

# Etiqueta inteligente avança na logística

Setores de autopeças, alimentação e eletroeletrônicos são os pioneiros na adoção da tecnologia de etiquetas de radiofrequência

SÃO PAULO  
A redução nos custos de implantação das etiquetas que usam radiofrequência (RFID), aliada aos benefícios que a tecnologia traz às empresas, deve gerar um salto no uso da ferramenta nos próximos meses. Pesquisa realizada pela Associação Brasileira de e-business aponta de que 64% das grandes empresas brasileiras pretendem iniciar, nos próximos dois anos, algum projeto com RFID em sua cadeia de abastecimento. Para Richard Lowental, presidente da associação, no estágio atual as empresas buscam entender os benefícios que a adoção da nova tecnologia trará. A lista é longa se contrapõe aos entraves para sua adoção.

## Benefícios

O sistema permite garantir com segurança a autenticidade do produto, uma vez que cada etiqueta tem um código eletrônico (EPC), o que torna possível o rastreamento individual de cada item. O rastreamento é muito importante para setores que comercializam produtos de alto valor agregado, como eletroeletrônicos e farmacêuticos. Em alguns

casos, a tecnologia permitirá também rastrear o produto até o nível do usuário e aferir a frequência e o tempo de uso, tornando possível o direcionamento das atividades de *marketing* e relacionamento com o cliente.

O escaneamento dos produtos também ganha com as etiquetas inteligentes. Há alguns equipamentos capazes de identificar 1000 produtos por segundo, índice incomparavelmente mais rápido que o sistema de código de barras, que depende de um operador humano. Ao dispensar a necessidade de operadores e optar pela automatização, há uma redução nos custos. Controlar os estoques, uma dificuldade grande para as empresas que têm inventário muito grande, fica muito mais fácil com o RFID.

Com gôndolas inteligentes, é possível aprimorar o controle de disponibilidade do produto. Quando o produto for comprado e for retirado da gôndola, o sistema comunica automaticamente a necessidade de reposição, acionando também o fornecedor.

No Brasil, a média de disponibilidade dos produtos nas prateleiras é de 95% no varejo em mé-

**RFID NAS EMPRESAS**

<b>Em relação à utilização de etiquetas de identificação por radiofrequência</b>
Não utiliza, mas pretendemos iniciar um projeto em até 2 anos <b>63,8%</b>
Não utiliza, nem pretende utilizar <b>20,0%</b>
Já utiliza <b>8,8%</b>
Está desenvolvendo um projeto piloto <b>7,5%</b>
Fonte: Associação Brasileira de e-business - II Pesquisa do Panorama do Cenário de Supply Chain no Brasil

dia. Os 5% que não são comprados pelos consumidores pelo fato de não estarem disponíveis no momento da compra significam perdas de até US\$ 30 milhões por ano.

Segundo a pesquisa da e-business Brasil, os setores que devem adotar mais rapidamente o sistema são, em ordem decrescente: veículos e peças; alimentos, bebidas e fumos; eletroeletrônica; higiene, limpeza e cosméticos; varejo e atacado; farmacêutica.

“O setor de veículos e peças aparece em primeiro, principalmente em função do volume de itens que precisam ser gerenciados. E também pela questão da

cadeia de abastecimento, que é muito longa”, explica o executivo. Ele conta que o setor de alimentos, bebidas e fumo aparece na seqüência, pois está diretamente ligado ao varejo e possui estoques grandes, com uma razoável necessidade de monitoramento.

## Entraves

Na lista dos entraves à adoção do RFID, encontram-se três fatores principais. O primeiro, o custo unitário do conjunto chip-etiqueta. “Nos EUA, onde o processo já está mais avançado, atingiu-se o preço de 15 centavos de dólar por etiqueta”, conta Roberto Matsubayashi, gerente de Soluções de Negócios da GS1, organização que promove a padronização da tecnologia RFID no Brasil e no mundo. Os outros fatores que foram identificados pelas empresas respondem por uma carga maior no investimento inicial e portanto são condicionantes de maior peso. São elas: a mudança na forma de operação dos negócios e a alteração dos sistemas que a apoiam, medidas necessárias para que se possa tirar proveito da tecnologia.

MAURÍCIO ARAÚJO

Já publicamos 5.000 reportagens sobre

## INFORMÁTICA

Para mais informações sobre esse tema, use nosso buscador nos sites:

[www.dci.com.br](http://www.dci.com.br)  
[www.panoramabrasil.com.br](http://www.panoramabrasil.com.br)

Wal-Mart quer mil lojas usando o novo sistema

Diversas experiências internacionais e nacionais de uso de etiquetas inteligentes estão em curso. Para Roberto Matsubayashi, gerente de Soluções de Negócios da GS1, nestes momentos de transição quem acaba tomando a dianteira são as empresas líderes. No Brasil, Pão de Açúcar e HP já utilizam a tecnologia, e o Wal-Mart realiza testes. As cadeias varejistas Metro, na Alemanha, e Tesco, na Inglaterra, também. No Japão, a loja de departamentos Mitsukoshi realiza testes com confecções e produtos de moda há alguns meses.

Nos EUA, o Wal-Mart iniciou a fase de testes em 1999 e trabalha com a meta de atingir mil lojas habilitadas funcionando com a tecnologia RFID este ano. “Fazendo um paralelo com o Brasil, acredito que em cerca de três anos, devemos estar no mesmo estágio que os EUA na utilização do RFID, ou seja, com operações envolvendo não uma ou duas empresas, mas centenas delas”, afirma Matsubayashi. Ele acredita na convivência do RFID com o código de barras por alguns anos ou décadas ainda.