GS1 Brasil

ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

RELATÓRIO DE GESTÃO

João Carlos de Oliveira

2013-2015

GS1 Brasil

ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

RELATÓRIO DE GESTÃO

João Carlos de Oliveira

2013-2015

01

Palavra do Presidente

02

Carta da CEO

03

Três anos de conquista 09

10 O que é a GS1

12 Evolução do quadro associativo

14 Nova sede

16 Centro de Inovação e tecnologia

20 Espaço do conhecimento

22 Projeto Educação

Cursos

Parcerias com universidades

Webinars

Relacionamento com multiplicadores

04

A importância da automação 29

30 Estudo de automação no Brasil (Inteligência de Mercado)

34 Cases de Sucesso

52 Inovações

InBar

Cadastro Nacional de Produtos (CNP)

GEPIR

G-trade

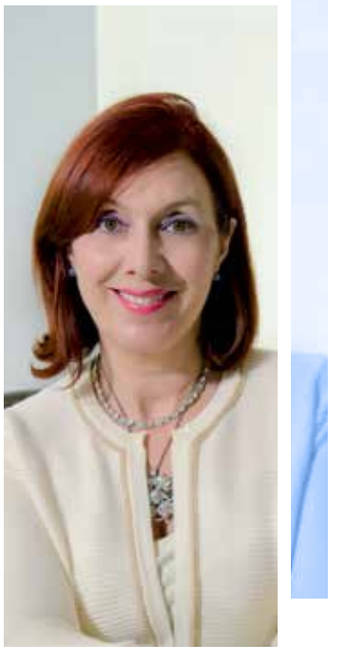
Sobre a GS1 Brasil 59

64 Governança Corporativa
Organograma
Capacitação e treinamentos
Capital humano
69 Eventos
Brasil em Código
Prêmio Automação
Feiras
76 *Seminários e Workshops*
77 Sustentabilidade em Código
82 Relações Institucionais - atuação em Brasília
83 Parcerias estratégicas (termos de cooperação técnica)
84 Atuação Internacional
Advisory Council
Global Fórum
General Assembly
Healthcare
Global Brand
GS1 Discovery APP
94 Comunicação com o mercado
Novo portal GS1 Brasil
Relacionamento com a imprensa
Nova identidade visual (Global Brand)
Mídias sociais
Revista Brasil em Código

Trilha do futuro 107

GS1
Brasil
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO

Carta da CEO *Letter from the CEO*



A GS1 Brasil tem evoluído muito, principalmente no triênio 2013-2015. Um dos saltos que demos durante o período foi a criação da área de Inteligência de Mercado, que consegue nos mostrar com maior precisão como entregar mais valor ao associado.

Outra realização importante foi a criação da área de Educação, fortalecendo esse trabalho junto aos associados e à comunidade de negócios como um todo.

O Centro de Inovação e Tecnologia (CIT) veio complementar os cursos presenciais, o conhecimento dos associados e da comunidade de negócios sobre as boas práticas do uso dos padrões GS1 e dos benefícios da automação. Já o Espaço do Conhecimento apresenta o que a associação tem feito no Brasil e no mundo.

A consolidação do escritório de Brasília foi também uma grande conquista. Aprofundamos o trabalho junto às câmaras setoriais, agências regulatórias e ministérios.

A GS1 Brasil tem muito a contribuir para a produtividade da economia brasileira e, principalmente, para a segurança e o bem-estar do consumidor.

Virginia Vaamonde
CEO da GS1 Brasil

GS1 Brazil has improved a great deal, especially in the 2013-2015 triennium. One of the leaps we took in the period was the creation of the Market Intelligence area, which can show us with greater accuracy how to provide more value to our associates. Another important achievement was the creation of the Education area, whose previous activities were somewhat diluted in the Business department. By appointing a professional to take care of education, we strengthened this work among the members and the business community as a whole. The Center for Innovation and Technology (CIT) has come to complement on-site courses, the knowledge of the associates and business community about best practices for use of GS1 tools and the automation benefits. The Knowledge Space showcases what the association has done in Brazil and around the world. The consolidation of the office in Brasilia was also a great achievement. We have deepened the work with industry chambers, regulatory agencies and ministries. GS1 Brazil has much to contribute to the productivity of the Brazilian economy and, especially, to the safety and well-being of the consumer.

02010
JLTON62NOV20
8901234567CEB

Três anos de conquistas

03

Os anos de 2013-2015 formaram um triênio de muitas realizações para a GS1 Brasil. Um grande marco das mudanças foi a inauguração da nova sede em São Paulo, em 2014, que permitiu a criação do Centro de Inovação e Tecnologia (CIT) e do Espaço do Conhecimento, além do fortalecimento das atividades de educação.

Segundo João Carlos de Oliveira, presidente da GS1 Brasil, o triênio anterior, durante sua primeira gestão, teve como destaque o esforço para ampliar o relacionamento com a comunidade.

"Em meu segundo mandato, muito do que fizemos foi continuidade do que foi feito no primeiro", afirma Oliveira. "A GS1 Brasil tinha muitos pontos positivos, mas outros tinham de ser remodelados, e um deles era a visibilidade. Durante a primeira gestão, procuramos mudar a cultura da organização por meio de uma colocação mais proativa em relação à comunidade, o que inclui as próprias empresas associadas".

A nova sede permitiu uma aproximação com a comunidade, tanto de associados quanto de formadores de opinião, que passaram a conseguir ver na prática as soluções mais avançadas de automação no CIT e puderam contar com uma estrutura importante para educação e treinamento.

Three years of achievements

The 2013-2015 period saw many achievements for GS1 Brazil. A great milestone of the changes was the opening of the new headquarters in São Paulo in 2014, which allowed the creation of the Center for Innovation and Technology (CIT) and the Knowledge Space, in addition to strengthening the educational activities. According to João Carlos de Oliveira, GS1 Brazil's President, the previous three-year period, during his first administration, was highlighted by the effort to broaden the relationship with the community. "During my second term, much of what we did was in continuity to what was done in the first one," says Oliveira. "GS1 Brazil had many positive points, but others had to be redesigned, and one of them was related to visibility. In the first management term, we tried to change the organizational culture through a more proactive approach towards the community, including our own affiliate companies." The new headquarters allowed an approximation with the community, both by members and by opinion leaders, who were able to see the most advanced automation solutions at CIT and could count on an important structure for education and training.

O que é a GS1 Brasil

A GS1 Brasil – Associação Brasileira de Automação é uma organização multissetorial sem fins lucrativos, que tem como objetivo implementar e disseminar padrões de identificação de produtos, como código de barras. Com isso, é possível melhorar as cadeias de suprimentos e colaborar para o processo de automação, da matéria-prima até o consumidor final.

Desde a sua criação, em meados do século passado, o código de barras tem colaborado para aumentar a eficiência e a sustentabilidade das empresas e melhorar a vida dos consumidores. No mundo, cerca de 6 bilhões de códigos de barras são lidos por dia.

A padronização que permite aos sistemas de automação funcionar globalmente é responsabilidade da GS1. Com sede em Bruxelas, na Bélgica, é uma rede composta por 112 organizações-membro ao redor do mundo, incluindo o Brasil. O Padrão GS1 é utilizado em mais de 150 países, com mais de 1 milhão de empresas associadas.

Com origem na Associação Brasileira de Automação Comercial (Abac), fundada em 1983, a GS1 Brasil faz parte de uma rede de instituições que promovem o desenvolvimento da economia nacional, ao fortalecer políticas conjuntas de parcerias e fomentar o intercâmbio de informações entre os mais diversos setores, beneficiando o País como um todo.

O trabalho da GS1 Brasil consiste em divulgar as soluções de automação que ajudam as organizações a terem eficiência, controles mais apurados e redução de custos. Além disso, ajudá-las a escolher as melhores soluções para cada tipo de operação, para que continuem a avançar cada vez mais.

About GS1 Brazil

GS1 Brazil – Brazilian Automation Association is a non-profit multi-sectorial organization that aims to implement and disseminate product identification standards, such as the bar code. With that, it is possible to improve supply chains and collaborate with the automation process, from raw material to the final consumer. Since its creation, in the middle of the last century, the bar code has collaborated to increase the efficiency and sustainability of companies, as well as improving the lives of consumers. About 6 billion bar codes are read per day worldwide. GS1 is responsible for the standardization that allows automation systems to work globally. Headquartered in Brussels, Belgium, it is a network comprised by 112 member organizations around the world, including Brazil. The GS1 standard is used in over 150 countries, with more than 1 million affiliates. With its origins tracing back to the Brazilian Association of Commercial Automation (ABAC, in Portuguese), founded in 1983, GS1 Brazil is part of a network of institutions that promote the development of the national economy by strengthening joint policies for partnerships as well as promoting the exchange of information among several different sectors, benefiting the country as a whole. The work of GS1 Brazil consists of disseminating automation solutions that help organizations to be efficient, with more accurate controls and cost reduction. In addition, it helps them choose the best solutions for each type of operation, in order to continue moving forward.

“O triênio 2013-2015 foi repleto de realizações, com a GS1 Brasil cada vez mais alinhada ao mercado, ao oferecer soluções adequadas aos diversos setores e portes de empresas, que se beneficiam com o uso da automação em seus negócios”

“The 2013-2015 term was full of achievements, and GS1 Brazil has been increasingly aligned with the marketplace, offering appropriate solutions to companies of various industries and sizes, which benefit from the use of automation in their business.”

Ouça a entrevista
Listen to the interview

João Carlos de Oliveira
Presidente
President

Evolução do quadro associativo

A GS1 Brasil fechou o ano de 2015 com 58,6 mil associados. Desse total, 30% faziam parte do Cadastro Nacional de Produtos (CNP), totalizando 2,5 milhões de itens cadastrados.

Os dados do CNP podem ser compartilhados com os varejistas, caso os donos dos produtos assim o queiram. As empresas podem fazer toda gestão de portfólio pelo CNP, sem qualquer risco de perda de informação. A GS1 Brasil garante a segurança dos dados lá armazenados.

"A cada ano, aumentamos o número de empresas associadas, o que é um grande desafio", explica João Carlos Oliveira. "Não podemos esquecer que há muitas empresas que deixam de operar e temos de compensar o déficit. O que temos feito é aumentar os segmentos. Trouxemos o setor têxtil, bares e restaurantes, hotéis, franquias, além do Exército e Aeronáutica. A partir desse ponto, buscamos associados que fazem parte de novos segmentos".

Alguns grandes varejistas exigem que seus fornecedores adotem o código de barras padrão. "Mais do que trazer novos associados, é preciso manter os atuais de forma natural. Ou seja, que eles percebam efetivamente qual é a vantagem de ser associado à GS1".

Os principais canais para as empresas conhecerem e se associarem à GS1 Brasil são os contabilistas e contadores em primeiro lugar, varejistas, em segundo e o Sebrae em terceiro.

A maioria dos associados da GS1 Brasil está localizada na Região Sudeste, com 55% do total, seguida da Região Sul, com 27%, e do Nordeste, com 11%. O setor de alimentos, bebidas e fumo concentra a maior fatia de associados da GS1, com 29%, seguido de atacadistas (16%) e varejistas (12%). Quanto ao porte, 78% são micro e pequenas empresas, as médias são 11% e os outros 11% são companhias de grande porte.

Membership evolution

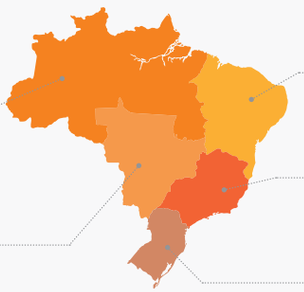
GS1 Brazil has ended 2015 with 58.6 thousand associates. Thirty percent of that number were part of the National Product Registry (CNP), totaling 2.5 million items registered. CNP data can be shared with retailers, if the owners of the products wish so. Companies can make their entire portfolio management through CNP, without any risk of loss of information. GS1 Brazil ensures the security of data stored there. "Every year, we increase the number of associated companies, which is a great challenge", explains João Carlos Oliveira. "We must not forget that there are many companies that cease their operations, and we have to make up for that deficit. What we have done is increase the segments. We have brought in bars and restaurants, hotels, franchises, the Army, the Air Force and the textile industry. From that, we started searching for associates in those new segments." Some of the big retailers require their suppliers to adopt the standard bar code. "More than bringing new members, it is necessary to maintain the current ones. That is, to make them actually understand the advantages of being associated to GS1." The main channels for companies to know and join GS1 Brazil are bookkeepers and accountants in first place, followed by retailers and then Sebrae. Most of the GS1 Brazil associates are located in the Southeast region, with 55% of the total, followed by the Southern region, with 27%, and the Northeast, with 11%. The food, beverages and tobacco industry concentrates the largest share of GS1 associates, with 29%, followed by wholesalers (16%) and retailers (12%). As for the size, 78% are micro and small companies, medium sized companies represent 11% and the other 11% are made of large companies.

TOTAL DE ASSOCIADOS
MEMBERS

57,4 mil 2012*
**Até 31/12/2015*

58,6 mil 2015*
**Até 31/12/2015*

POR REGIÃO
BY REGION



North **Norte** 2%

Midwest **Centro-Oeste** 5%

Nordeste *Northeast* 11%

Sudeste *Southeast* 55%

Sul *South* 27%

O TAMANHO DOS ASSOCIADOS
SIZE OF ASSOCIATES

18% **Microempreendedor individual**
Individual Microentrepreneur

38% **Microempresa**
Microenterprise

23% **Empresa de pequeno porte**
Small business

10% **Empresa de médio porte**
of medium-sized company

11% **Empresa de grande porte**
Large company

10 PRINCIPAIS SETORES
10 MAIN SECTORS

29% Alimentos, bebidas e fumo
Food, beverages and tobacco

7% Têxtil, couro, calçados e confecções
Textile, leather, footwear and clothing

4% Plásticos e borrachas
Plastics & Rubber

3% Agronegócios e agricultura
Agribusiness and agriculture

3% Indústrias diversas
Miscellaneous Industries

16% Atacadistas
Wholesalers

12% Varejistas
Retailers

4% Química
Chemical

3% Metalúrgicas
Metallurgical

2% Madeiras e móveis
Timber and furniture

17% são compostos por outros tipos de indústrias, tais como: Papel e Celulose, Higiene e Limpeza, Farmacêutico, Eletroeletrônicos etc.

17% consist of other types of industries, such as Pulp and Paper, Hygiene and Cleaning, Pharmaceutical, Electronics etc.

Nova sede

Em 31 de março de 2014, a GS1 Brasil mudou para sua nova sede, na Rua Henrique Monteiro, 79, em Pinheiros, São Paulo. Com 4,5 mil metros quadrados, divididos em oito andares e dois subsolos, o prédio próprio tem um projeto arquitetônico moderno, de formas simples, amplas e claras.

Eventos e treinamentos têm 720 metros quadrados de espaço disponível, distribuídos por três andares. O Centro de Tecnologia e Inovação (CIT) e o Espaço do Conhecimento são os destaques da nova sede, ocupando, respectivamente, 277 metros quadrados e 82 metros quadrados.

New headquarters

On March 31, 2014, GS1 Brazil moved to its new headquarters, located at Rua Henrique Monteiro, 79, in the district of Pinheiros, São Paulo. With 4.5 thousand square meters, divided into eight floors and two underground levels, the building itself has a modern architectural design, with simple, spacious and clear forms.

Events and trainings take up 720 square meters of the space available, spread across three floors. The Center for Innovation and Technology (CIT) and the Knowledge Space are the highlights of the new headquarters, occupying 277 square meters and 82 square meters, respectively.

“Com o novo prédio, conseguimos maximizar a visitação e estruturar outros segmentos da organização”, explica João Carlos de Oliveira. “Com mais espaço, pudemos criar novos nichos de trabalho importantes, como salas de educação. Tínhamos parcerias com duas ou três universidades, e agora juntamos tudo o que se fazia numa nova área. Estamos fortalecendo e valorizando a educação para que possamos cada vez mais participar da formação dos estudantes de hoje, que serão os profissionais de amanhã.”

A aquisição da nova sede surgiu da necessidade de se encontrar um espaço adequado para o CIT. “Inicialmente, imaginamos adaptar a antiga sede para fazer esse centro”, conta Charles Sampaio, diretor de Finanças e Serviços Corporativos da GS1 Brasil. “Ao longo do processo, fomos chegando à conclusão de que seria difícil fazer essa adaptação. E foi então que partimos para a busca de um novo imóvel.”

A busca pelo imóvel começou em 2012. Os primeiros contatos para a aquisição da sede atual começaram no fim daquele ano, e o contrato foi assinado em junho de 2013. A adaptação do imóvel levou seis meses, e o principal esforço foi a montagem do CIT. Um dos fatores que definiram a escolha do edifício foi o pé direito duplo entre o sexto e o sétimo andares, o que facilitou a instalação do centro. Sampaio destaca os ganhos em acessibilidade com a mudança para a nova sede. “Ganhamos muito porque estamos localizados perto de uma estação de metrô, facilitando o acesso tanto para os colaboradores quanto para os associados.”

Do ponto de vista de projeto e até de identidade visual para a organização, também houve ganho, pelo fato de estar num prédio monousuário.

“Tivemos também benefícios no relacionamento com os associados e parceiros, de forma que jamais teríamos em outro local”, observa Sampaio.

> **“Ganhamos muito porque estamos localizados perto de uma estação de metrô, facilitando o acesso tanto para os colaboradores quanto para os associados”**
>
> *“We have gained a lot for being located near a subway station, which make access easier for both employees and associates.”*
>
> **Charles Sampaio**
> Diretor de Finanças e Serviços Corporativos
> *Director of Finance and Corporate Services*

Ouça a entrevista

Listen to the interview

“With the new building, we were able to maximize visitation and structure other segments of the organization,” explains João Carlos de Oliveira. “With more space, we were able to create new important work niches, such as education rooms. We had partnerships with two or three universities, and now we’ve gathered everything that was being done in a new area. We are strengthening and enhancing education so that we can increasingly participate in the training of today’s students, who will be the professionals of tomorrow.” The acquisition of the new headquarters arose from the need to find a suitable space for the CIT. “Initially, we thought of adapting the former headquarters to create this center,” says Charles Sampaio, Director of Finance and Corporate Services at GS1 Brazil. “Throughout the process, we concluded that it would be hard to make that adjustment. So we went searching for a new property.” The search for the property began in 2012. The first contacts for the acquisition of the current headquarters began at the end of that year, and the contract was signed in June 2013. The adaptation of the building took six months, and the main effort was assembling the CIT. One of the factors that guided the choice of the building was the double-height between the sixth and the seventh floor, which made the installation of the center a lot easier. Sampaio highlights the accessibility gains with the move to the new headquarters. “We have gained a lot for being located near a subway station, which make access easier for both employees and associates.” From the perspectives of design and visual identity for the organization, there has also been great gain due to the fact that it is located in a standalone building. “We’ve also seen benefits in the relationship with associates and partners in a way we would never have had elsewhere,” says Sampaio.

Centro de Inovação e Tecnologia

Nada como ver pessoalmente a tecnologia em funcionamento para entender sua aplicação e seu impacto na vida das pessoas e das empresas. O Centro de Inovação e Tecnologia (CIT) foi criado para oferecer à comunidade de negócios novas perspectivas sobre automação, logística e cadeia de suprimentos, mostrando na prática como podem ser utilizados os padrões do Sistema GS1.

O CIT oferece programas de capacitação, vídeo e materiais técnicos para ajudar a implementar padrões e melhores práticas de negócio. Nesse ambiente, são demonstradas tendências de mercado para os cenários da indústria, automação e varejo. O espaço conta com anfiteatro, laboratório de ensaios de qualidade, lounge tecnológico e salas para videoconferência, capacitação e reuniões.

As soluções expostas são compostas por leitores de etiquetas inteligentes (RFID, na sigla em inglês) e 2D, esteiras e robôs, impressoras e aplicadores, tablets e PCs, pontos de venda e softwares como middleware, e Sistema de Gerenciamento de Estoque (WMS, na sigla em inglês).

“Há uma velha máxima que a gente usa desde pequeno, que diz: ‘o que os olhos não veem o coração não sente’”, afirma João Carlos de Oliveira. “Isso é verdade em tudo, inclusive quando se fala em tecnologia.”

Center for Innovation and Technology

There’s nothing like seeing the technology in operation to understand its application and its impact on the lives of people and companies. The Center for Innovation and Technology (CIT) was created to offer the business community new perspectives on automation, logistics and supply chain, showing how to use the GS1 System standards in practice.

The CIT offers training programs, video and technical materials to help implement standards and best business practices. In this environment, marketplace trends for the industry automation and retail scenarios are demonstrated. The space has an amphitheater, quality testing laboratory, technological lounge and rooms for video conferencing, training and meetings.

The solutions presented are comprised of smart-label readers (RFID) and 2D, treadmills and robots, printers and applicators, tablets and PCs, points of sale and software such as middleware, and Warehouse Management System (WMS).

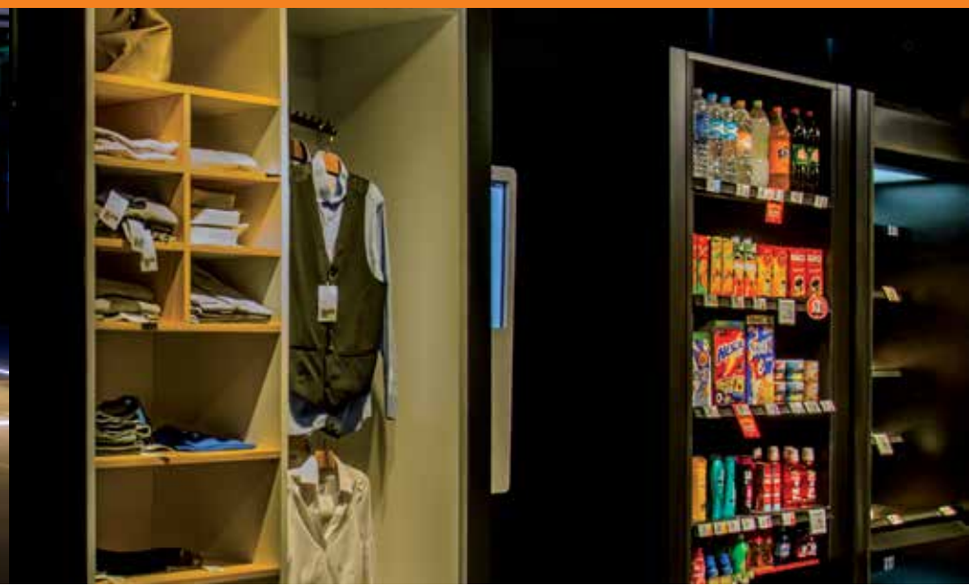
“There’s an old saying that we use, which is: ‘out of sight out of mind’,” says João Carlos de Oliveira. “This is so true, even when it comes to technology.”

ACESSE O CIT
Access the CIT

> **“Quando falamos do CIT, todos os visitantes se surpreendem, inclusive nossos parceiros que contribuíram com seus equipamentos e soluções”**

“When we talk about CIT, all visitors get surprised, even our partners who have contributed with equipment and solutions”

Roberto Matsubayashi
Diretor de Inovação e Alianças Estratégicas
Director of Innovation and Strategic Alliances



O presidente da GS1 Brasil conta que, até mesmo para o associado, a visita ao CIT é bem surpreendente. “É outra coisa ir até lá e ver o produto passando no checkout e o sistema assinalar”, destaca Oliveira. Em 2015, o centro recebeu mais de 2 mil visitantes. Com a utilização de tecnologias de multimídia, os visitantes têm uma experiência mais atrativa e interativa. O espaço mostra que a automação é responsável por potencializar a produtividade, deixar os negócios mais competitivos e incentivar o desenvolvimento do País.

O CIT tem como princípio a inovação constante. Uma grande novidade de 2015 foi o robô humanoide CLEVERson, que interage com os visitantes para apresentar o espaço. Ele acompanha os monitores, fazendo perguntas aos visitantes durante toda a jornada. Outro atrativo é o espelho mágico, uma tela interativa que identifica a peça do vestuário por aproximação e sugere combinações com outras peças.

Para criar o CIT, representantes da GS1 Brasil fizeram várias visitas internacionais, para avaliar projetos parecidos. A principal inspiração foi o Knowledge Center, da Alemanha. “Vimos pontos bons e outros que poderiam ser aprimorados na Argentina, na Alemanha, na Suécia, no México e em vários locais”, afirma Roberto Matsubayashi, diretor de Inovação e Alianças Estratégicas da GS1 Brasil. “Buscamos incorporar vários diferenciais”.

