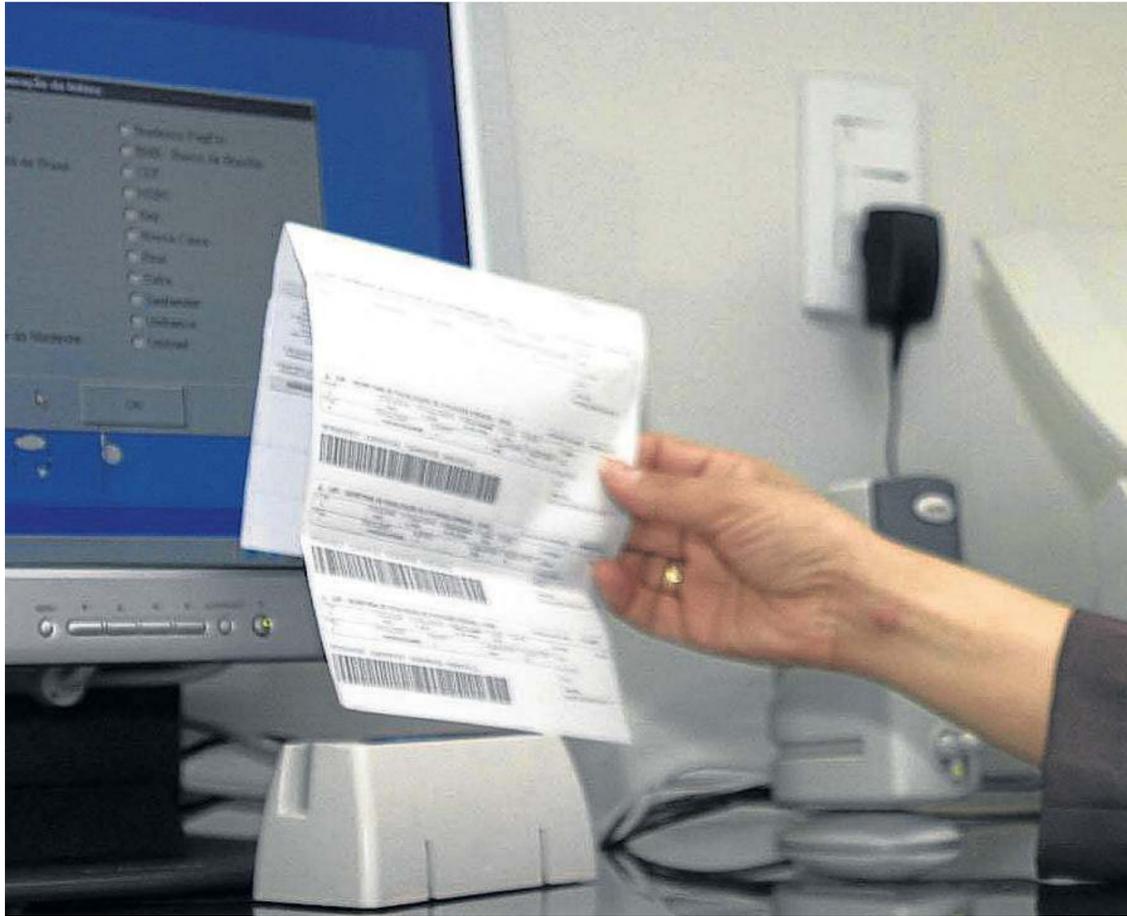


COMÉRCIO/ Após 50 anos, a marca, que serve para registrar os preços dos produtos, será substituída, até 2027, pelo QR Code

Breno Fortes/CB/D.A Press



Pagamento de contas com o uso do código de barras está com os dias contados. Em dois anos, a tecnologia será substituída pelos códigos 2D

Código de barras vai se aposentar

» FERNANDA STRICKLAND

São Paulo — Em 26 de junho de 1974, um pacote de chicles de tutti frutti foi o primeiro produto escaneado em um caixa de supermercado nos Estados Unidos. Aquele momento inaugurou a era do código de barras, tecnologia que mudou o comércio global ao permitir filas menores, estoques mais organizados e logística mais eficiente. Cinco décadas depois, esse símbolo do consumo começa a se despedir. A GSI, entidade internacional que regula o sistema, prevê que até 2027 o modelo linear será substituído por códigos 2D, como o QR Code.

