



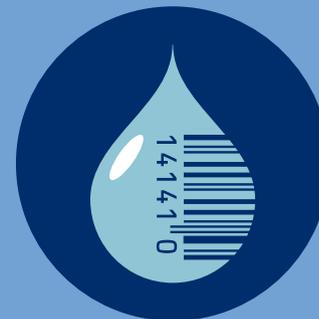
ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE AUTOMAÇÃO

A Linguagem Global dos Negócios

# Relatório de Sustentabilidade 2015

## Sustentabilidade em Código







# Índice

<b>Sobre o Relatório</b> .....	<b>5</b>	<b>Parte 2 - Relacionamento</b> .....	<b>72</b>
<b>Sobre a GS1 Brasil - Associação Brasileira de Automação</b> .....	<b>9</b>	Relação com os associados .....	73
<b>Mensagem do Presidente</b> .....	<b>14</b>	Responsabilidade da GS1 Brasil perante a cadeia de valor .....	92
<b>Entrevista com a CEO</b> .....	<b>16</b>	Satisfação do consumidor final .....	104
<b>Parte 1 - Gestão</b> .....	<b>20</b>	Educação, capacitação e treinamentos externos .....	111
Governança corporativa e valores .....	21	<b>Parte 3 - Mercado</b> .....	<b>118</b>
Desenvolvimento dos colaboradores diretos, atração e retenção de talentos .....	32	Benefícios dos padrões e soluções GS1 .....	119
Gestão de marca e comunicação .....	58	Inovação e tecnologia .....	130
		<b>Sumário GRI</b> .....	<b>136</b>



Nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade marca um novo momento na cultura da **GS1 Brasil - Associação Brasileira de Automação**: a sustentabilidade como parte da nossa estratégia de negócio, gerando valor para nossos colaboradores, associados e fornecedores, governo, comunidade e parceiros. Reúne também nossas principais práticas, resultados, conquistas e desafios em 2015, além da nossa visão de futuro.

[G4-3]

# Sobre o Relatório

Elaborado de acordo com as diretrizes G4, nível Essencial, da Global Reporting Initiative (GRI), este relatório integra nossas informações socioambientais no Brasil de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2015.

[G4-28, G4-30, G4-32]

Por se tratar de uma publicação inédita da GS1 Brasil, seu desenvolvimento teve início com a inclusão do tema da sustentabilidade nas nossas prioridades estratégicas e com o entendimento do nosso papel como integrador e influenciador desse tema perante nossos associados e parceiros. [G4-29]

Seguindo a metodologia da GRI, o próximo passo foi identificar temas relevantes para o nosso negócio, com base nas percepções dos diversos públicos com os quais nos relacionamos. Colaboradores, associados, órgãos governamentais, fornecedores, jornalistas e entidades foram convidados a compartilhar suas opiniões sobre os impactos positivos e negativos da nossa atuação, bem como a respeito do nosso compromisso com a sustentabilidade na atualidade e no futuro. Analisamos, também, as nossas políticas internas, documentos setoriais e pesquisas sobre tendências, e buscamos referências globais para esse estudo. [G4-25]

Essa iniciativa foi fundamental para

promovermos o engajamento com os nossos *stakeholders* e proveu um valioso *feedback* sobre nossas atividades. [G4-18, G4-24, G4-26]

Após uma etapa de priorização e validação, com a participação da nossa liderança, chegamos a uma lista de assuntos de grande relevância para a nossa gestão e o nosso segmento de atuação, que devemos constantemente monitorar, reforçar e melhorar: [G4-18, G4-19, G4-27]

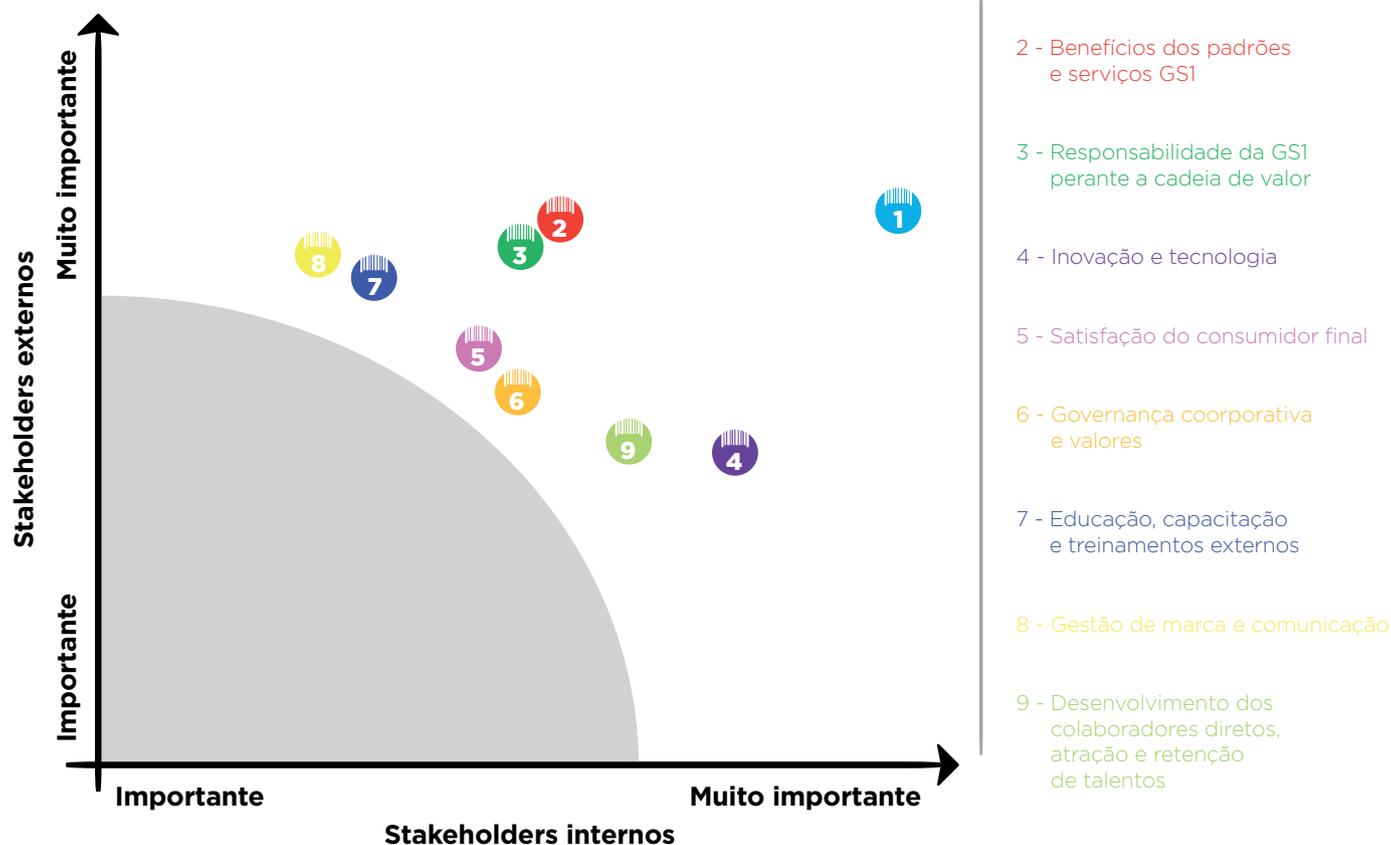
- Governança corporativa e valores;
- Desenvolvimento dos colaboradores diretos, atração e retenção de talentos;
- Gestão da marca e comunicação;
- Relação com os associados;
- Responsabilidade da GS1 Brasil perante a cadeia de valor;
- Educação, capacitação e treinamentos externos;
- Satisfação do consumidor final;
- Benefícios dos padrões e serviços da GS1;
- Inovação e tecnologia.

Conectados com a nossa estratégia e com os nossos valores corporativos, esses temas também representam os nossos principais compromissos com a sociedade e o mercado, qualificando esta publicação como um importante instrumento de gestão em curto, médio e longo prazo.