Em primeiro lugar, a partir das visitas, a equipe da GS1 Brasil percebeu que ter somente equipamentos não era

The President of GS1 Brazil says that, even for the associate, a visit to the CIT is quite surprising. “It’s completely different thing to go over there and see the product going through the checkout, and the system marking it,” says Oliveira. In 2015, the Center received more than 2.000 visitors. With the use of multimedia technologies, visitors have a more attractive and interactive experience. The space shows that automation is responsible for enhancing productivity, making businesses more competitive and stimulating the development of the country. CIT’s principle is constant innovation. A great novelty in 2015 was the humanoid robot CLEVERson, that interacts with visitors to present the space. He accompanies the guides, asking questions to visitors throughout the journey. Another attraction is the magic mirror, an interactive screen that identifies the piece of clothing by approximation and suggests combinations with other pieces. In order to create the CIT, representatives from GS1 Brazil made several international visits to assess similar projects. The main inspiration was the Knowledge Center, in Germany. “We’ve seen good points and some that could be enhanced in Argentina, Germany, Sweden, Mexico and several locations,” says Roberto Matsubayashi, Director of Innovation and Strategic Alliances at GS1 Brazil. “We sought to incorporate various advantages.”

suficiente. O desafio era mostrar os benefícios do padrão nos processos reais executados pelas empresas. Em segundo lugar, a GS1 Brasil decidiu focar na experiência, pois, sem uma boa explicação do que é apresentado, o aproveitamento do visitante poderia ser bem pequeno.

"Tínhamos de dar um toque Disney", explica Matsubayashi. "Fazer uma coisa participativa, interativa e, ao mesmo tempo, informativa. E foi isso que acabamos fazendo. Foi feito um trabalho de criação cuidadosa que inclui roteiro e cenografia, apoiado por recursos audiovisuais para ambientar a visitação no CIT. Ele conta uma história".

A resposta ao CIT tem sido muito positiva, de acordo com o diretor de Inovação da GS1 Brasil. "Quando falamos do espaço, ninguém vem com uma ideia formada, e a grande verdade é que os visitantes acabam se surpreendendo", destaca. "Mesmo os nossos parceiros, que contribuíram com uma ou outra solução, se orgulham quando veem a obra toda. Temos aqui uma concentração de tecnologia muito grande, não só exposta, mas funcionando. A experiência que proporciona é mesmo muito fascinante". O melhor é que para quem se interessar em implementar algumas das soluções, toda tecnologia apresentada no CIT está disponível comercialmente.

"É importante destacar que o centro tem se firmado como um polo de referência, de tecnologia e gestão", observa.

Firstly, from the visits, the team at GS1 Brazil realized that only having equipment was not enough. The challenge was to show the benefits of the standard in actual procedures implemented by the companies. Secondly, GS1 Brazil decided to focus on experience, because, without a good explanation of what is presented, the use for the visitor could be very small. "We had to give it a 'Disney' touch," explains Matsubayashi. "Making it participatory, interactive and informative all at once. And that's what we ended up doing. A careful work of creation was done that includes script and set design, supported by audiovisual resources to stage the visitation at the CIT. It tells a story." The response to the CIT has been very positive, according to the Innovation Director at GS1 Brazil. "When we talk about the space, people are not totally clear about it, and the truth is that visitors end up surprised," he points out. "Even our partners who have contributed to one solution or another, are proud when they see the whole work. Here we have a very large concentration of technology, not just being exhibited, but actually working. The experience provided is truly fascinating." The best is that anyone interested in implementing any of the solutions can do so, since every technology presented in the CIT is commercially available. It is important to note that the center has been established as a cutting-edge technology and management center", he adds.

Espaço do conhecimento

Num ambiente envolvente, o visitante tem acesso a conteúdo interativo sobre a história da automação no Brasil e da organização e sobre a evolução dos códigos de barras e dos sistemas de padrões GS1 até os dias atuais, incluindo depoimentos das pessoas que participaram da trajetória da organização e cases de destaque.

Esse é o Espaço do Conhecimento, que é integrado ao CIT. O conteúdo interativo tem como objetivo manter a memória da organização, garantindo a preservação do conhecimento gerado em mais de três décadas de história.

“No Espaço do Conhecimento, contamos a história da nossa cultura, da associação e do próprio código de barras no Brasil”, afirma Flávia Ponte Costa, gerente de Educação da GS1 Brasil.

Knowledge space

In a welcoming environment, visitors have access to interactive content about the history of automation of the organization and in Brazil, and the evolution of GS1 standard systems and bar codes to this day, including statements from people who have taken part in the development of the organization and featured cases. This is the Knowledge Space, which is integrated to the CIT. The interactive content aims to keep the memory of the organization alive, ensuring the preservation of knowledge spanning more than three decades of history. “In the Knowledge Space, we tell the story of our culture, of the association and of the bar code in Brazil,” states Flávia Ponte Costa, Education Manager at GS1 Brazil.

ACESSE NOSSO ESPAÇO

Visit our space

Projeto Educação

Faz parte da missão da GS1 disseminar o uso correto dos padrões e as boas práticas globais. Quando um associado passa a usar o código de barras, seu produto é reconhecido no mundo inteiro, seja ele um artesão ou um grande fabricante. Dessa forma, a identidade do produto também funciona como um passaporte. A criação da área de educação foi uma das grandes realizações do triênio.

"A partir do momento em que colocamos à frente dessa área uma profissional da casa, que pode se dedicar a esse trabalho junto ao meio acadêmico e a influenciadores, o trabalho se tornou muito mais forte", afirma Virginia Vaamonde, CEO da GS1 Brasil. "Além de propiciar capacitação aos nossos associados, levamos informação para o meio acadêmico e formadores de opinião. Revisamos os cursos que tínhamos, com pesquisa junto ao associado para saber de fato do que ele precisa", conta. "O valor agregado para ele pode estar ligado não somente aos padrões. Ele pode desejar ter informações sobre finanças ou inovação, por exemplo, e podemos ajudá-lo nesse sentido. Podemos transcender o trabalho relacionado ao código de barras".

Nos cursos presenciais, a formação foi complementada com o Espaço do Conhecimento, que mostra a história do código de barras no Brasil, e com o Centro de Inovação e Tecnologia, que demonstra na prática como os padrões de automação podem ser empregados em toda a cadeia de suprimentos. Além de disseminar a informação sobre os padrões junto ao associado, a área de educação prepara tecnicamente toda a equipe da GS1.

Education Project

It is a part of GS1's mission to disseminate the correct use of global standards and best practices. When an associate starts using the bar code, their product is recognized worldwide, whether it's from a craftsman or a large manufacturer. That way, the identity of the product also works as a passport. The creation of the education area was one of the great achievements of the three-year term. "From the moment we put one of our professionals in charge of this area, who can be devoted to this work with the academic community and influencers, the work has become much stronger," says Virginia Vaamonde, CEO of GS1 Brazil. "In addition to providing associates with training, we take information to the academic world and to opinion leaders. "We reviewed the courses we had, and surveyed our associates to understand their needs," says Vaamonde. "The added value for him can be connected not only to the standards. One may wish to have information about finance or innovation, for example, and we can help them in that matter. We can transcend the work related to the bar code." In the on-site courses, the training was supplemented through the Knowledge Space, which shows the history of bar code in Brazil, and with the Center of Innovation and Technology, offering a practical view on how the automation standards can be employed throughout the supply chain. In addition to disseminating information on the standards to the associate, the area of education technically prepares the whole GS1 team.

> **“A partir do momento em que colocamos à frente da área de educação uma profissional da casa, o trabalho se tornou muito mais forte”**
>
> *“From the moment we put a local professional in charge of the education area, the work has become much stronger.”*

Virginia Vaamonde
CEO

Ouça a entrevista
Listen to the interview

CURSOS

Em 2015, a GS1 Brasil ofereceu os seguintes cursos: Código de barras I: Entenda, crie e gerencie a identificação do seu produto; Código de barras II: Dados variáveis e logísticos; RFID com Base no Padrão GS1 EPCglobal; Rastreabilidade: Implementação com o Sistema GS1; e Alinhamento de Informações e Sincronização de Dados: A base para o comércio eletrônico. Esses cursos também estão disponíveis no formato In Company.

Até outubro daquele ano, foram 36 eventos, com um total de 3.760 participantes. Houve 98 horas oferecidas de treinamento, com índice de satisfação do participante de 9,33, numa escala que vai até 10. Os cursos presenciais têm carga horária de três horas e meia e são oferecidas duas edições por mês.

Além de São Paulo, em 2015, a GS1 Brasil realizou cursos em Curitiba e Belo Horizonte.

Para decidir sobre os próximos passos da área de educação a GS1 Brasil contratou uma consultoria que fez uma sondagem junto aos associados e traçou o que a associação chama de Trilhas do Conhecimento. “Uma das constatações foi que os nossos associados desejam mais conteúdos sobre inovação”, conta Flávia Ponte da Costa.

A partir de 2016, a área também planeja oferecer cursos voltados a verticais econômicas, como saúde.

Courses

In 2015, GS1 Brazil offered the following courses: Bar code I: Understanding, creating and managing the identification of your product; Bar code II: Variable and logistics data; RFID based on the GS1 EPCglobal Standard; Traceability: Implementation with the GS1 System; and Alignment of Information and Data Synchronization: The basis for electronic commerce. These courses are also available in an In-Company format. Until October of that year, 36 events were held, with a total of 3760 participants. A total of 98 hours of training were offered, with a satisfaction rate of 9.33, on a scale from 1 to 10. Three and a half hour on-site courses are offered in two sessions per month. In addition to São Paulo, in 2015 GS1 Brazil held courses in Curitiba and Belo Horizonte. In order to decide on the next steps in the education area, GS1 Brazil hired a consulting firm that conducted a survey among the associates, and outlined what the association calls Knowledge Tracks. “One of the findings was that our associates want more content on innovation,” says Flávia Ponte da Costa. As of 2016, the area also plans to offer courses focused on economic pillars, such as healthcare.

PARCERIAS COM UNIVERSIDADES

As parcerias com as universidades são estratégicas para a GS1 Brasil. “Entendemos que é importante levar a informação sobre a automação e a utilização dos padrões para o profissional que está em formação”, afirma Flávia.

Os temas que a GS1 Brasil leva para as universidades são os mesmos com que trabalha nos cursos oferecidos na sede. A associação também participa de eventos como semanas de Engenharia e Administração, por exemplo, promovendo debates e palestras.

Até 2014, a GS1 Brasil atendia a demandas eventuais das instituições de ensino, mas, desde então, um esforço vem sendo feito no sentido de fechar parcerias fixas, no formato de cooperações técnicas. A associação já tem acordos assinados com a Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo (FUSP), o Instituto Mauá de Tecnologia e o FIT – Flextronics Instituto de Tecnologia (centro de pesquisa e desenvolvimento).

Em 2015, a GS1 Brasil também desenvolveu ações com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), a Faculdade de Engenharia Industrial (FEI) e o Instituto Racine.

Partnerships with universities

Partnerships with universities are strategic for GS1 Brazil. “We believe that it is important to bring information about automation and the use of standards for the professional in training,” says Flavia. The themes that GS1 Brazil brings to universities are the same with which it works in the courses offered at the headquarters. The association also participates in events such as Engineering and Administration seminars, promoting discussions and lectures. Until 2014, GS1 Brazil met the frequent demands from educational institutions, but, since then, an effort has been made towards making permanent partnerships in the form of technical cooperation. The association has already signed agreements with FUSP - Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo [Foundation for Support of the University of São Paulo], the Mauá Institute of Technology and FIT – Flextronics Institute of Technology (research and development center). In 2015, GS1 Brazil also developed actions with FGV - Fundação Getúlio Vargas, ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing [School of Higher Education in Advertising and Marketing], FEI - Faculdade de Engenharia Industrial [School of Industrial Engineering] and Instituto Racine [Racine Institute].

WEBINARS

Outra estratégia da área de educação foi utilizar o canal virtual para facilitar o acesso a informação dos associados de todo o Brasil. Uma série intitulada Pergunte ao Especialista tratou de temas como identificação, tecnologia de radiofrequência e rastreabilidade incluindo a apresentação de cases. Nessas sessões, os associados podem interagir com comentários e questões.

O público costuma ficar entre 100 e 400 pessoas, incluindo aquelas que assistem depois ao vídeo. A GS1 Brasil procura fazer um por mês.

A estruturação da área de educação resultou num aumento do número de pessoas capacitadas no Brasil.

Another education strategy was to use the virtual channel to ease the access to information by associates across Brazil. A series entitled Ask the Expert addressed themes about identification, radio frequency technology and traceability, including the presentation of cases. In these sessions, associates can interact with comments and questions.

The audience usually comprises between 100 and 400 people, including those who watch the video later. GS1 Brazil seeks to hold one per month.

The structuring of the education area resulted in an increase in the number of qualified people all over Brazil.

RELACIONAMENTO COM MULTIPLICADORES

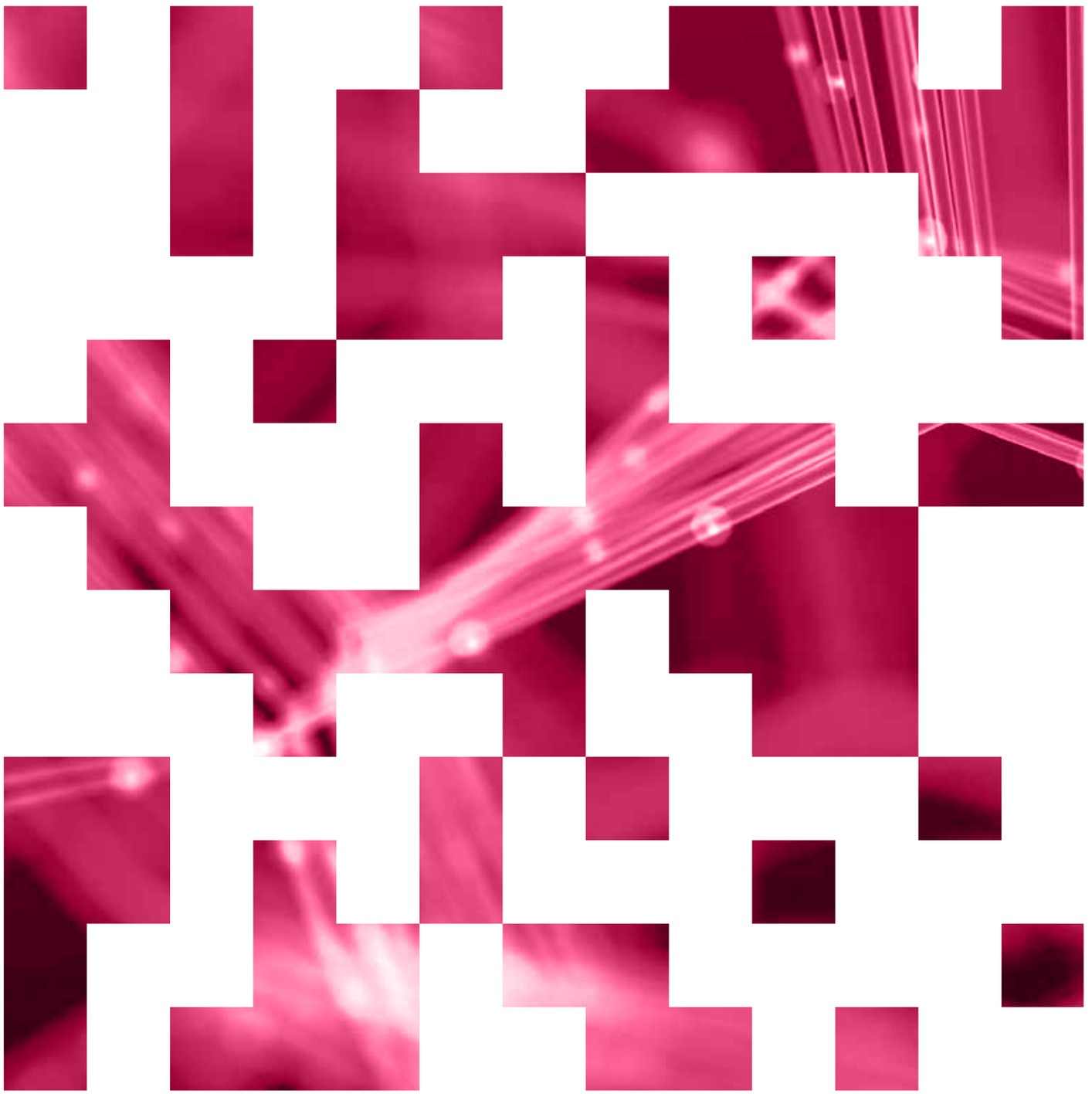
A GS1 Brasil também tem um trabalho junto a formadores de opinião, como consultores, pesquisadores e professores. Para esses profissionais, a associação oferece informações técnicas, para que eles saibam como se aplicam os padrões de automação na sua especialidade.

Em 2015, a GS1 Brasil também montou um curso para colaboradores do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). O curso Inovando com o Código de Barras está disponível na Universidade Corporativa da entidade. "O Sebrae tem uma capilaridade muito importante e nos auxilia na disseminação da automação", destaca Flavia.

Relationship with multipliers

GS1 Brazil also works with influencers, such as consultants, researchers and teachers. For these professionals, the association offers technical information, so that they can understand how to apply automation standards within their area of expertise.

In 2015, GS1 Brazil also set up a course for employees from the Brazilian Service of Support to Micro and Small Companies (Sebrae). The course Innovating with the Bar Code is available at the entity's Corporate University. "Sebrae has a very important capillarity, assisting us with the dissemination of automation," says Flavia.



A importância da automação

04

The importance of automation

Estudo de automação no Brasil

Em 2015, a GS1 Brasil, em parceria com a H2R Pesquisas, avaliou a maturidade do uso do código de barras pelas empresas no Brasil e qual a relação dos consumidores na percepção de uso da identificação dos produtos em seu dia a dia.

O objetivo do estudo, realizado pela primeira vez no País, foi fornecer ao empresariado brasileiro um panorama geral da automação e orientá-lo quanto as principais tendências para o setor. O estudo foi feito com foco também no consumidor, já que é ele quem determinará o novo comportamento de compra e mudará de forma significativa a maneira de fazer negócios adotada hoje pelas empresas.

A condição fundamental para as empresas participarem do estudo é que todas elas deveriam ter produtos para o consumidor final, disponíveis nas prateleiras dos supermercados, shoppings e lojas de rua. Empresas que disponibilizam aos consumidores, produtos adquiridos no dia a dia. Foram ouvidas companhias que produzem alimentos, bebidas, cosméticos, vestuário, produtos de limpeza, equipamentos, artigos de uso pessoal e frutas, legumes e verduras (FLV), de setores voltados principalmente a itens pessoais e de consumo diário.

Study of automation in Brazil

In 2015, GS1 Brazil, in partnership with H2R Pesquisas, assessed the maturity of the use of bar codes by companies in Brazil and the consumer relationship in the perception of the use of product identification in their daily lives. The purpose of the study, conducted for the first time in Brazil, was to provide the Brazilian business community with an overview of automation in the country and advise them about the major trends for the industry. The study was carried out with a focus on the consumer as well, as they are the ones who will determine the new purchase behavior and change the way of doing business currently adopted by the companies. The basic requirement for companies to take part in the study is that all of them should have products for the end consumer, available in the supermarkets, malls and shops. Companies that provide consumers - with the products bought on a daily basis. Such companies include the industries of food, beverages, cosmetics, clothing, cleaning products, equipment, items of personal use and fruits and vegetables. That is, we focus on sectors that are geared mainly to personal items and daily consumption products.

Números

Numbers

PESQUISA SOBRE O USO DO CÓDIGO DE BARRAS

Survey on the use of barcode

81,29%

do faturamento das empresas estão atrelados a produtos com código de barras

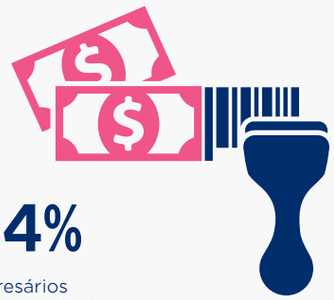
of company revenues are linked to products with barcode

80,6%

é o percentual de produtos vendidos no Brasil identificados por código de barras

is the percentage of products sold in Brazil identified by bar code

GESTÃO *Management*



91,6%

das empresas que oferecem produtos para o consumidor final consideram importante o uso do código de barras

of companies that offer products to the final consumer consider important to use the barcode

88,4%

dos empresários alegam que a gestão é diretamente impactada pelo código de barras

of entrepreneurs claim that management is directly impacted by bar code

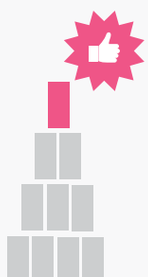
PRIORIDADES DO CONSUMIDOR NA HORA DA COMPRA

Consumer priorities in shopping time

1º **PREÇO** — Linguagem padrão para consulta
Price - Standard Query Language for

2º **QUALIDADE** — Rastreabilidade de produtos
Quality - Product Traceability

3º **REFERÊNCIA** — Informações disponibilizadas pelo uso do padrão na leitura de rótulos
Reference - Standard use the available information on reading labels



O CONSUMIDOR E O CÓDIGO DE BARRAS

Consumer and bar code

PRESENTE *GIFT*

89%

dos entrevistados têm percepção de uso do código de barras no supermercado

of respondents have perceived use of barcode in the supermarket

92%

o utilizam para a consulta de preços

use it for the price query

FUTURO *FUTURE*

86%

acreditam que terão informações do produto por meio do código de barras

believe they will have product information via barcode

88%

entendem que a validade dos produtos deverá estar no código de barras

believe that the validity of the product must be in barcode

OMNICHANNEL

86%
dos consumidores compram em lojas físicas e online

of consumers buy in physical stores and online

10%
compram apenas em lojas físicas

buy only in physical stores

4%
só utilizam o e-commerce

Only 4% use e-commerce

ITENS INDISPENSÁVEIS PARA O CONSUMIDOR *Essential items for consumer*

1º
INTERNET
Internet

2º
CELULAR
Cell

3º
COMPUTADOR
Computer

4º
LÁPIS, PAPEL E CANETA
Pencil, pen and paper

5º
TV
TV

6º
CÓDIGO DE BARRAS
Bar code

7º
TABLETS
Tablets

INTERNET DAS COISAS *Internet of things*

Porcentagem dos entrevistados que têm o celular conectado por tipo de equipamento:

Percentage of respondents who have the phone connected by equipment type:

74%
COMPUTADOR
Computer

46%
TV
TV

44%
TABLET
Tablet

29%
APARELHOS DE SOM E HOME THEATERS
Sound devices and home theaters

23%
SISTEMA DE SEGURANÇA
Security system

14%
ELETRODOMÉSTICOS
Home appliances

> **“A GS1 Brasil vem investindo cada vez mais em estudos e pesquisas para fornecer ao mercado informações relevantes que auxiliem empresas e consumidores a desfrutarem do melhor da automação no seu dia a dia”**
>
> *“GS1 Brazil has been increasingly investing in studies and research to provide relevant information to the market to help businesses and consumers to enjoy the best of automation in their day to day”*

Marina Pereira
Gerente da Área de Inteligência de Mercado
Market Intelligence Manager

A criação da área de Inteligência de Mercado é uma das realizações do triênio. "Essa atividade fazia parte de marketing e relações institucionais", conta Charles Sampaio, diretor de Finanças e Serviços Corporativos. "Na reorganização que fizemos em 2014, enxergamos a oportunidade de trazer inteligência para dentro da área de finanças e serviços corporativos para nos auxiliar na análise da alavancagem de negócios, na medida em que essa atuação possibilita o mapeamento ordenado de informações internas e externas de mercado. Outro importante papel será também a geração de informações qualificadas por meio da realização de pesquisas de mercado, focando níveis de automação de setoriais. Trata-se de uma área que estamos investindo bastante, não só através da aquisição de um BI (software de inteligência de negócios), mas também na qualificação de pessoal e na troca de experiência com outras empresas no mercado sobre as práticas de inteligência de mercado", observa Charles.

The creation of the Market Intelligence Area is one of the achievements of the triennium. "This activity was part of marketing and institutional relations," says Charles Sampaio, Director of Finance and Corporate Services. "During the reorganization we held in 2014, we saw the opportunity of bringing intelligence into the finance and corporate services area to assist us with the business leverage analysis, as this effort enables the organized mapping of internal and external market information. Another important role will be the generation of qualified information through market research focused on sectorial automation levels. We are making heavy investments in this area, not only through the acquisition of a BI (business intelligence software), but also in training and qualification of personnel and exchange of experience with other companies in the marketplace about market intelligence practices," explains Charles.