O conceito do código de barras foi criado em 1952 e padronizado em 1973 no formato EAN-13. Cada produto passou a ter um número único, o GTIN (Global Trade Item Number), traduzido em barras lisas nos caixas. Hoje, são mais de 6 bilhões de escaneamentos por dia em todo o mundo. “É o documento de identidade dos produtos, o que permite que eles circulem no mercado global”, explica Laurence Vallana, diretora da SES Imagotag. Porém, o QR Code pode armazenar até 100 vezes mais dados que o código de barras tradicional e, por isso, amplia significativamente as informações disponíveis ao consumidor. Além de preço e identificação, o código 2D possibilita o acesso imediato à tabela nutricional do produto, à origem de seus ingredientes, às certificações ambientais e de segurança, aos dados de validade e lote, além de direcionar para links com promoções e conteúdos digitais.

O código foi criado em 1994, no Japão, pelo engenheiro Masahiro Hara, da empresa Denso Wave, uma subsidiária da Toyota. A ideia surgiu da necessidade da indústria automotiva de desenvolver um sistema capaz de armazenar mais informações do que o código de barras comum e de ser lido com rapidez em diferentes ângulos.

Inicialmente, o QR Code era usado para rastrear peças em linhas de montagem e logo ganhou aplicações em diversos setores por sua capacidade de armazenar grande volume de dados e ser facilmente escaneado por câmeras

digitais. Nos últimos anos, ele ganhou enorme popularidade e se consolidou como uma das ferramentas digitais mais usadas no dia a dia. A tecnologia, que antes era restrita a setores industriais, passou a ser adotada em larga escala no comércio, nos serviços e até por órgãos públicos.

A pandemia de covid-19 acelerou esse processo: menus digitais em restaurantes, pagamentos por aproximação, check-ins de segurança e certificados de vacinação fizeram do QR Code uma ferramenta presente em praticamente todos os setores. Com a disseminação dos smartphones, que permitem a leitura imediata pela câmera, o código se transformou em um elo direto entre produtos, serviços e consumidores, ampliando sua relevância no mercado global. “É uma revolução silenciosa, mas inevitável”, afirma João Carlos de Oliveira, presidente da GSI Brasil.

Padronização

Para Pedro Di Martino, gerente de relações institucionais da Associação Brasileira de Automação-GSI Brasil, a padronização do QR Code é um dos pilares da estratégia da GSI para a rastreabilidade da cadeia e a disponibilização de informações detalhadas sobre os produtos. “A GSI, que já é responsável pela identificação de itens através do número global de identificação do item (JETIM) e do código de barras linear (código 1D), está trabalhando na evolução para o código 2D, o QR Code Digital Link.” Segundo Di Martino, “a principal vantagem do QR Code padronizado pela GSI é permitir que os consumidores, ao usarem seus celulares, tenham acesso direto e padronizado a informações detalhadas sobre o produto.”

Isso significa que, independentemente do produto ou da marca, se o QR Code seguir os padrões da GSI, o consumidor poderá encontrar informações como tabelas nutricionais, normas técnicas e certificações que o produto precisa, dados de conformidade, especialmente relevantes para o programa Conformidade para Todos, e data de validade, o que pode, inclusive, impedir a venda de produtos vencidos no ponto de venda, beneficiando tanto



o consumidor quanto o lojista.

Pedro explica que, o QR Code é uma imagem que leva a uma URL (link). “A GSI trabalha para que esse link siga um formulário padrão, garantindo que as informações estejam sempre disponibilizadas no mesmo lugar de forma estruturada. O JETIM continua sendo a chave de acesso e identificação do produto, mas outras informações são agregadas de maneira padronizada através desse link do QR Code.”

Sobre a integração com o Cadastro Nacional de Produtos (CNP), Di Martino destaca: “As informações do programa ‘Conformidade para Todos’, incluindo as normas e

certificações que o produto precisa, não estarão diretamente dentro do JETIM, mas sim dentro do Cadastro Nacional de Produtos (CNP). O JETIM, que estará no QR Code, servirá como a chave que ‘abre a pasta’ onde essas informações estão armazenadas na base de dados da GSI.”