LISTAS DE TEMAS MATERIAIS	IMPORTÂNCIA PARA A GS1 <sup>1</sup>	INFLUÊNCIA PARA OS STAKEHOLDERS <sup>1</sup>	IMPACTO DENTRO (D), FORA (F), DENTRO E FORA (D,F) <sup>2</sup> [G4-20, G4-21]	ASPECTOS GRI CORRELACIONADOS [G4-19]
Governança corporativa e valores	Alta	Muito Alta	D/F	Missão, Visão, Valores, Estrutura Organizacional, Valor econômico gerado e distribuído, Governança, Processos, Gestão de Riscos, Ética e <i>Compliance</i> .
Desenvolvimento dos colaboradores diretos, atração e retenção de talentos	Muito Alta	Alta	D	Emprego, Relações Trabalhistas, Treinamento e Educação, Diversidade e Igualdade de Oportunidades, Igualdade de Remuneração para Mulheres e Homens, Saúde e Segurança
Benefícios dos padrões e serviços da GS1	Muito Alta	Muito Alta	D/F	Produtos e Serviços, Satisfação dos Associados, Segurança da Informação, Regulamentação, Mecanismos de Queixas e Reclamações, Impactos econômicos indiretos
Satisfação do consumidor final	Alta	Muito Alta	D/F	
Relação com os associados	Muito Alta	Muito Alta	D/F	
Responsabilidade da GS1 pela cadeia de valor	Muito Alta	Muito Alta	D/F	Impactos econômicos indiretos significativos
Inovação e tecnologia	Alta	Muito Alta	D/F	Não há aspectos materiais diretamente relacionados a este tema material
Gestão da marca e comunicação	Alta	Muito Alta	F	Não há aspectos materiais diretamente relacionados a este tema material
Educação, capacitação e treinamentos externos	Alta	Muito Alta	F	Não há aspectos materiais diretamente relacionados a este tema material

<sup>1</sup> Definida pelo número de citações durante as consultas com os públicos interno e externo. <sup>2</sup> Dentro: nas atividades da GS1; fora: em sua cadeia de valor.

## Matriz de materialidade



1 - Relação com os associados

2 - Benefícios dos padrões e serviços GS1

3 - Responsabilidade da GS1 perante a cadeia de valor

4 - Inovação e tecnologia

5 - Satisfação do consumidor final

6 - Governança corporativa e valores

7 - Educação, capacitação e treinamentos externos

8 - Gestão de marca e comunicação

9 - Desenvolvimento dos colaboradores diretos, atração e retenção de talentos

Nosso Relatório de Sustentabilidade também está disponível on-line, na versão em português, em: [www.gs1br.org/sustentabilidade/governanca/relatorio-sustentabilidade](http://www.gs1br.org/sustentabilidade/governanca/relatorio-sustentabilidade)

Para conhecer mais sobre a GS1 Brasil, visite também o nosso site corporativo: [www.gs1br.org](http://www.gs1br.org)

[G4-31]

Se tiver dúvidas ou sugestões, entre em contato conosco pelo e-mail: [sustentabilidade@gs1br.org](mailto:sustentabilidade@gs1br.org)



# Sobre a GS1 Brasil –

## Associação Brasileira de Automação

### MISSÃO

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

### VISÃO

Ser a referência em padrões globais de identificação, captura de dados e compartilhamento de informações, promovendo a contínua inovação para o desenvolvimento e o bem-estar da sociedade.

## Nossa trajetória

### 1983

É fundada a Associação Brasileira de Automação Comercial (Abac), organização sem fins lucrativos criada por iniciativa de seis entidades: Associação Brasileira do Comércio Farmacêutico (ABCFarma), Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (Abia), Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins (Abipla), Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (Abad) e Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL).

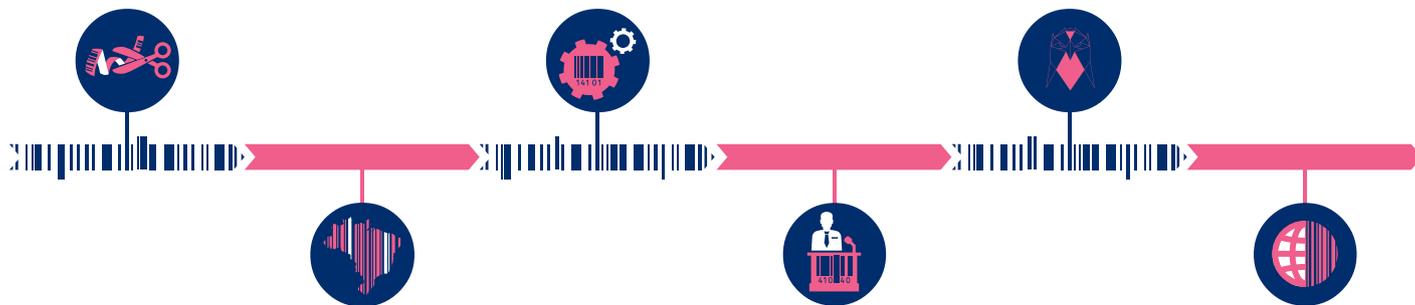
### 1986

A Abac começa a gerir também a concessão da numeração do código UPC no Brasil e presta assessoria técnica para a solução de problemas relacionados ao uso do código de barras. Dois anos depois, passaria a promover anualmente o Seminário de Informatização Comercial (Infoc), que teve seis edições.

UPC (hiperlink): UPC - Universal Product Code - Primeiro código de barras, desenvolvido em 1970 nos Estados Unidos, ainda utilizado na América do Norte.

### 1998

A EAN Brasil cria o Prêmio Automação, para celebrar seu 15º aniversário.



### 1985

A Abac se filia à EAN Internacional (European Article Numbering Association), fazendo do Brasil seu 26º país-membro. O código de barras EAN é utilizado na castanha-de-caju Cajuê, primeiro produto a utilizar a tecnologia no Brasil. Ainda em 1985, o Supermercado Real, de origem no Sul do Brasil, abre sua primeira loja totalmente automatizada.

### 1994

Contando com 2.500 associados, a Abac adota a designação EAN Brasil. Neste ano é organizado o I Congresso EAN Brasil, com a presença de mais de 700 empresários, consultores e executivos do Brasil, dos Estados Unidos, da Bélgica, da Holanda, do México e da Nova Zelândia.

### 2003

A EAN Brasil torna-se signatária do Pacto Global, iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Ainda em 2003, tem início o desenvolvimento da arquitetura e dos padrões do EPC Global e é aprovado o primeiro símbolo bidimensional, o DataMatrix.

## 2005

Marcando a união definitiva de UCC [RR1] e EAN, adota-se em todo o mundo a denominação GS1, uma alusão a “The first in global standards” (“a primeira em padrões globais”). A sigla EAN continua a ser utilizada para designar o tipo de padrão.



## 2011

Primeira Conferência Internacional de Logística e Automação – Brasil em Código, promovida pela GS1 Brasil, e lançamento da revista com o mesmo nome.



## 2013

Na celebração dos 30 anos da GS1 Brasil, é lançado o programa GS1 Vai até Você, que oferece treinamentos em vários Estados do País, com temas como eficiência logística, identificação de cargas e produtos, rastreabilidade e soluções GS1. No ano seguinte, também começariam a ser oferecidos cursos on-line.



## 2007

O trabalho na área de responsabilidade social é reconhecido quando a instituição é premiada com o 6º Marketing Best de sua categoria.



## 2012

A GS1 Brasil desenvolve a ferramenta on-line Cadastro Nacional de Produtos (CNP), lançado no ano seguinte, para auxiliar as empresas no registro de seus produtos, facilitando a gestão e o controle da numeração de mercadorias cadastradas nos padrões globais. Em outubro é inaugurado o escritório da GS1 Brasil em Brasília.



## 2014

Inaugurado na sede da GS1 Brasil, em São Paulo, o Centro de Inovação e Tecnologia (CIT), um dos mais modernos espaços de exposição do mundo, voltado para difundir soluções inovadoras em automação.



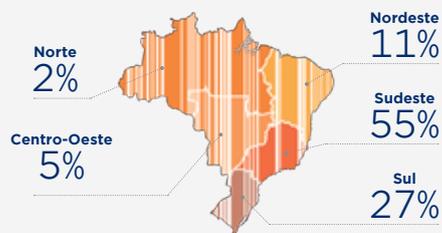
## 2015 em Resumo

### TOTAL DE ASSOCIADOS

58,6 mil 2015\*  
\*Até 31/12/2015



### POR REGIÃO



### O TAMANHO DOS ASSOCIADOS



Microempreendedor individual



Microempresa



Empresa de pequeno porte



Empresa de médio porte



Empresa de grande porte

### 10 PRINCIPAIS SETORES



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

## PRINCIPAIS DESTAQUES:

- 99 colaboradores
- O Prêmio Automação recebe nova identidade: a harpia, uma das maiores aves de rapina do mundo, sinônimo de visão, força, ousadia, grandeza e agilidade (inserir logo do troféu para ilustrar)
- Implantação do atendimento via chat para os associados e lançamento do aplicativo InBar (inserir ilustração - celular com a tela inicial do app)
- Elevação do tema da sustentabilidade a um patamar mais estratégico
- Educação - anteriormente ligada à estrutura de Negócios, ganha metas específicas, consolidando-se como área. Com essa iniciativa, a GS1 Brasil alinha-se ao movimento da GS1 Global para promover a gestão do conhecimento e a valorização de seu capital intelectual
- 99 horas de capacitação gratuitas, com um total 3.907 participantes
- Espaço do Conhecimento, integrado ao Centro de Inovação e Tecnologia (CIT) - um ambiente envolvente onde o visitante tem acesso a conteúdo interativo sobre a história da automação no Brasil, evolução dos códigos de barras e dos padrões GS1 até os dias atuais
- Lançamento da primeira fase do estudo pioneiro “O uso do código de barras no Brasil: consumidores e empresas”, em parceria com a H2R Pesquisas
- Publicação do Relatório de Gestão 2013-2015

# Mensagem do Presidente

[G4-1]



**João Carlos de Oliveira** dedicou grande parte da sua carreira ao setor varejista, liderando importantes associações de supermercados no Brasil e na América Latina. Presidente da GS1 Brasil desde 2010, acredita que a excelência, a inovação e a eficiência estão sempre presentes no desenvolvimento sustentável. **É presidente da GS1 Brasil desde 2010.**

Oferecemos soluções tecnológicas e promovemos a automação comercial, inserindo associados e parceiros em uma rede global de crescimento contínuo e sustentável.