> **"Na reorganização que fizemos em 2014, enxergamos a oportunidade de trazer inteligência para dentro da área de finanças e serviços corporativos para nos auxiliar na análise da alavancagem de negócios"**
>
> *"During the reorganization we held in 2014, we saw the opportunity of bringing intelligence into the finance and corporate services area to assist us in the business leverage analysis"*

Charles Sampaio
Diretor de Finanças e Serviços Corporativos
Director of Finance and Corporate Services

NOSSOS CASES

Our cases

Casos de sucesso

A GS1 Brasil tem contribuído para a eficiência da economia brasileira nos mais diversos setores. “Gostaria de destacar que o envolvimento de todos os stakeholders e as parcerias com entidades são de extrema importância para desenvolvermos ações mais assertivas às necessidades e oportunidades setoriais. É essencial a participação das entidades, que são a voz do mercado e conhecem suas carências e desafios” afirma Ana Paula Maniero, gerente de Negócios da GS1 Brasil. “Desenvolvemos ações em conjunto, elaboramos materiais técnicos e melhores práticas, para apoiar as tomadas de decisão e implantação de projetos de automação e uso do Sistema GS1 nas empresas do setor.” Um exemplo é o setor de Alimentos, que inclui processados, produtos frescos (como frutas, legumes e verduras), carnes e o canal food service, uma das formas de distribuição do mercado de alimentos. O setor é responsável por 9,5% do Produto Interno Bruto Brasileiro.

Cases of success

GS1 Brazil has contributed to the efficiency of the Brazilian economy in several different sectors. “I would like to point out that the involvement of all stakeholders and partnerships with entities are extremely important for the development of more assertive actions to meet the needs and opportunities of the industries. The participation of entities is essential as they’re the voice of the market and know their needs and challenges,” says Ana Paula Maniero, Industry Engagement Manager at GS1 Brazil. “We have developed joint actions, elaborated technical materials and best practices to support decision-making and the deployment of automation projects as well as the use of the GS1 System in the companies of the sector.” One example is the Food industry, which includes processed and fresh produce (like fruits and vegetables), meats, and the food service channel, one of the forms of distribution in the food market. The sector accounts for 9.5% of the Brazilian Gross Domestic Product. The

O setor da agroindústria tem passado por transformações profundas para atender demandas regulatórias e do consumidor, relacionadas à sustentabilidade, garantia de origem, saúde e qualidade de vida.

agribusiness has undergone deep transformations to meet regulatory and consumer demands in relation to sustainability, guarantee of origin, health and quality of life.

A GS1 Brasil padroniza a identificação e a comunicação na cadeia de suprimentos de alimentos, o que representa 30% de sua base de associados, possibilitando o processo de rastreabilidade e programas de segurança do alimento.

GS1 Brazil standardizes the identification and communication in the food supply chain, which represents 30% of its base of associates, enabling the traceability process and food safety programs.

GRUPO NK

Um caso de sucesso é o do Grupo NK, que em 2008, começou a trabalhar com o tomate Sweet Grape, com um pequeno grupo de produtores. Dois anos depois, fez uma parceria com a Sakata Seed Corporation, detentora das sementes e da marca Sweet Grape. Em 2012, o Grupo NK começou a implantar o GS1-128 em suas unidades logísticas, para melhorar o controle da carga e garantir a rastreabilidade. Esse código de barras traz o GTIN, data de durabilidade máxima, data de embalagem e número de lote. As etiquetas passaram pelo laboratório técnico da GS1 Brasil para validar sua formatação. São mais de 6 mil caixas identificadas mensalmente. A rastreabilidade foi integrada ao processo operacional da empresa, desde os produtores agrícolas, passando por controle da qualidade, higienização, seleção e embalagem, até a identificação no embarque para o varejo. O uso do GS1-128 reduziu o tempo de embarque em 10 minutos e diminuiu em 15% o tempo de recebimento do produto no varejo.

> **“Gostaria de destacar que o envolvimento de todos os stakeholders e as parcerias são de extrema importância para desenvolvermos ações mais assertivas às necessidades e oportunidades setoriais. É essencial a participação das entidades, que são a voz do mercado e conhecem suas carências e desafios”**
>
> *“I would like to point out that the involvement of all stakeholders and the partnerships are extremely important for the development of more assertive actions to meet the needs and opportunities of the industries. The participation of entities is essential since they are the voice of the market and know their needs and challenges.”*
>
> **Ana Paula Maniero**
> Gerente de Negócios
> *Industry Engagement Manager*

NK Group

One success story is the NK group, which in 2008 began working with Sweet Grape tomatoes, with a small group of producers. Two years later, the group got into a partnership with the Sakata Seed Corporation, owner of the Sweet Grape seeds and brand. In 2012, the NK Group began to deploy the GS1-128 in its logistics units, to improve cargo control and ensure traceability. This bar code carries the GTIN, maximum durability date, packing date, and batch number. The tags passed through the GS1 Brazil technical lab to validate its formatting. More than 6,000 boxes are identified every month. Traceability was integrated with the operational process of the company, from farmers, going through quality control, hygiene, selection and packaging, to the identification at the shipment to retailers. The use of the GS1-128 has reduced the shipment time by 10 minutes and decreased the time to deliver the product to retail by 15%.

GPA (Grupo Pão de Açúcar)

O GPA é um dos maiores varejistas do País e tem um plano arrojado de crescimento. O grupo pretende abrir cerca de 646 novas lojas até 2018 alcançando ou consolidando a liderança nos mercados em que opera, inclusive no varejo online, como previsto no plano estratégico para o período 2014-16.

Para suportar esse crescimento, fazer frente a concorrentes e, principalmente, atender bem clientes antigos e novos, o GPA vem aprimorando suas operações logísticas. Recentemente o grupo lançou um projeto de automação logística no recebimento, movimentação e expedição, utilizando processos inovadores como o Picking by Voice. Os dois principais objetivos eram melhorar a performance operacional e oferecer a rastreabilidade de produtos. A base para alcançar esses objetivos foi a definição de um padrão de identificação e codificação de caixas e paletes usando o código GS1-128.

O projeto teve como piloto empresas do segmento da carne, em que 15 frigoríficos passaram a enviar suas cargas no padrão estabelecido. Verificado o sucesso do piloto, o GPA expandiu o padrão para todos fornecedores da cadeia de perecíveis.

Atualmente, fornecedores de carnes (aves, bovinos e suínos), de processados (frios e embutidos) e frutas, legumes e verduras (FLV) estão integrados ao novo padrão. Os benefícios esperados para um projeto dessa magnitude são muitos. Até o momento, foram obtidos ganhos operacionais acima de 30%. Os próximos passos são incluir novos fornecedores no projeto e, futuramente, instituir um padrão para o grupo.

GPA (Pão de Açúcar Group)

GPA is one of the largest retailers in the country and has a bold growth plan. The group plans to open approximately 646 new stores by 2018 reaching or consolidating their leadership in the markets in which they operate, including online retail, as provided for in the strategic plan for the 2014-16 term.

In order to support this growth, facing up the competition and delighting old and new customers, GPA has been improving its logistics operations. Recently the Group has launched a project of Logistics Automation in the receipt, handling and shipping, using innovative processes such as Picking by Voice. The two main objectives were to improve operational performance and offer product traceability. The basis for achieving these goals was the establishment of standard identification and coding of boxes and pallets using the GS1-128 code.

The project started as pilot in companies of the meat industry, in which 15 cold stores began to send their cargo using the established standard. After the success of the pilot was verified, GPA has expanded the standard to all suppliers in the chain of perishables.

Currently, suppliers of meat (poultry, cattle and pork), processed foods (cold cuts and sausages) and fruit and vegetables are integrated into the new standard. The expected benefits for a project of this magnitude are many, but operating performance gains above 30% have already been found. The next steps are to include new suppliers in the project and, in the future, establish a standard for the group.

ABRAPA

Ainda na área do agronegócio, um caso de aplicação do padrão GS1 que tem contribuído muito para as empresas usuárias é o Case de Identificação de Fardos de Algodão instituído pela Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA). Implementado em 2011, esse case vem gerando diversos benefícios, entre eles a gestão e a rastreabilidade do algodão brasileiro. A ABRAPA - que representa 99% de toda a área plantada, 99% da produção e 100% da exportação de algodão no Brasil -, com o apoio de suas associações estaduais, identificou a necessidade de inovar na gestão da produção do algodão e oferecer, aos seus clientes e ao mercado global, a rastreabilidade total do algodão, desde a fazenda até o cliente final. Para isso, a associação criou o SAI – Sistema ABRAPA de Identificação. A base desse sistema é o padrão GS1-128 de identificação/codificação. Cada fardo de algodão traz uma etiqueta com Código de Série de Unidade Logística (SSCC, na sigla em inglês). Isso permite individualizar os fardos produzidos, possibilitando o rastreio e o controle com 100% de assertividade. O benefício da rastreabilidade tornou-se um elemento chave nas negociações com clientes globais, tornando o produto brasileiro ainda mais competitivo. Além disso, o uso do padrão global facilitou a operacionalização de todo processo logístico.

Even in the agribusiness area, a case of application of the GS1 standard that has largely contributed to companies using it is the Case of Identification of Cotton Bales established by the Brazilian Association of Cotton Producers (ABRAPA). Implemented in 2011, this case has been yielding several benefits, including management and traceability of Brazilian cotton. ABRAPA - which represents 99% of the planted area, 99% of the production and 100% of cotton export in Brazil - with the support of their state associations, has identified the need for innovations in cotton production management and to provide customers and the global market with full traceability of cotton, from the farm to the end customer. For this, the association has created SAI - the ABRAPA Identification System. This system is based on the GS1-128 identification/coding standard. Each cotton bale carries a sticker with the Serial Shipping Container Code, SSCC. This allows you to individualize the bales produced, enabling tracing and control with 100% assertiveness. The benefit of traceability has become a key element in negotiations with global customers, making Brazilian products even more competitive. In addition, the use of a global standard has made the operation of the entire logistics process a lot easier.

CARREFOUR

O Grupo Carrefour no Brasil foi o varejista pioneiro em adotar um sistema de integração de base de dados com fornecedores. Trata-se do GDSN (sigla em inglês de Rede Global de Sincronização de Dados) que permite que clientes e fornecedores troquem informações sobre empresas e produtos de forma automática. Além de elevar o nível de confiabilidade, o GDSN proporciona agilidade no processo de cadastramento e reduz erros humanos, dentre outros benefícios. A base desse processo é o Padrão GS1, para identificação de item ou empresa e para troca de mensagens eletrônicas.

The Carrefour Group in Brazil was the pioneering retailer to adopt a database/supplier integration system. This is the GDSN - Global Data Synchronization Network - which allows customers and suppliers to exchange information on companies and products automatically, raising the reliability levels while providing agility in the registration process and mitigating human errors, among other benefits. This process is based on the GS1 standard to identify the item or the company as well as to exchange electronic messages.

WALMART

Ter um cadastro bem estruturado e completo é fundamental para qualquer empresa. Por causa disso, a base de dados deve ser atualizada constantemente. O WalMart foi um dos primeiros varejistas a ter uma equipe exclusiva para tratar dessas questões. Motivados por projetos internos, o WalMart incorporou no processo de cadastramento de empresas e produtos a validação de algumas informações. A principal delas foi o GLN – padrão GS1 para identificação de locais. Todo fornecedor precisa ter um GLN validado pela GS1 para resgistrar pedidos no WalMart. Depois disso, surgiu a necessidade de unificar as bases de dados de produtos e empresas de todas as redes do grupo e, novamente, a validação do GLN e do GTIN – padrão GS1 para identificação do item comercial – foi obrigatória. As validações são realizadas por meio de uma ferramenta GS1 chamada GEPIR.

Having a well-structured and complete registration system is essential for any company. This way, the base must be constantly updated. WalMart was one of the first retailers to have a team exclusively addressing these issues. Motivated by internal projects, WalMart has incorporated the validation of some information into the process for registration of companies and products. The main one was the GLN - GS1 standard to identify Location. Every supplier must have a GS1-validated GLN to register requests at WalMart. Soon came the need to unify the databases of products and companies from all the networks of the Group and, once again, it required the validation of the GLN and GTIN - GS1 standard for identification of commercial items. The validations are performed by means of a GS1 tool called GEPIR.

MAGAZINE LUIZA

A necessidade de manter o cadastro estruturado e completo é importante para varejistas de qualquer segmento. De olho nos benefícios que o cadastro pode gerar e, mais ainda, atento a um benefício fiscal, o Magazine Luiza adotou em seus processos de cadastramento de produtos e empresas, a validação do GTIN por meio do GEPIR. Desde 2011, o GTIN é obrigatório na nota fiscal eletrônica (NF-e). Dessa forma, garantir que a informação esteja correta no cadastro e na nota é essencial.

Again the issue regarding structured and complete records comes up as key for retailers from segments other than the food industry. Watching out for the benefits that the registry may generate and, more importantly, paying close attention to tax benefits, Magazine Luiza has included in its procedures for the registration of products and companies, the GTIN validation via GEPIR. It is important to highlight that as of 2011, the GTIN is mandatory for the electronic invoicing system - NF-e. This way, ensuring that this information is correct in the registry and in the invoice is essential.

FAST SHOP

Motivada pelo decreto nº 57.608, de 12 de dezembro de 2011, que cria um regime especial e gera benefício financeiro/fiscal e exige a utilização do padrão de codificação GTIN-13 / EAN-13, a Fast Shop criou um projeto para reestruturar seus sistemas internos e incluir o GTIN como chave de identificação. Com isso, todos os produtos comprados e movimentados pela Fast Shop deverão apresentar o padrão GS1 de identificação que antes de cadastrá-los valida o GTIN via GEPIR.

Motivated by Decree No. 57.608 dated December 12, 2011, which creates a special regime and generates financial/tax benefits requiring the use of the GTIN-13/EAN-13 coding standard, Fast Shop has created a project to restructure their internal systems in order to include the GTIN as an identification key. With that, all products purchased and transacted via Fast Shop must carry the GS1 identification standard, which before registering them, validates the GTIN code via GEPIR.

CALÇADISTA

No setor industrial, os fabricantes de calçados trabalham num cenário altamente competitivo, concorrendo não só com empresas do mesmo ramo, mas com outras companhias que atuam no segmento de moda. O principal impulsionador dessa cadeia produtiva é o consumidor final. A necessidade de atender a diversos perfis que exigem produtos cada vez mais diferenciados e até personalizados, faz com que os ciclos de desenvolvimento de produtos sejam mais curtos, com volumes de pedidos menores e mais frequentes. Diante disso, ter uma cadeia produtiva altamente alinhada, competitiva perante o mercado de moda e com o mínimo de retrabalho possível, fez com que a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), com o apoio da GS1 Brasil, promovesse a integração dos elos produtivos, envolvendo fornecedores de matéria-prima, transportadores e fabricantes de calçados. Essa integração passou pela adoção de padrões de identificação, codificação e troca eletrônica de dados (EDI, na sigla em inglês) relativos aos produtos (matéria-prima e acabado), elevando assim a automação de processos logísticos, além de promover o desenvolvimento de novos processos operacionais, que se tornaram mais enxutos e eficientes. Para tornar essa inovação no setor ainda mais fácil de se implementar a Abicalçados desenvolveu o Sistema de Operações Logísticas Automatizadas (Sola).

O Sola é um sistema web que integra a cadeia couro-calçadista, permitindo ao usuário criar códigos de barras, fazer o EDI para compartilhar informações do seu produto, fazer a gestão e entregas de seus pedidos, dentre outras funcionalidades que abrangem desde a aquisição de insumos até os fabricantes, tudo baseado no padrão GS1.

Footwear

In the manufacturing sector, footwear manufacturers work in a highly competitive scenario, competing not only between companies within the same segment, but also with companies that operate in the fashion segment. The main driver for this chain is the end consumer. Catering to a variety of profiles whose demands are for increasingly differentiated and even custom products, causes product development cycles to become shorter, in which order volumes become increasingly smaller and more frequent. Therefore, having a highly competitive productive chain in line with the Fashion market, with the minimal rework possible, has led the Brazilian Association of Footwear Industries (Abicalçados), with support of GS1 Brazil, to promote the integration of productive links, involving the supplier of raw materials, carriers and manufacturers of footwear. This integration has gone through the adoption of identification, coding and electronic data interchange (EDI) standards related to the products (raw materials and finished goods), increasing the automation of logistics processes, in addition to promoting the development of new operational processes, which have become leaner and more efficient. To make this innovation in the sector even easier to implement, Abicalçados has developed the Automated Logistics Operations System (SOLA, in Portuguese). SOLA is a web system that integrates the leather-footwear chain, allowing the user to create bar codes, perform the EDI to share product information, and carry out the management and delivery of their orders, among other features ranging from the procurement of raw materials to manufacturers, all based on the GS1 standard.

ISOFARMA

Fundada em 1997, a Isofarma é uma empresa farmacêutica do mercado hospitalar, líder em Soluções Parenterais de Pequeno Volume (SPPV). A partir de uma solicitação do Hospital Israelita Albert Einstein de São Paulo, em 2008, a Isofarma iniciou o projeto de implantação do Código Bidimensional GS1 DataMatrix em sua linha de produtos, com apoio da GS1 Brasil. Nessa época, a adoção da solução na indústria farmacêutica ainda era pequena.

Preocupada em garantir a segurança do paciente, a Isofarma passou a fornecer medicamentos identificados com o código GS1 DataMatrix na embalagem primária (dose unitária). Dessa forma, reduziu custos, desperdícios e possibilidades de erro que existem no processo de fracionamento do medicamento no hospital. Por determinação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), a validade é reduzida a 25% quando o medicamento passa pelo processo de reembalagem em máquinas table-top.

A Lei 11.903, de 2009, instituiu o Sistema Nacional de Controle de Medicamentos, que definiu a rastreabilidade de todos os medicamentos fabricados, dispensados e vendidos no País. No mesmo ano, uma resolução da Anvisa definiu os mecanismos de rastreamento de medicamentos por meio eletrônico que incluiu a identificação com código DataMatrix.

Além do Hospital Israelita Albert Einstein, o projeto contou com parcerias com o Hospital Alemão Oswaldo Cruz, Hospital Sírio-Libanês, Santa Joana Pro Matre e Hospital Moinhos de Vento.

Founded in 1997, Isofarma is a pharmaceutical company in the hospital market, leader in Small Volume Parenteral (SPV) solutions. From a request of the Hospital Israelita Albert Einstein in Sao Paulo, in 2008, Isofarma started the project for the implementation of the GS1 DataMatrix Two-Dimensional Code in its product line, with the support of GS1 Brazil. At that time, the adoption of the solution in the pharmaceutical industry was still small. Concerned about ensuring patient safety, Isofarma began to supply medicinal products identified with the GS1 DataMatrix code on the primary packaging (unit dose). Thus, the company reduced costs, waste and the possibilities of error in the medicine fractionation process at the hospital. Due to a ruling by the National Sanitary Surveillance Agency (Anvisa), the validity is reduced by 25% when the medicine goes through the repackaging process in tabletop machines. The Act 11.903 of 2009 established the National Drug Control System, which set out the traceability of all drugs manufactured, dispensed and sold in the country. In the same year, a resolution passed by Anvisa established the mechanisms for tracking medicines by electronic means, which included identification with the DataMatrix code. In addition to the Hospital Israelita Albert Einstein, the project included partnerships with the German Hospital Oswaldo Cruz, Hospital Sírio-Libanês, Santa Joana Pro Matre and Hospital Moinhos de Vento.

ROCHE

A fabricante de medicamentos Roche ganhou o Prêmio Automação 2015, por um projeto feito em parceria com a TraceLink e a SPI. As empresas fizeram um projeto-piloto para atender a RDC 54, resolução sobre rastreabilidade da Anvisa.

O padrão GS1 utilizado para identificar embalagens secundárias foi o GS1 DataMatrix. Para as unidades logísticas, o SSCC (código de série da unidade logística) e, para o compartilhamento de informações, o EPCIS (Serviços de Informação de Código Eletrônico de Produto), conforme formato desenvolvido e discutido no Grupo de Trabalho de Saúde da GS1 Brasil.

Além de a empresa estar de acordo com os requerimentos regulatórios brasileiros, a utilização desse padrão global permitiu, a integração com as plantas internacionais da Roche, facilitando o processo de rastreabilidade dos itens na cadeia. Por exemplo, com a leitura do código da unidade logística foi possível receber e rastrear todos os itens contidos.

O uso do padrão GS1 também foi importante para integração dos clientes, pois todos que o utilizam podem usar o mesmo formato na configuração de equipamentos, sistemas e processos, tornando o projeto mais eficiente e garantindo assim a interoperabilidade na cadeia.

Drug manufacturer Roche won the 2015 Automation Award for a project carried out in partnership with TraceLink and SPI. The companies ran a pilot project to comply with RDC 54, a resolution on traceability passed by Anvisa. The GS1 standard used to identify secondary packaging was the GS1 DataMatrix. For the logistics units, the SSCC (Serial Shipping Container Code) and, for information sharing, the EPCIS (Electronic Product Code Information Services), according to the format developed and discussed in the Health Working Group of GS1 Brazil. Besides complying with Brazilian regulatory requirements, the use of this global standard enabled integration with Roche's international plants, facilitating the process of traceability of items in the chain. For example, the reading of the logistics unit code allowed to receive and track all items contained. The use of the GS1 standard was also important for customer integration, because all those who use it can adopt the same format in the configuration of equipment, systems and processes, making the project more efficient and thereby ensuring interoperability in the chain.

HOSPITAL MOINHOS DE VENTO

O Hospital Moinhos de Vento (HMV) adotou o código GS1 DataMatrix nos medicamentos em 2011, por meio da integração de 18 áreas e do treinamento de 118 colaboradores para o uso da nova tecnologia.

Hospital Moinhos de Vento (HMV) adopted the GS1 DataMatrix code on drugs in 2011, by integrating 18 areas and training 118 employees on the use of the new technology.

O código passou a ser usado do recebimento ao descarte do medicamento. A ideia do projeto veio do seminário Automação, Rastreabilidade e Segurança do Paciente, promovido em setembro de 2010 pela GS1 Brasil, em parceria com a Associação Nacional dos Hospitais Privados (ANAHP). Com redução inicial de quase 30% no processo de etiquetagem a partir da utilização do código impresso pelo fornecedor, a projeção do retorno do investimento realizado na substituição dos equipamentos ficou em 15 meses.

The code began to be used in all stages, from the receipt to the disposal of the product. The idea for the project came from the Automation, Traceability and Patient Safety Seminar, held by GS1 Brazil in September 2010, in partnership with the National Association of Private Hospitals (ANAHP). With initial reduction of almost 30% in the labeling process, with the use of the printed code by the supplier, the projections for return on investment made with the replacement of equipment was about 15 months.

HOSPITAL ALBERT EINSTEIN

Em 2005, o Albert Einstein reembalava cerca de 80 medicamentos sólidos orais e reetiquetava em torno de 250 mil ampolas por mês, para atender 460 leitos, pronto-atendimento e mais duas unidades de atendimento ambulatorial (Paraisópolis e Alphaville). Além de reduzir a validade do produto, o processo de reetiquetagem tinha custo elevado de mão de obra e oferecia risco de inserção de informações incompletas, incorretas ou trocadas.

Ao participar do grupo de trabalho Saúde da GS1 Brasil, o hospital identificou indústrias parceiras que começavam a adotar a etiqueta GS1 DataBar em cada unidade de medicamento. O formato permite incluir dados como lote e validade. Posteriormente, em 2008, mais fabricantes aderiram à prática, e passaram a adotar o formato GS1 DataMatrix, seguindo novas diretrizes internacionais.

O código bidimensional de conteúdo variável acabou com a necessidade de reetiquetagem de todos os produtos, elevando a segurança no processo de recebimento dos medicamentos. A indústria farmacêutica nacional ainda conta com o desafio de aplicar códigos nas cartelas de remédios sólidos orais. O objetivo é que, uma vez fracionado, todas as unidades mantenham a identificação completa necessária para a rastreabilidade, sem necessidade de reembalagem. Em 2010, o atendimento havia sido expandido para cerca de 600 leitos, pronto-atendimento e mais quatro unidades ambulatoriais (Paraisópolis, Alphaville, Ibirapuera e Perdizes-Higienópolis). Naquele ano, o hospital teve de reembalar cerca de 180 mil medicamentos sólidos orais e reetiquetar em torno de 250 mil ampolas por mês. Outras 120 mil ampolas deixaram de ser etiquetadas por terem o código GS1 DataMatrix.

