido, validade, limite de usos e público-alvo.

Os cupons ficam na área de Comunicações, na aba Cupons. O atalho do menu Cupons leva você direto para lá.

Painel %, **Comunicações %**, **Cupons**

Criar um cupom

1. Na aba Cupons, clique em "Novo Cupom".
2. Em "Informações do Cupom", digite o Código (ele é salvo sempre em MAIÚSCULAS, ex.: DESCONTO10) e uma Descrição opcional.
3. Escolha o Tipo de Desconto: Porcentagem (%) ou Valor fixo (R\$), e informe o Valor.
4. Se quiser, defina um Pedido mínimo (R\$) — abaixo desse valor o cupom não é aceito.
5. Defina a Validade (data e hora). Deixe em branco para um cupom sem prazo de expiração.
6. Em "Limites de Uso", informe o Máximo de usos (total) e o Máximo de usos por cliente. Em branco = ilimitado.
7. Em "Público-alvo", escolha quem pode usar (veja a tabela abaixo).
8. Deixe "Cupom ativo" marcado e clique em "Criar Cupom".

Público-alvo	Quem pode usar o cupom
Todos os clientes	Qualquer cliente da loja.
Clientes específicos	Apenas os clientes que você selecionar na lista que aparece.
Por gênero	Apenas clientes do gênero escolhido: Masculino, Feminino ou Outro.

Campos de limite de uso

"Máximo de usos (total)" limita quantas vezes o cupom pode ser usado somando todos os clientes. "Máximo de usos por cliente" limita quantas vezes o MESMO cliente pode usá-lo. Deixe vazio para não impor limite.

Acompanhar e editar cupons

A lista de cupons mostra Código, Desconto, Público, Usos, Validade e Status. Na coluna Usos você vê o contador (e uma barrinha de progresso quando há limite total); para cupons de valor fixo, aparece uma estimativa do desconto já concedido. Use o campo de busca para filtrar por código ou descrição.

Status do cupom	O que significa
Ativo	Está válido e disponível para uso.
Expirado	A data de validade já passou.
Esgotado	Atingiu o máximo de usos (total).
Inativo	A opção "Cupom ativo" está desmarcada.

1. Clique sobre o cupom na lista para abri-lo.
2. Ajuste os campos e clique em "Salvar Alterações".
3. Para apagar, clique em "Excluir" e confirme na janela "Excluir cupom".

Como o cliente usa o cupom no checkout

No fechamento do pedido, na seção "Cupom de desconto", o cliente digita o código e clica para aplicar. O sistema valida na hora: confere se o cupom existe e está ativo, se não expirou nem esgotou, se o pedido atinge o valor mínimo e se aquele cliente faz parte do público-alvo. Dando certo, o desconto entra no resumo do pedido (linha verde com o código) e abate o total.

Atenção

O campo de cupom só aparece para clientes identificados (logados) no checkout. Isso é necessário porque as regras de uso por cliente, clientes específicos e por gênero dependem de saber quem está comprando.

Dica

Promoção e cupom se combinam: o cliente compra o produto já com o preço promocional e ainda pode aplicar um cupom sobre o subtotal. Para uma campanha sem código, prefira Promoção; para divulgar um código exclusivo (lista, aniversário, grupo), use Cupom.

Metas e Performance

A seção Performance é onde você define para onde a loja deve ir e mede se está chegando lá. Nela você cria metas de vendas (para a loja inteira ou para cada consultora) e acompanha o progresso em tempo real, com barras coloridas que mostram o quanto já foi alcançado. Neste capítulo você vai aprender a navegar pelas abas da tela, criar, editar e excluir metas, ler o painel de progresso e usar o filtro de período que aparece nos dashboards. Os indicadores e gráficos de desempenho do faturamento ficam no Dashboard; aqui o foco é a definição e o acompanhamento das metas.

Onde fica e como navegar

No menu lateral, clique em 'Performance'. A tela abre com uma barra de abas no topo. Cada aba é uma ferramenta independente; a aba de Metas é o coração deste capítulo.

Painel %, Performance %, Metas de Vendas

Aba	Para que serve
Sugestão de Pedido	Sugere o que repor no estoque com base no histórico de vendas (capítulo próprio).
Metas de Vendas	Define metas mensais e acompanha o progresso por consultora ou pela loja toda.
Fidelidade	Configurações do programa de pontos/fidelidade (capítulo próprio).

Dica

A aba aberta fica registrada no endereço da página. Assim você pode salvar nos favoritos um link que já abre direto em 'Metas de Vendas', ou compartilhar esse link com a equipe.

Entendendo as metas de vendas

Uma meta é um valor em reais que você quer atingir em um determinado mês. Ela pode ser de dois tipos: da loja inteira (somando todas as vendas concluídas) ou de um(a) consultora específico(a) (somando apenas as vendas registradas por aquela pessoa). O progresso é calculado automaticamente a partir das vendas com status concluído daquele mês.

- Meta da loja: escolha 'Toda a loja' ao criar. O sistema soma todas as vendas concluídas do mês.
- Meta individual: escolha o nome de um membro da equipe. O sistema soma só as vendas daquela pessoa.
- O cálculo considera apenas vendas concluídas; vendas abertas ou canceladas não entram na conta.
- Cada meta é mensal e vale para o mês e o ano que você escolher.

Criar uma nova meta

1. Na aba 'Metas de Vendas', clique no botão 'Nova Meta' (canto superior direito). Se ainda não houver metas no mês, você também pode clicar em 'Criar primeira meta'.
2. No campo 'Vendedor', escolha 'Toda a loja' (meta da loja) ou selecione o nome de um membro da equipe.
3. Escolha o 'Mês' e o 'Ano' da meta.
4. Em 'Meta (R\$)', informe o valor que deseja alcançar (por exemplo, 10000.00).
5. Clique em 'Salvar'. A meta aparece na lista e o sistema confirma com 'Meta criada!'.

Saiba mais

Só aparecem na lista de seleção os membros ativos da equipe. Se quem você procura não estiver lá, verifique em Configurações se a pessoa está cadastrada e ativa.

Acompanhar o progresso

Logo abaixo do título há dois seletores: 'Mês' e 'Ano'. Eles definem qual período você está vendo. A lista mostra um cartão para cada meta daquele mês, com uma barra de progresso colorida e os números do alcance.

No cartão da meta	O que significa
Nome (ou 'Toda a loja')	De quem é a meta: a loja inteira ou um(a) consultora.
Meta	O valor que você definiu como objetivo.
Selo de porcentagem	Quanto da meta já foi alcançado (limitado a 100%).
Barra colorida	Visão rápida do avanço (veja as cores abaixo).
Valor à esquerda	Quanto já foi vendido (alcançado) no mês.
'Faltam ...'	Quanto ainda falta em reais para bater a meta.

Cor da barra / selo	Faixa de progresso
Vermelho	Abaixo de 50% da meta.
Amarelo/laranja	De 50% a 79% da meta.
Verde	80% ou mais da meta.

Dica

Os números atualizam sozinhos conforme novas vendas são concluídas. Não precisa recadastrar a meta a cada venda: registre a venda normalmente e o progresso sobe automaticamente.

Editar ou excluir uma meta

Cada cartão tem dois botões à direita do selo de porcentagem: o lápis (editar) e a lixeira (excluir).

1. Para alterar o valor de uma meta, clique no ícone de lápis. Ao editar, só o campo 'Meta (R\$)' fica disponível — o consultora, o mês e o ano não mudam.
2. Ajuste o valor e clique em 'Salvar'. O sistema confirma com 'Meta atualizada!'.
3. Para remover uma meta, clique no ícone de lixeira e confirme na janela 'Excluir esta meta?'.

Atenção

Quer mudar o consultora, o mês ou o ano de uma meta? Não é possível pela edição. Exclua a meta e crie uma nova com os dados corretos.

O painel 'Metas do Mês' no Dashboard

Você não precisa abrir a tela de Performance para checar as metas: o Dashboard traz um painel resumido

chamado 'Metas do Mês', com as barras de progresso das metas ativas do mês atual. Ele só aparece quando há metas cadastradas para o mês corrente.

- Mostra até cinco metas, cada uma com nome, porcentagem, valor alcançado e a meta.
- O link 'Ver todas' leva direto para a aba 'Metas de Vendas' na tela de Performance.

Painel %, Dashboard %, Metas do Mês %, Ver todas

O filtro de período (usado nos dashboards)

Vários painéis do sistema (como o Dashboard) usam um mesmo filtro de período para você escolher a janela de tempo analisada. Ele fica no alto da tela e oferece atalhos rápidos e a opção de definir um intervalo personalizado.

Atalho	Intervalo analisado
Hoje	Apenas o dia de hoje.
7 dias	Os últimos 7 dias (incluindo hoje).
30 dias	Os últimos 30 dias — é o padrão do Dashboard.
12 meses	Os últimos 12 meses.
Personalizado	Você escolhe a data inicial e a data final no calendário.

1. Clique em um dos atalhos (Hoje, 7 dias, 30 dias, 12 meses) para trocar o período na hora.
2. Para um intervalo sob medida, clique em 'Personalizado'.
3. Escolha a 'Data inicial' e a 'Data final' nos campos de calendário (a tela impede que a final seja anterior à inicial).
4. Os números e gráficos da tela se atualizam automaticamente para o período escolhido.

Fuso de Fortaleza

Todos os períodos e o cálculo das metas usam o horário de Fortaleza (sem horário de verão). Assim, 'hoje' e o fechamento de cada dia seguem o mesmo relógio em todo o sistema, sem confusão por fuso do navegador. O dia vai de 00h00 até 23h59 no horário de Fortaleza.

