

6

Considerações Finais

6.1.

Aspectos Gerais

O principal objetivo da autora neste trabalho foi apresentar como a tecnologia RFID pode auxiliar o processo de Logística de *Merchandising* através da eficiente leitura e envio de informações agregando valor na cadeia de suprimentos. Sendo assim, na busca por uma operação eficiente, a visibilidade e a rastreabilidade de todo o processo se destaca, com efeito, em toda a cadeia.

Atualmente, existe uma forte tendência das empresas e indústrias na adoção de novas tecnologias em seus processos como forma de ganhar alta produtividade e vantagem competitiva e o estudo de caso em questão reflete esta realidade.

Segundo Nogueira *apud* Hill (2004), é importante que a adoção da tecnologia de RFID por uma Empresa além de considerar todos os custos relativos às mudanças físicas na operação, na infra-estrutura de rede e interfaces (*softwares*, *hardwares* e integração) venha precedida de um estudo piloto. O forte monitoramento deste piloto é fundamental para minimizar riscos, ou pelo menos, definir os desafios associados à implantação da nova tecnologia. Segundo o autor, deve ser dada uma atenção especial a alguns passos iniciais como, por exemplo: levantamento do perfil das operações, refinamento do processo e da infra-estrutura e ainda determinação das necessidades dos parceiros. A consequência do desenvolvimento desses passos segundo o autor proporciona uma base real para avaliação objetiva e o potencial do RFID e sistemas relacionados.

Como foi possível observar neste trabalho, o estudo de caso apresentado é um estudo piloto na Companhia Souza Cruz cujo objetivo se encaixa nos descritos acima.

No item seguinte, será dada maior visibilidade às contribuições identificadas pela Companhia Souza Cruz no uso da tecnologia RFID no referido estudo de caso.

6.2. Abordagem sobre o Estudo de Caso

No atual cenário de marketing onde o ponto de venda ganha relevância e para suportar as crescentes necessidades de dinamismo da comunicação, a tecnologia RFID surge como uma oportunidade para aumentar a eficiência e o controle do processo de gestão de *merchandising* através do monitoramento da aderência entre a execução e o planejamento das atividades de marcas e *merchandising*.

No estudo de caso apresentado, o principal objetivo da Companhia Souza Cruz na adoção da tecnologia RFID foi buscar a identificação precisa das peças e materiais de comunicação instalados nos varejos, eliminando divergências de cadastro e peças instaladas, contribuindo para a correta colocação da comunicação das plataformas de marcas nos varejos conforme planejamento da área de Marcas. O fato de se poder obter a visualização do que realmente está acontecendo no campo proporciona o correto investimento em ações de marcas que possam de fato atingir os objetivos estratégicos de curto e longo prazo da Companhia.

Apesar disso, a adoção da tecnologia RFID promoverá um nível de rastreabilidade das informações e acuracidade jamais obtidos pela Companhia. Apesar de o projeto piloto ter sido interrompido desde o ano de 2008, a utilização da tecnologia apresentou-se eficiente, sendo paralisada dentre outros motivos principalmente por questões de viabilidade financeira, já que o valor da etiqueta RFID e do *hardware* utilizado é muito alto, não compensando a utilização em escala na operação da Companhia. Possivelmente, com o desenvolvimento, crescimento e expansão da tecnologia no mundo, este custo se reduza podendo ser utilizado em maior escala não só na Logística de *Merchandising*, mas também na logística de distribuição dos cigarros.

Considerando os potenciais benefícios tangíveis e intangíveis no uso da tecnologia RFID que podem ser apurados nos processos da Companhia, como a

acuracidade dos cadastros das peças de *merchandising*, redução do coeficiente de incerteza utilizado nos lotes de compras de materiais gráficos, acompanhamento da implementação das ações de marketing no campo (efetivação da ação no campo, tempo de permanência de cada ação entre outros) e ainda melhor utilização da estrutura própria (maior produtividade da força de trabalho) é notável que melhorias nos processos operacionais sejam obtidas.

Além disso, a utilização das etiquetas RFID promove a obtenção das informações de forma mais acurada, sendo assim quando todos os integrantes da cadeia de suprimentos estiverem utilizando a tecnologia, haverá o estreitamento do relacionamento evoluindo assim para sistemas relacionais integrados.

Apesar disso, muitos são os aspectos que impactam a utilização plena desta nova tecnologia. Abaixo seguem alguns desses aspectos citados por Nogueira (2005):

- A necessidade de se estar preparado para administração da alta quantidade de dados que são gerados numa base contínua, tornando-se visível a necessidade de desenvolvimento de *softwares* com capacidade de exploração das informações, fazendo com que as mesmas possam circular por toda a cadeia;
- A falta de padrões universais de especificação de etiquetas, de alocação de frequências e sistemas de comunicações;
- O alto custo das etiquetas;
- Problemas técnicos existentes com o nível atual da tecnologia RFID, como por exemplo, o tipo de material utilizado.

Muitos são os benefícios e as vantagens competitivas que podem ser obtidas com a utilização da tecnologia RFID na cadeia de suprimentos pelas empresas. Para cada tipo de negócio os benefícios são diferentes e para se saber a viabilidade da utilização da tecnologia o ideal é se iniciar os estudos com um projeto piloto como foi o caso da Companhia em questão.

Os aspectos abordados por Nogueira (2005) como padrões globais, custos e integração dos sistemas são fundamentais para o sucesso da utilização da tecnologia RFID.

Neste trabalho, também se pretendeu servir de inspiração para o desenvolvimento de outras pesquisas sobre este tema, que cada vez mais vem sendo utilizado pelas diversas empresas em diferentes aplicações, mas todos com certeza, com o principal objetivo de se obter vantagem competitiva frente ao atual mundo globalizado.