In 2005, the Albert Einstein used to re-pack about 80 solid oral drugs and re-label around 250,000 vials per month to cater for 460 beds, emergency room and two more outpatient care units (Paraisópolis and Alphaville). In addition to reducing product validity, the re-labeling process had high workforce costs and offered risk of incorrect, incomplete, or switched information. By participating in GS1 Brazil's Health Working Group, the hospital identified partner industries that were beginning to adopt the GS1 DataBar label on each unit of medicine. The format enables the inclusion of data such as batch and validity. Later, in 2008, more manufacturers joined the practice and began to adopt the GS1 DataMatrix format, following new international guidelines. The two-dimensional code for variable content put an end to the need for re-labeling products, boosting safety in the medicine receiving process. The domestic pharmaceutical industry still faces the challenge of applying the codes to solid oral drug blisters. The goal is that, once fractionated, all units should keep full identification required for traceability, without the need for repackaging. In 2010, the service was expanded to about 600 beds, emergency room and four outpatient units (Paraisópolis, Alphaville, Ibirapuera and Perdizes-Higienópolis). That year, the hospital had to repackage about 180,000 solid oral drugs and relabel nearly 250,000 vials per month. Another 120,000 vials no longer needed labeling due to the GS1 DataMatrix code.

ORDEM E PROGRESSO

DEFESA

O setor de Defesa também tem muito a ganhar com a automação. O Exército Brasileiro trabalhou com a GS1 Brasil para automatizar suas operações logísticas, implantando um sistema de rastreabilidade. Os produtos identificados incluem equipamentos (como capacetes e mochilas), utensílios de cozinha, itens de alojamento (como beliches e colchões) e uniformes. Foi utilizado o Código Eletrônico de Produtos com identificação por radiofrequência (EPC/RFID). Os produtos e suas unidades logísticas foram identificados com uma etiqueta inteligente e o centro de distribuição equipado com portais RFID, capazes de capturar todos os produtos no momento do recebimento ou expedição. O processo também tem o suporte de mensagens eletrônicas (incluindo os atributos do item).

O uso obrigatório do padrão GS1 é especificado na licitação enviada a todos os fornecedores. As etiquetas serializadas permitem que cada item tenha uma identidade única e inequívoca. A adoção da identificação do padrão EPC/RFID permitiu a redução do estoque em 23%.

A parceria entre a GS1 Brasil e as Forças Armadas foi estabelecida em 2008. Antes da adoção dos códigos EPC/RFID, o depósito central de fardamento da Força Aérea Brasileira (FAB), no Campo de Marte, em São Paulo, tinha dez funcionários que levavam mais de quatro meses para atender aos pedidos das 28 lojas oficiais. A margem de erro era grande, principalmente em itens muito parecidos entre si, como distintivos.

Atualmente, os itens identificados por etiquetas inteligentes são guardados em centenas de caixas. O acesso às caixas é feito por meio de um transelevador (equipamento de movimentação de cargas), controlado a partir de um terminal com tela sensível ao toque, operado por dois funcionários.

O prazo para atender às demandas caiu 85%, e houve redução drástica no número de erros. O espaço físico foi reduzido à metade, ao mesmo tempo em que a capacidade de armazenamento foi duplicada.

Defense

The Defense sector also has much to gain from automation. The Brazilian Army has worked with GS1 Brazil to automate their logistics operations, implementing a traceability system. The products identified include equipment (such as helmets and rucksacks), kitchen utensils, lodging items (such as bunk beds and mattresses) and uniforms. We used the Electronic Product Code with Radio-Frequency Identification (EPC/RFID). The products and their logistical units were identified with a smart tag and the distribution center was equipped with RFID portals capable of capturing all products at the time of receipt or shipment. The process is also supported with electronic messages (including the attributes of the item). The compulsory use of the GS1 standard is specified in the bid notification sent to all suppliers. Serialized labels allow each item to have a unique and unambiguous identity. The adoption of the EPC/RFID standard enabled stock reduction by 23%. The partnership between GS1 Brazil and the Armed Forces was established in 2008. Before adopting the EPC/RFID codes, the central uniform deposit of the Brazilian Air force (FAB), in Campo de Marte, in Sao Paulo, relied on ten employees who took over four months to meet the requests of 28 official stores. The margin of error was large, especially for items that are very similar to each other, such as badges. Currently, the items identified by smart tags are stored in hundreds of boxes. Access to the boxes is done by means of a transelevator (cargo handling equipment), controlled from a touch screen terminal operated by two employees. The deadline for meeting the requests dropped by 85%, and there was a dramatic reduction in the number of errors. The physical space has been reduced by half, while the storage capacity was doubled.

BRASCOL

A Brascol, distribuidora de moda bebê e infanto-juvenil, adotou uma solução de gerenciamento baseada no padrão Código Eletrônico de Produto (EPC, na sigla em inglês). A solução utiliza etiquetas e leitores de identificação por radiofrequência (RFID, na sigla em inglês), para identificar produtos colocados no carrinho e produtos embalados nas caixas.

Brascol, distributor of baby and children's fashion, has adopted a management solution based on the Electronic Product Code (EPC) standard. The solution uses tags and Radio Frequency Identification (RFID) readers to identify products in the cart and those packaged in boxes.

Sua principal loja, chamada Mega Loja Brascol, está localizada na região do Brás, em São Paulo. O estabelecimento possui 3,5 milhões de peças em estoque, e tem uma movimentação (entrada e saída) de 90 mil peças por dia. Em média, cada cliente compra 300 itens.

Its main store, called Mega Loja Brascol, is located in the district of Brás, São Paulo. The establishment has 3.5 million pieces in stock, and a turnover (incoming and outgoing) of 90,000 pieces per day. On average, each customer buys 300 items.

Antes da adoção do RFID, a conferência e embarque de cada compra eram manuais, e poderiam levar até uma hora. Se quisesse saber o valor atual da compra, antes de finalizar, o cliente precisava esperar cerca de 20 minutos para que fosse feita a conferência manual. Atualmente, a venda de 280 peças, que levava cerca de 50 minutos no caixa, passou a ser fechada em 16 minutos.

Before the adoption of the RFID, the inspection and shipment of each purchase were manually handled and they could take up to 1 hour. If the customer wanted to know the actual amount of the purchase before finalizing it, they had to wait for about 20 minutes before the manual inspection was carried out. Currently, the sale of 280 parts, which took about 50 minutes at the checkout, is now completed in 16 minutes.

Os produtos entregues pelos fornecedores ficavam até dois dias esperando pela conferência, antes de ir para frente de loja. Com o RFID, os produtos passaram a ser conferidos no mesmo dia. Por enquanto, o sistema foi adotado pelas marcas proprietárias da Brascol. A empresa espera estendê-lo a outros fornecedores.

The products delivered by suppliers used to wait for inspection for two days before reaching the storefront. With the RFID, the products are now inspected on the same day. For now, the system has been adopted by the Brascol proprietary brands. The company hopes to extend it to other suppliers.

MEMOVE

O Valdac Global Brands é um grupo brasileiro que comercializa roupas e acessórios para homes e mulheres com as marcas Siberian, Crawford e Memove. A marca Memove, mais recente, foi a primeira da rede a adotar o sistema EPC/RFID de ponta a ponta na cadeia de suprimentos.

Valdac Global Brands is a Brazilian group that sells clothing and accessories for men and women under the Siberian, Crawford and Memove brand names. The brand Memove, the latest addition, was the first one in the network to adopt the EPC/RFID system from end to end in the supply chain.

Todas as peças de roupa individuais da Memove possuem uma etiqueta inteligente costurada. Essas tags são codificadas por meio de um Número Global de Item Comercial Serializado (SGTIN, na sigla em inglês), identificação exclusiva de cada peça. Esse número é lido em diversos pontos ao longo da cadeia de suprimentos. Segundo a empresa, o processo de recebimento é 300% mais rápido do que antes do sistema EPC/RFID e a precisão está próxima de 100%. O inventário da loja, que costumava levar alguns dias, é feito agora em pouco mais de uma hora.

All individual clothing items belonging to Memove have a smart tag sewn in. These tags are coded by means of a Serialized Global Trade Item Number (SGTIN), a unique identification for each piece. This number is read at various points along the supply chain. According to the company, the receiving process is 300% faster than before the EPC/RFID system was implemented and its accuracy is close to 100%. The store inventory, which used to take several days, is now concluded in slightly over an hour.

O cliente não precisa entrar numa fila para pagar. Em vários pontos da loja existem cestos com leitores de RFID. Ao colocar as peças que vai comprar no cesto, o valor total a pagar é calculado automaticamente. O cliente paga sua compra ao passar o cartão num terminal ao lado da cesta. A experiência do checkout é em média 60% mais rápida que antes do EPC/RFID.

The customer does not need to get in line to pay. There are baskets with RFID readers at various points in the store. By putting the pieces the customer will buy in the basket, the total amount to be paid is calculated automatically. The customer pays for the goods simply by swiping the card at a terminal next to the basket. The checkout experience is on average 60% faster than before the EPC/RFID.

MACKVANNY

A confecção infanto-juvenil Mackvanny aprimorou vários processos internos com a adoção de etiquetas RFID. A empresa adota o padrão GS1 EPCglobal, e foi vencedora do Prêmio Automação 2015, na categoria EPCIS. O Serviço de Informações do EPC (EPCIS, na sigla em inglês) permite que vários aplicativos aproveitem os dados EPC, tanto dentro de uma empresa quanto entre empresas diferentes.

The infant-juvenile clothing manufacturer Mackvanny mastered several internal processes with the adoption of the RFID tags. The company adopts the GS1 EPCglobal standard, and was the winner of the 2015 Automation Award in the EPCIS category. The EPC Information Services (EPCIS) allows multiple applications to take advantage of the EPC data, both within a company and across different companies.

MC3 TECNOLOGIA

Especializada na guarda, organização e digitalização de documentos, a MC3 Tecnologia adotou a tecnologia RFID com padrão de Código de Série da Unidade Logística (SSCC, na sigla em inglês) para controle de documentos e caixas de armazenamento. Os benefícios foram a automatização de processos, com redução de erros humanos e o aumento da confiabilidade no controle de documentos que serão enviados e recebidos dos clientes.

Specialized in safekeeping, organizing and scanning of documents, MC3 Tecnologia adopted the RFID technology with the Serial Shipping Container Code (SSCC) for document control and storage boxes. The benefits have been automation of processes, mitigation of human error and increased reliability in the control of documents to be sent to and received from customers.

VEILING HOLAMBRA

A Veiling Holambra, maior cooperativa e distribuidora de flores e plantas da América Latina, adotou a tecnologia de RFID para identificar e rastrear mais de 1,1 milhão de ativos retornáveis, como cestos, suportes de cestos, carrinhos e prateleiras. A identificação vai desde a produção até a entrega para o varejo, passando pelos centros de distribuição.

A leitura das etiquetas inteligentes, que adotam o padrão EPC, é feita com leitores móveis e portais fixos instalados nas docas. Os objetivos da adoção da tecnologia foram reduzir tempo de carga e descarga de produtos, aumentar a precisão do controle de estoques e reduzir desvios e perdas de materiais.

Veiling Holambra, the largest cooperative and distributor of flowers and plants in Latin America, has adopted the RFID technology to identify and track more than 1.1 million returnable assets, such as baskets, basket racks, carts and shelves. The identification ranges from production to delivery to retailers, going through the distribution centers. The reading of smart tags that adopt the EPC standard is made through mobile readers and stationary portals installed at the docks. The goals for adoption of such technology were to reduce the time loading and unloading products, to increase the accuracy of inventory control and to reduce deviations and loss of materials.

SEBRAE

A maioria dos associados da GS1 Brasil são microempreendedores individuais, microempresas e pequenas e médias empresas. A associação participa de Feiras do Empreendedor em diversos Estados, com estande e palestra. O objetivo é orientar novos e potenciais associados e oferecer consultoria a empresários que estão na feira, tanto expositores quanto visitantes.

Most associates of GS1 Brazil are individual entrepreneurs, micro-enterprises and small and medium-sized companies. The association takes part in Entrepreneur Fairs in several States, with fair stands and lectures. The goal is to guide new and potential associates and to offer advice to entrepreneurs in the fair - both exhibitors and visitors.

A associação também oferece, em alguns Sebraes, treinamento para consultores, para que esses consultores se tornem multiplicadores GS1 e estejam aptos a orientar o empresário na identificação de seus produtos e sobre as exigências de mercado em relação à padronização.

The Association also offers training for consultants in some Sebrae units, so that they become GS1 multipliers and are able to guide the entrepreneur in product identification and market requirements regarding standardization.

CIESP

Em 2015, a GS1 Brasil iniciou uma parceria importante com o Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (Ciesp), buscando inserir cada vez mais os padrões GS1 em diferentes segmentos da indústria, sobretudo os setores que não têm padrão de mercado para seus produtos, como panificação, joias, bijuterias, pedras, móveis e construção civil.

In 2015, GS1 Brazil began an important partnership with the Federation of Industries of the State of São Paulo (Ciesp), seeking to insert more and more GS1 standards in different segments of the industry, especially the sectors that do not have market standard for their products, such as baking, jewelry, costume jewelry, stones, furniture and construction.

FIESP

Também em 2015, a GS1 Brasil intensificou seu trabalho com a Federação da indústria do Estado de São Paulo (Fiesp), realizando palestras em diferentes eventos da entidade e abordando temas importantes como rastreabilidade de alimentos.

Also in 2015, GS1 Brazil intensified its work with the Federation of Industries of the State of São Paulo (Fiesp), conducting lectures in different events of the entity and addressing important issues such as food traceability.

CONTABILISTAS *Accountants*

O setor contábil é muito importante para a disseminação dos padrões GS1 Brasil. A aproximação com esses profissionais começou em 2011, por meio do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e, posteriormente, alguns conselhos regionais, principalmente o CRCSP, já que São Paulo concentra aproximadamente metade dos 500 mil profissionais da área.

A GS1 Brasil também promove encontros regionais realizados com o Sescon, (Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis), que faz parte da Fenacon (Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis). A associação tem realizado quatro eventos regionais por ano com o Sescon SP, para levar a marca, padrões e serviços GS1 aos profissionais de todo o Estado de São Paulo. Os eventos acontecem em cidades diferentes e contam, em média, com 300 participantes cada. Nos últimos três anos, a GS1 Brasil também fez algumas ações com Sescons de outros Estados.

Em 2013, a Unifenacon (Universidade Corporativa da Fenacon) promoveu um seminário sobre atribuição de código de barras, transmitido ao vivo via Internet para escritórios de todo Brasil, por meio dos Sescons de cada Estado. Os palestrantes da GS1 Brasil, foram responsáveis por todo o conteúdo. O tema foi “Código de barras no produto e na NF-e – oriente seus clientes”.

The accounting sector is very important for the dissemination of GS1 Brazil standards. The approach to these professionals began in 2011, through the Federal Accounting Council (CFC) and, later on, some regional councils were approached too, especially the CRCSP, as São Paulo concentrates approximately half of the 500,000 professionals working in the area. GS1 Brazil also holds regional meetings with Sescon (Union Accounting Services Firms), which is part of Fenacon (National Federation of Financial Service Companies). The association has conducted four regional events per year with Sescon-SP, to take the GS1 brand, standards and services to professionals in the State of São Paulo in Brazil. The events take place in different cities and receive, on average, 300 participants each. In the last three years, GS1 Brazil also took part in some initiatives with Sescons from other States. In 2013, Unifenacon (Fenacon Corporate University) hosted a seminar on bar code assignment, broadcasting it live on the Internet to all offices in Brazil, through the Sescons of each State. The GS1 Brazil speakers were responsible for all the content. The theme was “Bar codes on the product and in the NF-e – guide your customers.”

Inovações

A GS1 Brasil desenvolveu inovações que tornam ainda mais eficiente o uso da automação. Alguns exemplos são o Cadastro Nacional de Produtos (CNP), que facilita a gestão da numeração dos produtos e a emissão do código de barras, e o Serviço de Verificação Global de Autenticidade de Prefixos (Gepir, na sigla em inglês), um banco de dados mundial de empresas e produtos, que possibilita verificar a autenticidade das mercadorias identificadas com código de barras.

A área de inovação foi criada pela GS1 Brasil em 2010. Segundo Roberto Matsubayashi, diretor de Inovação e Alianças Estratégicas da GS1 Brasil, naquela época "não havia muita gente com o título de diretor de inovação. Hoje, quase toda empresa tem. Como diz o próprio nome, a área tem de ser capaz de auxiliar a organização a entender como o mundo está caminhando para o futuro."

Innovations

GS1 Brazil developed innovations that make the use of automation even more efficient. Some examples include the National Product Registry (CNP), which facilitates product numbering management and bar code issuance, along with the Global Electronic Party Information Registry (GEPIR), a global database of companies and products that enable the verification of the authenticity of the goods identified with bar codes.

The area of innovation was created by GS1 Brazil in 2010. According to Roberto Matsubayashi, Director of Innovation and Strategic Alliances at GS1 Brazil, at that time, "there were very few people with the title of Director of Innovation. Today, almost every company has one. As the name conveys, the area must be able to assist the organization to understand how the world is moving towards the future."

“Quando foi decidido criar uma área de inovação, cinco anos atrás, não era usual. Como diz o próprio nome, a área tem de ser capaz de auxiliar a organização a entender como o mundo está caminhando para o futuro”

Roberto Matsubayashi
Diretor de Inovação e Alianças Estratégicas
Director of Innovation and Strategic Alliance

“When the decision to create an area of innovation was made five years ago, it was something unusual. As the name conveys, the area must be able to assist the organization to understand how the world is moving towards the future”

Ouça a entrevista
Listen to the interview

INBAR

O Inbar é um aplicativo que permite ao consumidor conseguir várias informações sobre produtos, lendo os códigos de barras com a câmera do smartphone ou tablet. É gratuito e está disponível nas versões Android, iOS e Windows Phone. Ele pode descobrir, por exemplo, a origem de um alimento, como foi produzido, seu prazo de validade e processo de embalagem, dependendo das informações disponíveis. O Inbar consegue interpretar códigos nos padrões EAN-13, GS1 DataBar, GS1 DataMatrix, GS1-128, GS1 QRCode e QRCode.

O aplicativo surgiu como uma ferramenta de comunicação móvel com o associado. Algumas informações são parecidas com as do site. “O principal diferencial é usar a câmera para ler um código de barras”, explica Roberto Matsubayashi, diretor de Inovação e Alianças Estratégicas da GS1 Brasil. “O aplicativo consulta o Gepir, para autenticar e verificar quem é o fornecedor, e traz informações do produto, com imagem.”

Segundo o executivo, o InBar foi desenvolvido para servir de modelo e convidar desenvolvedores para terem acesso às informações da GS1 Brasil e criarem aplicativos mais específicos, voltados ao consumidor. A ideia é oferecer uma interface de programação de aplicativos (API, na sigla em inglês) e um kit de desenvolvimento de software (SDK, na sigla em inglês), para depois envolver a comunidade de startups e de investidores.

Inbar is an application that allows consumers to get a lot of information about products by reading bar codes with their smartphone or tablet camera. It’s free and it’s available for Android, iOS and Windows Phone. It can find out, for example, the origin of a food item, how it was produced, its shelf life and packaging process, depending on the information available. Inbar can read codes in the EAN-13, GS1 DataBar, GS1 DataMatrix, GS1-128, GS1 QRCode and QRCode standards. The application has emerged as a tool of mobile communication with associates. Some of the information is similar to that found in the website. “The main difference is the possibility to use the camera to read bar codes,” explains Roberto Matsubayashi, Director of Innovation and Strategic Alliances at GS1 Brazil. “The application queries the GEPIR to authenticate and verify who the supplier is and obtain product information, with image.” According to the Executive, InBar was developed to serve as a model and invite developers to have access to information provided by GS1 Brazil and to create more specific consumer-oriented applications. The idea is to offer an application programming interface (API) and a software development kit (SDK), to then engage the community of startups and investors.

CADASTRO NACIONAL DE PRODUTOS

O Cadastro Nacional de Produtos (CNP) é uma ferramenta online que auxilia no registro, gestão e controle da numeração de mercadorias e na impressão do código de barras. Ele substituiu o Sistema de Gerenciamento de Números (SGN) que dependia da instalação de um software nas empresas.

O sistema permite a gestão da lista de produtos, com imagens, informações de pesos e medidas, descrições específicas para etiquetas, Classificação Global de Produtos (GPC, na sigla em inglês) e Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), entre outros. O CNP inclui um gerador de código de barras e pode ser usado para dar visibilidade aos produtos no mercado, por meio de compartilhamento de informações com outros serviços a GS1 Brasil, como o Gepir.

Lançado em 2013, o CNP encerrou 2015 com cerca de 20 mil empresas usuárias. “Estamos desenvolvendo agora um sistema em nuvem”, afirma Roberto Matsubayashi, Diretor de Inovação e Aliança Estratégicas da GS1 Brasil. “O objetivo é que o varejista disponibilize a informação para que o consumidor possa consultar até mesmo pelo celular”.

O aprimoramento do CNP permitirá, por exemplo, o acesso a informações nutricionais. “Consumidores alérgicos poderão verificar a presença de glúten ou lactose, por exemplo”, explica Matsubayashi.

National Product Registry

The National Product Registry (CNP) is an online tool that assists companies in their product registry, and helps to manage and control the numbering of goods and printing of bar code. It has replaced the Number Management System (SGN in Portuguese), which used to depend on the installation of software in the company’s computer. The system enables the management of the company’s products list with images, information on weights and measures, specific descriptions for labels, Global Product Classification (GPC) and Common Mercosur Nomenclature (NCM), among other things. The CNP includes a bar code generator and it can be used to provide the products with visibility in the market by means of sharing information with other services of GS1 Brazil, such as the GEPIR. Released in 2013, the CNP ended 2015 with about 20,000 companies in their user database. “We are now developing a cloud system,” says Matsubayashi. “In addition to the registration, it allows the sharing of information. We seek to create a critical mass of businesses with information to make that possible. To allow the retailer to receive information and put it in their system or the consumer to consult information on their mobile.” The first phase of the CNP evolution is the improvement of the platform, with the inclusion of more consumer-oriented data, such as nutritional information. “Consumers with allergies can check for the presence of gluten or dairy,” he says. “They will also be able to verify whether the product is healthy or not, if it has too many calories or not, factors with which people are concerned today.” To that end, the idea is to encourage associates to register all their products. Until now, the use of the system has been made to suit the needs of associates. “We work in a way to get CNP portraying what associates have internally,” explains the Director. “The goal is to work with associates and with a number of companies in the market that create applications for the consumer.”

GEPIR

O Serviço de Verificação Global de Autenticidade de Prefixos (Gepir, na sigla em inglês) garante a autenticidade dos códigos de barras GS1 em todo o mundo e permite consultar os dados dos produtos com facilidade. Ele conta com uma base de dados compartilhada com informações de mais de um milhão de empresas, de aproximadamente cem países.

Grandes varejistas usam o Gepir para identificar a empresa proprietária do código de barras, acessando informações como nome, endereço e CNPJ, e também para obter dados detalhados sobre o produto, como descrição, marca e até mesmo um link para o site do fabricante. A pesquisa no Gepir se integra com o Cadastro Nacional de Produtos (CNP), da GS1.

Quando um código de barra não é encontrado no Gepir, pode indicar produtos falsos ou mesmo códigos piratas. O sistema permite encontrar informações sobre mercadorias cadastradas fora do Brasil. Seu uso é amplo, indo desde o setor supermercadista, para verificar a nota fiscal e as mercadorias recebidas, até a Polícia Federal, em operações de combate ao contrabando, à pirataria e à falsificação. O serviço é gratuito, até mesmo para não associados.

The Global Electronic Party Information Registry guarantees the authenticity of GS1 bar codes worldwide and streamlines the query of product data. It counts with a shared database with information from more than a million companies, from approximately 100 countries. Major retailers use GEPIR to identify the company that owns the bar code, accessing information such as name, address and corporate taxpayer registration number, and also to obtain detailed data about the product description, brand, and even a link to the manufacturer's website. The Gepir search integrates with the GS1 CNP - Brazilian National Product Registry. When a bar code is not found in the GEPIR, it may indicate false products or even pirate codes. The system allows you to find information on goods registered outside Brazil. Its use is broad, ranging from the supermarket industry - for checking invoices and goods received - to the Federal Police, in operations to combat smuggling, piracy and counterfeiting. The service is free of charge, even for non-members.

