

O RFID está na moda

A adoção do RFID (Identificação por Frequências de Rádio) já é uma realidade em todo o mundo e seu nível atual de maturidade é suficiente para uma ampla adoção pelas empresas. Embora as maiores companhias, tanto fornecedoras de soluções e equipamentos como as que estão adotando a tecnologia, sejam norte-americanas, o cenário brasileiro é promissor e as empresas que iniciam suas operações no país estão se adequando a essa demanda. Especificamente no ramo têxtil, é comum ouvir que o RFID está na moda. Entre os principais motivos para o expressivo aumento do interesse nessa tecnologia estão o barateamento significativo de etiquetas e equipamentos, a maior qualificação das empresas que oferecem as soluções e as linhas de crédito mais acessíveis.

O governo federal já planeja implementar em território nacional o Brasil-ID (Sistema de Identificação, Rastreamento e Autenticação de Mercadorias). O projeto baseia-se no uso do RFID para realizar, dentro de um padrão único, a identificação, o rastreamento e a autenticação de mercadorias em produção e circulação no país. A intenção é desenvolver uma infraestrutura tecnológica capaz de integrar, simplificar, desburocratizar e acelerar o processo de produção, logística e fiscalização de mercadorias.

Existem no mercado sistemas largamente implementados pelo varejo e que já estão integrados com o RFID, como, por exemplo, os PDVs. Em conjunto, as tecnologias permitem um recebimento mais rápido e eficiente de mercadorias e dão acesso a um amplo volume de informações sobre os produtos, por causa da

capacidade superior de armazenagem das etiquetas. A integração com outras soluções, como WMS e CRM, deve ocorrer em um futuro próximo e possibilitará ao varejista a identificação dos clientes no ato da compra, fornecendo-lhes informações para uma abordagem mais personalizada.

De modo geral, o RFID é capaz de quintuplicar a produtividade e aumentar para cerca de 99,9% a precisão dos estoques, alavancando as vendas. A tecnologia também diminui custos com mão de obra e retrabalho, elimina erros de expedição e aumenta a lucratividade das empresas para seus acionistas. Outros benefícios, como maior rastreabilidade dos itens na cadeia de suprimentos e disponibilização da informação em tempo real para a rápida correção de falhas, podem ser sentidos.

Mas existem alguns aspectos a serem melhorados. É preciso baratear ainda mais o custo desses equipamentos, dando início à produção nacional. Também é necessário disseminar o conhecimento em RFID e desenvolver componentes menores e de mais fácil instalação e configuração. A tecnologia RFID é algo muito amplo e seu campo de atuação está apenas em sua forma inicial. Acredita-se que já neste ano novas empresas passarão a adotar a solução. Enfim, o "RFID está na moda". ✂

CLAUDIO LANDSBERG É DIRETOR DA LINX PREVENÇÃO DE PERDAS.

CLAUDIO.LANDSBERG@LINX.COM.BR

DANIEL MAYO É DIRETOR DA LINX LOGÍSTICA E DA LINX FAST FASHION.

CONTATO@LINX.COM.BR