É com satisfação que apresento o primeiro Relatório de Sustentabilidade da GS1 Brasil – Associação Brasileira de Automação.

Com esta publicação, iniciamos um novo momento em nossa cultura e esperamos gerar ainda mais valor para nossos colaboradores, associados, comunidade de negócios e demais públicos interessados.

Muitas realizações e alguns desafios marcaram o ano de 2015. Novas áreas de atuação, como Inteligência de Mercado e Educação, foram estruturadas para aprimorar a gestão de negócios, atendendo às expectativas do mercado, além de reforçarem a nossa posição como referência em automação.

Ainda em 2015, o Cadastro Nacional de Produtos (CNP), disponibilizado pela GS1 Brasil, facilitou a vida das empresas, que por meio dele já podem cadastrar seus produtos, gerar e imprimir o código de barras. E, com o aplicativo InBar, nosso associado publica informações detalhadas sobre seus produtos a partir da leitura do código de barras, proporcionando uma experiência diferenciada para o consumidor final *(para saber mais sobre o InBar, acesse o capítulo de Inovação e Tecnologia)*.

Já a primeira fase da pesquisa “O uso do código de barras no Brasil: consumidores e empresas”, realizada pela GS1 Brasil, forneceu ao empresariado brasileiro um panorama geral da automação no País e as principais tendências do setor. Demonstrou também que o brasileiro está bastante familiarizado com o código de barras e começa a perceber que sua utilidade vai além de consultar preços, com a possibilidade de um uso mais amplo em um futuro próximo. Essa foi uma importante conquista, pois se trata de estudo inédito, com continuidade em 2016, formando uma série histórica para acompanhar o comportamento do consumidor e das empresas em relação às tecnologias de automação.

A inauguração do Espaço do Conhecimento, integrado ao Centro de Inovação e Tecnologia (CIT), reforçou nossas atividades de educação, além de conquistar maior visibilidade para a GS1 Brasil, por registrar os 30 anos de história do código de barras e da automação em nosso país.

Como associação sem fins lucrativos, tivemos um importante e desafiador papel diante da atual conjuntura econômica brasileira. Trabalhamos fortemente para evitar perdas e, alinhados ao mercado, desenvolvemos soluções que ajudam as empresas a reduzir seus custos e a ter controles internos mais apurados, trazendo mais competitividade e melhor desempenho diante desse cenário de incerteza.

Acreditamos que a padronização está ligada diretamente à gestão e à eficiência. Essa é a nossa aposta para os próximos anos, aliada ao nosso compromisso com inovação e tecnologia. Queremos prover negócios mais efetivos e dar um passo à frente no mercado. Essa é a força que nos move.

**Um forte abraço,  
João Carlos de Oliveira**

## Entrevista com a CEO



### **Virginia Villaescusa Vaamonde**

possui sólida experiência profissional em diversos setores, como químico, de moda, turismo, telecomunicação, tecnologia e automação. Acredita que a sintonia entre os valores das pessoas e os da organização é um dos alicerces de uma gestão sustentável. Está na GS1 Brasil há 19 anos e assumiu a posição de CEO em 2014.

### **O valor das relações.**

Nossa CEO fala como as atividades da GS1 Brasil podem trazer mais segurança e conforto para o consumidor final, além de ressaltar a inserção dos temas da educação e da sustentabilidade nas prioridades de nossa estratégia. O desenvolvimento dos nossos colaboradores, a inauguração do Espaço do Conhecimento e o Programa Sustentabilidade em Código são alguns dos temas a seguir.

### **O que é Sustentabilidade para a GS1 Brasil?**

A sustentabilidade faz parte da nossa missão. Desenvolvemos padrões globais de identificação, captura de dados e compartilhamento de dados que aumentam a eficiência das empresas e de seus processos internos e logísticos. Ou seja, proporcionamos produtos e serviços que trazem socioeficiência (hiperlink) para a nossa cadeia de valor. Acreditamos na importância de uma gestão sustentável para os nossos mais de 58 mil associados no Brasil.

### **E como a GS1 Brasil está levando este tema para seus associados?**

Nosso trabalho começa em casa. Por isso, incorporamos a sustentabilidade como uma das prioridades da estratégia de nossa organização, e suas atividades são coordenadas pela área de Marketing e Sustentabilidade. A elaboração deste primeiro Relatório de Sustentabilidade é um dos resultados dessa iniciativa. Esta publicação, além de ser a divulgação dos nossos compromissos, é uma ferramenta estratégica de gestão e de valorização de nossas conquistas. Desenvolvemos uma Matriz de Materialidade, identificando os assuntos que são prioritários para nossa gestão, com foco nesses temas para acompanhá-los internamente.

### **Conte-nos mais sobre o Programa Sustentabilidade em Código, que nomeia este Relatório.**

As iniciativas socioambientais sempre estiveram na pauta da GS1 Brasil. Desde 2003, por exemplo, somos signatários do Pacto Global das Nações Unidas. Em 2015, para expandir nossa atuação e reforçar nossos valores corporativos, lançamos o Programa Sustentabilidade em Código, elevando o tema da sustentabilidade a um nível estratégico. Ele conecta as várias atividades já existentes na GS1 Brasil e possui quatro frentes:

- Governança – analisar e reformular nossos processos internos, sob a ótica do desenvolvimento sustentável;
- Social – levar os benefícios dos padrões GS1 para as organizações sociais apoiadas e ajudá-las na elaboração e gestão de projetos;
- Ambiental – realizar a compensação ambiental de nossas atividades e eventos, além de trazer critérios sustentáveis na homologação de nossos fornecedores. É um dos nossos principais focos para 2016;
- Econômico – proporcionar uma nova experiência de compra para o consumidor final. Na Europa já existe uma norma que prevê o código de barras com diversas informações sobre o produto, como prazo de validade, origem, matéria-prima, dados alergênicos e nutricionais, etc. E isso também chegará ao Brasil. E por isso queremos nos antecipar e preparar nossos associados, para este cenário.

**Como os padrões da GS1 podem trazer mais segurança e conforto para o consumidor final?**

No setor de alimentos, por exemplo, é possível saber a origem do produto e o percurso desde o produtor até o consumidor. Nossos padrões asseguram acesso imediato à informação, o que possibilita um recall imediato e abrangente. Já na indústria farmacêutica, conseguimos identificar fontes de desvios de qualidade e aumentar a precisão na leitura e no registro. Com a rastreabilidade, evitamos falsificações e troca de medicamentos, por exemplo.

“ Para a GS1 Brasil, sustentabilidade é mais do que um conceito, é um valor que define nossas atitudes e nossas relações em toda a sociedade. ”

### **Como a GS1 Brasil faz a gestão de suas pessoas?**

Valorizamos, acima de tudo, os nossos colaboradores. Temos um código de ética conhecido por todos, benefícios e um programa de remuneração variável, vinculado a metas individuais, comportamentais e corporativas, baseado em meritocracia. Periodicamente, realizamos benchmarkings para aprimorar a nossa gestão. Em 2015, fizemos a descrição de todos os cargos que compõem a nossa estrutura e determinamos grades salariais para todas as funções. Com base nesse trabalho, em 2016 concluímos o Programa de Trilhas de Carreira, um grande mapa que aportou ainda mais transparência e clareza às nossas movimentações internas. Com ele, o colaborador conhece a missão, as experiências e a formação desejadas para cada área/posição e poderá traçar o seu desenvolvimento profissional na GS1 Brasil.

### **A área de Educação ganhou novo escopo em 2015 e tivemos a inauguração do Espaço do Conhecimento. Qual é a importância de iniciativas como essa para o futuro da GS1 Brasil?**

A criação da área de Educação foi uma das grandes realizações de 2015, pois, além de intensificar o nosso compromisso com a capacitação do quadro de associados à GS1 Brasil, promovendo melhores práticas na cadeia, fortaleceu nosso relacionamento com o meio acadêmico e com formadores de opinião. Novas portas para inovação e parcerias estão se abrindo. Para os próximos anos, vamos evoluir ainda mais na relação com nossos associados e com o consumidor final. Queremos nos tornar o “Google dos dados dos produtos”. Essa iniciativa trará mais precisão às informações, facilitando a logística e a disponibilização no ponto de venda. Portanto, mais segurança e conforto para o consumidor final.