ACESSE O GEPIR
Access GEPIR

G-TRADE

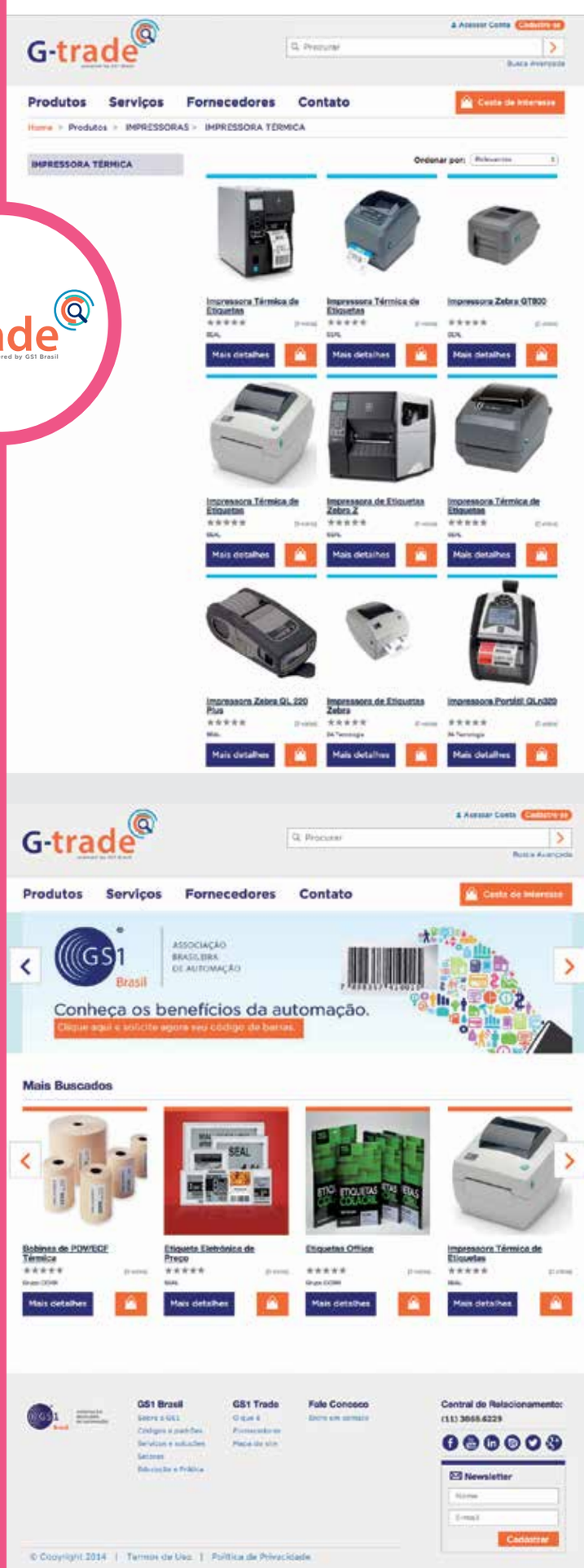
O G-trade é uma plataforma que oferece informações sobre produtos e serviços de automação, que podem ser consultadas por qualquer pessoa interessada. Entre os produtos oferecidos no site estão coletores de dados, leitores de códigos de barra, etiquetadoras, etiquetas eletrônicas e codificadoras, entre outros.

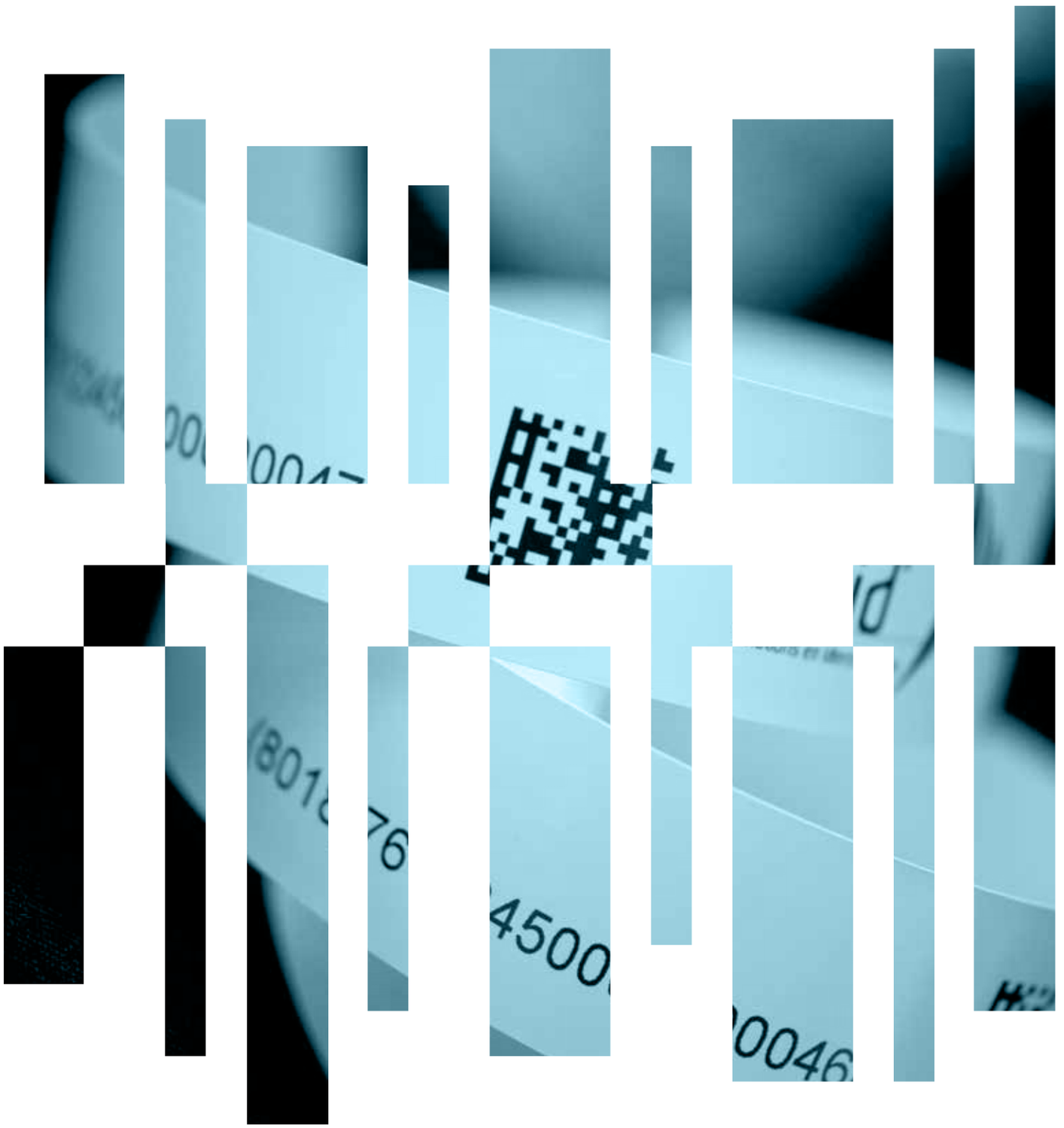
O cadastro de produtos e serviços pode ser feito somente por associados à GS1, gratuitamente e sem limite de quantidade. Na primeira página, aparecem os itens mais buscados no dia anterior, e a seção "Em destaque" privilegia soluções relacionadas à identificação por radiofrequência (RFID, na sigla em inglês), como uma forma de estimular a adoção da tecnologia.

O usuário pode consultar a reputação do fornecedor e de seus produtos, dados de contato, trocar mensagens com o fornecedor, solicitar orçamentos e acessar relatórios estatísticos sobre consultas, produtos cadastrados e operações realizadas.

O G-Trade foi lançado no início de 2015. "Era uma demanda que sempre tivemos", afirma Matsubayashi. "Depois de se tornar membro, nosso associado vai implantar o código de barras no produto e vem nos perguntar quais seriam os fornecedores. Temos uma postura de imparcialidade de mercado, e com essa plataforma o próprio interessado faz a escolha do fornecedor."

G-trade is a platform that offers information on automation products and services, which can be consulted by anyone interested. Products offered on the site include data collectors, bar code readers, labelling machines, electronic tags and coding machines, among others. The registration of products and services can be done only by GS1 members, for free and with no limit on quantity. The first page displays the top searched items from the previous day, and the "Featured" section highlights solutions related to radio frequency identification (RFID), in an effort to stimulate the adoption of that technology. The user can query the reputation of the supplier and its products, contact data, exchange messages with the supplier, request quotes and access statistical reports on queries, registered products and transactions performed. G-Trade was released in early 2015. "It was a demand we've always had," says Matsubayashi. "Once you become a member, our associate will deploy the bar code on the product and ask us what are the suppliers. We adopt a fairness posture towards the market, and with this platform, it is the person concerned who makes the choice of supplier."





Sobre a GS1 Brasil

05

A missão da GS1 Brasil é disseminar e ampliar a implementação de padrões globais de identificação, captura de dados e compartilhamento de informações no País, contribuindo para o aumento da produtividade e segurança nas cadeias de suprimentos, em sinergia com o governo, empresas e consumidores.

"Nosso escopo é muito amplo", afirma Virginia Vaamonde, CEO da GS1 Brasil. "Trabalhamos desde o microempreendedor individual até empresas de grande porte abrangendo todos os setores. Precisamos, cada vez mais, entregar um trabalho personalizado".

> **"Nosso escopo é muito amplo. Trabalhamos desde o microempreendedor individual até empresas de grande porte abrangendo todos os setores. Precisamos, cada vez mais, entregar um trabalho personalizado"**
>
> *"Our scope is very wide. We work from the individual entrepreneur to large enterprises. Covering all industries. We have an increasing need to deliver custom work."*

Virginia Vaamonde
CEO

About GS1 Brazil

GS1 Brazil's mission is to disseminate and expand the implementation of global standards for the identification, data capture and sharing of information in the country, contributing to increased productivity and safety in supply chains, in synergy with the Government, businesses and consumers. "Our scope is very wide," says Virginia Vaamonde, CEO of GS1 Brazil. "We work from the individual entrepreneur to large enterprises. Covering all industries. We have an increasing need to deliver custom work."

A central de relacionamento disponibilizava somente o e-mail como canal de contato para sanar dúvidas, receber informações e orientações.

"No início do triênio começamos uma reestruturação da central, reforçando o quadro de colaboradores e implementando o atendimento telefônico. Desde então, o conceito de melhoria contínua tem sido permanentemente estimulado e está presente em tudo o que fazemos", conta Silveraldo Mendes, diretor de Processos e Atendimento ao Associado da GS1 Brasil. Durante o triênio, a GS1 Brasil intensificou o conceito e metodologia para gestão de relacionamento, implementando o sistema CRM (Customer Relationship Management) que auxilia no gerenciamento de informações, melhorando ainda mais sua operação. A área de Processos e Atendimento ao Associado monitora o grau de satisfação no atendimento telefônico, em uma escala com nota máxima de 10 e, a média acumulada do ano de 2015 foi de 9,3.

Destaques do Triênio

The Triennium Highlights *(in English on page 62)*

2013

A GS1 Brasil celebra trinta anos de atividade multissetorial.

2013

É assinado o contrato para aquisição da nova sede.

É lançado o Cadastro Nacional de Produtos (CNP).

A GS1 Global lança o Visibility App.

2014

É inaugurada a nova sede da GS1 Brasil, no bairro de Pinheiros, em São Paulo, com o Centro de Inovação e Tecnologia (CIT).

2014

A GS1 Brasil estreia seu novo site, que adota pioneiramente a nova identidade visual global.

Customer Service offered only the email as a channel of contact to address questions, receive information and guidance. "At the beginning of the triennium, we started the restructuring of the customer service department, by reinforcing the staff and implementing the call center. From then on, the concept of continuous improvement has been permanently stimulated and is part of everything we do", recounts Silveraldo Mendes, director of Processes and Member Services at GS1 Brazil.

During the triennium, GS1 Brazil enhanced the concept and methodology for relationship management, implementing the CRM system (Customer Relationship Management) to support the management of information, further improving its operation. The Processes and Member Services department monitors the level of satisfaction with the call center assistance on a scale with a maximum score of 10, and the accumulated average of year 2015 was 9.3.

> **"O conceito de melhoria contínua tem sido permanentemente estimulado e está presente em tudo o que fazemos"**
>
> *"The concept of continuous improvement has been permanently stimulated and is part of everything we do."*
>
> **Silveraldo Mendes**
> Diretor de Processos e Atendimento ao Associado
> *Director of Processes and Member Services*

2015

A GS1 Brasil cria as áreas de educação e de produtos.

É lançado o projeto Sustentabilidade em Código.

2015

A GS1 Brasil supera a marca de 58,6 mil associados.

2015

É inaugurado o Espaço do Conhecimento, com conteúdo interativo que conta história da associação no Brasil e também mostra o desenvolvimento global da GS1.

2015

É lançado o primeiro estudo de automação no Brasil.

A GS1 Brasil passa a apoiar o nadador paralímpico Daniel Dias.

Já a área de Produtos foi criada em 2014. Paulo Crapina, gerente do setor, afirma que a implementação do departamento "demonstra a preocupação com a melhoria dos processos na cadeia de abastecimento, para dar mais eficiência no processo produtivo, com informações disponíveis e confiáveis para varejo e indústria". Com isso, segundo ele, "o associado tem maior valor agregado e vê a GS1 como uma parceira para seus negócios".

The Product area was created in 2014. Paulo Crapina, area manager, said that the implementation of the department "demonstrates concern for the improvement of processes in the supply chain, to add more efficiency to the productive process, with reliable information available for the retail and industry sectors." With that, he said, "the member gets greater added value and sees GS1 as a partner for their business."

> **"A criação da área de Produtos demonstra a preocupação com a melhoria dos processos na cadeia de abastecimento, para dar mais eficiência no processo produtivo, com informações disponíveis e confiáveis para varejo e indústria"**
>
> *"The implementation of the department demonstrates concern for the improvement of processes in the supply chain, to add more efficiency to the productive process, with reliable information available for the retail and industry sectors."*

Paulo Crapina
Gerente de Produtos
Product Manager

The Triennium Highlights

2013

The GS1 Brazil celebrates thirty years of multisectoral activity.

It signed the contract for the purchase of the new headquarters.

The National Register of Products (CNP) is launched.

The GS1 Global launches Visibility App.

2014

It inaugurated the new headquarters of GS1 Brazil, in the Pinheiros district of São Paulo, with the Center for Innovation and Technology (CIT).

The GS1 Brazil opens its new website, which pioneered adopts new global visual identity.

2015

The GS1 Brazil creates the areas of education and products.

Sustainability In code project is launched.

The GS1 Brazil surpasses 58,600 associates.

2015

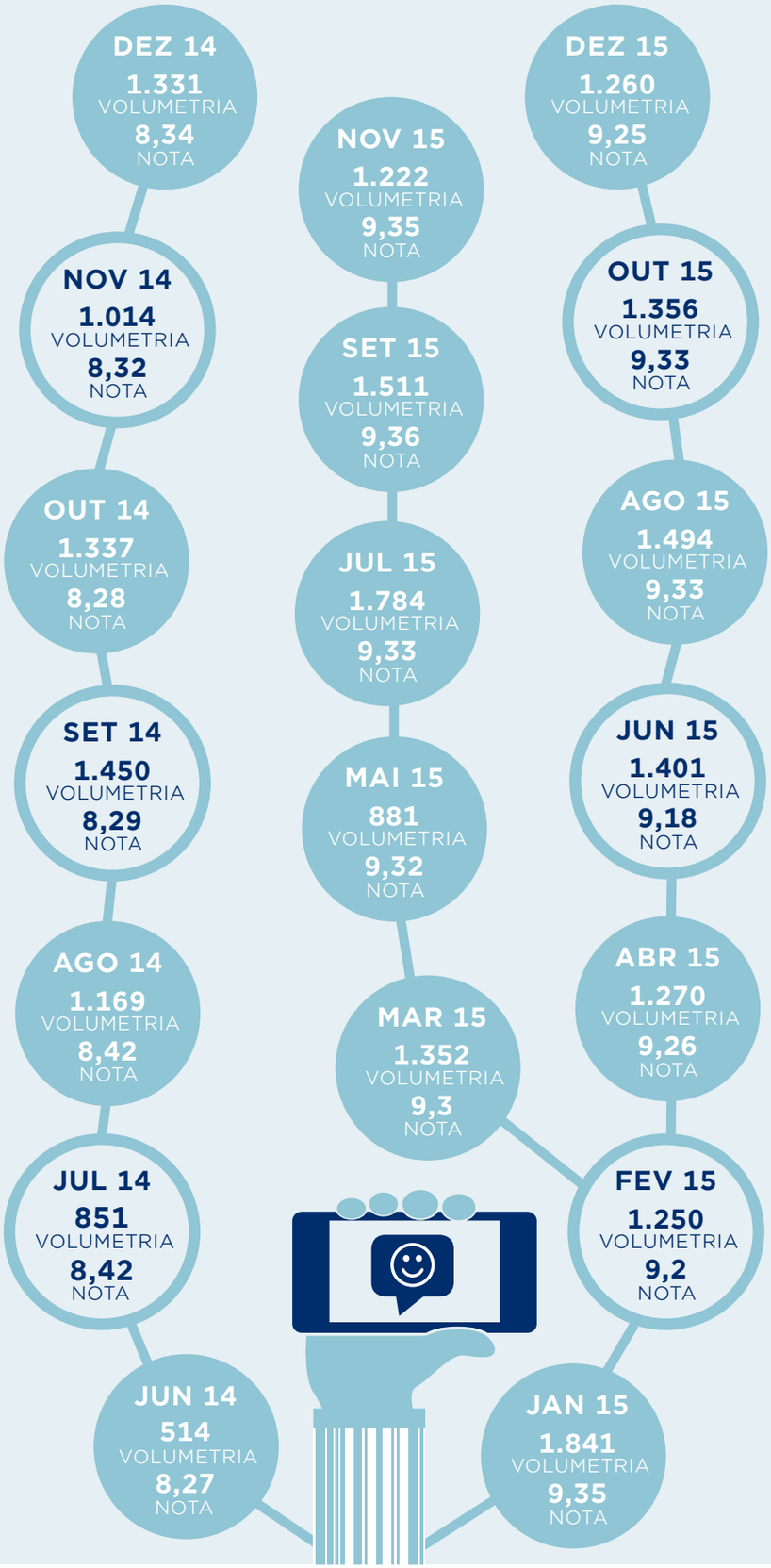
It opened the Knowledge Center, with interactive content that association's account history in Brazil and also shows the overall development of GS1.

It launched the first automation study in Brazil.

The GS1 Brazil goes to support the Paralympic swimmer Daniel Dias.

TELEFONEMAS X SATISFAÇÃO

Calls X Satisfaction



*__VOLUMETRIA=__ *VOLUMES* *__NOTA=__ *NOTE*

Governança Corporativa

A GS1 Brasil está alinhada ao Sistema de Gestão Integrado e adota procedimentos e práticas baseados em requisitos de normas internacionalmente reconhecidas.

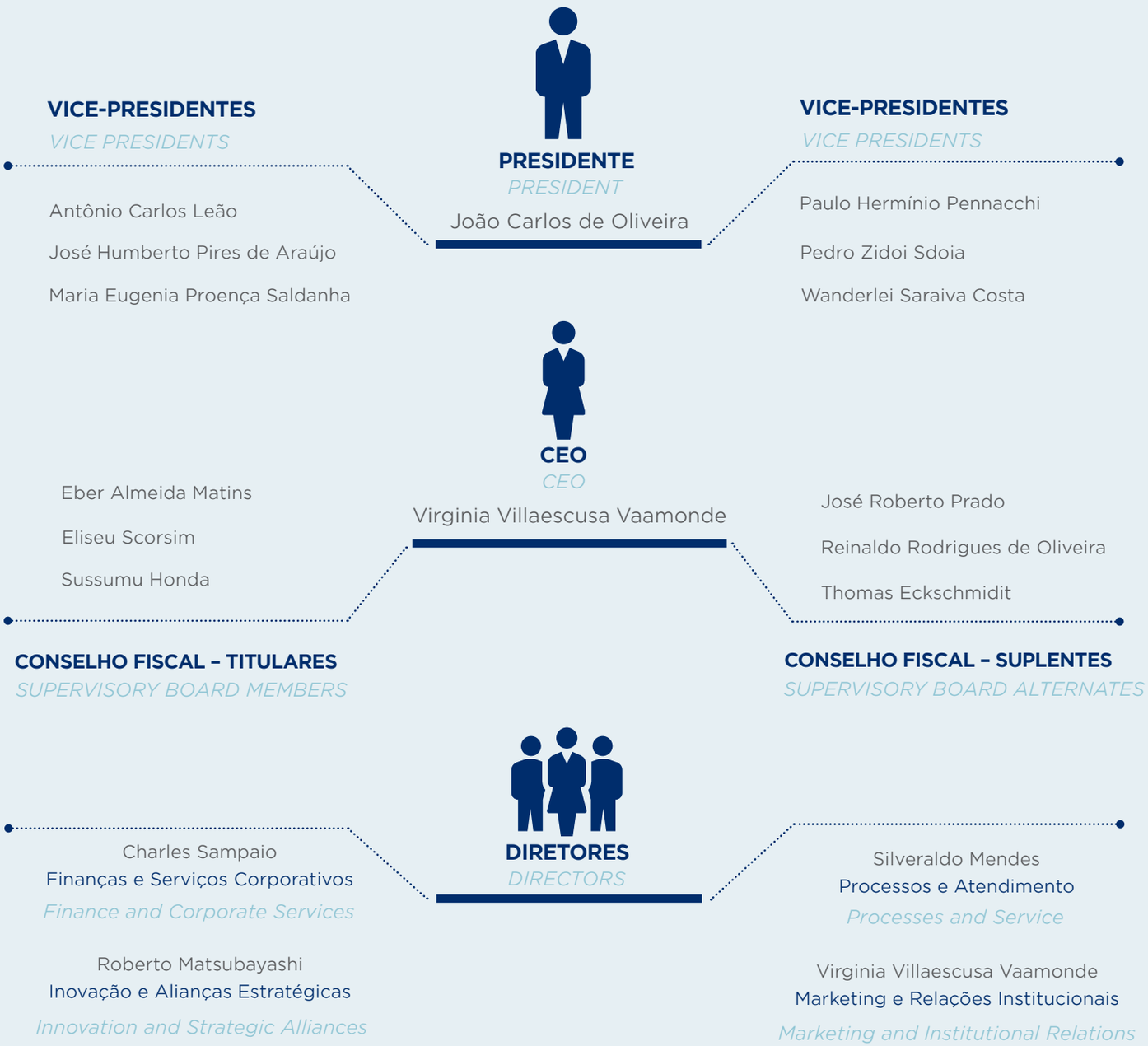
Isso permite, do modo mais eficiente possível, atingir os objetivos da associação, que são a qualificação e o desempenho dos colaboradores; a melhoria contínua dos processos e serviços; a ética, o atendimento à legislação, a imparcialidade e a transparência em todas as suas relações; o compromisso de responsabilidade quanto à prevenção das questões ambientais, sociais, de saúde ocupacional, segurança do trabalho e das informações. Trabalhar com empresas de classe mundial nos processos fiduciários (contabilidade e auditoria de balanço) também têm nos auxiliado bastante, uma vez que a GS1 Brasil está alinhada a práticas internacionais nesses processos.

Os valores da GS1 Brasil são colaboração, atitude inovadora, neutralidade, busca pela excelência e integridade.

Corporate Governance

GS1 Brazil is aligned to the Integrated Management System and adopts procedures and practices based on international standard requirements. This allows the association to achieve its goals as efficiently as possible, which include the qualification and performance of employees; the continuous improvement of processes and services; ethics, compliance, fairness and transparency in all its relationships; the commitment of responsibility with regard to the prevention of environmental, social, occupational health, safety and information issues. Working with world-class companies in fiduciary processes (accounting and auditing of balance sheets) has also been very helpful, as GS1 Brazil is aligned with international practices in these processes. GS1 Brazil values comprise collaboration, innovative attitude, neutrality, pursuit of excellence and integrity.

ORGANOGRAMA *Chart*



CAPITAL HUMANO

A política de recursos humanos da GS1 Brasil é participativa, com foco em oportunidades e desenvolvimento dos colaboradores. “Numa estrutura pequena, o desafio de reter os talentos se dá com a abertura de oportunidades horizontais, além de práticas de reconhecimento e valorização por ocasião do alcance de metas coletivas e individuais”, afirma Charles Sampaio, diretor de Finanças e Serviços Corporativos da GS1 Brasil.

No fim de 2015, a associação tinha 95 colaboradores. O perfil do colaborador é de um profissional jovem, com faixa etária média de 25 anos, nível superior e bilíngue.