Dica

Se um gráfico aparecer vazio, normalmente não é erro: só não houve movimento naquela janela. Amplie o período (por exemplo, de '7 dias' para '30 dias' ou '12 meses') para enxergar mais dados.

Comunicações e Campanhas

As Comunicações são a forma de você falar com seus clientes em escala, pelo WhatsApp da sua loja. Existem dois jeitos de usar: as comunicações manuais (você escreve uma mensagem e dispara para um grupo de clientes, na hora, agendada ou repetindo) e as comunicações automáticas (mensagens que o sistema envia sozinho diante de eventos como uma compra, um aniversário ou a hora de repor um produto). Tudo fica em um só lugar, com modelos de mensagem prontos, variáveis que se preenchem com os dados de cada cliente e um histórico de quem recebeu. Neste capítulo você aprende a criar, agendar, acompanhar e configurar cada tipo.

Recurso por módulo

As Comunicações dependem do módulo de Comunicações estar ativo na sua assinatura. Se o menu não aparecer ou as abas exibirem um aviso de indisponível, fale com o suporte para habilitar o módulo. Além disso, todo envio é feito pelo WhatsApp: é preciso ter o WhatsApp da loja conectado.

Onde fica e como está organizado

Painel %, Comunicações

A tela de Comunicações tem três abas no topo. Sua escolha de aba fica salva no endereço da página, então você pode voltar direto para onde estava.

Aba	Para que serve
Comunicações	Campanhas manuais que você escreve e dispara para um público (agora, agendadas ou recorrentes).
Comunicações Automáticas	Mensagens automáticas por evento: pós-venda, primeiro pedido, aniversário, recompra e mais.
Cupons	Códigos de desconto que você pode, inclusive, anexar a uma comunicação (detalhado no capítulo de Promoções e Cupons).

WhatsApp é obrigatório

Se o WhatsApp da loja não estiver conectado, as abas Comunicações e Comunicações Automáticas mostram um aviso no lugar do conteúdo, com um botão que leva direto para Configurações de WhatsApp antes de criar qualquer comunicação.

Criar uma comunicação manual

Uma comunicação manual é uma mensagem única que você define e envia para um grupo de clientes. Use para promoções pontuais, avisos, novidades e lembretes.

Painel %, Comunicações %, Nova Comunicação

1. Na aba Comunicações, clique em "Nova Comunicação".
2. Em "Informações da Comunicação", preencha o Nome (ex.: Promoção de Natal) — é só para você identificar.
3. Escreva a Mensagem no campo grande. Embaixo dele você vê o contador de caracteres.
4. Para começar de um modelo pronto, clique em "Usar Template" e escolha um (veja a seção de Modelos abaixo).

5. Use as variáveis disponíveis abaixo da mensagem: clique ou arraste cada etiqueta para dentro do texto — elas serão trocadas pelos dados reais de cada cliente no envio.
6. Em "Público-alvo", escolha para quem enviar: Todos os clientes, Clientes específicos ou Por gênero.
7. Em "Agendamento", escolha quando enviar: Enviar agora, Agendar para data/hora ou Repetir periodicamente.
8. Se quiser, anexe um Cupom de desconto (o código entra automaticamente no fim da mensagem).
9. Clique no botão de salvar (o texto dele muda conforme o caso: "Criar e Enviar Agora", "Criar Comunicação" ou "Salvar Alterações").

Escolher o público-alvo

Opção	O que faz
Todos os clientes	Envia para todos os clientes cadastrados que têm telefone.
Clientes específicos	Abre uma busca para você selecionar nome a nome. É obrigatório marcar ao menos um cliente.
Por gênero	Filtra por Masculino, Feminino ou Outro. O gênero precisa ser informado.

Agendamento (fuso América/Fortaleza)

Todos os horários do sistema usam o fuso América/Fortaleza. Ao agendar, pense sempre nesse horário, e não no fuso do seu computador.

Tipo de envio	Como funciona
Enviar agora	Dispara assim que você salva. Entra na fila e começa a sair em seguida.
Agendar para data/hora	Você informa a data e a hora exatas. A data precisa ser no futuro.
Repetir periodicamente	Define Frequência (Diariamente, Semanalmente ou Mensalmente), o dia (da semana ou do mês, quando se aplica) e o Horário. A mensagem é reenviada a cada ciclo.

Dica

Na recorrência semanal você escolhe o dia da semana; na mensal, o dia do mês (de 1 a 28, para nunca cair em mês que não tem o dia 29, 30 ou 31). O horário padrão sugerido é 10:00.

Modelos de mensagem (templates)

Em vez de escrever do zero, clique em "Usar Template" dentro da comunicação. O sistema traz modelos prontos: alguns gerais (Boas-vindas, Novidades da Loja, Feliz Aniversário, Produtos em Promoção, Desconto em Pedidos) e outros específicos da marca da sua loja. Escolha um modelo, ajuste o que for pedido e ele preenche a mensagem para você — depois é só editar livremente.

- Produtos em Promoção: monta a lista de produtos com promoção ativa. Você pode usar todos os produtos em promoção ou marcar produtos específicos.
- Desconto em Pedidos: você informa o tipo (porcentagem ou valor fixo), o valor e, opcionalmente, um código de cupom. O valor precisa ser maior que zero.
- Demais modelos: aplicam o texto direto, e você completa as partes variáveis na própria mensagem.

Variáveis na mensagem

Variáveis são etiquetas que o sistema troca pelos dados reais no momento do envio. Você as insere clicando

ou arrastando para dentro do texto. As mais comuns:

Variável	Vira...
Primeiro Nome	O primeiro nome do cliente.
Nome Completo	O nome completo do cliente.
Nome da Loja	O nome da sua loja.
Link da Loja	O link público do seu catálogo.
Link Google	O link da loja no Google (precisa estar configurado em Configurações).
Link Atualizar Cadastro / Preferências	Links pessoais do cliente para completar dados.

Saiba mais

A variável Link Google só aparece se você tiver cadastrado o link do Google da loja nas Configurações. Sem ele, essa etiqueta fica oculta para não enviar um link vazio.

Acompanhar e gerenciar as comunicações

A lista da aba Comunicações mostra cada comunicação com a prévia da mensagem, o Público, o tipo de Envio, a contagem de Destinatários (enviados/total, com falhas quando houver) e o Status. Use a busca pelo nome e o filtro de status no topo para encontrar o que procura. Clique em uma linha para abrir os detalhes.

Status	O que significa
Pendente	Criada e aguardando entrar na fila de envio.
Agendada	Marcada para uma data/hora futura.
Recorrente	Repetição ativa, reenviando a cada ciclo.
Enviando	Em processo de disparo agora.
Enviada	Concluída.
Pausada	Recorrente que você pausou (não envia até retomar).
Falhou	Não foi possível enviar.
Cancelada	Encerrada sem envio.

Detalhes, editar e excluir

Na tela de detalhes você vê cartões com Total de destinatários, Enviados, Falhas e a Taxa de Envio, além da mensagem completa, da configuração (público, tipo de envio, agendamento, frequência) e da tabela de Destinatários — com o status de cada cliente e quando recebeu.

- **Editar:** disponível enquanto a comunicação está Pendente, Agendada, Recorrente ou Pausada. Clique em "Editar" para alterar mensagem, público ou agendamento.
- **Pausar / Retomar:** comunicações Recorrentes têm o botão "Pausar"; as pausadas têm "Retomar". Pausar interrompe os próximos envios sem perder a configuração.
- **Excluir:** o botão "Excluir" remove a comunicação após uma confirmação. A confirmação só conclui de fato quando a exclusão dá certo.

Atenção

Comunicações já Enviadas, Falhadas ou Canceladas não podem mais ser editadas — nesse caso o botão Editar não aparece. Para repetir uma mensagem assim, crie uma nova.

Comunicações automáticas

As comunicações automáticas são mensagens que o sistema envia sozinho quando algo acontece (uma compra, um aniversário, a hora de repor um produto). Você ativa cada tipo, ajusta o texto e o sistema cuida do resto. Na aba Comunicações Automáticas você vê todos os tipos disponíveis em cartões (ou em tabela, alternando no canto superior direito), com um interruptor para Ativar/Inativar cada um e o botão Configurar.

Tipo	Quando dispara
2+2+2 — Pós-Venda	Três mensagens após uma compra: 2 dias, 2 semanas e 2 meses depois.
Primeiro Pedido	Boas-vindas na primeira compra do cliente (primeiro pedido pelo catálogo online ou primeira venda no PDV). Uma vez por cliente.
Aniversário	Parabéns no aniversário do cliente, com horário e antecedência que você define.
Quem poderia te presentear?	Antes do aniversário do cliente, avisa os contatos da lista "Quem poderia te presentear?" sugerindo um presente. Depende do Aniversário estar ativo.
Sugestão de Recompra	Quando o histórico indica que o cliente pode estar precisando repor um produto.

Configurar um tipo automático

Painel %, **Comunicações %**, **Comunicações Automáticas %**, **Configurar**

1. Clique no cartão do tipo (ou no botão Configurar) para abrir a tela de configuração.
2. Use o interruptor do topo para Ativar ou Inativar. Você pode editar o conteúdo mesmo com a comunicação inativa — ela só não envia até ser ativada.
3. Ajuste o Horário de envio (quando o tipo permite) e, no Aniversário e no Presenteador, os Dias de antecedência (0 = no próprio dia). Clique em Salvar em cada um.
4. Abra cada Mensagem, edite o texto usando as variáveis e clique em Salvar Mensagem.
5. No 2+2+2, decida se quer "Disparar automaticamente em toda nova venda" ou habilitar a sequência manualmente em cada venda.