# Parte 1

# Gestão

---

Nossos valores norteiam nossas atitudes.  
Buscamos as melhores possibilidades  
e trabalhamos com excelência.

**Governança corporativa e valores**

**Desenvolvimento dos colaboradores  
diretos, atração e retenção de talentos**

**Gestão de marca e comunicação**

# Governança Corporativa e Valores

A GS1 Brasil acredita no poder dos padrões para transformar a maneira como trabalhamos e vivemos.

Somos uma associação multissetorial sem fins lucrativos com o propósito de implementar e disseminar padrões de identificação de produtos, como código de barras, levando melhoria para as cadeias de suprimentos, desde a matéria-prima até o consumidor final.

A GS1 BRASIL FAZ PARTE DE UMA REDE COMPOSTA POR,

**112** ORGANIZAÇÕES-MEMBRO

COM SEDE EM BRUXELAS, NA BÉLGICA. [G4-6]



A REDE TI MAIS DE **1 MILHÃO DE EMPRESAS** ASSOCIADAS, EM MAIS DE 150 PAÍSES.



O CÓDIGO DE BARRAS GS1 É LIDO MAIS DE

**5 BILHÕES**



**DE VEZES,**

AO DIA, NO MUNDO.

[G4-4, G4-7, G4-16]



ADOTAMOS UMA POSTURA COLABORATIVA, PRÓXIMA E DE NEUTRALIDADE COM NOSSOS ASSOCIADOS E PARCEIROS.

## Nossa Gestão Integrada [G4-EC8] [DMA IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS]

A ética e a conformidade com as leis e as diretrizes de mercado são os princípios norteadores da nossa **Política de Gestão Integrada**, que existe com o objetivo de 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 com excelência:

- **Qualificação e o desempenho dos colaboradores;**
- **Melhoria contínua dos processos e serviços;**
- **Ética, atendimento à legislação, imparcialidade, desenvolvimento sustentável e transparência em todas as suas relações;**
- **Atualização e transferência de tecnologia;**
- **Compromisso de responsabilidade quanto à prevenção das questões ambientais, sociais, de saúde ocupacional, segurança do trabalho e das informações.**

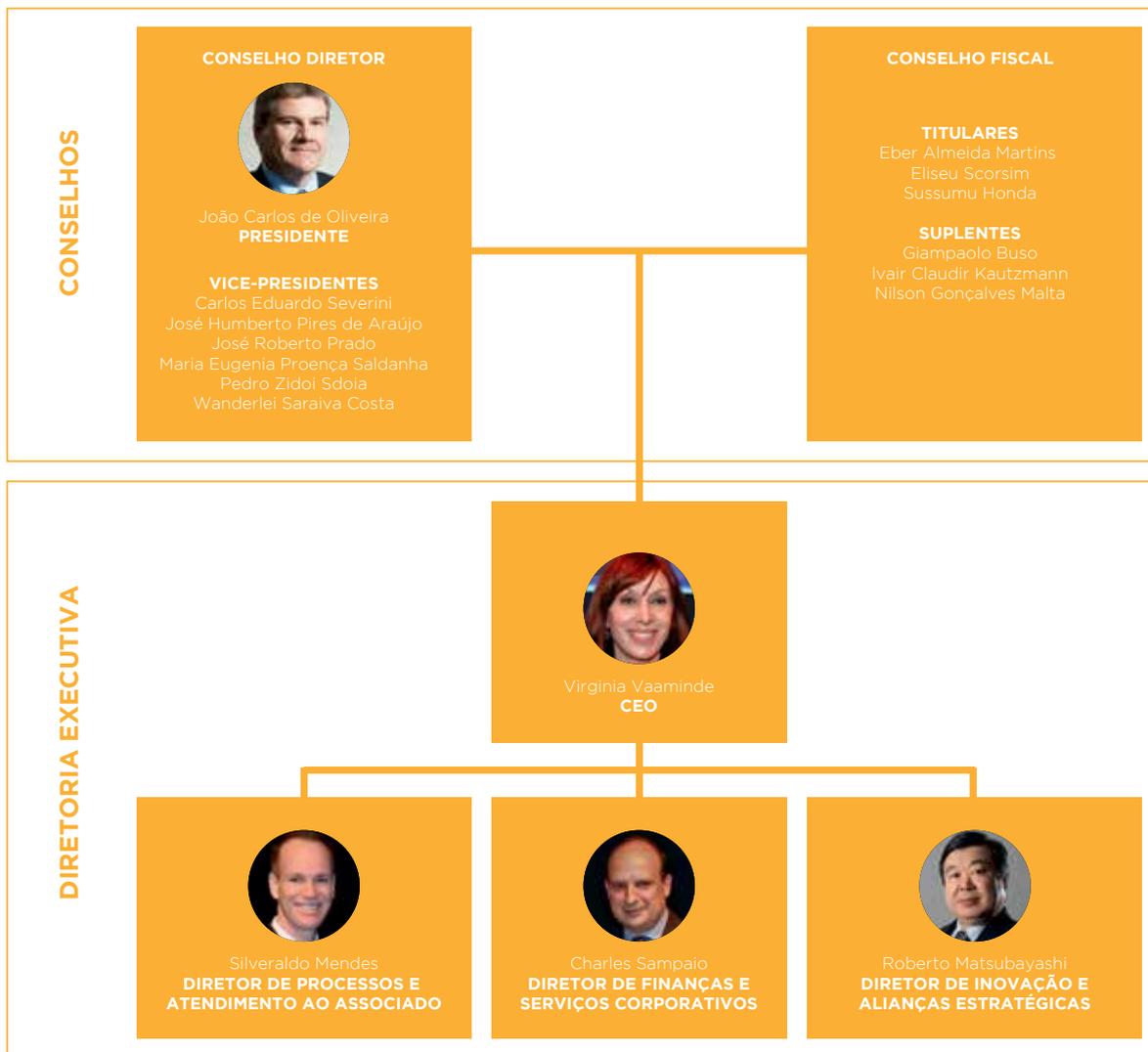
Nossa **gestão integrada** baseia-se em quatro normas reconhecidas em âmbito nacional e internacional, que demonstram a confiabilidade e a seriedade de nossa atuação:

- **ISO 14001 - Gestão Ambiental**
- **ISO 9001 - Qualidade**
- **OHSAS 18001 - Segurança/Saúde**
- **ABNT NBR16001 - Responsabilidade Social**



## Nossa Estrutura Organizacional [G4-34]

Para assegurarmos que nossas iniciativas estejam coerentes com nossa visão, nossa missão e nossos valores, contamos com um modelo organizacional composto de áreas-chave, lideradas por profissionais de diversos setores.



Juntos, esses líderes definem os melhores caminhos para o crescimento da nossa organização, defendem os interesses dos nossos associados e promovem o engajamento e o desenvolvimento dos nossos colaboradores.

Para apoiá-los nesses processos e na tomada de decisão, existem várias iniciativas, tanto no Brasil como em âmbito global, como:

- ✓ Estamos presentes nos **comitês e fóruns internacionais para a troca de melhores práticas** entre as organizações-membros da GS1. Entre os fóruns dos quais participamos estão: Global Forum, Advisory Council, GS1 Healthcare e Global Brand.
- ✓ Participamos de **eventos setoriais** organizados em diversos países.
- ✓ **Compartilhar informação é uma diretriz estratégica.** Por isso, as equipes se reúnem periodicamente para dividir conteúdos, tendências e aprendizados adquiridos em viagens de benchmarking pelo Brasil e pelo exterior.
- ✓ **A gestão da GS1 Brasil é pauta das reuniões semanais** que ocorrem entre a CEO e os diretores.
- ✓ Na sequência desse encontro é realizada a **reunião do Team Leader**, momento em que todos os líderes se reúnem para tratar de temas estratégicos da organização. Colaboradores de todas as áreas podem propor temas para essa agenda.
- ✓ **Mensalmente os indicadores de desempenho são analisados** em encontros específicos da Diretoria e, trimestralmente, compartilhados com todos os colaboradores.



## **Compliance, Transparência e Confiabilidade** [G4-56]

A principal característica de uma associação é demonstrar o máximo de transparência no que diz respeito à sua gestão, através da elaboração e da apresentação de relatórios, destinados aos seus conselhos Diretor e Fiscal, a colaboradores, associados e órgãos de controle e fiscalização.