Ele também projeta que “a GSI espera que o QR Code se torne o principal identificador no médio prazo, substituindo o código de barras linear. Haverá uma fase de transição em que ambos os códigos coexistirão. Isso se deve à necessidade de a indústria se adaptar, considerando o investimento em rótulos e processos. Os leitores de código de barras nos pontos de venda já são ‘flexíveis’ e conseguem ler tanto códigos de barras quanto QR Codes, facilitando essa transição. A meta da GSI é que até 2028 essa transição esteja mais confortável e consolidada no Brasil, com o QR Code mais espalhado em diversos setores além do material de construção.”

Di Martino ressalta ainda que “a padronização do QR Code e a disponibilização de dados via Digital Link são cruciais para todos os setores. Embora o foco inicial do programa ‘Conformidade para Todos’ tenha sido materiais de construção, outros setores como pneumáticos, cosméticos e agro-tóxicos estão na fila para aderir e se beneficiar da padronização de informações via QR Code. “O varejo alimentar também é um foco futuro para automatizar informações de validade e conformidade com regulamentações específicas.”

“É importante ressaltar que a GSI não determina o preço dos produtos. Essa é uma decisão do varejista ou do dono da marca. O QR Code facilitará o acesso a informações sobre o produto, mas não ao seu preço, que continuará a ser exibido nas gôndolas por exigência legal. Além disso, a iniciativa se alinha a movimentos globais como o Passaporte Digital do Produto (DPP) na Europa, que visa rastrear todo o ciclo de vida de um item, incluindo informações de sustentabilidade e logística reversa. O ‘Conformidade para Todos’ e a padronização do QR Code são passos nesse sentido.”

*A repórter viajou a convite da GSI Brasil

Brasil S/A
por Antonio Machado



machado@cidadebiz.com.br

Essa luta é nossa

Das poucas certezas derivadas da ansiedade de Donald Trump em ter de volta o esplendor do poderio dos EUA a maior de todas não está nas sequelas do tarifaço. Dele, é possível contornar e sobreviver.

Mais certo é o fim do sistema de regras do comércio global devido ao mercantilismo protecionista da China, a despeito de sua suposta defesa do multilateralismo, e ao uso das tarifas como instrumento dissuasório por Trump. Está clara a preferência das duas potências pelo sistema baseado no poder, e poder econômico e militar ninguém mais tem. Muito menos o Brasil, e essa é a realidade a considerar.

É de pouca serventia, neste contexto, entrar no jogo de Trump, em especial ao usar as tarifas como contrapartida para questões não comerciais, como a migração, a entrada de fentanil nos EUA, guerra na Ucrânia e o processo no STF contra o golpismo de Jair Bolsonaro (personalizando como algoz o ministro Alexandre de Moraes, relator do caso e, por isso, vítima de sanções que começam a se estender a figuras do governo pelos mais improváveis e fúteis motivos).

É uma intromissão na política doméstica, um atentado à soberania nacional, como afirma, de forma cada vez mais incisiva, o presidente Lula? Sim, é. “O Brasil não vai ficar de joelho para o governo dos EUA”, declarou esta semana, respondendo a um comentário de Trump segundo o qual o Brasil é “um mau parceiro comercial”. Mas talvez, no mais das vezes, é ignorar o agressor verbal, como fez a maioria dos governantes agredidos pelas tarifas e humilhações pontuais. A indiferença toca mais o valentão que respondê-lo.

Há fundamentos para ser mais soberbo que a arrogância calculada de Trump e seus secretários. Lembra, segundo um dos analistas da Bloomberg, a estratégia de Muhammad Ali de se apoiar nas cordas do ringue de boxe enquanto seu oponente gastava energia socando-o. Ao vê-lo cansado, Ali reaparecia no ringue para nocautear-lo com um uppercut indefensável.

Tome-se a exigência nos acordos com a União Europeia e a Índia, tributadas com 15% e 19%, respectivamente, para que abrissem seus mercados às exportações dos EUA. Mas, tirando produtos agrícolas e armas, o que podem vender à custa dos produtores domésticos desses países? O mesmo se aplica à exigência de investir nos EUA, US\$ 500 bilhões, no caso do Japão. Mas tais negócios já são comuns. A novidade é ele cantar vitória para o público interno. Que cante!

Globalização não esmoreceu

O relevante a considerar é que a globalização ainda não deu sinal de que vai ruir. Até pode. Mas há forças respeitáveis a mantê-la.

Um relatório da Moller-Maersk, gigante dinamarquesa de transporte marítimo, diz que há uma demanda “surpreendentemente resiliente” a despeito dos EUA, e estimou que os volumes globais de contêineres poderiam aumentar em até 4% este ano.