Human capital

The human resources policy of GS1 Brazil is participatory, with a focus on opportunities and employee development. “In a small structure, the challenge of retaining talents is faced with the opening of horizontal opportunities, in addition to recognition and appreciation programs on achievement of collective and individual goals,” affirms Charles Saad, Director of Finance and Corporate Services at GS1 Brazil.

At the end of 2015, the Association had 95 employees. The employee profile is of a young professional, with an average age of 25 years, with a higher education degree and bilingual.

CAPACITAÇÃO E TREINAMENTOS

A GS1 Brasil mantém uma prática constante de investimento na capacitação técnica dos colaboradores e em gestão. “Programamos os treinamentos por meio de um planejamento anual, que contempla as demandas de conhecimentos oriundas de projetos nos quais os colaboradores participam”, explica Charles Sampaio.

Recentemente, com a estruturação da área de educação, foi instituída uma “trilha de conhecimento” a ser seguida pelos colaboradores, com o objetivo de homogeneizar informações sobre o sistema GS1. Num segundo momento, essa trilha abordará também outros tipos de capacitação.

Sampaio destaca, nessa área, o trabalho de estruturação dos valores organizacionais. “Por meio desse trabalho, iniciado em 2014, houve um forte alinhamento entre expectativas e percepção de posturas, deixando claro o que a organização espera das pessoas em relação à colaboração, atitude inovadora, integridade, busca pela excelência e neutralidade”, afirma o diretor da GS1 Brasil.

Capacity building and training

GS1 Brazil makes continuous investments in the technical training of employees and in management. “Our training sessions are scheduled based on an annual plan, which includes the demands of knowledge from projects in which employees participate,” explains Charles Sampaio. Recently, with the structuring of the education area, we implemented a “trail of knowledge” to be followed by employees, with the aim of standardizing the information about the GS1 System. Later, this track will address other types of training. Sampaio highlights the structuring of organizational values in this area. “This work, started in 2014, brought a strong alignment between expectations and perception of postures, clarifying what the organization expects from people in the matters of collaboration, innovative attitude, integrity, pursuit of excellence and neutrality,” says the Director of GS1 Brazil.

Automação no varejo de utilidades domésticas no Brasil
BRASIL EM CÓDIGO
Automação no varejo de utilidades domésticas no Brasil

Eventos

Entre 2013 e 2015, a GS1 Brasil – Associação Brasileira de Automação completou mais um ciclo de participação ativa na sociedade, cumprindo uma extensa agenda com mais de 350 eventos por ano, como congressos, conferências e feiras em várias cidades brasileiras.

Além da forte atuação nacional, esse período também foi marcado pela participação em eventos internacionais em vários países, com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre as melhores práticas em automação e apresentar os cases brasileiros para a comunidade GS1 global.

Do ponto de vista institucional, a agenda de eventos integrou o planejamento estratégico da organização, pois atendeu às necessidades dos associados, dos influenciadores e da comunidade de negócios como um todo.

Vale destacar os dois principais eventos da agenda GS1 Brasil do último triênio: o Brasil em Código e o Prêmio Automação.

Events

Between 2013 and 2015, GS1 Brazil – the Brazilian Automation Association – completed another cycle of active involvement with the society, meeting an extensive agenda with more than 350 events a year, such as congresses, conferences and fairs in several cities of Brazil. In addition to its strong presence in Brazil, this period was also marked by the participation in international events in several countries with the aim of increasing the knowledge about best practices in automation and presenting the Brazilian cases to the global GS1 community. From an institutional perspective, the schedule of events was part of the strategic planning of the Organization, as it met the needs of members, influencers and the business community as a whole. It is worth highlighting the two main events of the GS1 Brazil agenda in the last three years: Brasil em Código [Brazil in Code] and Prêmio Automação [Automation Awards].

2013

159
EVENTOS
EVENTS

4.840
PARTICIPANTES
ATTENDEES

2014

388
EVENTOS
EVENTS

17.396
PARTICIPANTES
ATTENDEES

2015

431
EVENTOS
EVENTS

19.753
PARTICIPANTES
ATTENDEES

ESPAÇO DE EVENTOS
Meeting space

BRASIL EM CÓDIGO

Criado em 2011 e realizado em São Paulo, o Brasil em Código já se tornou uma referência nacional em apresentar anualmente tendências em tecnologia e automação, destacando a importância de adotar processos padronizados para a eficiência das empresas de todos os portes.

No último triênio, a conferência Internacional da GS1 Brasil sobre automação e logística reuniu, por edição, cerca de 350 executivos e tomadores de decisão de diversos setores da economia, além de autoridades governamentais.

"O Brasil em Código é um evento focado em negócios", explica Frederico Coelho, gerente de Comunicação e Eventos da GS1 Brasil. "O propósito é promover uma discussão sobre temas ligados à automação, logística, inovação e gestão dos negócios, com altos executivos, em um debate muito bem pautado e direcionado para esses formadores de opinião".

Por se tratar de uma conferência internacional, o Brasil em Código contou com a presença de personalidades renomadas como Mark Harrison, Erik Qualman e Peter Hinssen, especialistas em Internet das Coisas, liderança na era do compartilhamento e revolução digital, respectivamente.

Na edição de 2015, o evento ganhou uma nova dinâmica com painéis sobre vários temas a fim de traçar um panorama da conjuntura atual do País. O Brasil em Código promoveu a sinergia entre as expectativas do mercado e o conhecimento dos painelistas, que trouxeram suas experiências de como a tecnologia está criando novas oportunidades e transformações nos diversos setores da economia.

No último triênio, as edições do Brasil em Código também foram disponibilizadas – ao vivo – pela internet, oferecendo ao mercado o compartilhamento das ideias apresentadas.

Brasil em Código

Created in 2011 and held in São Paulo, Brasil em Código has become a national reference for introducing trends in technology and automation every year, highlighting the importance to adopt standardized processes for the efficiency of organizations of all sizes.

In the last triennium, the international GS1 Brazil Conference on automation and logistics gathered, per session, about 350 executives and decision makers from various sectors of the economy, in addition to governmental authorities.

"Brasil em Código is a business-oriented event," explains Frederico Coelho, Communication and Events Manager at GS1 Brazil. "It is intended to foster a discussion on themes related to automation, logistics, innovation and business management, among senior executives, in a very well guided debate targeted to those opinion makers."

Because it is an International Conference, Brasil em Código counted with the presence of renowned personalities such as Mark Harrison, Erik Qualman and Peter Hinssen, experts on the Internet of Things, leadership in the era of sharing and digital revolution, respectively.

In the 2015 Edition, the event has gained a new momentum with panels on various topics in order to draw a panorama of the current situation of the country. Brasil em Código promoted the synergy between market expectations and the knowledge of the panelists, who brought their experiences of how technology is creating new opportunities and changes in the various sectors of the economy.

In the last triennium, editions of Brasil em Código also were made available – live – on the internet, enabling the sharing of ideas in the marketplace.

PRÊMIO AUTOMAÇÃO

O Prêmio Automação foi criado em 1998 para reconhecer anualmente o trabalho de empresas e organizações que investem em projetos inovadores, adotando padrões GS1. Os jornalistas que colaboram na divulgação dos benefícios do Sistema GS1 para a sociedade também são agraciados durante a cerimônia realizada no mês de novembro, em São Paulo, para cerca de 800 convidados.

Os projetos premiados durante a cerimônia são avaliados por um júri externo formado por profissionais com larga experiência e de grande credibilidade junto à comunidade brasileira da automação.

"O Prêmio Automação é um evento de reconhecimento de empresas e profissionais que foram destaque durante o ano", diz Frederico Coelho. "Em 2015, por exemplo, tivemos 26 cases inscritos e premiamos nove. Também homenageamos profissionais que foram destaque no mercado por apoiarem a automação".

Em sua 18ª edição, em 2015, o Prêmio Automação teve sua identidade visual e troféu redesenhados. A harpia – uma das maiores aves de rapina do mundo – foi escolhida como símbolo, já que ela é conhecida como sinônimo de visão, força, ousadia, grandeza e agilidade. Ou seja, as mesmas características de empresas que investem em projetos de automação e se destacam. "A harpia dá uma identidade definitiva para o prêmio, a exemplo de outras premiações que mantêm o mesmo logotipo há anos", afirma João Carlos de Oliveira, presidente da GS1 Brasil. "Toda a identidade visual segue esse conceito", destaca Coelho. "A partir de agora, as pessoas concorrem ao prêmio automação para ganhar o Troféu Harpia."

No fechamento do triênio 2013-2015, a GS1 Brasil foi surpreendida com o reconhecimento de melhor cenografia no Prêmio Caio referente à edição de 2014 do Prêmio Automação.

The Automation Award was created in 1998 as an annual recognition for the work of companies and organizations that invest in innovative projects adopting GS1 standards. Journalists who collaborate in the dissemination of the benefits of the GS1 System to society are also awarded during the ceremony held in the month of November, in São Paulo, for about 800 guests. The projects awarded during the ceremony are evaluated by an external jury formed by professionals with solid experience and credibility within the Brazilian automation community. "The Automation Award event is a recognition of businesses and professionals that stood out during the year," says Frederico Coelho. "In 2015, for example, we had 26 cases registered and nine were rewarded. We also honor professionals who stood out in the market for supporting automation." In its 18th Edition, in 2015, the Automation Award had its visual identity and trophy redesigned. The harpy eagle – one of the largest birds of prey in the world – has been chosen as a symbol, as it is known as a synonym for vision, strength, boldness, greatness and agility. That is, the same characteristics of enterprises that invest in automation projects and stand out. "The harpy eagle gives a definite identity for the award, just like other awards that keep the same logo for years," states João Carlos de Oliveira, President of GS1 Brazil. "The entire visual identity follows this concept", highlights Coelho. "From now on, people will compete for the Automation Award to win the Harpy Trophy". At the end of the 2013-2015 term, GS1 Brazil was surprised by the recognition of best scenography at the Caio Award for the 2014 Edition of the Automation Award.

FEIRAS

Com o objetivo de aumentar sua presença em todo o país, a GS1 Brasil participou das principais feiras nacionais. Entre 2013 e 2015, a organização esteve presente de forma relevante nas feiras do Empreendedor promovidas pelo Sebrae, APAS, ABAD, Fispal, Autocom, convenções da ABRAS, entre outras.

A GS1 Brasil tem buscado inovar em feiras e eventos, e tem sido reconhecida em relação a isso. “Em 2014, recebemos vários prêmios de melhor estande e de ação promocional, em função das soluções da GS1 serem apresentadas de uma maneira inovadora”, explica Frederico Coelho, gerente de Comunicação e Eventos da GS1 Brasil.

A comemoração dos 30 anos da organização no Brasil foi tema para os estandes em 2013, onde a história da Associação Brasileira de Automação foi apresentada de maneira interativa por meio de dispositivos móveis.

Em 2014, o estande da organização nas feiras contou com uma sala de cinema. Os visitantes assistiam a um filme 3D interativo e ainda participavam de uma rodada de perguntas feitas por meio de tablets.

Já em 2015, a GS1 Brasil transpôs para seu estande uma reprodução de seu Centro de Inovação e Tecnologia (CIT), que congrega indústria, distribuição e varejo.

“Nas feiras em que participamos, conseguimos levar cenários com os conceitos de indústria, de armazém e do varejo do futuro”, lembra Coelho.

Fairs

GS1 Brazil took part in major national fairs with the aim of expanding its presence throughout the country. Between 2013 and 2015, the Organization had a significant participation in Entrepreneur fairs held by Sebrae, APAS, ABAD, Fispal, Autocom, in ABRAS conventions, among others. GS1 Brazil has sought to innovate in fairs and events, being recognized in this regard. “In 2014, we received several awards for best booth and promotional action, for presenting the GS1 solutions in an innovative way,” explains Frederico Coelho, Communication and Events Manager at GS1 Brazil. The 30th anniversary of the Organization in Brazil was the theme for the booths in 2013, where the history of the Brazilian Automation Association was interactively presented through mobile devices. In 2014, the organization’s booth at trade fairs featured a movie theater. Visitors watched an interactive 3D movie and even participated in a round of questions made through tablets. In 2015, GS1 Brazil brought to the booth a reproduction of its Center for Innovation and Technology (CIT), which brings together the industry, distribution and retail sectors. “At the fairs we take part in, we manage to bring scenarios with concepts of tomorrow’s industry, warehouse and retail,” recalls Coelho.

PADRÕES
GS1 Brasil

PRECISÃO • VISIBILIDADE • TEMPO
EPC/RFID

ECONOMIA
AGILIDADE
CONTROLE
UMA NOVA
EXPERIÊNCIA
DE CONSUMO
LOJA DO
FUTURO

BILHETERIA

PRECISÃO • VISIBILIDADE • TEMPO
EPC/RFID
G-trade

SEGURANÇA
CONTROLE
EFICIÊNCIA
UMA NOVA
EXPERIÊNCIA
DE CONSUMO
SUPERMERCADO DO
FUTURO

PRÊMIO POPAI 2014
POPAI Award 2014

ESTANDE APAS *STAND APAS*

1º LUGAR – CATEGORIA: AÇÃO PROMOCIONAL
1st Place - Category: Promotional Action

ESTANDE ABAD *STAND ABAD*

1º LUGAR – CATEGORIA: AÇÃO PROMOCIONAL (8 CONCORRENTES)
1st Place - Category: Promotional action (8 competitors)

5º LUGAR – CATEGORIA: EXPOSIÇÃO (11 CONCORRENTES)
5th Place - Category: Exhibition (11 competitors)

6º LUGAR – CATEGORIA: ESTANDE (13 CONCORRENTES)
6th Place - Category: Booth (13 competitors)

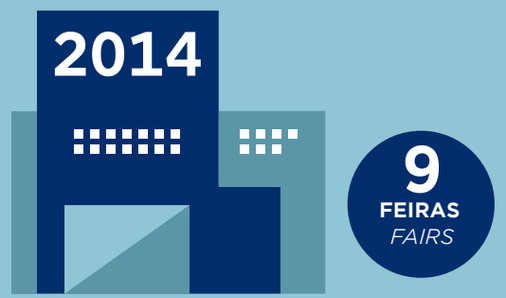
PRÊMIO POPAI 2015
POPAI Award 2015

ESTANDE APAS *STAND APAS*

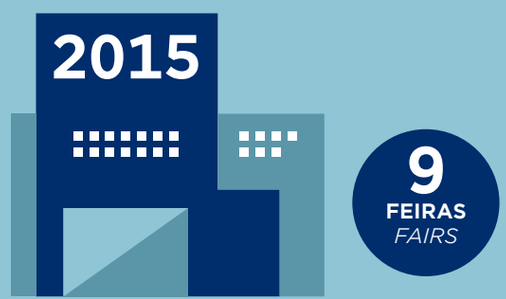
1º LUGAR – CATEGORIA: MELHOR ESTANDE SUSTENTÁVEL
1st Place - Category: Best Sustainable Stand

2º LUGAR – CATEGORIA: MELHOR AÇÃO PROMOCIONAL
2nd Place - Category: Best Promotional Action

1.905
VISITANTES NOS ESTANDES
VISITORS IN THE STANDS



2.954
VISITANTES NOS ESTANDES
VISITORS IN THE STANDS



3.501
VISITANTES NOS ESTANDES
VISITORS IN THE STANDS

SEMINÁRIOS E WORKSHOPS

A GS1 Brasil oferece workshops em várias cidades, como o realizado em maio de 2015 em Curitiba, em parceria com o Sebrae local, e que teve como tema "Código de barras: entenda, crie e gerencie a identificação do seu produto". Voltado para associados, o objetivo foi apresentar como processos padronizados auxiliam a administração e aumentam as possibilidades de negócios. Foram apresentadas informações de como atribuir o código de barras nos produtos, como é a estrutura numérica do código e quais os requisitos técnicos para a sua correta aplicação.

A parceria com os Sebraes estaduais e o Sebrae nacional é importante para em conjunto levar mais informações ao empresariado brasileiro. O micro empreendedor individual, a micro empresa e as empresas de pequeno e médio porte (PME) representam 90% de seu quadro associativo, e 85% do mercado brasileiro total.

A GS1 Brasil desenvolveu um curso de ensino à distância, que está disponível na Universidade Corporativa Sebrae sobre os padrões de identificação.

"A parceria com o Sebrae é fundamental para levarmos mais informações aos empresários que desejam colocar código de barras em seus produtos e com isso ter maior acesso aos mercados", destaca Flávia Ponte Costa, gerente de Educação da GS1 Brasil.

Outra iniciativa importante de aproximação com os associados no triênio 2013-2015 foi o programa GS1 Vai Até Você. Uma comitiva formada por profissionais e representantes da organização visitou 27 cidades em 2013, recepcionando e atendendo mais de 450 empreendedores e empresários.

Em 2015, o programa foi revitalizado e enriquecido com a participação de especialistas de mercado em finanças, gestão de pessoas e marketing digital. O GS1 Atualiza foi realizado presencialmente em cinco cidades e também transmitido via internet para toda a comunidade de negócios, atingindo mais de 540 pessoas.

Seminars and workshops

GS1 Brazil offers workshops in many cities, like a session held in May 2015 in Curitiba, in partnership with the local Sebrae, on the theme "Bar code: understand, create and manage your product identification." Facing associates, the goal was to present how standardized processes help in the administration and increase business opportunities. It featured information on how to assign the bar code on products, on the numerical structure of the code and the technical requirements for its correct application.

The partnership with state Sebraes and the national Sebrae is important to guarantee the dissemination of GS1 Brazil activities. The individual entrepreneur, micro-enterprises and small and medium enterprises (SMEs) represent 90% of its membership, and 85% of the total Brazilian market.

The GS1 Brazil developed a distance learning course, which is available in the Universidade Corporativa Sebrae on identifying patterns.

"The partnership the Sebrae is critical for us to take more information to entrepreneurs who want to put bar codes on their products and thus have greater access to markets" emphasizes Flávia Ponte Costa, Education Manager of GS1 Brazil.

Another important initiative to get close to the associates in the 2013-2015 triennium was the GS1 Vai Até Você program [GS1 Comes to You program]. A Committee formed by professionals and representatives of the organization visited 27 cities in 2013, welcoming and assisting more than 450 entrepreneurs and businessmen.

In 2015, the program was revitalized and enhanced with the participation of experts in the areas of finance, personnel management and digital marketing. The GS1 Atualiza lectures were held in five cities and also broadcast on the Internet to the entire business community, reaching more than 540 people.

Sustentabilidade em Código

As iniciativas socioambientais, que sempre estiveram na pauta da GS1 Brasil, em 2014 tomaram um novo rumo, conforme afirma Frederico Coelho, gerente de Comunicação e Eventos da associação. “Nos últimos três anos, a sustentabilidade deixou de ser um tema com ações pontuais e passou a ser um pilar estratégico de atuação. Com isso, constituímos o **Programa Sustentabilidade em Código**, que é a frente sustentável da GS1 Brasil.” O programa visa a apoiar a gestão da entidade, reforçar seus valores corporativos, fortalecer e expandir sua atuação no desenvolvimento e crescimento dos negócios e disseminar - para os seus diversos parceiros e associados - a importância do desenvolvimento sustentável como o caminho ideal para um futuro melhor para as próximas gerações.

Sustainability in Code

Environmental initiatives – which have always been on the GS1 Brazil’s agenda - took a new turn in 2014, according to Frederico Coelho, Communication and Events Manager of the Association. “Over the last three years, sustainability went from being a theme with punctual actions to become a strategic pillar of action. With that, we set up the Sustentabilidade em Código program [Sustainability in Code], which is GS1 Brazil’s sustainable work front.” The program aims to support the management of the Organization, strengthen their corporate values, strengthen and expand its activities towards business development and expansion and disseminate to its various partners and associates the importance of sustainable development as the optimal path to a better future for the next generations.

As iniciativas do programa estão segmentadas pelos aspectos **Governança**, **Desenvolvimento Social**, **Desenvolvimento Ambiental** e **Desenvolvimento Econômico** que, integrados, compõem o conceito da sustentabilidade. Conheça os principais destaques:

The program initiatives are targeted by Governance aspects, Social development, Economic Development and Environmental Development that, integrated, make up the concept of sustainability. Learn more about the highlights:

GOVERNANÇA

Governance

A GS1 Brasil, desde 2003, é signatária do **Pacto Global**, uma iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU), com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para incorporar, em suas práticas de negócios, dez ações nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção.

Since 2003 GS1 Brazil is a signatory of the Global Compact, an initiative of the United Nations (UN), aiming to mobilize the international business community to incorporate in their business practices ten actions in the areas of human rights, labor relations, environment and fight against corruption.

A **Política do Sistema de Gestão Integrada da GS1 Brasil** tem como diretrizes proporcionar aos associados e à comunidade o acesso, o conhecimento e a correta aplicação do Sistema GS1, agregando valor ao gerenciamento eficiente das cadeias de suprimentos, e garantindo a excelência.

GS1 Brazil's Integrated Management System Policy include guidelines to provide members and the community with access, knowledge and correct application of the GS1 System, adding value to the efficient management of supply chains, in addition to ensuring excellence.

A GS1 Brasil possui certificações para garantir que atua de acordo com as melhores práticas de mercado e assim fortalecer sua missão, visão e valores.

GS1 Brazil has certifications to enforce compliance with the best market practices thus strengthening its mission, vision and values.

- **ISO 14001 – Gestão Ambiental**
- **ISO 9001 – Qualidade**
- **OHSAS 18001 – Segurança/Saúde**

- *ISO 14001 – Environmental Management*
- *ISO 9001 – Quality*
- *OHSAS 18001 - Safety/Health*

DESENVOLVIMENTO SOCIAL

CURSOS DE CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL PARA DEFICIENTES INTELECTUAIS

Desde 2003, a GS1 Brasil mantém uma parceria com a Associação Nova Projeto, que inclui também a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), para qualificar e apoiar a inserção de deficientes intelectuais no mercado de trabalho.

Números gerais:

- **37 turmas formadas**
- **437 pessoas qualificadas**
- **349 pessoas empregadas**
- **46 estagiaram na GS1 Brasil**

ESPORTES

Com o objetivo de apoiar o esporte brasileiro, a GS1 Brasil buscou um esportista que vivenciasse valores semelhantes aos seus, como **busca pela excelência**, **atitude inovadora e colaboração**, encontrados no maior recordista do esporte paralímpico, o nadador Daniel Dias, atleta patrocinado pela associação a partir de 2015.

Social development

Professional training courses for people with intellectual disability

Since 2003, GS1 Brazil has a partnership with Associação Nova Projeto, which also includes the Brazilian Association of Supermarkets (ABRAS), to qualify and support the placement of people with intellectual disabilities in the labor market.

Overall numbers:

- *37 classes trained*
- *437 persons qualified*
- *349 persons employed*
- *46 internships at GS1 Brazil*

SPORTS

With the goal of supporting Brazilian sport, GS1 Brazil sought a sportsman who lived by similar values, such as pursuit of excellence, innovative attitude and collaboration, which were found in the biggest Paralympic record holder swimmer Daniel Dias, sponsored by the Association since 2015.

DESENVOLVIMENTO AMBIENTAL

A GS1 Brasil lançou o projeto **Green Building**, para tornar sua sede um edifício sustentável. Para isso, promove a coleta seletiva de resíduos e implantou programas de uso racional da água e energia elétrica. E, para combater o aquecimento global, a associação neutralizou as emissões de carbono de sua sede.

Para diminuir e compensar seu impacto nos vários eventos que realiza e participa ao longo do ano, a GS1 Brasil busca utilizar práticas e materiais mais sustentáveis. Da mesma forma que foi feita a neutralização de carbono na sede da associação, o Prêmio Automação também foi um evento livre de carbono.

Environmental development

GS1 Brazil launched the Green Building project, to turn its headquarters into a sustainable building. To this end, promotes the selective collection of waste and implemented programs for rational use of water and electric power. And, to fight global warming, the Association neutralized carbon emissions from its headquarters.

To reduce and offset its impact on the various events held and attended throughout the year, GS1 Brazil seeks to employ more sustainable materials and practices. Following the same steps of the carbon neutralization achieved at the headquarters of the Association, the Automation Award was also a carbon-free event.

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

NEGÓCIOS SOCIAIS COM PADRÕES GS1

Essa iniciativa contempla o apoio à profissionalização e à automação de ONGs por meio das soluções GS1.

É fornecido apoio para que as ONGs obtenham os melhores recursos para tornar seus processos produtivos automatizados e, consequentemente, potencializar sua performance. Em 2015 foi realizado o primeiro projeto, em parceria com a Associação Saúde Criança.

Economic development

SOCIAL BUSINESS WITH GS1 STANDARDS

This initiative envisages support for the professionalization and automation of NGOs through GS1 solutions.