Na GS1 Brasil, essa característica é também um valor: **Integridade**. Garantir a integridade em suas ações e resultados, cumprindo rigorosamente a legislação, e gerar confiabilidade nas informações fornecidas ao mercado e à sociedade direciona o processo de tomada de decisão e a definição das diretrizes estratégicas. Para tanto, a entidade conta com a atuação do Conselho Diretor e do Conselho Fiscal na validação de seus resultados, apoiados por uma auditoria independente, a Ernest & Young, atual EY.

## Papéis e Responsabilidades

O Conselho Diretor e o Conselho Fiscal são regulados pelo Estatuto Social da GS1 Brasil e possuem objetivos distintos.

### Conselho Diretor

Apresentar à Assembleia Geral o balanço, as contas e o relatório do exercício encerrado, devidamente apreciados pelo Conselho Fiscal. Esse relatório é entregue na Assembleia Geral Ordinária da GS1 Brasil, realizada, anualmente, no mês de abril.

Contratar, até dezembro de cada ano, empresa de auditoria independente para validação do exercício seguinte, dando ciência ao Conselho Fiscal, cumprindo os ritos de licitação e procedimentos internos nos termos das normas vigentes para compras e contratações de serviços.

### Conselho Fiscal

Analisar as contas e as aplicações dos recursos financeiros da entidade, emitindo parecer sobre as demonstrações financeiras do exercício encerrado para apresentação e deliberação da Assembleia Geral.

Examinar, em qualquer tempo, todos os livros e demais documentos da entidade e posição financeira, obrigando os diretores a fornecer as informações solicitadas.

Emitir parecer sobre questões econômico-financeiras, alienação ou aplicação de recursos ou outros bens de patrimônio da entidade que lhe forem submetidas.



## Colaboração Nacional e Internacional

Trabalhamos em parceria com órgãos reguladores, associações e entidades – nacionais e internacionais – que desenvolvem e definem normas e regras de funcionamento dos negócios, com o objetivo de garantir a correta utilização do Sistema GS1.

### **Alguns dos nossos principais parceiros:** [G4-15]

- Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa);
- Encontro Nacional de Coordenadores e Administradores Tributários Estaduais (Encat);
- Abicalçados/ACI-NH;
- Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp);
- Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel);
- Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro);
- Exército Brasileiro;
- Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa);
- Associação Comercial Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha (ACI-NH/CB/EV);
- International Standards Organization (ISO);
- United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business (UN/Cefact);
- Programa de Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento Ibero-Americano (CYTED);
- Instituto Econômico e Social de Fronteiras (Idesf);
- Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet);
- Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA);
- Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB);
- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit);
- Sindicato das Indústrias de Fiação e Tecelagem do Estado de São Paulo (Sinditêxtil-SP).

## Valores corporativos

As pessoas e os valores de uma empresa ou de uma organização são dois importantes componentes da cultura organizacional. Na GS1 Brasil, os valores corporativos, juntamente com a visão e a missão, constituem a base da nossa atuação e são reforçados por campanhas motivacionais desde o seu lançamento.

Os nossos **valores** guiam as nossas relações, dentro e fora da GS1 Brasil, nos inspiram e nos permitem seguir novos rumos para alcançarmos os melhores resultados:



### **COLABORAÇÃO**

Oferecer e receber ajuda para fazer o que precisa ser feito, com excelência, para cumprir e superar as expectativas do nosso cliente, do nosso pessoal, dos nossos parceiros e da sociedade.

### **ATITUDE INOVADORA**

Busca diária de algo novo para encantar o cliente.



### **INTEGRIDADE**

Coerência entre pensamentos, discursos e ações, alinhados com os valores da organização. Comprometer-se visando ao melhor resultado com desapego emocional e visão racional para o negócio GS1.

### **BUSCA PELA EXCELÊNCIA**

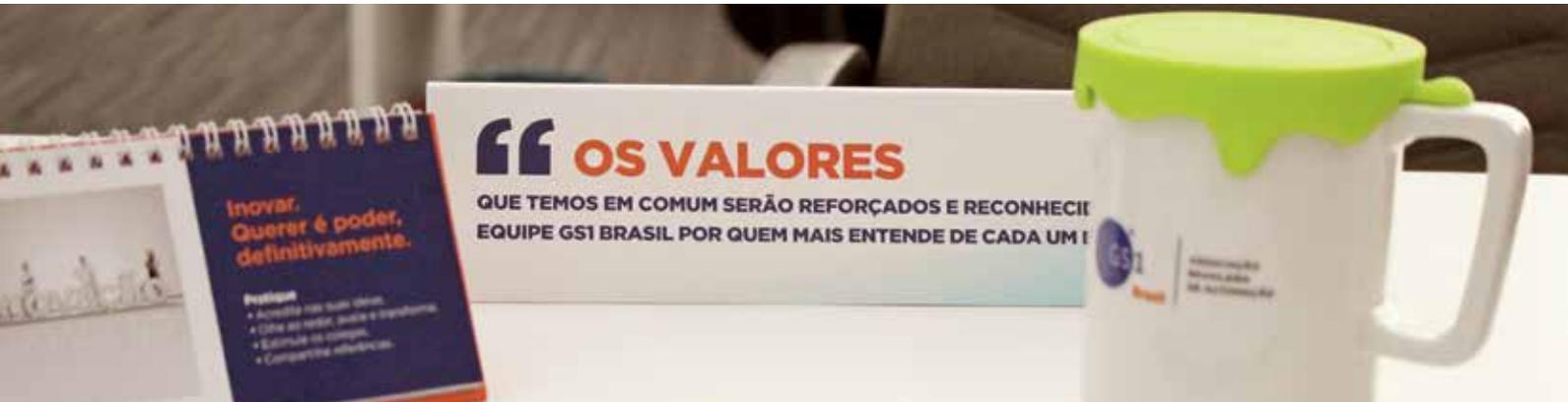
Busca contínua de melhoria em todas as ações, das pequenas às grandes. Ter a capacidade de mudar hábitos e atitudes buscando melhores possibilidades.



Em 2014, os valores foram revistos pelos nossos líderes e utilizados como base na definição de diretrizes estratégicas para conquistar resultados ainda melhores nas relações com nossos associados, parceiros e fornecedores. Como consequência desse processo, passaram também a compor a grade de avaliação de desempenho dos colaboradores da GS1 no Brasil. Ainda em 2014, realizamos a Campanha Valores, com uma série de ações de endomarketing, como produção de peças de comunicação (caderno, calendário etc.) e eventos. Entre eles, merece destaque o Valores GS1, que contou com palestras de consultores renomados, como Franco Oliveira, da Coach S/A, e Flávio Maneira, especialista em neurociência na gestão de pessoas.

Já em 2015, os valores estiveram presentes no dia a dia da organização por meio de ações de engajamento. Demos continuidade à Campanha Valores e espalhamos várias letras gigantes no escritório da GS1 Brasil, incentivando nossos colaboradores a montar palavras que os representassem. Em um segundo momento, distribuimos canetas para que todos deixassem uma mensagem nas letras. Além disso, lançamos um hotsite na intranet com informações detalhadas sobre nossos valores e exemplos práticos de como aplicá-los no dia a dia.

As ações de comunicação e engajamento realizadas nos últimos dois anos geraram um importante resultado: **94% dos nossos colaboradores estão orgulhosos de pertencer à equipe GS1.**



# Desenvolvimento dos nossos colaboradores, atração e retenção de talentos [DMA EMPREGO]

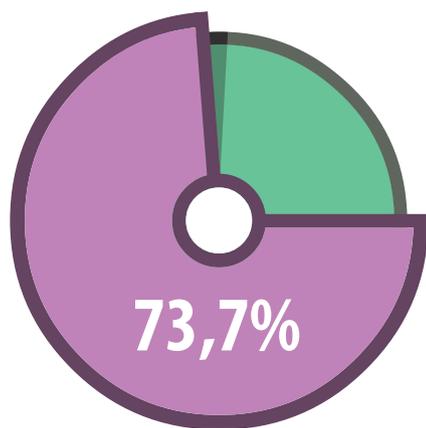
**Nós, da GS1 Brasil, acreditamos no valor das pessoas. Por isso, investimos continuamente no desenvolvimento e no reconhecimento dos nossos colaboradores, por meio de processos de recursos humanos estruturados, baseados em desenvolvimento humano e no orgulho de pertencer à GS1.**

**Ouvir** - trabalhar feliz em um ambiente de respeito e colaboração é fundamental para cada um dar o seu melhor. Acreditamos que a escuta ativa é ponto de partida para um processo de engajamento e motivação. Essa é a razão pela qual realizamos o nosso ciclo de gestão do clima organizacional a cada dois anos, o qual é basicamente composto de duas frentes:

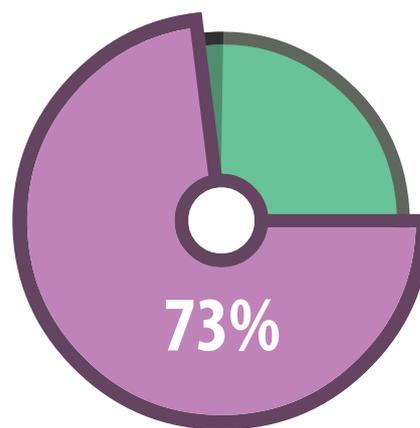
**Pesquisa de Clima** - envolve 100% de nossos colaboradores, de maneira voluntária. Por meio dessa pesquisa, procuramos identificar os pontos de sucesso e de melhoria em diversos aspectos importantes para o bom ambiente organizacional, como liderança, comunicação, capacitação, recompensa e qualidade de vida.