Atenção

Inativar uma comunicação automática cancela os envios já agendados que estavam pendentes dela. O sistema pede confirmação antes de desativar.

Pré-visualizar, testar e ver o histórico

- Envios futuros (próximos 30 dias): quando o tipo permite e está ativo, a tela mostra uma prévia de quem vai receber e quando. É só visualização, calculada em tempo real — nada é gravado até o envio acontecer.
- Testar envio: informe um telefone com DDD e clique em "Enviar teste". O sistema dispara as mensagens daquele tipo com dados de exemplo, para você conferir. O teste não entra no histórico.
- Histórico de Envios: abra a seção no fim da tela para ver os disparos já realizados daquele tipo.

Fuso e horário

As verificações de aniversário rodam de hora em hora e os envios saem na hora cheia que você configurou, sempre no fuso América/Fortaleza. A Sugestão de Recompra é analisada periodicamente e notificada quando a recompra estimada se aproxima.

Dica

Alguns tipos têm regras próprias: o Presenteador é exclusivo de lojas de Varejo e só dispara se o cliente tiver preenchido contatos na lista, além de depender do Aniversário ativo. Em lojas do tipo petcare, parte dos tipos pode não aparecer.

Notificações do sistema (caixa de avisos)

Não confunda Comunicações (mensagens que você envia aos clientes) com Notificações (avisos que o sistema envia para você). As Notificações reúnem comunicados, novos clientes, pedidos do catálogo, lembretes, alertas e solicitações de LGPD em um só lugar.

Painel %, Notificações

- A tela separa Não lidas e Lidas, cada uma com paginação própria.
- Marque um aviso individual como lido, ou use "Marcar todas como lidas" no topo.
- Cada aviso pode ser excluído. Na seção de Lidas há uma busca para encontrar avisos antigos.

Modelos de mensagem prontos da Mary Kay

O Gestão Ativa já vem com modelos de mensagem prontos para você usar nas campanhas e notificações (em Comunicações). Cada modelo tem um texto base com variáveis entre chaves (por exemplo {{nome_cliente}}, {{desconto}} ou {{product_list}}) que são preenchidas automaticamente no momento do envio. Você pode usar o modelo como está ou personalizar o texto.

Painel %, **Comunicações %**, **Nova campanha %**, **escolher um modelo**

Modelos disponíveis para todas as marcas

Modelo	Para que serve
Produtos em Promoção	Envia a lista de produtos com promoção ativa
Desconto em Pedidos	Oferece desconto no próximo pedido do cliente
Boas-vindas	Mensagem de boas-vindas para novos clientes
Novidades da Loja	Informa sobre novos produtos ou serviços
Feliz Aniversário	Parabéns de aniversário com oferta especial
Lembrete de Recompra	Lembra o cliente de reabastecer o que costuma comprar
Pesquisa de Satisfação	Solicita feedback do cliente sobre a última compra

Modelos exclusivos da sua modalidade (Mary Kay)

Estes modelos aparecem apenas para lojas da modalidade Mary Kay — são escritos com a linguagem e as ofertas típicas da sua marca.

Modelo	Para que serve
Reativação de Cliente	Reativa clientes que não compram há algum tempo
Lançamento Mary Kay	Divulga novos produtos Mary Kay
Dicas de Cuidados com a Pele	Dicas de skincare com produtos Mary Kay
Convite Sessão de Beleza	Convida para uma sessão de cuidados e maquiagem

Dica

Você não precisa decorar as variáveis: ao montar a campanha, o sistema mostra quais estão disponíveis e substitui tudo automaticamente para cada cliente.

Relatórios

Os Relatórios transformam o que está cadastrado no sistema em listas e resumos prontos para imprimir ou abrir na planilha. É aqui que você gera um espelho do seu estoque, fecha as vendas de um período, audita as movimentações de estoque ou exporta sua carteira de clientes. Cada relatório é gerado sob demanda, com os filtros que você escolher, e baixado direto para o seu computador em PDF ou planilha (Excel). Neste capítulo você vai aprender a gerar cada tipo, ajustar os filtros, escolher o formato e entender o que cada número representa.

Abrindo a tela de Relatórios

Painel %, Relatórios

Ao abrir o menu Relatórios, você vê um conjunto de cartões — um para cada tipo de relatório disponível. Cada cartão tem um ícone, o nome e uma breve descrição do que ele traz. Clique no cartão para entrar na tela de configuração daquele relatório. Para voltar e escolher outro tipo, use o link Voltar para tipos de relatório, no topo.

Saiba mais

Os tipos de relatório que aparecem dependem do ramo da sua loja. No varejo (venda direta/revenda) você verá os relatórios de Lista de Produtos, Vendas, Movimentações de Estoque e Lista de Clientes.

Tipos de relatório

Relatório	O que traz
Lista de Produtos	Catálogo completo com preço, custo, estoque, estoque mínimo, unidade, categoria e status (ativo/inativo).
Vendas	Vendas de um período, com agrupamento Detalhado, Por produto ou Por forma de pagamento.
Movimentações de Estoque	Entradas, saídas, vendas, devoluções e baixas de vacina, com estoque anterior e novo de cada movimento.
Lista de Clientes	Carteira de clientes com contato, documento, quantidade de compras e total já gasto.

Gerando um relatório

1. No menu Relatórios, clique no cartão do tipo que você quer gerar.
2. Preencha os Filtros disponíveis para aquele relatório (veja as seções abaixo). Campos marcados com asterisco (*) são obrigatórios.
3. Em Formato, escolha PDF (para imprimir/visualizar) ou Planilha (para abrir no Excel e fazer suas próprias contas).
4. Clique em Gerar Relatório. O botão mostra Gerando... enquanto o arquivo é preparado e o download começa automaticamente.

Dica

O arquivo é nomeado com o tipo do relatório e a data de hoje (por exemplo, vendas-2026-06-11.pdf). Assim fica fácil organizar os relatórios baixados por data.

Atenção

Se aparecer “Nenhum registro encontrado com os filtros selecionados”, não há dados que batam com o período/filtros escolhidos — afrouxe os filtros e tente de novo. Cada relatório traz no máximo 5.000 registros; para volumes maiores, gere por períodos menores.

Filtro de período (datas)

Os relatórios baseados em data — Vendas e Movimentações de Estoque — usam os campos Data inicial e Data final. Você escolhe as datas no seletor de calendário. O intervalo é inclusivo: a Data inicial entra a partir das 00:00 e a Data final vai até as 23:59, considerando o dia inteiro.

Fuso de Fortaleza

O sistema sempre conta o dia pelo horário de Fortaleza (America/Fortaleza). Isso significa que uma venda feita às 22h do dia 10 cai no dia 10 no relatório, mesmo que internamente os horários sejam guardados em outro fuso. Por isso os totais batem com o que você vê no dia a dia da loja, sem aquele efeito de “a venda da noite apareceu no dia seguinte”.

Atenção

No relatório de Vendas, Data inicial e Data final são obrigatórias. Já no de Movimentações de Estoque elas são opcionais: deixando ambas em branco, o relatório traz todas as movimentações registradas.

Relatório de Vendas

Painel %, Relatórios %, Vendas

Além do período, o relatório de Vendas tem o filtro Agrupar por, que muda completamente o formato do resultado. É o filtro mais poderoso desta tela.

Agrupar por	O que cada linha mostra
Detalhado	Uma linha por venda: data/hora, cliente, vendedor, itens, quantidade, subtotal, desconto, total, pagamento e status.
Por produto	Uma linha por produto vendido: quantidade vendida, receita, preço médio, custo total e lucro.
Por forma de pagamento	Uma linha por forma de pagamento: quantidade de vendas, total e percentual sobre o total geral.

- Forma de pagamento: filtra por Dinheiro, PIX, Cartão Débito, Cartão Crédito ou Outro (deixe em Todas para não filtrar).
- Status: Todos, Concluídas, Canceladas ou Abertas. Para faturamento real, prefira Concluídas.

Dica

Quer saber o que mais sai e quanto cada produto lucra? Use Agrupar por! Por receita menos o custo (preço de custo) dos itens vendidos no período. Para ver a divisão entre Dinheiro/PIX/Cartão, use Por forma de pagamento e olhe a coluna Percentual.

Relatório de Movimentações de Estoque

Painel %, Relatórios %, Movimentações de Estoque

Este relatório é a auditoria do seu estoque: cada linha é um movimento, mostrando produto, tipo, quantidade, estoque anterior, estoque novo, motivo e o usuário que registrou. Use o filtro Tipo para isolar um movimento específico.

Tipo	Significado
Entrada	Reposição/compra que aumentou o estoque.
Saída	Baixa manual de estoque (perda, ajuste, uso interno).
Venda	Baixa automática gerada por uma venda.
Devolução	Retorno ao estoque (cancelamento/estorno).
Vacina	Baixa de item por aplicação de vacina (quando aplicável).

Lista de Produtos e Lista de Clientes

Esses dois relatórios não dependem de período — eles fotografam a situação atual. Eles têm filtros próprios de seleção e ordenação:

- Lista de Produtos: filtre por Categoria, por Status (Ativos/Inativos) e por Estoque (Com estoque/Sem estoque). Ordene por Nome ou Estoque, em ordem Crescente ou Decrescente.
- Lista de Clientes: ordene por Nome ou por Quantidade de compras, Crescente ou Decrescente. As colunas Compras e Total Gasto consideram apenas as vendas concluídas de cada cliente.