NGOs receive support in order to obtain the best features to automate their production processes and, consequently, enhance performance. The first project was completed in 2015, in partnership with Associação Saúde Criança [Children's Health Association].

Relações Institucionais

Inaugurado em outubro de 2012, o escritório da GS1 Brasil foi criado para apoiar projetos governamentais, criando um canal direto com o governo federal e o Congresso Nacional. A associação tem colaborações com agências federais como a Anatel (telecomunicações), Anvisa (vigilância sanitária) e Apex (exportação).

No Ministério da Agricultura, a GS1 Brasil participa das reuniões das câmaras setoriais como a do leite e derivados, cachaça, carne bovina, fruticultura, viticultura e algodão. Com isso, consegue demonstrar a importância dos padrões na agricultura e apresentar os benefícios da rastreabilidade.

A GS1 Brasil promove aplicações dos padrões de automação junto aos ministérios da Justiça, do Desenvolvimento, do Meio Ambiente, da Defesa, da Ciência e Tecnologia, entre outros. "Com o escritório em Brasília, conseguimos alcançar grandes resultados, trazendo impactos positivos e fortalecimento da imagem institucional perante os órgãos governamentais", afirma Liliam dos Santos, gerente de Relações Institucionais da GS1 Brasil.

> **"Com o escritório em Brasília, conseguimos alcançar grandes resultados, trazendo impactos positivos e fortalecimento da imagem institucional perante os órgãos governamentais"**
>
> *"With the office in Brasilia, we have managed to achieve great results, bringing positive impacts and strengthening of the institutional image before government agencies"*
>
> **Liliam dos Santos**
> Gerente de Relações Institucionais
> *Institutional Relations Manager*

Institutional relations

Opened in October 2012, the GS1 Brazil office was built to support government projects, creating a direct channel with the federal Government and the National Congress. The Association collaborates with federal agencies such as Anatel (telecommunications), Anvisa (health surveillance) and Apex (export). Within the Ministry of Agriculture, GS1 Brazil acts as a listener at meetings of the chambers of industries such as dairy products, rum, fruit growing, viticulture, beef and cotton. This way, it manages to demonstrate the importance of standards in agriculture and present the benefits of traceability. GS1 Brazil promotes the application of automation standards with the ministries of Justice, Development, Environment, Defense, Science and Technology, among others. "With the office in Brasilia, we have managed to achieve great results, bringing positive impacts and strengthening the institutional image before government agencies," says Liliam dos Santos, Institutional Relations Manager at GS1 Brazil.

Parcerias estratégicas

A GS1 Brasil tem firmado termos de cooperação técnica com várias entidades representativas da indústria e de serviços no País. Entre elas estão a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) e o Sindicato das Indústrias de Fiação e Tecelagem do Estado de São Paulo (Sinditêxtil-SP), que assinaram uma parceria para incentivar a adoção dos padrões GS1 entre seus associados.

Outros termos de cooperação técnica são com a Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) e a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB). A CACB busca incrementar o Projeto Integra, para formação e capacitação de empreendedores individuais. O projeto conta com a parceria do Sebrae. A GS1 Brasil tem um acordo com o Instituto Pet Brasil, com apoio da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet). A cooperação com a associação tem por objetivo promover a automação de redes varejistas do setor.

Em 2014, o Instituto Econômico e Social de Fronteiras (Idesf) firmou um termo de cooperação técnica com a GS1 Brasil, para disseminar os padrões em estudos, capacitação e pesquisa.

A GS1 Brasil se aproxima cada vez mais do varejo supermercadista, com parcerias e projetos com Associações Estaduais do varejo.

Strategic partnerships

GS1 Brazil has signed technical cooperation agreements with several entities representing the industry and services in the Country. These include ABIT – the Brazilian Textile and Apparel Industry Association and SINDITÊXTIL SP – Union of the Spinning and Weaving Industries of the State of São Paulo, which signed a partnership to encourage the adoption of GS1 standards among its members. GS1 Brazil also has technical cooperation agreements with FBHA – Brazilian Federation of Food and Lodging and CACB – Confederation of Commercial and Business Associations of Brazil. CACB seeks to improve Projeto Integra (the Integration Project), for training and qualification of individual entrepreneurs. The project counts with the support of Sebrae.GS1 Brazil has an agreement with the Pet Brasil Institute, with support from Abinpet – the Brazilian Association of the Industry of Pet Products The cooperation with that association aims to promote the automation of industry retailers. In 2014, ISDEF – Institute for Economic and Social Development of Borders signed a technical cooperation agreement with GS1 Brazil, to disseminate the standards to studies, training and research. The GS1 Brazil draws ever more retail supermarket, with partnerships and projects with state retail associations.

Atuação Internacional

A GS1 Brasil colabora com organizações internacionais e órgãos reguladores para fomentar a indústria do varejo mundial e garantir a correta utilização dos padrões GS1. Entre os parceiros estão a Organização Internacional para Padronização (ISO, na sigla em inglês); o Centro para Facilitação do Comércio e Negócios Eletrônicos da Organização das Nações Unidas (UN/CEFACT, na sigla em inglês); e o Programa Iberoamericano de Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento (Cyted).

A associação brasileira se faz presente nos principais fóruns da GS1 Global: a General Assembly; o Global Fórum; e é membro do Advisory Council.

A atuação da GS1 Brasil nos eventos internacionais vem aumentando significativamente nesses últimos três anos.

International presence

GS1 Brazil collaborates with international organizations and regulatory bodies to promote the global retail industry and ensure the correct use of GS1 standards. Its partners include the International Organization for Standardization – ISO, UN/CEFACT and CYTED - the Latin American Program of Science and Technology for development.

The Brazilian Association attends the main forums held by Global GS1: General Assembly; the Global Forum; and is a member of the Advisory Council.

The performance of GS1 Brazil in international events has increased significantly in the last three years.

ADVISORY COUNCIL

O Advisory Council é um encontro formado por CEOs das GS1s que representam cerca de 20 nações e se reúnem com altos executivos da organização Global para discutir e avaliar estratégicas mundiais e prioridades, promovendo integração entre as principais lideranças das organizações. Esse evento acontece duas vezes por ano em diferentes países.

Em 2014, o Brasil sediou mais um encontro, que recebeu Miguel Lopera, CEO da GS1 Global, além de representantes das GS1s da Alemanha, Austrália, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Egito, Estados Unidos, França, Holanda, Hong Kong, Índia, Itália, Japão, México, Nova Zelândia, Peru, Polônia, Reino Unido e Suécia.

The Advisory Council is a meeting comprised of CEOs of GS1s representing about 20 nations, that meet with senior executives of the Global Organization to discuss and assess global strategies and priorities, fostering integration between the main leaders of the organizations. This event takes place twice a year in different countries.

In January 2014, Brazil hosted another meeting, attended by Miguel Lopera, CEO of Global GS1, as well as representatives of the GS1s from Germany, Australia, Belgium, Brazil, Canada, China, Egypt, United States, France, Holland, Hong Kong, India, Italy, Japan, Mexico, New Zealand, Peru, Poland, United Kingdom and Sweden.

GLOBAL FORUM

O Fórum Global GS1 é o evento anual global para alinhar a estratégia da organização, inspirar e fortalecer a equipe GS1 em todo o mundo. Esse encontro acontece em Bruxelas e a semana oferece grandes oportunidades para aprender sobre as mais recentes soluções, implementação de ações e melhores práticas de inovação em todo o mundo.

The Global GS1 Forum is the annual global event aimed at aligning the Organization's strategy, inspiring and strengthening the GS1 team worldwide. This meeting takes place in Brussels and the week offers great opportunities to learn about the latest solutions, implementation of actions and best practices for innovation around the world.

O evento reúne mais de 700 participantes de outras GS1s de mais de 80 países. Além de presidentes das organizações, CEOs e diretores, participam também, gerentes de marketing, especialistas técnicos, stakeholders, representantes da indústria, associações comerciais, prestadores que também são membros nos vários Conselhos de Administração.

The event brings together over 700 participants from other GS1s from more than 80 countries. Aside from Presidents of organizations, CEOs and directors, the event is also attended by marketing managers, technical experts, stakeholders, industry representatives, trade associations, service providers that are also members in several Boards of Directors.

No Global Forum a comitiva dos profissionais da GS1 Brasil tem como objetivo interagir, integrar-se e aprender com os colegas das diversas organizações GS1 e também de apresentar cases nacionais que podem servir de exemplo para o mundo.

The entourage of professionals from GS1 Brazil at the Global Forum aims to interact, integrate and learn with colleagues of the various GS1 organizations and also to introduce Brazilian cases that can serve as an example to the world.

GENERAL ASSEMBLY

A General Assembly da GS1 é um evento onde são tomadas decisões importantes para o futuro das organizações. A assembleia tem um papel fundamental no processo de governança da organização e acompanha o seu desempenho global. Participam desse evento representantes da indústria e líderes da GS1 de mais de 100 nações. Assim como o Advisory Council, a General Assembly acontece em diferentes países.

GS1 General Assembly is an event where important decisions are made for the future of organizations. The meeting plays an essential role in the governance process of the Organization and monitors its overall performance. This event is attended by industry representatives and GS1 leaders from more than one hundred countries. Just like the Advisory Council, the General Assembly takes place in different countries.

HEALTHCARE

A GS1 Brasil colabora em vários fóruns internacionais do GS1 Healtlhcare. O grupo internacional tem como objetivos liderar iniciativas para aumentar a segurança dos pacientes e tornar mais eficiente a cadeia de suprimentos e garantir a rastreabilidade e sincronização de dados mais precisos nos cuidados com a saúde.

A GS1 Healthcare busca ser reconhecida pelas agências reguladoras, entidades do setor e demais stakeholders, como uma fonte neutra e aberta a quem procura inputs e direcionamento na utilização de padrões globais no setor da saúde, visando a segurança do paciente, segurança e eficiência da cadeia de suprimentos, rastreabilidade e sincronização de dados precisos, beneficiando do fabricante ao paciente.

Para o desenvolvimento e implementação dos padrões globais, a GS1 Healthcare reúne especialistas em saúde. Juntos, eles vêm desenvolvendo um roadmap para o uso de padrões da cadeia de suprimentos, como acordado e definido pelo setor.

A GS1 Brasil faz parte dos comitês gestores do GS1 Healthcare: Healthcare Leadership Team com a participação de Ana Paula Vendramini Maniero, gerente de Negócios, e do Healthcare Steering Commitee por meio de Virginia Villaescusa Vaamonde, CEO.

Além da participação nos comitês internacionais a GS1 Brasil possui seu próprio grupo local que tem como objetivo entender as necessidades do setor e assegurar que os requisitos específicos do Brasil estejam contemplados nos padrões globais, além de trabalhar no sentido de promover e apoiar a adoção e implementação destes padrões no País.

GS1 Brazil collaborates in several international forums of GS1 Healthcare. The international group aims to improve the safety of patients and supply chain and ensure traceability and accurate data synchronization in healthcare. GS1 Healthcare seeks to be recognized by regulatory agencies, industry bodies and other stakeholders, as a neutral and open source to those seeking inputs and guidance on the use of global standards in the health sector, aimed at patient safety, security and chain efficiency supplies, traceability and accurate data synchronization, benefiting from manufacturer to patient. For the development and implementation of global standards, GS1 Healthcare brings together health experts. Together they have developed a roadmap for the use of standards in the supply chain, as agreed and defined by industry. GS1 Brazil is part of the GS1 Healthcare steering committees: Healthcare Leadership Team with the participation of Ana Paula Vendramini Maniero, Business Manager, and the Healthcare Steering Commitee through Virginia Villaescusa Vaamonde, our CEO. In addition to taking part in international committees, GS1 Brazil has its own local group intended to understand the needs of the industry and ensure that the specific legal requirements are covered by global standards, in addition to working to promote and support the adoption and implementation of standards in the Country.

GS1 DISCOVERY APP

O GS1 Discovery App é uma aplicação web interativa que apresenta de forma didática toda a história de um produto (no caso, geleia de morango) ao longo da cadeia de suprimentos, desde a indústria até a mesa do consumidor.

O app aborda também todo o processo de identificação do produto e sua rastreabilidade na cadeia de abastecimento, a partir dos padrões GS1. A aplicação foi criada em 2013 pelo escritório global para unificar a linguagem e a explicação sobre os padrões pelo mundo, independentemente do idioma. “A GS1 Brasil participou do projeto desde o início, contribuindo com informações nas reuniões de concepção do aplicativo e ainda liderou a estratégia de comunicação para o lançamento, entre 2013-2014”, afirma Frederico Coelho.

The GS1 Discovery App is an interactive web application containing a didactic presentation of the entire history of a product (in this case, strawberry jelly) along the supply chain, from the factory to the consumer’s table. The app also addresses the whole product identification process and traceability in the supply chain, based on GS1 standards. The application was created in 2013 by the global Office to unify the discourse and explanation of the standards around the world, regardless of language. “GS1 Brazil participated in the project right from the beginning, contributing with information during meetings for development of the application and also led the communications strategy for its launch, between 2013-2014,” says Frederico Coelho.

ACESSE O GS1 DISCOVERY APP

Visit the GS1 Discovery App

141 015
4147 0156
(3100)

GLOBAL BRAND

A GS1 Brasil foi pioneira na adoção da nova identidade visual global em seu website, em outubro de 2014. “O Brasil virou case internacional com essa mudança visual”, afirma Frederico Coelho, gerente de Comunicação e Eventos da GS1 Brasil. “O Brasil virou case internacional com essa mudança visual. Apresentamos o case do nosso novo portal no Global Forum 2015”

A discussão da nova marca global aconteceu no âmbito do Advisory Council, do qual Virginia Vaamonde, CEO da GS1 Brasil, faz parte. O conselho chegou à conclusão de que uma organização que fala de padrões não poderia ter uma identidade visual diferente em cada país, e então foi formado um grupo de discussão multinacional.

“O Brasil, num primeiro momento, entrou com participações específicas, e não como parte do grupo. Depois, com toda projeção que conquistamos, passamos a integrar esse grupo”, explica Coelho. A GS1 global passou a trabalhar com uma agência internacional chamada Bailey Brand Consulting para construir a nova marca.

O Brasil participou de todas as discussões e aprovações até chegar ao modelo final. Foram mais de 12 meses de trabalho, considerando a construção da nova identidade visual e sua aplicação.

GS1 Brazil pioneered the adoption of the new global branding on their website, in October 2014. “Brazil became an international case with that visual change,” says Frederico Coelho, Communication and Events Manager at GS1 Brazil. “We implemented this change even before the Global Office and presented the case in the 2015 Global Forum.” The discussion on the new global brand took place within the Advisory Council, which GS1 Brazil CEO Virginia Vaamonde is a part of. The Council came to the conclusion that an organization that deals with standards should not have a different visual identity in each country, which led to the creation of a multinational discussion group. “Brazil, at first, took part in specific matters, but was not a part of the group. Then, after gaining recognition, we were incorporated into the group,” explains Coelho. Global GS1 started working with an international agency called Bailey Brand Consulting to build the new brand. Brazil participated in all discussions and approvals until the final model was defined. There were more than 12 months of work, considering the construction of a new visual identity and its application.

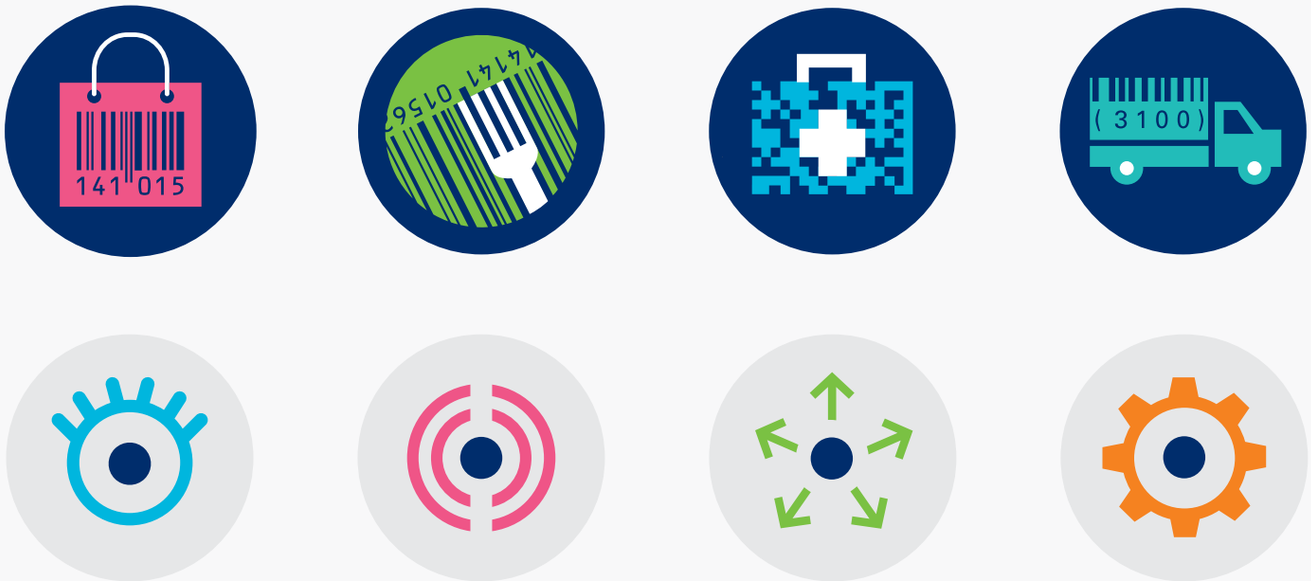
“O Brasil virou case internacional com essa mudança visual. Apresentamos o case do nosso novo portal no Global Forum 2015”

“Brazil became an international case with this visual change. We present the case of our new portal at the Global Forum 2015.”

Frederico Coelho
Gerente de Comunicação e Eventos
Communications and Events Manager

Ouça a entrevista
Listen to the interview

ICONOGRAFIA *Iconography*



MATERIAIS UTILIZANDO A NOVA IDENTIDADE *Materials carrying the new identity*

GS1 Brasil
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO
A Linguagem Global dos Negócios
Certificado
Certificamos que
Participou do curso de:
Carga horária:
Número do Certificado:
Data:

GS1 Brasil
A Linguagem Global dos Negócios
Soluções para uma cadeia de suprimentos mais eficiente, segura e sustentável
www.gs1br.org

GS1 Brasil
Código de barras é GS1 Brasil, Associação Brasileira de Automação.
Briefing para criação de materiais

GS1 Brasil
The Global Language of Business
Proposal for EPCIS System Implementation to control drugs in pharmaceutical sector in Brazil
10/2015, Version 01

ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

Nosso orgulho de ser GS1 Brasil.

Comunicação com o mercado

Durante o triênio, a comunicação da GS1 Brasil adotou uma postura diferente, mais aberta ao mercado, com entregas mais aderentes tanto à expectativa dos associados quanto da sociedade. “Entendemos que é importante tornar a marca conhecida. E isso é reflexo de uma estratégia de comunicação integrada. Não tratamos mais de canais de comunicação de forma isolada, como online e off-line. Trabalhamos tudo isso no mesmo contexto e com a mesma linha de comunicação”, afirma Frederico Coelho.

Em 2015, a GS1 Brasil tinha meta de atingir 44% de conhecimento da marca, e bateu 45% no final daquele período. “Isso é resultado dessa comunicação integrada”, destaca Coelho. A associação também reforçou sua atuação em digital, com vídeos no YouTube, links patrocinados em campanhas do Google, Gmail e LinkedIn, além de atuação nas principais mídias sociais.

Communication with the market

During the triennium, GS1 Brazil adopted a different communication approach, more open to the market, with deliveries more adherents to both the expectation of members and the society. “We believe that it is important to work on brand awareness. And this is a reflection of an integrated communication strategy. We no longer deal with communication channels in isolation, such as online and offline. We work all of them within the same context and with the same line of communication,” reveals Frederico Coelho.

In 2015, GS1 Brazil had a goal of reaching 44% of brand awareness, and hit 45% by the end of that period. “This is a result of this integrated communication”, points out Coelho. The Association has also strengthened its digital presence, with videos on YouTube, links sponsored in Google’s Gmail campaigns and LinkedIn, as well as acting in major social media.

NOVO PORTAL GS1 BRASIL

O portal da GS1 Brasil foi repensado no processo de adoção da nova identidade visual global. Não foi somente a aplicação da nova marca. Houve a reestruturação do portal para novas necessidades do mercado. “Entre as melhorias, agora o portal é responsivo”, afirma Coelho. “Independentemente do dispositivo pelo qual está sendo acessado – celular, tablet, computador –, o portal identifica o tamanho da tela e personaliza a navegação”.

O novo portal trouxe uma simplificação no processo de filiação de novos associados, que antes demorava 19 minutos, e hoje leva de 5 a 7. A curadoria de conteúdo adotou um modelo de navegação cruzada, em que, sobre determinado assunto, é possível encontrar notícias, vídeos e outros tipos de conteúdo.

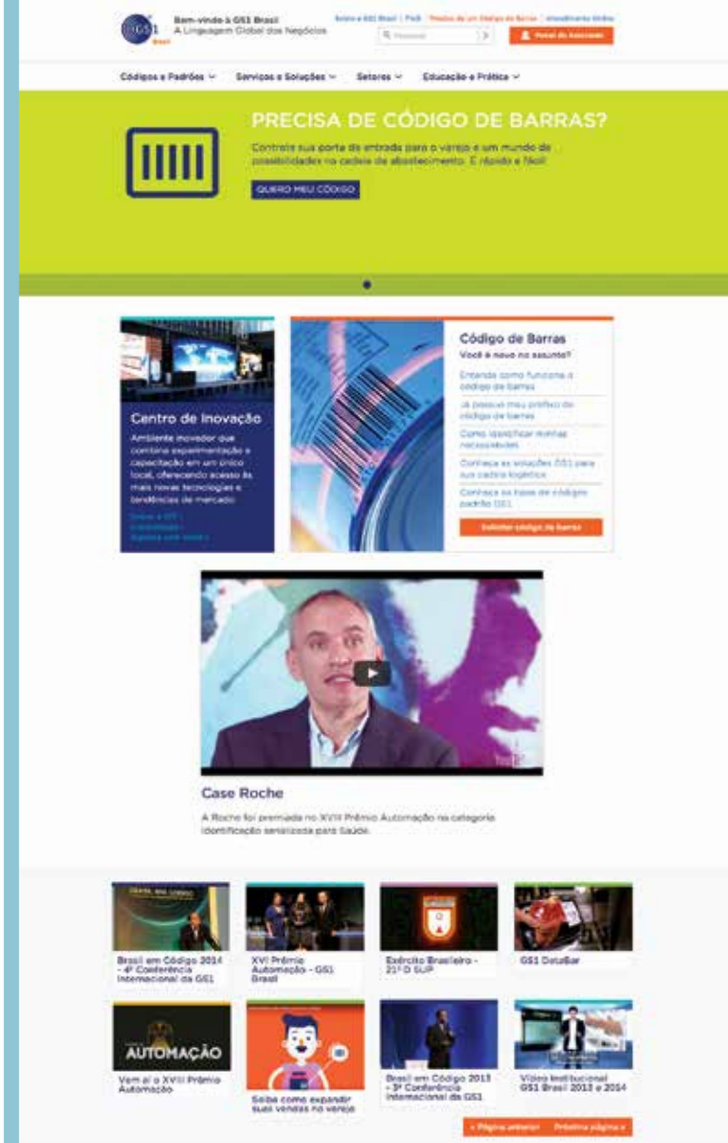
As mudanças levaram em conta opiniões de usuários, captadas pela central de atendimento; estudos de analytics, que levam em conta o comportamento dos visitantes do site; e a própria estratégia de negócios da associação. “Toda a construção foi pensada para o usuário”, afirma o gerente de Comunicação e Eventos da GS1 Brasil. A área chamada Painel do Associado foi reconstruída com muito mais funcionalidades.

New GS1 Brazil website

The GS1 Brazil website was rethought during the new global branding adoption process. It was not just about the implementation of the new brand. The website was also restructured to meet new demands of the market.” Among the improvements, the portal is now responsive,” says Coelho. “Regardless of the device used to access it – mobile phone, tablet, computer –, the website is able to identify the screen size and customize the navigation.” The new website streamlined the process of affiliation of new members, which used to take 19 minutes, and today it takes 5 to 7. The content curation has adopted a cross-browser template, that with regard to a particular subject, enables to find news, videos and other content. The changes took into account opinions of users collected by the call center, analytics studies that take into account the behavior of site visitors and the business strategy of the Association. “It has a user-centered design,” says the Communication and Events Manager at GS1 Brazil. The area called Associate Panel was rebuilt with much more features.