Medida pelas importações, a maioria não envolve EUA, responsáveis por apenas 14% do total. China responde por 9% das importações; 6% a Alemanha; Inglaterra, 4%; França, 3%; e o resto, por 64%, Brasil incluído. Chris Bryant, da Bloomberg, refletiu que os EUA podem ter ajudado a impulsionar a globalização depois da 2ª Guerra, mas “não podem, por si só, reverter a interdependência econômica global”.

Por quê? Porque, diz, “os ganhos de prosperidade com a vantagem comparativa e transporte de contêineres de baixo custo são grandes demais para o resto do mundo ignorar”. Além disso, os EUA podem ainda ser o mercado para o qual todos querem vender, mas há outro motor econômico no mundo de hoje: a China, que foi o foco original da guerra comercial até que Trump decidiu brigar com todo mundo.

Tais considerações têm chegado à mesa de Lula ou sua verborragia em defesa da soberania vem das razões eleitorais, reforçadas pela convicção de seus apoiadores de que a reeleição corre menos riscos enquanto estiver no ar o fantasma de Bolsonaro e do golpismo? Por razões apenas econômicas, nada justifica lamentar a indiferença de Trump com os pedidos ignorados de Lula para abrir negociação.

País está sem estratégia

No fundo, mais que o tarifaço e as ingerências da Casa Branca em nossos assuntos internos, o que constitui, verdadeiramente, ameaça é a ausência de uma estratégia ativa e não reativa como tem sido desde o desmanche dos investimentos nos anos 1980 — razão da estagnação do desenvolvimento vis-à-vis as economias emergentes e dos desenvolvidos, disfarçada, parcialmente, com as transferências de renda e subsídios estatais. Nosso mercado de consumo de massa, por tais razões, continua potencial, inibindo economias de escala.

Segundo o economista Jorge Arbache, “no novo contexto global, o Brasil deixou de ser um ator discreto. Suas posições passaram a ser não apenas notadas, mas, também, questionadas e, por vezes, combatidas. Isso porque a lógica dominante hoje é de jogo de soma zero: ganhos de um lado são percebidos como perdas do outro. Nesse ambiente, qualquer movimento estratégico do Brasil pode ser interpretado como ameaça ou reposicionamento de poder.” E segue:

“O problema é que o país ainda parece pouco preparado para essa dinâmica. Falta no governo, no setor privado e mesmo na academia uma infraestrutura robusta de conhecimento estratégico para embasar decisões e antecipar movimentos no tabuleiro global. Um exemplo recente foi o choque das tarifas comerciais impostas pelos EUA. A reação oficial foi de surpresa, mas, na realidade, esse era um risco previsível.” E isso por quê? Por nos faltar projeto.

Em 1980 estávamos no 48º lugar no ranking global do Banco Mundial do PIB per capita medido pela paridade de poder de compra. Hoje, estamos no 87º. A Coreia do Sul em 1980 representava 45% do nosso PIB per capita, até 2030 representará o triplo. O da China, 138%.

Se não tem tu vai tu mesmo

Paramos de evoluir há 45 anos. Essa é a noção que nos interessa em meio à volatilidade geopolítica. É só o empresariado, atual e futuro, não o governo sozinho, qualquer governo, tem condições de nos recolocar enquanto país no processo de criação de riquezas.

Governos passam e o mercado fica. Cabe-nos ‘iluminar’ a política. Sem reformas de fundo do gasto público, mal direcionado quase ao nível do desperdício, além de olhar atento ao investimento que adicione valor ao que temos vantagens (energia e água abundantes, redes de dados integradas ao Pix e à logística de distribuição até para tirar os Correios da miséria, pobres com renda garantida e, ao mesmo tempo, trabalhando à margem do emprego formal e da tributação-exasperante). Tudo isso é insumo para o dinamismo econômico.

Isso é concreto e tem direção. Não tem quem o pilote. Os partidos não têm propostas nesse sentido nem dialogam com tais demandas que são fortes no país, embora políticos como Ratinho Jr., Tarcísio de Freitas e Gilberto Kassab assimilaram tais conceitos. O governo é que ainda flana, desatento a que a China tem razões tão imperiais quanto os EUA. Estamos na base do “se não tem tu vai tu mesmo”.

AS CANDIDATAS LARANJA NAS ELEIÇÕES PASSADAS