Exportação: PDF ou Planilha (Excel)

Antes de clicar em Gerar Relatório, escolha o Formato. Os dois formatos trazem exatamente as mesmas colunas e dados — muda só o tipo de arquivo.

Formato	Quando usar
PDF	Para imprimir ou arquivar. Vem com cabeçalho na cor do comprovante da loja, nome da loja, data/hora de geração, resumo dos filtros aplicados, numeração de páginas e o total de registros no rodapé.
Planilha	Arquivo .xlsx para abrir no Excel (ou Google Planilhas/LibreOffice). Ideal para somar, filtrar, ordenar e cruzar dados por conta própria.

Saiba mais

No PDF, logo abaixo do cabeçalho aparece um resumo dos filtros que você usou (período, forma de pagamento, etc.), o que ajuda a saber exatamente sobre o que aquele relatório fala quando você abrir o arquivo depois.

Como interpretar os números

- Valores em dinheiro (preço, custo, subtotal, desconto, total, receita, lucro) já vêm formatados em Real (R\$).
- Datas e horas seguem o padrão brasileiro (dd/mm/aaaa) e o horário de Fortaleza.
- No relatório de Vendas Detalhado, $Total = Subtotal - Desconto$ (mais frete).
- Em Vendas Por produto, $Lucro = Receita - Custo Total$; o Preço Médio é a receita dividida pela quantidade vendida.
- Em Vendas Por forma de pagamento, o Percentual é a fatia daquela forma sobre o total geral do período.
- Na Lista de Clientes, Total Gasto soma só vendas concluídas — vendas abertas ou canceladas não entram na conta.

Atenção

Os relatórios refletem o que está cadastrado no momento em que você clica em Gerar. Se você corrigir uma venda, mudar um preço ou dar baixa em estoque depois, gere o relatório de novo para ver os números atualizados.

Notas fiscais (NF-e)

Quando voce compra mercadoria para revender, normalmente recebe uma Nota Fiscal Eletronica (NF-e) do fornecedor, junto com o arquivo XML da nota. O Gestao Ativa le esse XML e da entrada automatica no seu estoque: ele identifica os produtos da nota, soma as quantidades aos itens que ja existem e ainda ajuda a cadastrar os que sao novos. Em poucos cliques voce evita digitar produto por produto e mantem o custo de cada item sempre atualizado. Este capitulo mostra todo o fluxo, do upload do XML ate a conferencia do historico, alem dos erros mais comuns e como resolve-los.

Onde fica a importacao de NF-e

A importacao de notas fiscais mora dentro da area de Estoque do painel. Nao e uma tela separada: voce abre o Estoque e usa o botao 'Importar NF-e' no canto superior direito.

Painel %, Estoque %, Importar NF-e

A tela de Estoque tem duas abas no topo: 'Movimentacoes' (todas as entradas e saidas do estoque) e 'Historico NF' (a lista das notas fiscais que voce ja importou). O cartao 'Valor Total em Estoque' no topo mostra quanto vale o seu estoque atual e a quantidade de unidades.

Quem pode importar

A importacao de NF-e exige um perfil com permissao de gestao (proprietario, gerente ou administrador). Consultoras com perfil mais restrito conseguem ver o estoque, mas a acao de importar fica reservada a quem administra a loja.

O que e o arquivo XML da nota

O sistema importa a partir do arquivo XML da NF-e (extensao .xml) — nao do PDF/DANFE impresso e nem da foto da nota. Esse XML e o documento oficial da nota; o fornecedor costuma envia-lo por e-mail junto com a compra, ou voce pode baixa-lo no portal da Secretaria da Fazenda usando a chave de acesso de 44 digitos que aparece no rodape do DANFE. Guarde esse arquivo: e ele que voce vai subir no Gestao Ativa.

Dica

O leitor aceita tanto o XML de NF-e quanto o de NFC-e (nota do consumidor). Se o seu fornecedor so te mandou o PDF, peca o arquivo .xml — sem ele a importacao automatica nao funciona.

Passo a passo: importar uma NF-e

1. No painel, abra Estoque e clique em 'Importar NF-e' (botao com icone de documento, no topo direito).
2. Na janela 'Importar Nota Fiscal (NF-e)', arraste o arquivo .xml para a area pontilhada ou clique nela para escolher o arquivo no seu computador.
3. Aguarde a mensagem 'Processando NF-e...'. O sistema le o XML e ja compara os itens da nota com o seu catalogo.
4. Confira o resumo da nota (Emitente, CNPJ, Data de Emissao e Valor Total) que aparece no topo da tela de revisao.
5. Revise as duas abas: 'Produtos Encontrados' e 'Novos Produtos' (detalhadas abaixo), ajustando quantidades e custos se necessario.
6. Marque/desmarque os itens que deseja processar usando a caixa de selecao na primeira coluna.

7. Clique em 'Confirmar Entrada'. O estoque é atualizado e a nota passa a aparecer no 'Historico NF'.

Saiba mais

Voce pode clicar em 'Voltar' a qualquer momento na tela de revisao para escolher outro arquivo, sem dar entrada em nada. Nada é gravado no estoque ate voce clicar em 'Confirmar Entrada'.

O que o sistema lê da nota

Ao processar o XML, o Gestao Ativa extrai os dados da nota e de cada produto. A tabela abaixo mostra o que é lido e onde isso aparece no sistema:

Dado da nota	Como o sistema usa
Emitente (nome do fornecedor)	Identifica a origem da entrada e marca o motivo da movimentacao
CNPJ do emitente	Fica registrado no historico da NF
Data de emissao	Mostrada no resumo e no historico
Valor total da nota	Mostrado no resumo e no historico
Chave de acesso (44 digitos)	Usada para evitar importar a mesma nota duas vezes
Codigo do produto (na nota)	Comparado com o SKU dos seus produtos para casar os itens
Nome do produto	Usado como nome ao cadastrar um produto novo
Quantidade	Sugerida como quantidade a dar entrada
Valor unitario	Sugerido como custo unitario do produto
Unidade (un, cx, etc.)	Definida no cadastro do produto novo

O casamento e pelo SKU

O sistema reconhece um produto que já existe comparando o código da nota com o SKU cadastrado no seu produto. Se os códigos do seu fornecedor forem diferentes do SKU que você cadastrou, o item vai cair como 'novo' mesmo já existindo. Para aproveitar ao máximo a importação, padronize o SKU dos produtos com o código que o fornecedor usa na nota.

Aba 'Produtos Encontrados'

São os itens da nota que já existem no seu catálogo (casaram pelo SKU). Para cada um, você vê o produto do sistema, o código da nota, o estoque atual e os campos de entrada. O sistema soma a quantidade ao estoque que já existe — a previsão aparece em verde, por exemplo '+10!' 35'.

- Qtde: quantidade a dar entrada (vem da nota, mas você pode ajustar; mínimo 1).
- Custo Unit. (R\$): o custo do item; ao confirmar, atualiza o custo do produto no cadastro.
- O nome do produto NÃO é alterado — apenas o estoque e o custo são atualizados.
- Desmarque a caixa de seleção para deixar um item de fora desta entrada.

Dica

Atualizar o custo a cada nota mantém o 'Valor Total em Estoque' e os relatorios de margem realistas. Se um item veio com custo promocional que voce nao quer registrar, basta ajustar o campo Custo Unit. antes de confirmar.

Aba 'Novos Produtos'

Sao os itens da nota que o sistema nao encontrou pelo SKU. Aqui voce decide quais quer cadastrar de uma vez, ja com estoque inicial. Cada linha traz:

Campo	O que faz
Nome (NF)	Nome que o produto tera no catalogo (vindo da nota)
Codigo / SKU	Vira o SKU do novo produto
Qtde	Estoque inicial do produto
Custo (R\$)	Custo unitario do produto
Preco Venda (R\$)	Preco de venda; ja vem sugerido (custo x 1,3, ou seja, 30% acima do custo)

O preco de venda sugerido e so um ponto de partida: ajuste para o preco que voce realmente pratica antes de confirmar. Itens que voce nao quiser cadastrar agora, basta desmarcar — eles serao ignorados.

Saiba mais

O rodape da tela mostra um resumo do tipo 'X produto(s) existente(s) + Y novo(s) serao processados', para voce conferir antes de clicar em 'Confirmar Entrada'.

Historico de notas importadas

Toda nota confirmada fica registrada na aba 'Historico NF', dentro do Estoque. A lista mostra a data da importacao, o emitente, o CNPJ, a data da nota, o valor total, a quantidade de itens e o status (Processada).

1. Abra Estoque e clique na aba 'Historico NF'.
2. Clique em 'Ver' na linha da nota desejada.
3. Na janela 'Detalhes da NF-e' voce ve emitente, CNPJ, data, valor, itens processados, quem importou, a chave de acesso e o proprio XML da nota.

Painel %, Estoque %, Historico NF %, Ver

Cada entrada confirmada tambem gera uma movimentacao de estoque do tipo 'Entrada', que voce encontra na aba 'Movimentacoes' com o motivo 'Entrada NF-e' e o nome do fornecedor. Assim a origem de cada reposicao fica rastreavel.

Erros comuns e como resolver

Mensagem / situacao	Causa e solucao
Esta NF-e ja foi importada em DD/MM/AAAA	A mesma nota (mesma chave de acesso) ja deu entrada nesta loja. O sistema bloqueia para nao duplicar o estoque. Confira o 'Historico NF' antes de reimportar.
XML nao reconhecido como NF-e / Selecione um arquivo XML de NF-e	O arquivo nao e um XML de nota valido (pode ser PDF, foto ou XML de outro tipo). Suba o arquivo .xml original da NF-e ou NFC-e.

Mensagem / situacao	Causa e solucao
Nenhum produto da NF encontrado no sistema pelo SKU	Nenhum codigo da nota bateu com um SKU do catalogo. Os itens aparecero na aba 'Novos Produtos' — cadastre-os ou ajuste os SKUs e reimporte.
Selecione pelo menos um item para processar	Voce desmarcou todos os itens. Marque ao menos um nas abas 'Produtos Encontrados' ou 'Novos Produtos'.
Voce nao tem permissao para realizar esta acao	Seu perfil nao tem acesso a importacao. Use uma conta de proprietario, gerente ou administrador.

O Gestao Ativa importa, mas nao emite NF-e

Este recurso serve para dar entrada no estoque a partir das notas dos seus fornecedores. Ele nao emite nota fiscal para os seus clientes nem gera boleto de cobranca da venda — para emitir documentos fiscais use o sistema fiscal/emissor da sua preferencia. A importacao apenas reaproveita o XML que voce ja recebe para abastecer o estoque.

Gateway de pagamento

O gateway de pagamento é o motor que processa as cobranças por dentro do Gestão Ativa. É por ele que a mensalidade da sua assinatura é cobrada — gerando um PIX ou um Boletto — e é ele quem confirma, automaticamente, quando o pagamento cai. O gateway usado pelo sistema é o Forge Pay. Neste capítulo você entende o que é o gateway, como ele aparece para você no dia a dia (no checkout e no "Pague agora" da assinatura), quais métodos de pagamento existem, como ler o status de cada cobrança e onde fica a tela técnica de configuração.

O que é o gateway e para que serve

Um gateway de pagamento é o intermediário entre o sistema e o banco: ele cria a cobrança (o PIX ou o boleto), recebe o dinheiro e avisa o sistema quando o pagamento foi confirmado. No Gestão Ativa esse papel é do Forge Pay. Na prática, é ele que cobra a sua assinatura mensal e os módulos adicionais que você contratar — você nunca precisa lidar com o banco diretamente.

- Cria a cobrança da sua mensalidade (PIX ou Boletto) automaticamente a cada ciclo.
- Gera o código PIX copia-e-cola ou o boleto na hora, para você pagar.
- Confirma o pagamento de forma automática: assim que cai, sua assinatura é renovada e o acesso liberado, sem precisar enviar comprovante.
- Mantém um histórico de todas as cobranças, com valor, método e status.

O gateway cobra a assinatura, não as suas vendas

É importante não confundir: o gateway de pagamento serve para cobrar a SUA assinatura do Gestão Ativa (o que você paga para usar o sistema). Ele não é o meio de pagamento dos pedidos dos seus clientes — as vendas que você registra continuam sendo recebidas por fora, da forma que você combinar com cada cliente.

Métodos de pagamento: PIX e Boletto

As cobranças da assinatura são feitas por PIX ou Boletto bancário. Você escolhe o método na hora de assinar (no checkout) e ele fica salvo como o método padrão das próximas cobranças.

Método	Como funciona	Quando o acesso é liberado
PIX	O sistema gera um QR Code e um código copia-e-cola. Você paga pelo app do seu banco em segundos.	Em geral na hora, assim que o banco confirma o PIX.
Boletto	O sistema gera um boleto com vencimento em alguns dias. Você paga em qualquer banco ou app.	Após a compensação do boleto (normalmente 1 a 3 dias úteis).

Dica

Para liberar o acesso na mesma hora, prefira o PIX. O boleto tem prazo de compensação bancária, então pode levar alguns dias até o pagamento ser reconhecido.

Como você paga a assinatura (checkout e Pague agora)

Para você, lojista, o gateway aparece em dois momentos: na hora de assinar (checkout) e quando há mensalidade em atraso (Pague agora). Em ambos, o passo a passo é o mesmo: escolher o método, informar o documento e pagar a cobrança gerada.

1. Acesse a tela de cobrança da assinatura (no checkout, ao garantir a continuidade; ou na janela de pagamento quando houver valores em aberto).
2. Escolha o método: PIX ou Boletão.
3. Informe o CPF ou CNPJ do responsável pela cobrança (e, se pedido, nome, telefone e endereço).
4. Confirme para gerar a cobrança.
5. Se for PIX, copie o código copia-e-cola ou leia o QR Code no app do seu banco e pague. Se for Boletão, abra o boleto e pague.
6. Aguarde a confirmação: assim que o pagamento cai, a assinatura é renovada e o acesso liberado automaticamente.

Pague agora (mensalidades em atraso)

Se houver mensalidade em atraso, ao tentar entrar você verá a opção de pagar os valores em aberto na hora. O sistema soma os ciclos devidos e gera uma única cobrança (por padrão, em PIX). Quando o pagamento é confirmado, o acesso volta sozinho — não é preciso enviar comprovante.

Dica

O e-mail de cobrança que você recebe já traz o código PIX copia-e-cola (ou o link do boleto). Você pode pagar direto por ali, sem precisar entrar no sistema.

Status do pagamento

Toda cobrança tem um status, que indica em que ponto ela está. Conhecer cada um ajuda a entender por que o acesso já foi (ou ainda não foi) liberado.

Status	O que significa
Pendente	A cobrança foi criada e aguarda o pagamento. Pague o PIX ou o boleto para avançar.
Autorizado	O pagamento foi iniciado/autorizado, aguardando a confirmação final.
Pago	Pagamento confirmado. A assinatura é renovada e o acesso liberado.
Falhou	A cobrança não foi concluída. Gere uma nova cobrança para tentar de novo.
Cancelado	A cobrança foi cancelada e não será mais paga.
Estornado	Uma cobrança que já estava paga foi devolvida (estorno).

A tela de configuração do gateway (administração)

Existe uma tela técnica de configuração do gateway, no painel de administração da plataforma. Ela é operada pela equipe responsável pelo Gestão Ativa, não pela loja individualmente — você normalmente não precisa mexer nela. Descrevemos aqui o que ela faz, para referência de quem administra a plataforma.

Admin %, Gateway de Pagamento

A tela é organizada em três abas no topo: Configuração, Histórico e Teste.

Aba	Para que serve
Configuração	Liga/desliga a integração, escolhe o ambiente (Sandbox ou Produção), define os métodos aceitos (PIX, Boleto, Cartão) e guarda as credenciais (URL base e token da API).

Aba	Para que serve
Histórico	Lista todas as cobranças com data, gateway, tipo, método, status e valor. Permite filtrar e, em cobranças pagas, fazer o estorno.
Teste	Roda uma "jornada de teste" em ambiente Sandbox, simulando o ciclo com pagamento! estorno) sem tocar em dinheiro real.

Aba Configuração

No topo, um quadro de Status da integração mostra, em etiquetas, se a integração está Ligada ou Desligada, se as cobranças reais estão em Produção ou Sandbox, se as credenciais já foram salvas e quais métodos estão habilitados. Abaixo ficam o seletor de tipo de gateway (Forge Pay), o nome de exibição, o ambiente das cobranças reais e a chave que liga/desliga a integração. Há também a seção de Métodos de pagamento (caixinhas de PIX, Boleto e Cartão de crédito) e as Credenciais, separadas em duas abas: Sandbox e Produção.

Sandbox x Produção

O Sandbox é o ambiente de teste — nenhuma cobrança real acontece nele. Só ative em Produção quando as credenciais de produção (URL base e token) estiverem preenchidas. Ao ligar a integração, o sistema valida que os campos obrigatórios do ambiente escolhido estão preenchidos; se faltar algo, ele avisa.

- Campos secretos (como o token da API) aparecem mascarados. Para conferir um valor salvo, use o botão de olho e confirme com a sua senha de admin — o valor é mostrado em uma janela e pode ser copiado.
- Quando o gateway usa webhook (caso do Forge Pay), o sistema gera e exibe a URL do Webhook, com botão para copiar. Essa URL é o endereço que o gateway chama para avisar o sistema sobre cada pagamento.
- Depois de ajustar tudo, clique em Salvar.

Aba Histórico

Mostra todas as cobranças em uma tabela, da mais recente para a mais antiga. As colunas são Data, Gateway, Tipo (Assinatura, Módulo ou Teste), Método, Status, Valor e Cobrança. Há filtros por período, método, valor mínimo/máximo e ID do cliente. Clique em uma linha para expandir e ver os detalhes (evento, IDs externos, loja, código PIX, etc.). Em cobranças com status Pago, aparece o botão Estornar.

Estorno é irreversível

O estorno devolve o valor de uma cobrança paga e não pode ser desfeito. O sistema só permite estornar cobranças que estejam realmente pagas e pede confirmação antes de prosseguir.

Aba Teste

Serve para validar a integração com segurança: a jornada de teste roda sempre em Sandbox, nunca em produção. Para cada método suportado (PIX, Boleto e Cartão) há uma jornada que percorre as etapas Conexão, Criar cobrança, Pagamento e Estorno, mostrando o resultado de cada passo. Depois de criar a cobrança, o painel espera alguns segundos e consulta o status: se já estiver paga, faz o estorno automaticamente; se não, para e exibe o botão "Já paguei — verificar" para você reconsultar. No PIX, ele ainda mostra o QR Code e o código copia-e-cola da cobrança de teste.

Saiba mais

A jornada de teste usa sempre as credenciais de Sandbox, independentemente de qual ambiente esteja selecionado para as cobranças reais. Assim, testar nunca gera cobrança verdadeira.

Observações sobre disponibilidade e configuração

- A configuração do gateway é centralizada no painel de administração da plataforma. A loja não precisa configurar nada para pagar a assinatura — basta escolher PIX ou Boleto no checkout.
- A recorrência é gerenciada pelo próprio sistema: a cada ciclo, uma nova cobrança PIX/Boleto é gerada. Não há débito automático em cartão.
- Como o boleto depende de compensação bancária, o reconhecimento do pagamento pode levar alguns dias. Para liberação imediata, use PIX.
- Se uma cobrança falhar, basta gerar uma nova (pelo checkout ou pelo "Pague agora"); a cobrança anterior não é cobrada em duplicidade.

Loja pública, link na bio e afiliados

Além do painel administrativo (onde você gerencia tudo), o Gestão Ativa publica automaticamente uma loja pública — um catálogo online com o endereço da sua loja, pronto para você compartilhar com clientes. Neste capítulo você entende como o cliente vê e usa essa loja (catálogo, produto, kit, carrinho e instalação como aplicativo), como funciona o login sem senha por link mágico (para você orientar quem comprar), e duas ferramentas de divulgação que vivem dentro do painel: o Link da Bio (uma página estilo "linktree" para colar no Instagram) e o Programa de Afiliados (indique novas lojas e ganhe comissão).

A loja pública (catálogo online)

Sua loja pública abre pelo endereço `/store/<slug-da-sua-loja>`, onde o "slug" é o apelido único da sua loja. Esse é o link que você divulga para os clientes comprarem. Qualquer pessoa com o link acessa o catálogo, sem precisar de cadastro para navegar. Se a loja estiver inativa, o catálogo não abre.

`store %_<slug-da-sua-loja>`

- Topo (cabeçalho): logo e nome da loja, na cor escolhida nas Configurações da loja.
- Busca: campo "Buscar produtos..." para o cliente filtrar por nome.
- Categorias: filtro horizontal logo abaixo da busca.
- Ordenar: Nome (A-Z), Menor preço, Maior preço, Mais recentes, Promoções primeiro.
- Apenas promoções: caixa de seleção que mostra só os itens em oferta.
- Grade de produtos: cada card mostra foto, nome, preço (e preço promocional riscado quando houver) e botão para adicionar ao carrinho.

O tema vem das suas Configurações

A cor principal da loja (que pinta o cabeçalho, os botões e os destaques) é a cor definida nas Configurações da loja. Ajuste o logo e a cor lá e a loja pública é atualizada automaticamente.

Página de produto e página de kit

Ao clicar em um item, o cliente abre a página de detalhe. Produtos ficam em `/p/<id>` e kits em `/k/<id>`. Essas páginas têm endereço amigável (com o nome do item na URL) e foram preparadas para aparecer bem quando alguém compartilha o link nas redes (com título, descrição e imagem).

- Foto grande, nome, categoria e um código de referência curto (ex.: Ref #A1B2C3).
- Preço em destaque; se houver promoção, mostra o preço antigo riscado e a porcentagem de desconto.
- Disponibilidade: "X em estoque" e a unidade de venda, ou "Esgotado" quando não há saldo.
- Seletor de quantidade (" e +) e botão "Adicionar à sacola".
- Botão "Falar pelo WhatsApp" (quando a loja tem WhatsApp cadastrado) e botão "Compartilhar" (usa o compartilhamento do celular ou copia o link).
- "Detalhes do produto" com a descrição e, ao final, uma vitrine de "Produtos relacionados".

Dica

Capriche na foto e na descrição do produto no painel: é exatamente esse conteúdo que aparece na página pública e na pré-visualização quando o cliente envia o link para alguém.

Carrinho e finalização do pedido

O carrinho é um botão flutuante no canto inferior direito da tela, com um contador de itens. O cliente clica nele para abrir a sacola lateral, ajustar quantidades ou remover itens e seguir para a finalização.

1. O cliente adiciona itens pelo catálogo ou pela página do produto/kit.
2. Clica no botão flutuante do carrinho (canto inferior direito).
3. Revisa os itens, ajusta quantidades (" / +) ou remove o que não quiser.
4. Clica em "Finalizar Pedido" para ir ao checkout (dados de contato e entrega).
5. Ao enviar, aparece a tela "Pedido enviado!" — e o pedido chega para você no painel.

Saiba mais

O carrinho fica salvo no próprio navegador do cliente (por loja). Se ele fechar e voltar depois pelo mesmo aparelho, os itens continuam lá até finalizar ou limpar.

Instalar como aplicativo (PWA)

A loja pública funciona como um aplicativo instalável (PWA). No cabeçalho há um ícone de celular: ao tocar, o cliente recebe a opção de adicionar a loja à tela inicial do telefone, ganhando um atalho com ícone, como um app de verdade. Em iPhone (Safari, Chrome, etc.) o sistema mostra um passo a passo na tela — geralmente "Compartilhar" e depois "Adicionar à Tela de Início".

Dica

O botão de instalar só aparece quando o aparelho/navegador realmente permite instalar. Oriente o cliente a instalar pela melhor experiência (atalho na tela e, quando disponível, notificações da loja).

Login do cliente por link mágico

O cliente não usa senha. Para acessar a área dele ("Minha conta", pedidos e cadastro), ele entra por link mágico: informa o e-mail ou o WhatsApp e recebe um link de acesso. Você não precisa fazer nada disso — mas é bom entender o fluxo para orientar quem comprar.

1. No cabeçalho da loja, o cliente clica em "Entrar" (ícone de pessoa).
2. Informa o e-mail ou o WhatsApp e clica em "Enviar link de acesso".
3. Recebe a mensagem "Link enviado!" — o link chega por e-mail ou WhatsApp e expira em 15 minutos.
4. Ao abrir o link, aparece uma tela de confirmação com o botão "Entrar na minha conta".
5. Pronto: ele entra sem senha. Se não tiver cadastro, o sistema oferece "Criar meu cadastro".

"Este link já foi usado"

O link de acesso é de uso único e válido por 15 minutos. Se o cliente vir "Este link já foi usado" ou "O link expirou", basta pedir um novo na tela de login. O acesso por WhatsApp só fica disponível quando o WhatsApp da loja está sincronizado; caso contrário, o cliente entra por e-mail.

Link da Bio (página estilo linktree)

O Link da Bio é uma página única e bonita, ideal para colar na bio do Instagram. Nela você reúne vários botões: catálogo, redes sociais, WhatsApp, promoções, etc. Ela fica em /store/<slug>/bio e você monta tudo pelo painel.

Painel %, Link da Bio

Cabeçalho da página

1. Ligue a chave "Página ativa" para publicar (desligada, a página não fica disponível).
2. Envie uma "Foto" (redonda). Se deixar em branco, usamos o logo da loja.
3. Preencha o "Título principal" (até 80 caracteres). Em branco, usa o nome da loja.
4. Escreva uma "Descrição curta" (até 280 caracteres) — aparece logo abaixo do nome.
5. Clique em "Salvar". Use o link no topo do cartão para abrir e conferir a página.

Blocos (os botões/links)

Clique em "Adicionar bloco" para criar cada botão. Você escolhe o tipo, dá um título e, conforme o tipo, informa a URL, o ícone, a página interna ou a mensagem do WhatsApp.

Tipo de bloco	O que faz
Destaque com imagem	Card grande com foto e título sobreposto, apontando para uma URL.
Link simples	Botão com um ícone à esquerda (você escolhe) + título, apontando para uma URL.
Atalho da loja	Aponta para uma página da própria loja: Catálogo, Cadastro de cliente ou Preferências.
WhatsApp	Abre o WhatsApp da loja já com uma mensagem pronta que você escreve.

- Reordenar: use as setas para cima/baixo em cada bloco — a ordem nova é salva na hora.
- Ativar/desativar: a chavinha de cada bloco controla se ele aparece na página, sem precisar excluir.
- Editar: o ícone de lápis abre o bloco para alterar.
- Excluir: o ícone de lixeira pede confirmação antes de remover.

Atenção

O bloco do tipo WhatsApp só pode ser usado se a loja tiver o WhatsApp cadastrado nas Configurações. Sem isso, o sistema avisa para cadastrar primeiro.

Programa de Afiliados (indique e ganhe)

O Programa de Afiliados é diferente da venda de produtos: aqui você indica o próprio Gestão Ativa para outras pessoas abrirem a loja delas. Cada loja que entrar pelo seu link de indicação vira sua afiliada, e você ganha comissão sobre as mensalidades que ela pagar.

Painel %, Afiliados

1. Abra "Afiliados" no menu e clique em "Ativar Programa de Afiliados".
 2. Você recebe um link exclusivo de indicação (e um código). Copie e compartilhe.
 3. Quem se cadastrar pelo seu link vira seu afiliado automaticamente.
 4. Você ganha 15% de comissão sobre cada mensalidade paga pelos seus indicados.
- Seu Link de Indicação: cartão com o link e o botão de copiar; a chave "Ativar/Desativar" liga ou pausa o programa.
 - Carteira: mostra seu saldo de comissões.
 - Saque via PIX: cadastre sua chave PIX (CPF, E-mail, Telefone ou Chave aleatória) e solicite o saque do

valor disponível.

- Meus Saques: tabela com data, valor, PIX e status (Pendente, Aprovado, Concluído ou Rejeitado).
- Indicações e Transações: listas de quem você indicou e do histórico de comissões.

Como e quando o valor entra

As comissões do mês anterior são calculadas todo dia 1º e liberadas na carteira até o 5º dia útil. Para receber, sua loja precisa estar em dia (ou ser cortesia) e o afiliado precisa ter pago a mensalidade no mês. Há um valor mínimo para solicitar saque — o sistema avisa o mínimo no formulário. Abra o item "Como funciona o Programa de Afiliados?" na própria tela para ver todas as regras.

Funcionalidades escondidas e dicas avançadas

O menu lateral mostra apenas os atalhos do dia a dia, mas o sistema tem bem mais do que cabe ali. Várias telas importantes — Categorias, Promoções, Kits e Notificações — não aparecem no menu de propósito: elas vivem dentro de outras telas, como abas. Neste capítulo você vai aprender onde cada recurso "escondido" mora, como gerar etiquetas com código de barras, importar nota fiscal, compartilhar links públicos com seus clientes e instalar o sistema como aplicativo no celular.

Telas que existem, mas não estão no menu

Algumas funções foram tiradas do menu lateral para deixá-lo mais limpo. Elas continuam funcionando — só estão acessíveis por dentro de outra tela ou por um link direto. A tabela abaixo mostra onde encontrar cada uma.

Recurso	Onde fica	Como chegar
Categorias	Aba dentro de Produtos	Painel %, Produtos %, aba Categorias
Kits	Aba dentro de Produtos	Painel %, Produtos %, aba Kits
Promoções	Aba dentro de Produtos	Painel %, Produtos %, aba Promoções
Demonstração	Aba dentro de Produtos	Painel %, Produtos %, aba Demonstração
Inativos	Aba dentro de Produtos	Painel %, Produtos %, aba Inativos
Cupons	Aba dentro de Comunicações	Painel %, Comunicações %, aba Cupons
Sugestões	Aba dentro de Configurações	Painel %, Configurações %, aba Sugestões
Notificações	Sino no topo da tela	Clique no sino %, "Ver todas"

Atalho de URL

As abas guardam o estado no endereço (URL). Você pode ir direto digitando, por exemplo, `/dashboard/products?tab=kits` ou `/dashboard/communications?tab=cupons`. É útil para salvar nos favoritos do navegador.

Categorias, Kits e Promoções (dentro de Produtos)

Painel %, Produtos

Ao abrir Produtos, repare na barra de abas no topo: além de Produtos, você verá Categorias, Kits, Promoções, Demonstração e Inativos. Cada aba é uma tela completa de cadastro.

- Categorias: organize seus produtos em grupos para facilitar filtros e relatórios.
- Kits: monte combos de vários produtos vendidos como um único item (somente varejo).
- Promoções: crie campanhas de preço promocional por período (somente varejo).
- Demonstração: controle o estoque de produtos usados em demonstração para clientes (somente varejo).
- Inativos: veja e reative produtos que você arquivou.

Saiba mais

As abas Kits, Promoções e Demonstração só aparecem para lojas do tipo varejo. Categorias e Inativos aparecem para todos os tipos de negócio.

Cupons de desconto

Painel %, Comunicações %, aba Cupons

Os cupons ficam dentro de Comunicações porque costumam andar junto das campanhas que você dispara para os clientes. Lá você cria códigos de desconto, define o valor (percentual ou fixo) e acompanha o uso. Links antigos para /dashboard/cupons continuam funcionando — eles redirecionam automaticamente para a aba Cupons.

Sugestões (fale com o suporte de dentro do sistema)

Painel %, Configurações %, aba Sugestões

Encontrou um problema, sentiu falta de algo ou teve uma ideia? Use a aba Sugestões para mandar um recado direto à equipe, sem sair do sistema.

1. Vá em Configurações e abra a aba Sugestões.
2. Clique em Nova Sugestão.
3. Preencha o Título e escolha o Tipo: Sugestão, Bug / Problema ou Melhoria.
4. Descreva em detalhes no campo Descrição (mínimo de 10 caracteres).
5. Se ajudar, anexe imagens ou arquivos para ilustrar.
6. Clique em Enviar Sugestão.

Pedidos do catálogo (antigos "pedidos de compra")

Os pedidos feitos pelo cliente no catálogo online foram unificados com as Vendas. Quando um cliente fecha um pedido pela loja, ele entra como uma venda em aberto com origem no catálogo — não existe mais uma tela separada de "pedidos".

Painel %, Vendas %, filtro origem do catálogo

Saiba mais

Links antigos de /dashboard/purchase-requests redirecionam para a lista de Vendas já filtrada pela origem do catálogo (/dashboard/sales?origin=catalog).

Etiquetas com código de barras (e leitura)

Cada produto tem um campo Código de Barras (EAN-13) na tela de cadastro. Com ele preenchido, você pode gerar etiquetas em PDF para imprimir e colar na prateleira ou no produto.

1. Abra Produtos.
2. Selecione os produtos que quer etiquetar (marque as caixinhas na lista).
3. Na barra de seleção que aparece, clique em Gerar Etiquetas.
4. Escolha o Formato: 3x10 (30 por página) ou 2x7 (14 por página).

5. Marque o que incluir: Preço, SKU e Código de barras.
6. Clique em Gerar PDF e imprima.

Onde preencher o código

O campo Código de Barras fica na tela de cadastro do produto (Painel %, Produto), quando o campo é preenchido, a etiqueta sai sem a barra — o restante (nome, preço, SKU) continua sendo impresso normalmente.

Importar produtos pela Nota Fiscal (NF-e)

Em vez de cadastrar produto por produto, você pode importar o arquivo XML da nota fiscal de compra. O sistema lê os itens, casa com os produtos que você já tem e atualiza o estoque de uma vez — além de oferecer cadastrar os itens novos que ainda não existem.

Painel %, Estoque %, Importar NF-e

1. Vá em Estoque e clique em Importar NF-e.
2. Arraste o arquivo .xml da NF-e (ou NFC-e) para a área indicada, ou clique para selecioná-lo.
3. Aguarde o sistema ler a nota. Ele separa os itens em duas abas: os que já existem na sua loja e os novos.
4. Revise as quantidades e os custos de cada item; marque os que deseja processar.
5. Confirme para dar entrada no estoque e criar os produtos novos selecionados.

Atenção

A importação é feita pelo arquivo XML da nota (o documento eletrônico que você recebe do fornecedor). Não é uma planilha do Excel — os arquivos .xlsx do sistema servem apenas para exportar relatórios, nunca para importar produtos.

Links públicos para o cliente (com token)

Você pode mandar para o cliente, por WhatsApp, links personalizados em que ele mesmo preenche os próprios dados — sem precisar de senha. Cada link carrega um código único (token) que identifica aquele cliente com segurança.

Link de atualização de cadastro

1. Abra o cliente em Clientes e clique para editar.
2. Na seção "Link para o cliente atualizar cadastro", clique em Copiar.
3. Cole e envie o link pelo WhatsApp. O cliente abre, confere e corrige os próprios dados.

Link de preferências

1. Na tela do cliente, vá até a aba Preferências.
2. Clique em Copiar link.
3. Envie ao cliente para que ele registre o que gosta, datas importantes e outras preferências.

Link de cadastro novo (sem cliente existente)

Na lista de Clientes há o botão Copiar Link de Cadastro. Esse link genérico abre um formulário público de cadastro para clientes novos — ideal para divulgar e captar contatos sem ter que cadastrar à mão.

Saiba mais

Essas páginas públicas não são indexadas por buscadores e só funcionam para a loja certa. A disponibilidade da aba de Preferências pode variar conforme a modalidade da sua loja.

Instalar como aplicativo (PWA)

O sistema funciona como aplicativo no celular e no computador. Instalado, ele ganha ícone na tela inicial, abre em tela cheia (sem a barra do navegador) e fica mais rápido de acessar.

1. Acesse o painel pelo navegador do dispositivo.
2. Quando disponível, aparece o botão Instalar App no rodapé do menu lateral — clique nele e confirme.
3. Se o botão não aparecer, use a opção do próprio navegador: "Adicionar à tela inicial" (celular) ou o ícone de instalar na barra de endereço (computador).

Saiba mais

O botão Instalar App só aparece quando o navegador permite a instalação naquele momento. Se já estiver instalado, ele some.

Badge de vendas abertas e ações em massa

Repare no número que pode aparecer ao lado de Vendas no menu lateral: é a contagem de vendas aguardando pagamento. Ele se atualiza sozinho de tempos em tempos e quando você volta para a aba do sistema, servindo de lembrete do que ainda falta receber.

- Badge de Vendas: mostra quantas vendas estão em aberto (exibe "99+" quando passa de 99).
- Seleção em massa de produtos: marque vários produtos e use Editar em lote para alterar de uma vez, ou Gerar Etiquetas para imprimir em bloco.
- Sino de notificações: além de abrir a lista completa, mostra avisos do sistema em tempo quase real.

Dica

Sempre que um número aparecer no menu ou no sino, ele é um atalho: clique para ir direto à lista relacionada e resolver o que está pendente.

Perguntas frequentes e solução de problemas

Mesmo com tudo funcionando bem, vez ou outra surge uma dúvida ou um pequeno tropeço: um link que não abre, uma imagem que não carrega, um botão que parece sumir. Este capítulo reúne a central de Ajuda que já vem dentro do painel, os problemas mais comuns com suas soluções práticas e o caminho certo para pedir suporte quando precisar de uma mãozinha.

A central de Ajuda (Perguntas Frequentes)

O próprio painel já traz uma central de Perguntas Frequentes (FAQ) com respostas prontas sobre o sistema. É o primeiro lugar para procurar quando bater uma dúvida — a resposta costuma estar lá, organizada por assunto.

Painel %, Menu lateral %, Ajuda

1. No menu lateral, clique em 'Ajuda' (ícone de interrogação).
2. No topo, você verá quantas perguntas e quantos tópicos existem.
3. Use a caixa 'Buscar pergunta...' para encontrar um assunto rapidamente.
4. Clique no título de uma pergunta para expandir e ler a resposta completa.

A busca ignora acentos

Você pode digitar sem acento que a busca encontra do mesmo jeito: procurar por 'promocao' acha as perguntas sobre 'Promoções'. A busca olha tanto o título quanto o texto da resposta, então uma palavra-chave já costuma trazer o que você precisa.

Os tópicos disponíveis cobrem praticamente todo o sistema: Primeiros Passos, Produtos, Categorias, Estoque, Promoções, Kits, Clientes, Vendas / PDV, Relatórios, Configurações, Sugestões, Catálogo Público, Entrega e Retirada e Sincronização. Se a busca não retornar nada, o sistema avisa 'Nenhuma pergunta encontrada' — tente outros termos.

Problema: 'Este link já foi usado'

Esse aviso aparece na área do cliente (quando ele entra na conta da loja pelo link de acesso enviado por e-mail ou WhatsApp). O link de acesso é de uso único e por segurança vale só uma vez. As mensagens possíveis são:

Mensagem	O que aconteceu	Solução
Este link já foi usado.	O link de uso único já foi consumido — às vezes pela própria pré-visualização do app de mensagens.	Peça um novo link na tela de entrar do catálogo.
O link expirou.	O link passou da validade.	Peça um novo link; o novo chega na hora.
Link inválido.	O endereço está incompleto ou foi alterado.	Peça um novo link em vez de digitar o endereço à mão.

Por que um link 'já usado' sem ninguém ter clicado?

Alguns aplicativos de mensagem (e antivírus de e-mail) abrem os links automaticamente para gerar a pré-visualização, e isso pode consumir um link de uso único antes mesmo de o cliente tocar nele. O sistema foi ajustado para só consumir o link quando o cliente clica em 'Entrar na minha conta' na tela de confirmação, justamente para evitar isso. Se ainda assim aparecer 'já usado', basta pedir um novo — não há limite.

Problema: recurso indisponível no plano

Algumas funcionalidades dependem do seu plano ou de módulos contratados à parte. Quando você tenta acessar algo que o plano atual não cobre, em vez do conteúdo aparece um quadro com um cadeado e uma das mensagens abaixo.

O que aparece	Significado	O que fazer
Recurso não disponível — 'Esta funcionalidade não está disponível no seu plano atual.'	O recurso exige um plano superior.	Clique em 'Ver configurações' e revise o seu plano.
Módulo Comunicações — 'Esta funcionalidade requer o módulo Comunicações.'	O recurso depende de um módulo que ainda não está ativo.	Clique em 'Ativar módulo' para liberá-lo.

Atalho

Os dois botões do quadro de cadeado levam para 'Configurações', onde você acompanha o plano e os módulos da loja na aba 'Assinatura' (disponível para o Proprietário).

Problema: a imagem não sobe

Ao enviar a foto de um produto, kit, cliente ou logo, o sistema mostra uma prévia na hora e, em seguida, envia o arquivo. Se algo der errado, aparece um aviso vermelho e a imagem anterior volta. As causas mais comuns são formato ou tamanho do arquivo.

Aviso	Motivo	Como resolver
Tipo de arquivo não permitido. Use JPEG, PNG, WebP ou GIF.	O arquivo não é uma imagem aceita (ou o conteúdo não confere com a extensão).	Salve a imagem como JPG ou PNG e tente de novo.
Arquivo muito grande. Máximo: 10 MB.	O arquivo passou do limite de 10 MB.	Reduza a imagem (tire uma foto menor ou diminua a resolução).
Erro ao enviar imagem.	Falha de conexão ou envio interrompido.	Confira a internet e tente novamente.

As fotos são compactadas sozinhas

Antes de enviar, o sistema comprime a imagem automaticamente para ela carregar rápido na loja. Por isso, mesmo fotos de celular costumam passar sem problema. Prefira imagens quadradas para os produtos: elas ficam melhor na vitrine e no PDV.

Outros tropeços comuns

- Não acho um menu (ex.: 'Categorias'): alguns itens ficam ocultos no menu lateral. Categorias, por exemplo, é gerenciada a partir do cadastro de produtos.
- O produto não aparece no catálogo público: só aparecem produtos ativos e com estoque maior que zero.

Verifique se o produto está ativo e tem estoque.

- Esqueci minha senha: na tela de login, clique em 'Esqueci minha senha', informe o e-mail cadastrado e siga o link recebido (esse link também tem validade por segurança).
- Promoção não está pegando: confira se a promoção está ativa e dentro do período de início e fim configurado.
- Cobrança/checkout ao entrar: se o sistema te leva para a tela de cobrança, é sinal de mensalidade em aberto ou assinatura cancelada — regularize para liberar o acesso.

Como pedir suporte e enviar sugestões

Se a Ajuda não resolveu, ou se você encontrou um erro ou quer sugerir uma melhoria, use a área de Sugestões. Ela fica dentro de Configurações e é o canal direto com a equipe de desenvolvimento.

Painel %, Configurações %, Sugestões %, Nova Sugestão

1. No menu lateral, clique em 'Configurações' e abra a aba 'Sugestões'.
2. Clique em 'Nova Sugestão'.
3. Descreva a ideia ou o problema com o máximo de detalhes (o que você fez, o que esperava e o que aconteceu).
4. Se ajudar, anexe arquivos como capturas de tela.
5. Envie. Você acompanha o andamento na lista 'Minhas Sugestões', onde o status muda conforme o item é analisado.

Capriche na descrição

Quanto mais detalhes, mais rápido o suporte entende e resolve. Diga em qual tela aconteceu, qual botão você clicou e, se houver, qual mensagem de erro apareceu. Uma captura de tela vale muito. Você também consegue ver as sugestões enviadas pela sua loja, o que evita pedir a mesma coisa duas vezes.

Glossário

Ao longo deste manual aparecem alguns termos próprios do Gestão Ativa e do dia a dia da venda direta. Este capítulo reúne, em ordem prática, o significado de cada um na linguagem do lojista — sem rodeios. Use-o como consulta rápida sempre que bater uma dúvida sobre uma palavra que viu numa tela, num menu ou neste manual.

Termos do sistema

Termo	O que significa
Painel	É a área administrativa do sistema — onde você, o lojista, opera o negócio: cadastra produtos, registra vendas, gerencia clientes, vê relatórios e ajusta as configurações. Tudo o que este manual ensina acontece no Painel.
Loja pública	É a vitrine on-line da sua loja, aberta a qualquer cliente. Mostra os produtos com preço, recebe pedidos, cadastros e permite que o cliente acompanhe a conta dele. É a parte do sistema que o cliente vê — diferente do Painel, que é só seu.
Modalidade	Identifica o ramo/marca da sua loja (por exemplo Padrão ou uma marca de cosméticos). A modalidade muda alguns rótulos e libera recursos específicos — como as Preferências do cliente, disponíveis só para lojas de cosméticos.
Tipo de negócio	Define o segmento da loja. Neste manual o tipo é Varejo (venda direta/revenda), voltado a quem revende produtos para o consumidor final.
Slug	É o trecho do endereço da sua loja pública (a parte depois de /store/ no link). Funciona como o "apelido" único da loja na web; é por ele que seus clientes chegam à vitrine.
PDV	Ponto de venda: a tela de registro rápido de uma venda, em que você escolhe os produtos, informa o cliente, aplica desconto e fecha o pedido. É por onde você lança as vendas feitas pessoalmente.
Kit	Um conjunto de produtos vendido junto, com preço próprio. Em vez de lançar item por item, você vende o kit inteiro de uma vez — útil para combos e cestas.
Promoção	Desconto que rebaixa o preço de produtos específicos por um período. O produto aparece na loja com a etiqueta PROMO e o preço já com desconto, sem o cliente precisar digitar nada.
Cupom	Código de desconto que o cliente digita no checkout para abater um valor do pedido. Tem regras de validade, limite de uso e público-alvo — diferente da promoção, que vale para todos automaticamente.
Comprovante	O recibo do pedido, que você pode compartilhar com o cliente (por exemplo, pelo WhatsApp) a partir da venda. Resume os itens, valores e dados do pedido.
NF-e	Nota Fiscal eletrônica. Documento fiscal oficial associado à venda, quando a loja emite/importa notas. Serve como registro legal da operação.
Gateway	O serviço de pagamento que processa cobranças on-line da loja (PIX, boleto e afins). É o intermediário que recebe o dinheiro do cliente e confirma o pagamento.
Magic link	Link de acesso enviado ao cliente (por e-mail/WhatsApp) para ele entrar na conta dele na loja pública sem senha. É de uso único: depois de aberto, deixa de valer.
Campanha	Um envio de mensagem em lote para um grupo de clientes (por exemplo, uma novidade ou oferta). Você define o público, o conteúdo e dispara — manualmente ou de forma automática.
Modelo de mensagem	Texto reaproveitável que serve de base para campanhas e comunicações. Você cria uma vez e reutiliza, em vez de redigir tudo de novo a cada envio.
PWA	Aplicativo web instalável: a loja pública pode ser "instalada" no celular do cliente como se fosse um app, com ícone na tela inicial, a partir do botão de instalação.
Preferências	Cadastro dos gostos do cliente (cores, produtos favoritos etc.), disponível em lojas de cosméticos. Ajuda

Termo	O que significa
do cliente	você a personalizar o atendimento e as ofertas.
Presenteador	Pessoa que dá um presente a um cliente — registrada para que a loja se comunique com ela em datas oportunas (como sugerir um presente). É um contato ligado ao cliente presenteado.

Dica

Procurando o passo a passo de cada um desses recursos? Cada termo desta lista tem um capítulo próprio neste manual com o detalhamento completo — use o glossário só para lembrar o significado.