ACESSE O NOSSO NOVO PORTAL

Visit our new website



ACESSOS AO PORTAL *ACCESS TO THE PORTAL*

2013	**336mil** SESSÕES/VISITAS *MEETINGS / VISITS*	**199mil** VISITANTES *VISITORS*
2014	**693mil** SESSÕES/VISITAS *MEETINGS / VISITS*	**534mil** VISITANTES *VISITORS*
2015	**542mil** SESSÕES/VISITAS *MEETINGS / VISITS*	**293mil** VISITANTES *VISITORS*

RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Durante o triênio, o relacionamento com a imprensa mudou de foco. O resultado passou a ser medido como projeção da marca. A GS1 Brasil conseguiu bater recordes de inserções da marca, chegando a mil por ano. Em 2015, principalmente, a associação conseguiu alavancar a presença na televisão, com Jornal Nacional, Globo Rural e GloboNews.

"O crescimento no número e da qualidade de inserções foi fantástico", diz Frederico Coelho. Ele destaca que novidades como o Centro de Inovação e Tecnologia (CIT) foram fundamentais para alcançar esse resultado. A GS1 Brasil trabalha com uma assessoria de imprensa em São Paulo e outra na Região Sul.

Press relations

During the triennium, the relationship with the press has changed its focus. Results were now measured with branding. GS1 Brazil managed to beat brand placement records, reaching 1000 inserts per year. In 2015, primarily, the Association leveraged its presence on television, with the Globo Rural show, GloboNews and the Jornal Nacional news. "The growth in the number and quality of inserts was fantastic," says Frederico Coelho. He highlights that new initiatives such as the Center for Innovation and Technology (CIT) were key to achieving this result. GS1 Brazil works with one press office in São Paulo and another in the southern region.

MÍDIAS SOCIAIS

A comunicação digital foi uma área que se desenvolveu muito durante o triênio, dentro do conceito de comunicação integrada. As redes sociais deixaram de adotar um modelo de manutenção da comunicação e passaram a fazer parte da estratégia para alavancar o core business da organização.

A GS1 Brasil está presente no Facebook, LinkedIn, Twitter e Google Plus. A versão eletrônica da revista Brasil em Código está publicada no Issuu e vários conteúdos, no SlideShare. "Todas as redes que movimentam o mercado, que têm potencial para divulgar conteúdo, hoje em dia fazem parte da nossa estratégia", explica Coelho. "No LinkedIn, a GS1 Brasil só está atrás do Global Office em número de seguidores. No Facebook, também estamos nos top 10 em seguidores."

Social media

The digital communication area expanded very quickly during the triennium, within the concept of integrated communication. Social networks went from adopting a communication maintenance model to become part of the strategy to leverage the core business of the organization. GS1 Brazil is on Facebook, LinkedIn, Twitter and Google Plus. The electronic version of the Brasil em Código magazine is published on Issuu, and various content on SlideShare. "All networks that move the market, that have the potential to disseminate content are part of our current strategy," explains Coelho. "On LinkedIn, GS1 Brazil is only behind the Global Office in number of followers. On Facebook, we also rank among the top 10 for followers."

YOUTUBE

245 mil
VISUALIZAÇÕES
VIEWS

219
INSCRITOS NO CANAL
SUBSCRIBERS

94
VÍDEOS PUBLICADOS
PUBLISHED VIDEOS

19
VÍDEO CASES
VIDEO CASES

ACESSE O CANAL DA GS1 BRASIL
Visit GS1 Brazil channel

VÍDEOS MAIS VISTOS: *Most watched videos:*

Quer expandir suas vendas para todo o varejo?
Wants to expand its sales to all retailers?

Tutoriais do Cadastro Nacional de Produtos
Tutorials of Product National Registration

Certificação do Código de barras
Barcode Certification

O Mundo sem o Código de Barras - O armazém
The world without Barcode - The warehouse

Pesquisa até 31/12/2015
Search until 12.31.2015

FACEBOOK

+1.483

fãs interagindo com o canal do Facebook

fans interacting with the Facebook channel

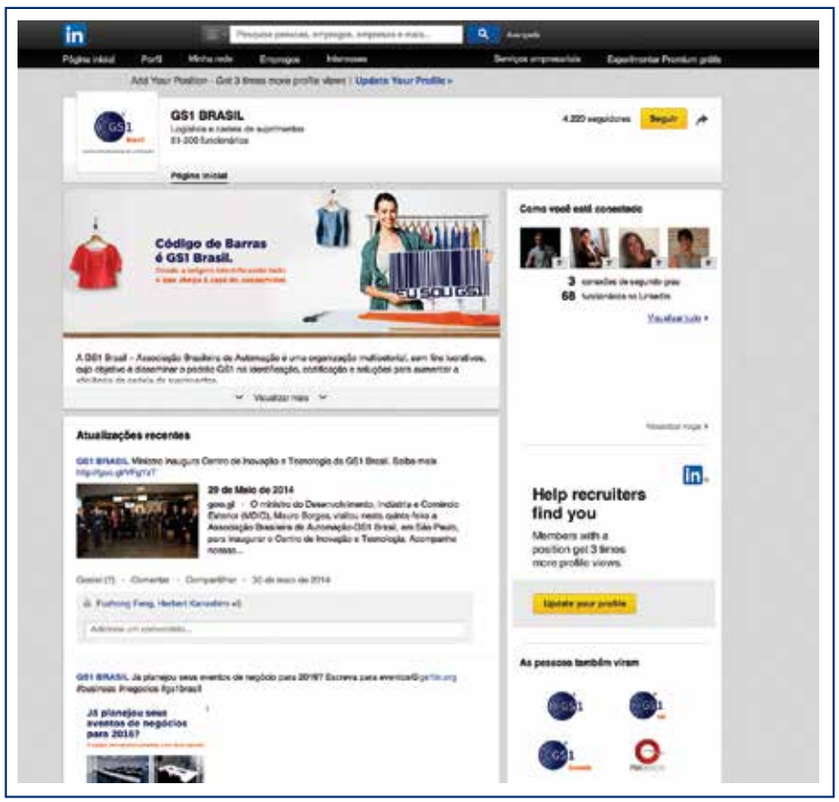
ACESSE O CANAL DA GS1 BRASIL

Visit GS1 Brazil channel

Pesquisa até 31/12/2015

Search until 12.31.2015

LINKEDIN



+4.200
seguidores no canal do LinkedIn

followers on LinkedIn channel

ACESSE O CANAL DA GS1 BRASIL

Visit GS1 Brazil channel

PRINCIPAIS SETORES QUE INTERAGEM PELO LINKEDIN: *Key sectors that interact by LinkedIn:*

8.4%

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

INFORMATION TECHNOLOGY

6.9%

LOGÍSTICA

LOGISTICS

4%

ALIMENTOS E BEBIDAS

BEVERAGES AND FOOD

3.9%

TELECOMUNICAÇÕES

TELECOMMUNICATIONS

Pesquisa até 31/12/2015

Search until 12.31.2015

BRASIL EM
CÓDIGO
30 anos
TRAJETÓRIA DE SUCESSO

BRASIL EM
CÓDIGO
ENTRE NO JOGO PARA GANHAR

BRASIL EM
CÓDIGO
PRIMAVERA TECNOLÓGICA
Soluções de RFID semeiam novas formas de gestão na cadeia de flores e plantas e prometem ganhos ainda mais expressivos

BRASIL EM
CÓDIGO
HORIZONTE ABERTO
Soluções simples e inovadoras, como o código de barras, ampliam oportunidades de negócios para pequenas e médias empresas

BRASIL EM
CÓDIGO
CADA CONSUMIDOR, UMA EXPERIÊNCIA

BRASIL EM
CÓDIGO
VISÃO DE FUTURO

BRASIL EM
CÓDIGO
CAMINHOS DA INFORMAÇÃO
Empresas têm o desafio de integrar compras físicas e virtuais, usando padrões globais para sobreviver na babel digital

BRASIL EM
CÓDIGO
SEGURANÇA EM LARGA ESCALA
Medida que implementa a rastreabilidade de medicamentos ajudará a combater falsificações e a garantir um tratamento seguro a todos

BRASIL EM
CÓDIGO
A PEÇA QUE FALTAVA

BRASIL EM
CÓDIGO
AGENDA SUSTENTÁVEL

BRASIL EM
CÓDIGO
AUTOMAÇÃO COMO ALIADA DOS NEGÓCIOS
92%

BRASIL EM
CÓDIGO
20anos.com

REVISTA BRASIL EM CÓDIGO

A revista Brasil em Código é uma publicação trimestral da GS1 Brasil, que divulga tendências e inovações tecnológicas, tendo como foco principal a importância da automação e as grandes mudanças do mercado. No quarto trimestre de 2015, a revista chegou à sua 18ª edição, tendo como reportagem principal os 20 anos do varejo online.

A revista mudou bastante durante o triênio. "Queremos levar, além de experiências do universo GS1, temas de interesse dos nossos associados", explica o gerente de Comunicação e Eventos da associação. A revista tem uma tiragem de 3 mil exemplares, e a versão digital está disponível no serviço Issuu, com mais de 20 mil acessos por edição.

Brasil em Código Magazine

Brasil em Código magazine is a quarterly publication. It changed a lot over the triennium. "We want to introduce, in addition to experiences of the GS1 universe, general topics of interest to our members", explains the Communication and Events Manager of the Association. In the fourth quarter of 2015, the magazine reached its 18th issue. The magazine has a circulation of three thousand copies, featuring the 20th anniversary of the online retail. The digital version is available on Issuu, with more than 20 thousand hits per edition.

> **"Queremos levar, além de experiências do universo GS1, temas de interesse dos nossos associados"**
>
> *"We want to introduce, in addition to experiences of the GS1 universe, general topics of interest to our members."*

Frederico Coelho
Gerente de Comunicação e Eventos
Communications and Events Manager

ACESSE TODAS AS EDIÇÕES
ACCESS ALL EDITIONS

DESTAQUES DE MATÉRIAS *Articles highlights*

CAPA][INOVAÇÃO

Tecnologia que se sente

Por Dânise Turco
Colaboração Giseli Cabrini

GS1 Brasil apresenta o Centro de Inovação e Tecnologia, iniciativa que tornará os padrões mais acessíveis para empresas e mostrará seu impacto no dia a dia das pessoas

No papel de consumidores, nem sempre pensamos quais tecnologias e padrões estão por trás das atividades que fazem parte do nosso cotidiano. Por exemplo, o alimento que chega à nossa mesa, a fabricação do medicamento aplicado em um paciente no hospital, as facilidades para usar um aplicativo no celular, o produto entregue rapidamente depois de uma compra pela internet. É difícil imaginar a complexidade de processos que acontecem nos bastidores das empresas, mas que, no entanto, já parecem automáticos para nós.

Mas a partir de agora, o que ficava apenas no plano abstrato, toma uma forma real. A GS1 Brasil – Associação Brasileira de Automação inaugura, em junho, o seu Centro de Inovação e Tecnologia (CIT), um espaço onde será possível experimentar procedimentos operacionais utilizados pela indústria e varejo, mostrando de que maneira o uso de padrões e códigos tornam as atividades mais eficientes.

Com equipamentos de ponta e demonstração de procedimentos inovadores em toda a cadeia de suprimentos, o CIT, que ocupa dois andares da nova sede da GS1, em São Paulo (SP), vai funcionar como um laboratório de ideias e práticas que refletirão na experiência de compra do consumidor final.

"A ideia de construir o CIT surgiu da necessidade de demonstrar os benefícios do uso de padrões. Temos pilhas de documentos explicando como deve ser um protocolo de RFID ou código de barras, que são soluções abstratas e intangíveis. Por isso idealizamos uma forma de explicar como esses padrões funcionam na prática", expõe o diretor de inovação e alianças estratégicas da GS1 Brasil, Roberto Matsubara.

"Acreditamos que o CIT terá impacto positivo no mercado brasileiro como um todo. Nossa proposta é inovar para estarmos na vanguarda da tecnologia. O CIT estará em constante mutação porque os padrões sempre evoluem", afirma o presidente da entidade, João Carlos de Oliveira.

Para o projeto, que vem sendo desenvolvido desde 2011, a associação selecionou alguns cenários da cadeia de suprimentos – loja de produção, operação logística e loja – para montar um verdadeiro showroom das operações das empresas.

Segundo Oliveira, a inspiração surgiu depois da visita da equipe da GS1 Brasil à Alemanha, que possui um centro de tecno

Experiência
No CIT, público poderá conferir como funcionam procedimentos operacionais com o uso de padrões GS1 e equipamentos de ponta

NÚMERO DE ACESSOS À EDIÇÃO DIGITAL *Number of access to the digital edition*

EDIÇÃO 7/2013 *EDITION 7/2013*	EDIÇÃO 8/2013 *EDITION 8/2013*	EDIÇÃO 9/2013 *EDITION 9/2013*	EDIÇÃO 10/2013 *EDITION 11/2014*	EDIÇÃO 11/2014 *EDITION 11/2014*	EDIÇÃO 12/2014 *EDITION 12/2014*
8.628	21.387	29.172	25.084	18.690	12.937

***Acessos acumulativos de cada edição** **Cumulative access of each edition*

10.865	12.973	8.443	7.349	3.394	1.178
EDIÇÃO 13/2014 *EDITION 13/2014*	**EDIÇÃO 14/2014** *EDITION 14/2014*	**EDIÇÃO 15/2015** *EDITION 15/2015*	**EDIÇÃO 16/2015** *EDITION 16/2015*	**EDIÇÃO 17/2015** *EDITION 17/2015*	**EDIÇÃO 18/2015** *EDITION 18/2015*

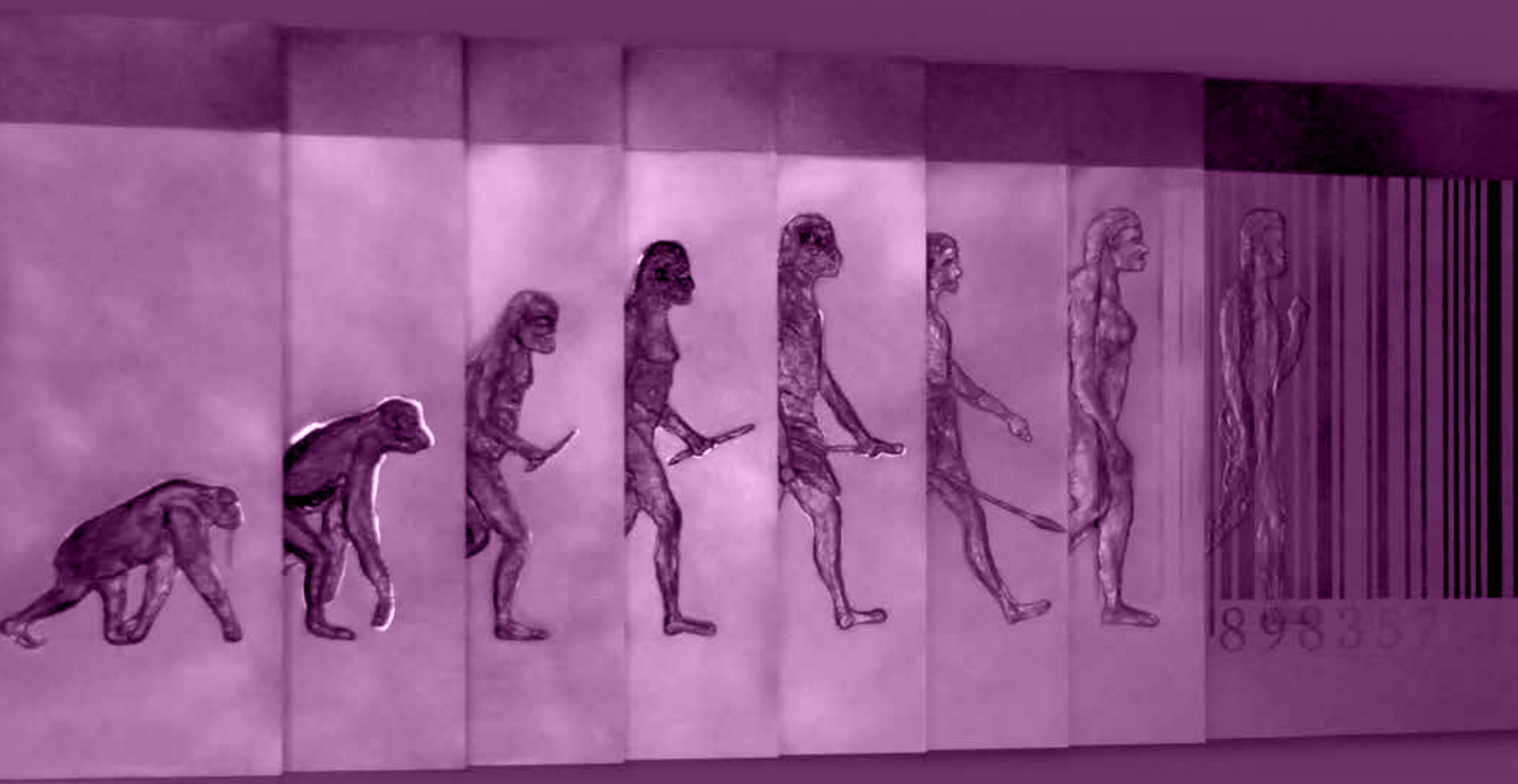
06

TRILHA DO FUTURO

Trail of the future

> **“A GS1 Brasil continuará buscando ser referência em padrões globais de identificação, captura de dados e compartilhamento de informações para promover a contínua inovação para o desenvolvimento e bem estar da sociedade”**
>
> *“GS1 Brazil will continue pursuing the benchmark in global standards for the identification, data capture and sharing of information, to promote continuous innovation for the development and welfare of society.”*

João Carlos de Oliveira
Presidente
President



Em 2014, a GS1 Brasil refez seu planejamento estratégico para os próximos cinco anos. “Determinamos nossos valores corporativos, ajustamos alguns deles, passamos a disseminá-los internamente e depois os levamos para os demais públicos”, conta João Carlos de Oliveira, presidente da GS1 Brasil, lembrando que a companhia dará continuidade a este trabalho nos próximos anos.

Para Virginia Vaamonde, CEO da GS1 Brasil, a rastreabilidade de alimentos e medicamentos são áreas que devem se desenvolver cada vez mais. “Acho isso muito importante, já que são segmentos que proporcionam mais segurança à vida das pessoas”. Isso, segundo a CEO, demostra ainda que o código de barras é muito mais do que uma representação numérica. “Existe uma inteligência que tem a finalidade de captar informações”.

Quanto ao futuro, a CEO prevê também que, assim como já vem acontecendo, códigos mais sofisticados deverão ser criados por conta da necessidade. “Os padrões GS1 estão presentes em todos os lugares, mas nós não inventamos nada que não possa ser utilizado ou que não seja uma demanda do mercado”. E, de acordo com a CEO, “a GSI está e estará sempre à frente disso”.

Silveraldo Mendes, Diretor de Processos e Atendimento ao Associado, diz que sua área seguirá trabalhando para proporcionar melhoria contínua no relacionamento e valor agregado. Segundo ele, o objetivo é garantir que “a excelência da GS1 Brasil supere as expectativas dos associados”.

Também preocupado em atender às necessidades do público final da entidade, Charles Sampaio, Diretor de Finanças e Serviços Corporativos, afirma que sua área trabalha para “entregar todo o valor e qualidade que o associado merece”.

Sobre as novidades tecnológicas previstas para os próximos anos, Roberto Matsubayashi, diretor de Inovação e Alianças Estratégicas da GS1 Brasil, acredita que o próprio código de barras continuará evoluindo. “Tem aparecido demanda por mais informações e captura automática, porque estamos falando de grandes volumes e velocidade”, diz o executivo. Neste sentido, Matsubayashi lembra que o setor de saúde, por exemplo, já adotou o código bidimensional GS1 DataMatrix.

Para ele, outra área de evolução está na identificação por radiofrequência (RFID, na sigla em inglês). “O termo Internet das Coisas nasceu das pesquisas que criaram o padrão de radiofrequência”, destaca Matsubayashi. “Falamos muito sobre o conceito em 2003, 2004, 2005, e hoje virou moda”, observa.

Por fim, João Carlos de Oliveira, presidente da GS1 Brasil, observa que a associação continuará dedicada a “ser referência em padrões globais de identificação, captura de dados e compartilhamento de informações”. A finalidade com isso é, segundo João Carlos, “promover a contínua inovação para o desenvolvimento e bem estar da sociedade”.

In 2014, GS1 Brazil redesigned its strategic planning for the next five years. “We have determined our corporate values, adjusting some of them, we started spreading them internally and then took them to other audiences,” says João Carlos de Oliveira, President of GS1 Brazil, noting that the company will continue this work over the next few years. For Virginia Vaamonde, CEO of GS1 Brazil, traceability of foods and medicines are areas that should expand more and more. “I think that’s very important, as these segments provide more security to people’s lives.” This, according to the CEO, further demonstrates that the bar code is much more than a numeric representation. “There is an intelligence designed to capture information.” As for the future, the CEO also estimates that – and this is happening already – more sophisticated codes will be created to meet the demand. “GS1 standards are everywhere, but we didn’t invent anything that cannot be used or that is not a market demand.” And, according to the CEO, “GSI is and will always be ahead of that.” The Director of Processes and Member Services Silveraldo Mendes says that his area will continue working to offer continuous relationship improvements and added value. According to him, the goal is to ensure that “the excellence of GS1 Brazil exceeds the members’ expectations.” Also concerned about meeting the needs of their end consumers, Charles Saad, Director of Finance and Corporate Services, claims that his area works to “deliver all the value and quality that the associate deserves.” On the technological innovations planned for the next few years, Roberto Matsubayashi, Director of Innovation and Strategic Alliances at GS1 Brazil, believes that the bar code itself will continue to evolve. “There is an increasing demand for more information and automatic capture, because we’re talking about large volumes and speed”, says the Executive. In this sense, Matsubayashi recalls that the health sector, for example, have adopted the GS1 DataMatrix two-dimensional code. For him, another area of development is the radio frequency identification – RFID. “The Internet of Things term was born from researches that created the radio frequency standards,” highlights Matsubayashi. “We talked a lot about the concept in 2003, 2004, 2005, and today it has become a trend,” he observes. Finally, João Carlos de Oliveira, President of GS1 Brazil, notes that the Association will continue to make efforts towards “being a reference in global standards for the identification, data capture and sharing of information.” According to João Carlos, the purpose is “to promote the continuous innovation for the development and welfare of society.”

GS1
Brasil
ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE AUTOMAÇÃO

Entrevistados *Interviewed*

PRESIDENTE *President*

João Carlos de Oliveira

CEO

Virginia Villaescusa Vaamonde

DIRETORES *Directors*

Charles Sampaio
Finanças e Serviços Corporativos

Finance and Corporate Services

Roberto Matsubayashi
Inovação e Alianças Estratégicas

Innovation and Strategic Alliances

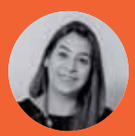
Silveraldo Mendes
Processos e Atendimento ao Associado

Processes and Customer Service Associate

GERENTES *Managers*

Frederico Bellini Coelho
Gerente de Comunicação e Eventos

Communications and Events Manager



Marina Fernandes Pereira
Gerente de Inteligência de Mercado

Market Intelligence Manager

Ana Paula Vendramini Maniero
Gerente de Negócios

Industry Engagement Manager

Liliam Vanessa dos Santos
Gerente de Relações Institucionais

Institutional Relations Manager

Paulo Aparecido Crapina
Gerente de Produtos

Product Manager

Flavia Ponte Costa
Gerente de Educação

Education Manager

GS1 BRASIL

Presidente	João Carlos de Oliveira
Vice-Presidentes	Antônio Carlos Leão José Humberto Pires de Araújo Maria Eugenia Proença Saldanha Paulo Hermínio Pennacchi Pedro Zidoi Sdoia Wanderlei Saraiva Costa
Conselho Fiscal	Eber Almeida Martins Eliseu Scorsim José Roberto Prado Reinaldo Rodrigues de Oliveira Sussumu Honda Thomas Eckschmidit
CEO	Virginia Villaescusa Vaamonde
Diretores	Charles Sampaio Roberto Matsubayashi Silveraldo Mendes
Coordenação Editorial	Kleber Alves Pinto Andrea Palmer Rezende

---

S2PUBLICOM

Entrevistas e Redação	Renato Cruz Nilton Tuna Mateus
Identidade Visual e Diagramação	Núbia Honorato Felipe Uehara
Gerente de Projeto	Natália Castilho
Coordenadora do Projeto	Daniela Marques

GS1 Brasil

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO