



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

METODOLOGIA E EMPRESAS

Detalhes da pesquisa

OBJETIVOS

Tracking e monitoramento do uso dos padrões de identificação de produtos em diferentes setores

AMOSTRA MARGEM DE ERRO

550 entrevistas, divididas entre empresas associadas GS1 e empresas não associadas dos setores de alimentos, comércio, indústria e saúde.

A margem de erro é de 4,2% pontos percentuais, para mais ou para menos, no intervalo de confiança de 95,5%

COLETA DE DADOS

Início em 18 de setembro e término em 31 de outubro de 2019

METODOLOGIA

Quantitativa via CATI com entrevistadores treinados exclusivamente para o estudo

Detalhes da pesquisa



Distribuição regional:

35% Sudeste
32% Sul e
33% NONECO



3 setores e empresas de diferentes portes

ALIMENTOS



INDUSTRIAS



SAÚDE



550



entrevistas
válidas via fone



Associadas e não
associadas a GS1



25% pequenas
36% médias
39% grande porte



Indicadores GS1 Brasil



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

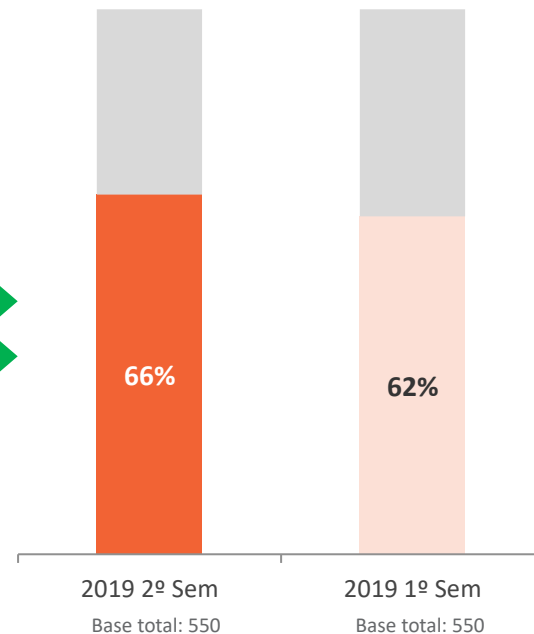
A Linguagem Global dos Negócios

ADOÇÃO DE CÓDIGO DE BARRAS

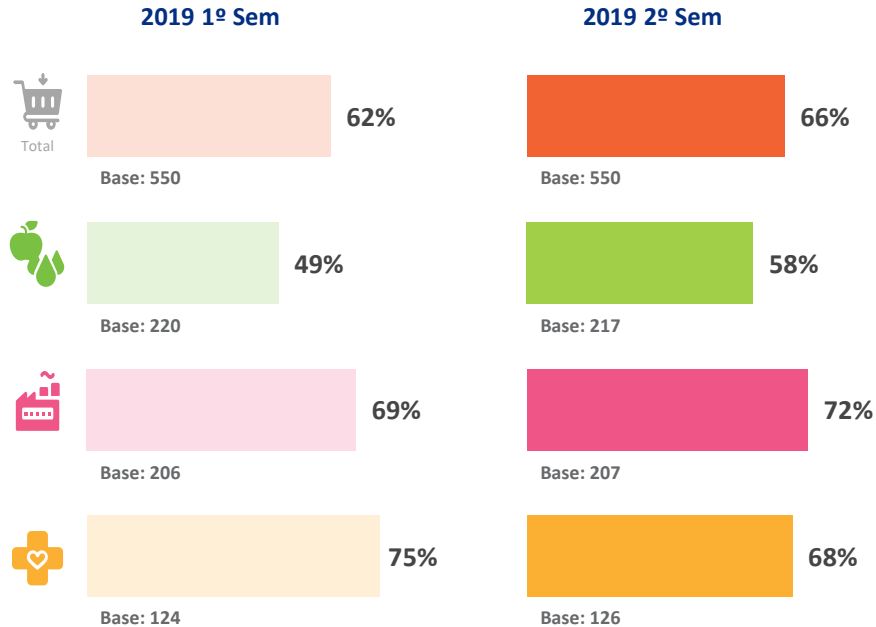
Utilização do Código de Barras

66%

das empresas entrevistadas utilizam código de barras em **100% dos produtos**, número que mantém a regularidade, estando alinhado aos resultados obtidos na segunda onda de 2018 (65%).



Utilização do Código de Barras em 100% dos produtos



O crescimento na utilização do código de barras foi **impulsionado pelo aumento de 9pp no setor de Alimentos** – o que indica que esse é um setor que oscila quanto à utilização do código de barras.

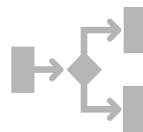
Por outro lado, a adesão geral ao código de barras se mantém similar ao final de 2018 devido ao **crescimento na Indústria** que vem utilizando mais padrões para a rastreabilidade de produtos no geral.

Base total: 550

Gestão e Cadastro de Produtos



A automação do cadastro e gestão de produtos apresenta diversas formas (do excel a sistemas de gestão), demonstrando que as empresas estão em **evolução para o processo de digitalização.**

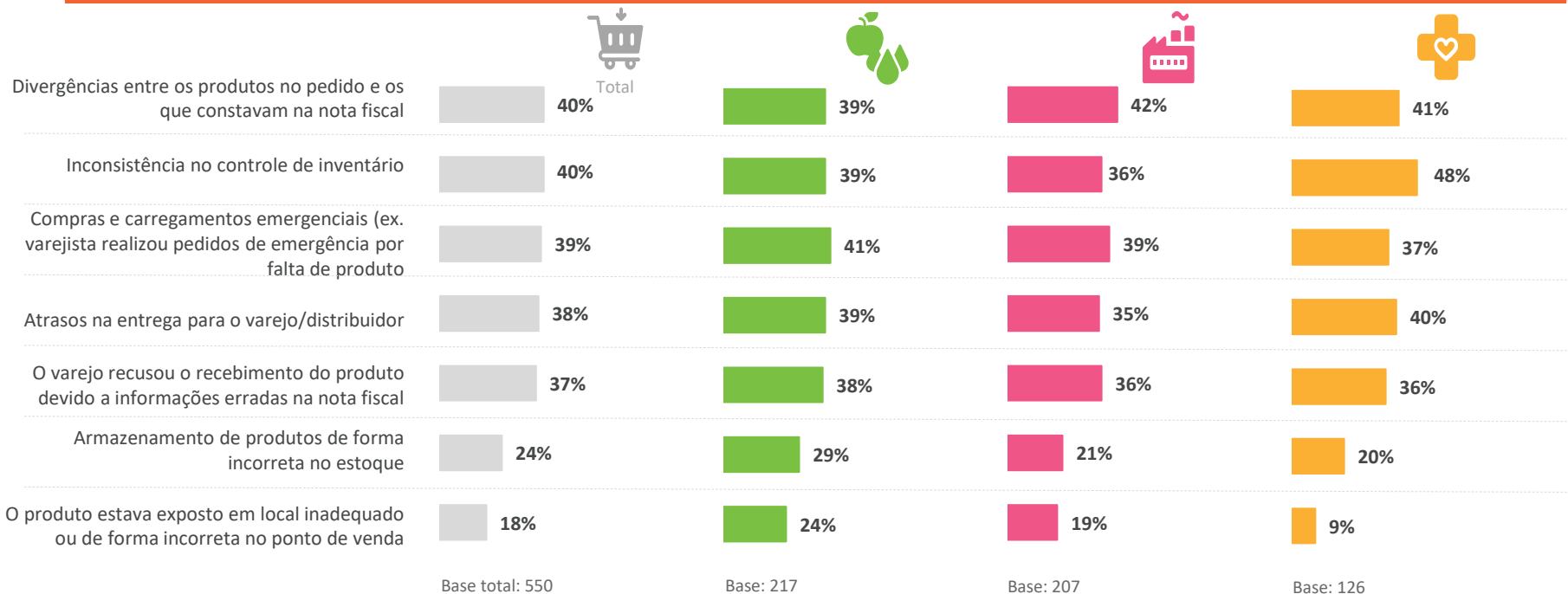


No entanto, é possível observar uma mudança significativa: todas as empresas, independente do setor, vêm se modernizando quando às formas de gerir e cadastrar seus produtos: **todos os setores tem aumentado a adesão de software de gestão para a empresa – que parece ser de fato a primeira etapa na hora que o assunto é a gestão, inclusive de produtos.**

Gestão e Cadastro de Produtos



Cadastro dos produtos - Inconsistências



Inconsistências no cadastro de produtos



As empresas costumam enfrentar, pelo menos, dois problemas de inconsistência na hora de cadastrar produtos, principalmente com relação à divergências entre NF e pedido, além de controle do inventário – que, para o setor de Saúde, é o pior problema enfrentado.



O setor de Alimentos enfrenta algumas questões de forma mais intensa que os outros setores: armazenamento incorreto e exposição incorreta no ponto de venda – o posicionamento do produto, seja no estoque ou no PDV são aspectos cruciais para esse setor.

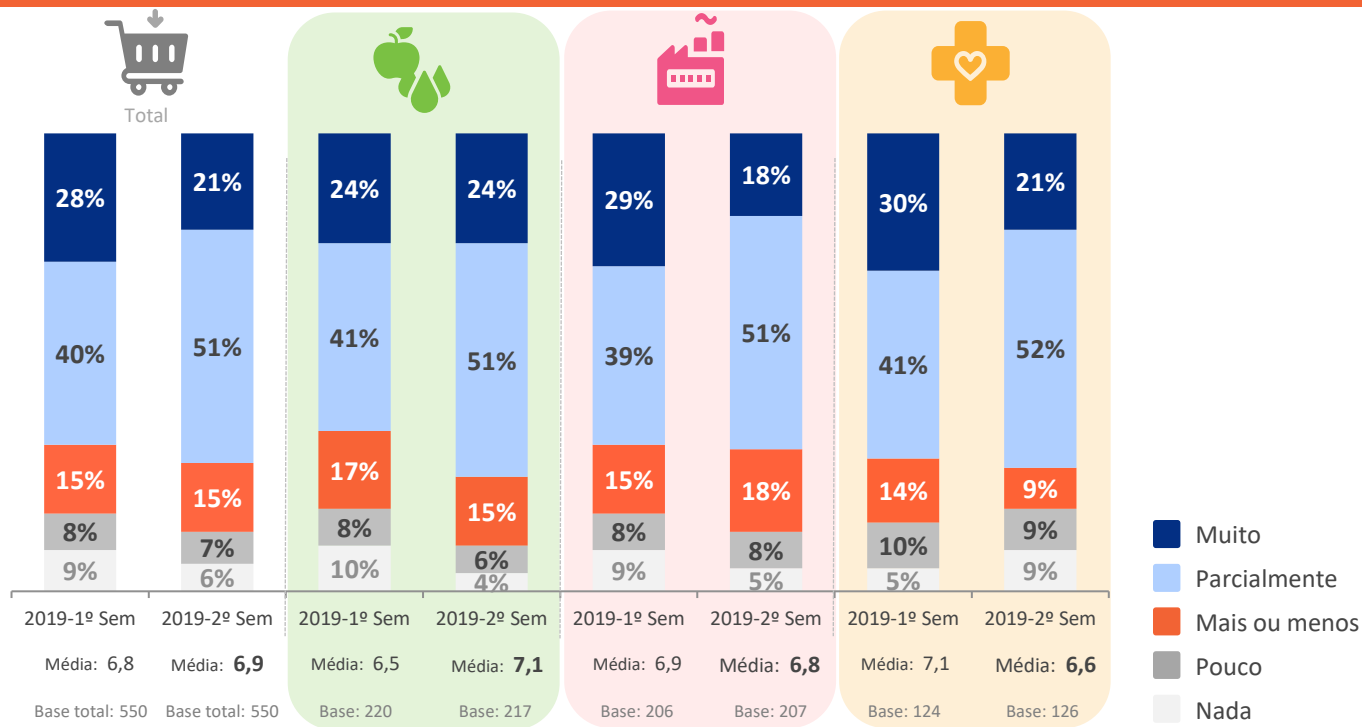


ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

3.INDICADORES DE INOVAÇÃO

Predisposição para investir em inovação e tecnologia

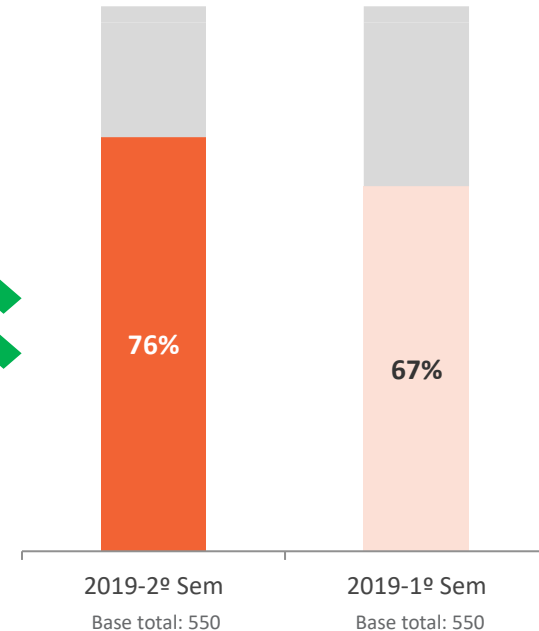


Tecnologias de identificação e troca de informações GS1

76%

das empresas consideram que as formas de identificação e trocas de informações no padrão GS1 contribuem para a inovação.

O crescimento de 13% com relação à onda anterior mostra que as tecnologias de identificação e trocas de informação são cada vez reconhecidas como parte do processo de inovação.



Implantação de tecnologias de identificação e troca de informações GS1



As empresas não conseguem definir prioridade de investimento quando o assunto é tecnologia de identificação e trocas de informações de produtos

SOLUÇÕES JÁ
ADOTADAS



20% JÁ TEM CODIGOS
LINEARES

23% USAM EDI

CURTO PRAZO:
ATÉ 01 ANO



EM MÉDIA 10 A 15%
DAS EMPRESAS
PRETENDEM INVESTIR
EM TODAS
TECNOLOGIAS GS1

MEDIO PRAZO:
DE 01 A 03 ANOS



ENTRE 30 E 40% VAO
PRIORIZAR OS
INVESTIMENTOS NAS
TECNOLOGIAS GS1
PARA O FUTURO
PROXIMO

LONGO PRAZO:
MAIS DE 03 ANOS



IoT/ RFID E EPC-IS
SÃO VISTAS COMO
ADOÇÕES MAIS A
LONGO PRAZO



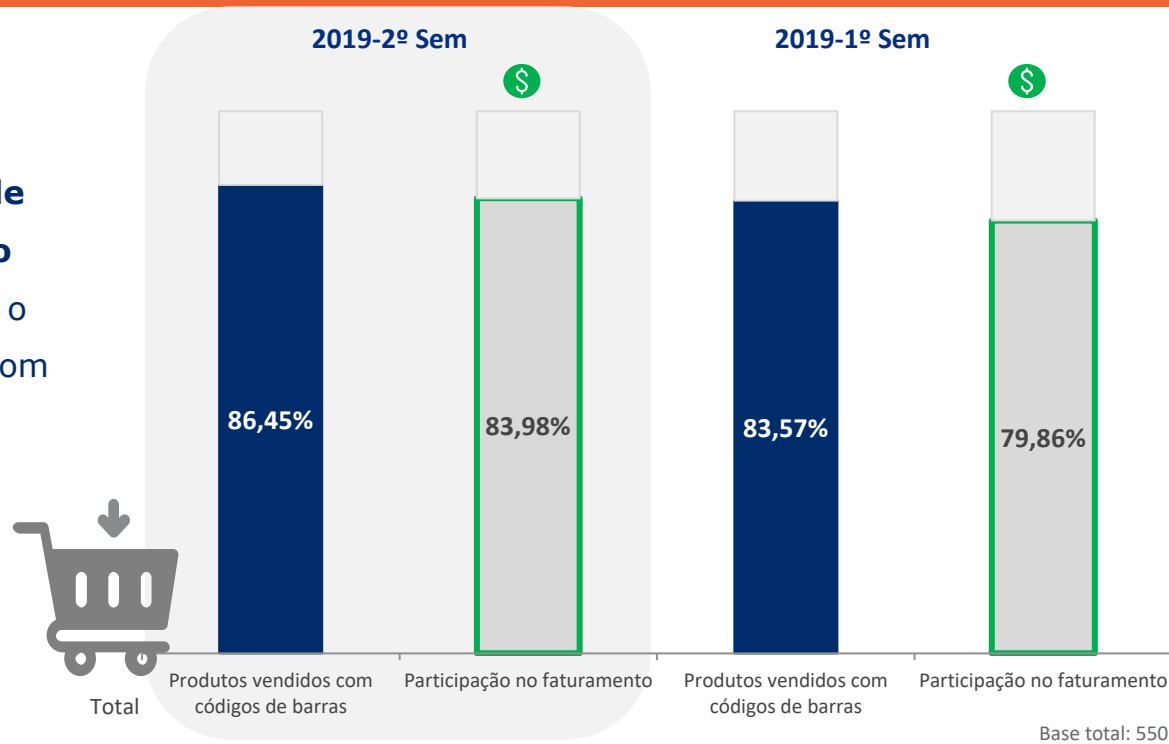
ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

INDICADORES DE MATURIDADE

Indicadores de maturidade

Os indicadores de maturidade demonstram que o **percentual de produtos vendidos com código de barras se mantém estável**, o que reflete em um faturamento com produtos com código de barras muito próximo ao patamar de produtos vendidos.





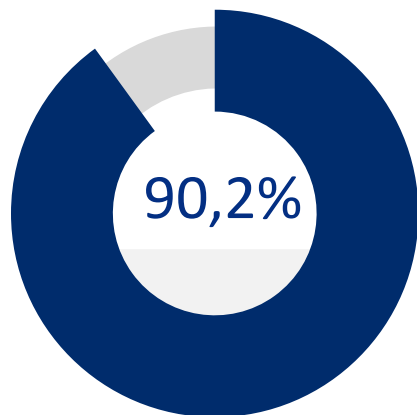
ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

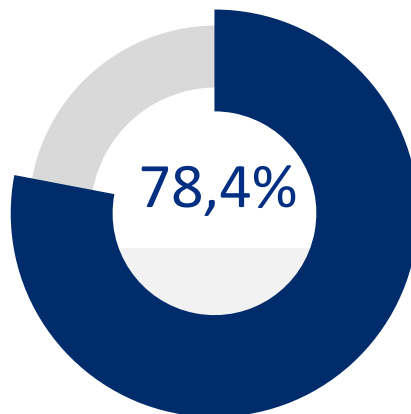
INDICADORES DE INFLUÊNCIA

Indicadores de influência: Total

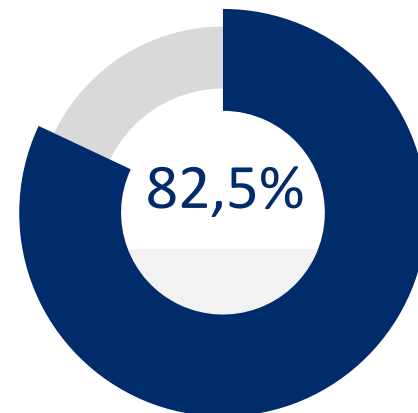
Venda
de produtos



Compra
de mercadorias



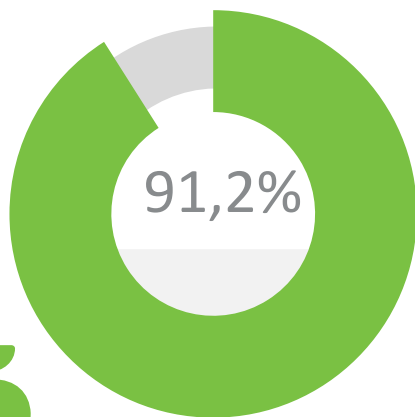
Gestão
Empresarial



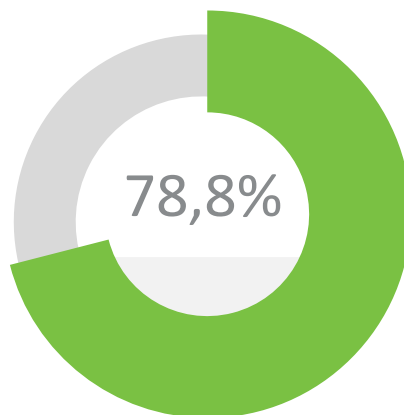
Base total: 550

Indicadores de influência: Alimentos

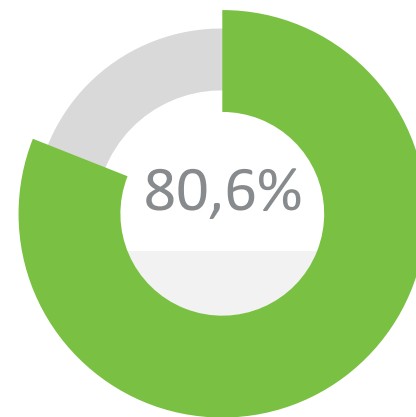
Venda
de produtos



Compra
de mercadorias



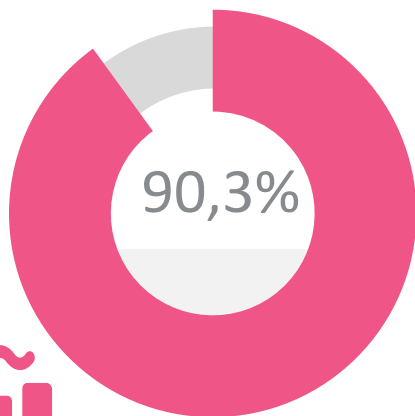
Gestão
Empresarial



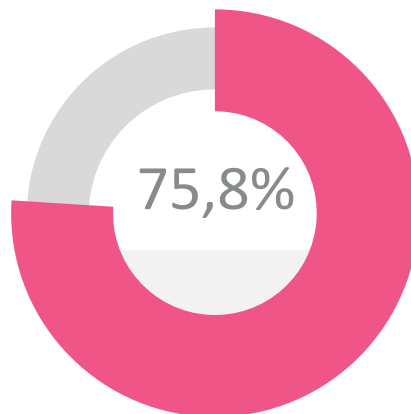
Base: 217

Indicadores de influência: Indústria

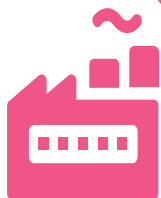
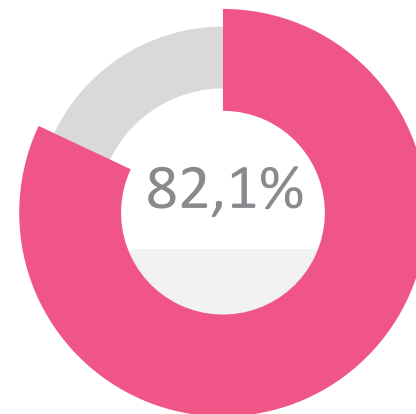
Venda
de produtos



Compra
de mercadorias



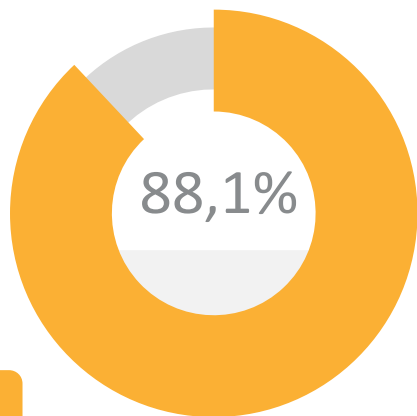
Gestão
Empresarial



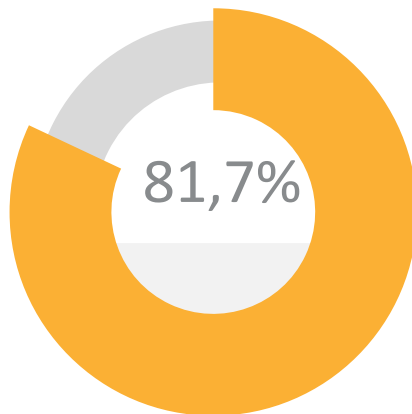
Base: 207

Indicadores de influência: Saúde

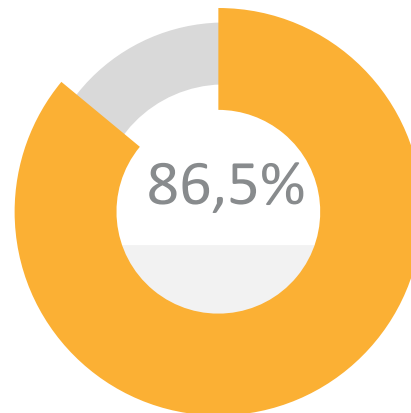
Venda
de produtos



Compra
de mercadorias



Gestão
Empresarial



Base: 126

Indicadores de influência

Os códigos de barras sempre tiveram seu papel reconhecido, principalmente para venda de produtos e para gestão empresarial – **as empresas conseguem perceber o impacto dos códigos de barras para a gestão da informação e para o melhor andamento do negócio.**

Ao mesmo tempo, é importante notar o **crescimento significativo que a importância do código de barras na compra de produtos vem conseguindo desde 2018** – quanto mais todos os aspectos forem percebidos pelas empresas de forma similar, mais claros ficam os benefícios da adoção.

No entanto, essa percepção com relação à gestão empresarial cresceu apenas para o associado, enquanto caiu para o não-associado, **o que pode trazer dificuldades para convencer esse perfil a aderir às tecnologias GS1.**

Inovação e visão de futuro

Quando incentivadas a olhar para o futuro e planejar investimentos, no geral, as empresas:



**COLOCAM TECNOLOGIAS
COMO PLANEJAMENTO DE
MÉDIO/LONGO PRAZO**



**CONSIDERAM TODAS
TECNOLOGICAS NO
HORIZONTE DE TEMPO**



**ESTÃO DISPOSTAS A GASTAR
UMA PARTE MÍNIMA DO
ORÇAMENTO EM INOVAÇÃO**

**NECESSIDADE DE ENSINO CONSTANTE
PREPARAÇÃO DO CENÁRIO EMPRESARIAL PARA AS EXIGÊNCIAS DA INDÚSTRIA 4.0**