**Planos de Ação e Monitoramento** - os resultados da Pesquisa de Clima são debatidos entre as equipes, em reuniões específicas, e divulgados nos nossos canais de comunicação interna. A partir daí, os líderes constroem os planos de ação de suas áreas e, junto com o time de RH, acompanham a implantação e a divulgação sistemática das ações de clima. Além disso, há reuniões periódicas, em vários níveis da GS1 Brasil, incluindo presidência e CEO, para avaliar esse processo e seus resultados.

## Resultados da Pesquisa de Clima 2014



de satisfação



de participação

Evolução de **22 pontos percentuais** em relação à edição de 2012 - de **52%** de satisfação para **73,7%**

## Perfil dos colaboradores [G4-10]

TOTAL DE COLABORADORES (2015)		HOMENS	MULHERES
Total de colaboradores por contrato de trabalho	Prazo indeterminado ou permanente	34	52
	Prazo determinado ou temporário	2	5
	Total	36	57
Total de trabalhadores contratados/ terceiros por contrato de trabalho:	Prazo indeterminado ou permanente	12	10
	Prazo determinado ou temporário	0	0
	Total	12	10
Total de colaboradores por tipo de emprego	Emprego em tempo integral	36	57
	Meio período	0	0
	Total	36	57
Total de trabalhadores contratados/ terceiros por tipo de emprego	Emprego em tempo integral	12	10
	Meio período	0	0
	Total	12	10
Total de colaboradores por região	Sudeste	36	56
	Centro Oeste	0	1
	Total	36	57

\*Saiba mais sobre o perfil de colaboradores, no Índice Remissivo na página 130.

Em **2015**, foram mais de **750**  
**horas de treinamentos internos,**

contemplando os níveis de liderança, especialistas, analistas,  
assistentes, técnicos, estagiários e jovem aprendiz.



O crescimento dos nossos colaboradores não está vinculado somente ao conhecimento técnico da nossa atuação. A Semana de Imersão em Marketing, realizada entre julho e agosto, trouxe conceitos de marketing digital e de relacionamento, gestão de crise, mídias sociais e o módulo Pensando Fora da Caixa, com as principais inovações e tendências do nosso setor.

Além disso, ao longo do ano nossas equipes puderam aprimorar sua qualificação em cursos de temas importantes para o dia a dia da GS1 Brasil. Para cada treinamento foram contratados profissionais renomados das maiores consultorias e universidades do País. Veja a seguir a lista dos principais cursos:

- *Branding Academy*;
- Inovação e *Design Thinking*;
- Gestão de Projetos;
- Auditoria Gestão Integrada;
- *Big Data* Inteligência Competitiva;
- SQL.



## Média de horas de treinamento focados no Sistema GS1 [G4-LA9]

<b>NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE TREINAMENTO REALIZADO PELOS COLABORADORES, POR CATEGORIA FUNCIONAL</b>	<b>HOMENS</b>	<b>MULHERES</b>
CEO	0,0	0,0
Diretores	0,0	0,0
Gerentes	5,5	8,0
Coordenadores	3,3	7,0
Especialistas	6,0	5,0
Analistas	6,5	6,5
Assistentes	2,0	1,5
Técnicos	3,0	0,0
Estagiários	8,0	3,5
Jovens Aprendizizes	0,0	3,5

## Média de horas de outros treinamentos [G4-LA9]

<b>NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE TREINAMENTO REALIZADO PELOS COLABORADORES, POR CATEGORIA FUNCIONAL</b>	<b>HOMENS</b>	<b>MULHERES</b>
CEO	0	8
Diretores	8	8
Gerentes	42	42
Coordenadores	37	48
Especialistas	0	0
Analistas	34	35
Assistentes	19	19
Técnicos	0	0
Estagiários	0	37
Jovens Aprendizizes	0	0

\*Alguns cursos ministrados: Auditoria Gestão Integrada, Big Data Inteligência Competitiva, Branding Academy, Design Thinking, Gestão de Projetos, SQL, entre outros.



## Engajamento e Desenvolvimento [DMA TREINAMENTO E EDUCAÇÃO]

Uma série de iniciativas de comunicação com os nossos colaboradores ocorre periodicamente para promover engajamento e levar informações sobre as principais conquistas da GS1 Brasil e suas estratégias de atuação. Confira as iniciativas que se destacaram:

- **Panorama:** reunião anual com os Conselhos Diretor e Fiscal e com todos os colaboradores da GS1 Brasil, na qual são mostrados os resultados do ano anterior e os desafios do ciclo seguinte.
- **Reunião expandida:** encontro com o presidente do Conselho Diretor da GS1 Brasil para apresentação e alinhamento da estratégia corporativa e das atividades de cada área.
- **Indicadores corporativos:** reuniões periódicas para apresentação e alinhamento dos resultados dos indicadores.
- **Campanhas de marca:** antes da realização de qualquer campanha externa, ações de endomarketing ocorrem internamente para apresentar a campanha aos colaboradores, para alinhamento e engajamento.
- **Ações de endomarketing:** campanhas de datas comemorativas, como Dia dos Pais e Páscoa, aniversariantes do mês, festa junina e confraternização de final de ano, que integram as equipes e impactam diretamente no clima da organização.
- **Reuniões individuais e com a equipe:** diálogo e feedback são práticas muito valorizadas pela GS1 Brasil. Nossos líderes são incentivados a falar e a ouvir suas equipes, não apenas nos momentos formais estabelecidos na avaliação de desempenho, mas a cada nova conquista ou iniciativa realizada na associação.
- **Intranet:** informações sobre treinamentos, indicadores de desempenho, calendários de eventos e gerenciamento de projetos podem ser acessadas na intranet, que possui um canal específico para atender às demandas de Recursos Humanos, o Portal RH.

## Aprendendo sempre

Nossa equipe de Atendimento ao Associado está em constante atualização de conhecimentos e possui um roteiro claro e abrangente para orientar nossos cerca de 58 mil associados, de diversos segmentos em todo o Brasil, em suas necessidades. Nossos profissionais passam por um processo de melhoria contínua ao longo de todo o ano, com treinamentos em diversas frentes:

- Processos administrativos
- Capacitação nos padrões e nas soluções GS1
- Aperfeiçoamento em qualidade no atendimento



## Reconhecer

Por meio do Projeto de Cargos e Salários (veja mais no quadro da página 56), também realizado em 2015, analisamos cada área, estabelecemos sua missão e sua estrutura e mapeamos as competências e os perfis necessários para o cumprimento de seus objetivos. Todo esse trabalho resultou em uma ferramenta de gestão que nos permite remunerar nossos colaboradores segundo os cargos que ocupam, as responsabilidades que assumem e os resultados que geram com base em práticas salariais compatíveis com o mercado.

Incentivamos a movimentação interna como ferramenta de desenvolvimento profissional e reconhecimento. A trajetória profissional da nossa CEO na GS1 Brasil, por exemplo, foi marcada por atuações nas áreas de Marketing, Soluções de Negócios, Comunicação, Eventos e Relações Institucionais.

## Atração de Talentos

Entendemos que a nossa proposta de valor para a atração de novos colaboradores está em nossa missão, visão e valores. Queremos, genuinamente, contribuir para o desenvolvimento e o bem-estar da sociedade, trazendo mais segurança e conforto para os consumidores finais. Dessa forma, estamos modernizando o nosso processo de seleção, utilizando as plataformas sociais para compartilhar nossa visão de futuro, compromissos e pilares estratégicos.

Nossa atuação multissetorial também é um polo de atração. Atuamos em vários segmentos e, portanto, nossos colaboradores desenvolvem conhecimentos em diferentes setores, ganhando uma bagagem profissional singular e diferenciada. Fazemos parte, ainda, de uma rede mundial, e por isso nossos profissionais trocam experiência com empresas em diferentes continentes, ampliando a sua visão de negócios. Além disso, estamos levando a GS1 Brasil para universidades, realizando parcerias, contribuindo para a grade curricular de disciplinas e patrocinando eventos e premiações.



## Política de Remuneração. [DMA EMPREGO]

Em 2015, 10% do quadro de colaboradores foi promovido na GS1 Brasil.

Nossa Política de Remuneração permite a evolução do colaborador na GS1 Brasil, a partir de regras claras para a progressão salarial e de carreira. A meritocracia é a base das promoções, que são realizadas de acordo com a avaliação anual de desempenho dos nossos colaboradores.

A avaliação anual de desempenho, elegível para colaboradores com mais de seis meses de GS1 Brasil, é composta de etapas estruturadas com o objetivo de oferecer aos profissionais uma visão clara sobre a sua carreira. Metas corporativas, individuais e comportamentais são traçadas pelo colaborador e seu gestor, que, trimestralmente, dá seu feedback formal aos seus subordinados. Cada profissional tem seu próprio book de metas e acompanha periodicamente o seu desempenho. É a partir do cumprimento dessas metas e do resultado da avaliação anual de desempenho que nossos colaboradores recebem um bônus, chamado de Plano de Participação de Resultados (PPR).

## Percentual de colaboradores que recebem avaliações regulares de desempenho e desenvolvimento de carreira [G4-LA11]

COLABORADORES QUE RECEBERAM AVALIAÇÃO REGULAR DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA	TOTAL DE COLABORADORES AVALIADOS		PERCENTUAL DO TOTAL DE COLABORADORES	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
CEO	0	1	0%	100%
Diretores	3	0	100%	0%
Gerentes	2	2	100%	100%
Coordenadores	2	2	100%	100%
Analistas	15	18	100%	100%
Assistentes	31	9	100%	100%
Técnicos	2	0	100%	0%
Estagiários	2	2	100%	100%
Jovens Aprendizes	0	2	0%	100%
Total	57	36	100%	100%

## Para as equipes de relacionamento, uma proposta especial [DMA EMPREGO]

Nossas equipes de Atendimento, Cobrança e Vendas, além de receberem o PPR, possuem uma remuneração variável paga mensalmente e vinculada às metas específicas de suas funções, como fidelização e retenção de associados, inadimplência, cancelamentos, recadastramento e atualização da base cadastral.

### Cuidar [G4-LA2]

Temos um pacote de benefícios competitivos, em linha com as melhores práticas de mercado, para todos os nossos colaboradores:

- Assistência médica e odontológica
- Auxílio-creche
- Seguro de vida em grupo
- Vale-refeição
- Previdência privada
- Incentivo ao curso de idiomas conforme a requisição da posição que o colaborador ocupa
- Estacionamento interno

## Segurança e qualidade de vida em 1º lugar

[G4-LA5] [DMA SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO]

A segurança e a qualidade de vida dos nossos colaboradores estão sempre em primeiro lugar e fazem parte do nosso Sistema de Gestão Integrada. Atualmente, 100% dos colaboradores do nosso time são representados em comitês formais de saúde e segurança.

Realizamos, anualmente, a Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho (Sipat), buscando, por meio de palestras, dinâmicas de grupo, informações na intranet e boletins eletrônicos, orientar nossos colaboradores, efetivos e terceiros, sobre a importância da prevenção de acidentes e doenças ocupacionais. Queremos desenvolver uma atitude vigilante em nosso time, a qual permita a cada um reconhecer e solicitar as correções necessárias para tornar nosso ambiente de trabalho ainda mais seguro.

Além disso, possuímos procedimentos baseados na norma OHSAS 18001 e os visitantes são convidados a assistir ao vídeo de segurança com orientações sobre a atuação de nossos brigadistas, telefones de emergência, rotas de fuga, coleta seletiva e reciclagem.

Ao longo de 2015, os temas abordados internamente com nossos colaboradores foram “Atenção”, “Saúde emocional”, “Comprometimento” e “Trabalho em equipe”.

## Projeto de Cargos e Salários

Realizada em 2015, a iniciativa é um importante instrumento gerencial para as questões relacionadas à remuneração e à carreira de nossos profissionais. Na primeira etapa do projeto, realizamos a descrição de cargos com a definição da missão e dos níveis de responsabilidade e complexidade da função. Essas informações nos auxiliam no recrutamento e na seleção de novos talentos, em avaliações de desempenho, segurança do trabalho, integração e treinamento de nossos colaboradores, além de gerar informações para a Pesquisa Salarial Anual realizada com o mercado.

Depois disso, avaliamos os cargos pontuando-os conforme os níveis de complexidade e responsabilidade, e determinando a importância relativa entre eles. Em um segundo momento, essas informações serão utilizadas para elaborar uma tabela salarial, que irá reforçar o processo de tomada de decisão com relação à carreira dos colaboradores e à contratação de novos, além de complementar a administração da nossa Política de Remuneração.

O projeto também é importante para a prevenção de passivos trabalhistas, pois, além de dar transparência à nossa Política de Remuneração, assegura que a atração e a seleção de talentos estejam alinhadas com a *expertise* de cada área.

## Evolução sempre

Em 2016, a novidade em termos de desenvolvimento de carreiras é o programa Trilhas de Carreira, um grande mapa que permitirá aos nossos colaboradores enxergar sua trajetória na GS1 Brasil, perspectivas de carreira e evolução salarial. Entendemos que a carreira de cada um deve começar no processo de integração e evoluir, de maneira transparente, pelo seu desenvolvimento profissional e pela sua atuação em nossa organização. O Trilhas de Carreira é uma evolução do Projeto de Cargos e Salários e se utiliza das informações mapeadas nele.



## Indicadores

[G4-11]

### Percentual de colaboradores cobertos por acordos de negociação coletiva

Na GS1, 100% dos colaboradores são cobertos por acordos de negociação coletiva.

[G4-EC3] [DMA DESEMPENHO ECONÔMICO]

### Cobertura das obrigações previstas no plano de benefícios da organização

A entidade não disponibiliza um plano de pensão; apenas a um grupo de colaboradores, com critérios de elegibilidade bem definidos, é oferecido o benefício de previdência privada. Tal benefício é facultativo ao colaborador. O detalhamento desse benefício não será divulgado por questão de confidencialidade.

[G4-LA1]

## Número total e taxas de novas contratações e rotatividade de colaboradores

### CONTRATAÇÕES

<b>NÚMERO TOTAL DE NOVAS CONTRATAÇÕES DE COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA</b>	<b>2015</b>
Abaixo de 30 anos	21%
De 30 a 50 anos	12%
Temporários abaixo de 30 anos (menor aprendiz, estagiários e temporários)	5%
Acima de 50 anos	0%

<b>TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES DE COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA</b>	<b>2015</b>
Abaixo de 30 anos	23%
De 30 a 50 anos	13%
Temporários abaixo de 30 anos (menor aprendiz, estagiários e temporários)	5%
Acima de 50 anos	0%

<b>NÚMERO TOTAL DE NOVAS CONTRATAÇÕES DE COLABORADORES POR GÊNERO</b>	<b>2015</b>
Homens	17
Mulheres	18

<b>TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES DE COLABORADORES POR GÊNERO</b>	<b>2015</b>
Homens	18%
Mulheres	19%

## DESLIGAMENTOS

<b>NÚMERO TOTAL DE DESLIGAMENTOS DE COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA</b>	<b>2015</b>
Abaixo de 30 anos	7
De 30 a 50 anos	16
Acima de 50 anos	0

<b>TAXA DE ROTATIVIDADE DE COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA</b>	<b>2015</b>
Abaixo de 30 anos	8%
De 30 a 50 anos	17%
Acima de 50 anos	0%

<b>NÚMERO TOTAL DE DESLIGAMENTOS DE COLABORADORES POR GÊNERO</b>	<b>2015</b>
Homens	11
Mulheres	12

<b>TAXA DE ROTATIVIDADE DE COLABORADORES POR GÊNERO</b>	<b>2015</b>
Homens	12%
Mulheres	13%

<b>NÚMERO TOTAL DE DESLIGAMENTOS DE COLABORADORES POR REGIÃO</b>	<b>2015</b>
Sudeste	22
Centro-Oeste	1

<b>TAXA DE ROTATIVIDADE DE COLABORADORES POR REGIÃO</b>	<b>2015</b>
Sudeste	24%
Centro-Oeste	1%

[G4-LA3]

## Taxas de retorno ao trabalho e retenção após uma licença-maternidade/paternidade

2015	HOMENS	MULHERES
Número total de colaboradores com direito a tirar licença maternidade/paternidade	36	57
Número total de colaboradores que tiraram licença maternidade/paternidade	1	1
Número total de colaboradores que retornaram ao trabalho após tirar uma licença maternidade/paternidade	1	1
Número total de colaboradores que retornaram ao trabalho após uma licença maternidade/paternidade e continuaram colaboradores doze meses após seu retorno ao trabalho	1	1

2015	HOMENS	MULHERES
Taxa de retorno ao trabalho de colaboradores que tiraram licença maternidade/paternidade	100%	100%
Taxa de retenção de colaboradores que tiraram licença maternidade/paternidade	100%	100%

[G4-LA10]

## Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua

Não há programas específicos para casos de aposentadoria e continuidade da empregabilidade em caso de rescisão de trabalho.

[G4-LA12] [DMA DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES]

## Composição dos grupos responsáveis pela governança e discriminação de colaboradores por categoria funcional

PERCENTUAL DE COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO	HOMENS	MULHERES
CEO	0%	100%
Diretores	100%	0%
Gerentes	50%	50%
Coordenadores	67%	33%
Analistas	52%	48%
Assistentes	31%	69%
Especialista	0%	100%
Técnicos	100%	0%
Estagiários	50%	50%
Jovens Aprendizizes	0%	100%

<b>PERCENTUAL DE COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA</b>	<b>ATÉ 30 ANOS</b>	<b>DE 30 A 50 ANOS</b>	<b>ACIMA DE 50 ANOS</b>
CEO	0%	0%	100%
Diretores	0%	67%	33%
Gerentes	0%	100%	0%
Coordenadores	0%	100%	0%
Analistas	43%	57%	0%
Assistentes	66%	31%	3%
Especialista	0%	100%	0%
Técnicos	50%	50%	0%
Estagiários	100%	0%	0%
Jovens Aprendizizes	100%	0%	0%



## Gestão de marca e comunicação

**Estabelecer relações de valor de longo prazo com todos os públicos de relacionamento e evoluir nos mantendo sempre relevantes para os nosso associados** são desafios que levam a GS1 Brasil a renovações constantes, sempre acreditando no poder dos padrões para transformar a maneira como trabalhamos e vivemos.

A base da nossa estratégia em gestão de marca e comunicação é uma plataforma de comunicação integrada, por meio da qual alhamos nossos posicionamentos, internos e externos (*veja mais sobre nossa estratégia de comunicação integrada no infográfico*).

Sabemos que o caminho para nos tornar ainda mais conhecidos pelo mercado está em construção, mas os resultados já conquistados mostram que estamos no rumo certo. **Em 2015, atingimos 45% de reconhecimento na pesquisa anual** de nossa marca com associados, indústrias, entidades e formadores de opinião. **Em 2016, mantivemos a evolução e atingimos 49% de conhecimento de marca.**

## Comunicação Integrada

Na GS1 Brasil, a comunicação é trabalhada levando-se em consideração todos os públicos impactados pela atuação da associação. É trabalhada de maneira estratégica e consistente, trazendo valor para a sua marca e para o negócio em si.

### PILARES



#### MARCA

Brand awareness e gerenciamento da marca, além da divulgação dos produtos e serviços da GS1.



#### EVENTOS

Encontros de relacionamento e conteúdo, agregando valor e conhecimento aos públicos interno e externo, para aumentar a relevância e a visibilidade da marca e posicionamento GS1.



#### SUSTENTABILIDADE

Programa Sustentabilidade em Código: elevação do tema ao nível estratégico, integrando-o ao centro da atuação da GS1 Brasil: a automação.

### FRENTES DE ATUAÇÃO

- Assessoria de imprensa
- Revista
- Eventos
- Branding
- Plataforma de redes sociais
- Webinars
- Portal
- Campanhas de marketing
- Comunicação interna

### DESAFIOS

- Apoiar a GS1 Brasil no posicionamento como uma organização B2B2C (business to business to consumer), ou seja, voltada não apenas para a satisfação das empresas para as quais desenvolve os padrões, mas também para o consumidor, que é beneficiado pelos produtos e serviços da GS1 Brasil
- Aumentar o conhecimento da marca GS1 Brasil
- Influenciar e engajar associados no tema da sustentabilidade
- Fortalecer cada vez mais a relação com os associados



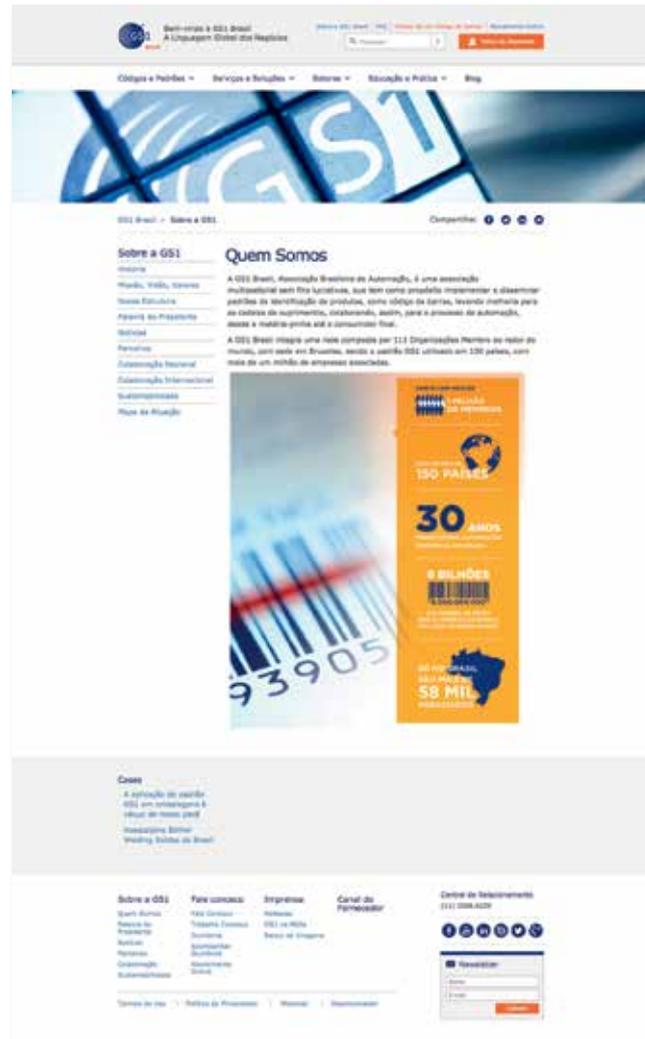
## Comunicação interna [G4-26]

Para incentivar o engajamento dos nossos colaboradores, trabalhamos com ações de endomarketing e buscamos maneiras diferentes de comunicar em canais como boletins, intranet, conteúdo multimídia, eventos e campanhas interativas. Essas ações apresentam aos nossos colaboradores as principais iniciativas da organização e nossas prioridades estratégicas, além de compartilharmos resultados operacionais, novos projetos e melhores práticas.

A comunicação com os colaboradores é um importante pilar da nossa estratégia de comunicação integrada, e a **nota dada por eles às ações de endomarketing é 9,26** (sendo 10 a nota máxima).

## Comunicação com o associado [G4-26]

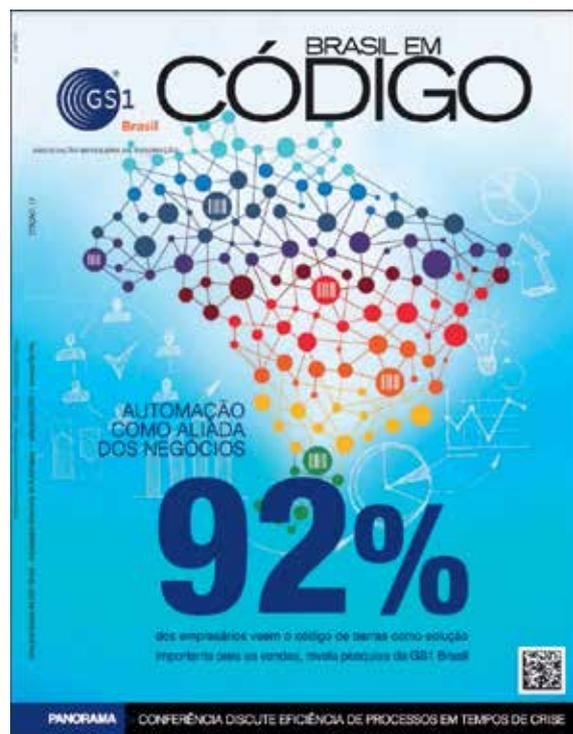
Apoiar a GS1 Brasil no fortalecimento da relação com o associado é um dos objetivos da comunicação. O portal da GS1 Brasil é um dos nossos principais canais nessa direção. Reformulado recentemente (veja mais sobre o assunto no case *Global Brand*, ao final deste capítulo), a ferramenta traz conteúdos interativos, vídeos, campanha e agenda de feiras e eventos. Sua nova versão é responsiva e pode ser acessada por celular, *tablet* ou computador. Além disso, a maneira de os associados se cadastrarem está mais simples e fácil. Com a adoção de um modelo de navegação cruzada, determinado assunto pode ser encontrado em diversos formatos, como notícias, vídeos e estudos, de maneira ágil e intuitiva. As mudanças levaram em conta as opiniões dos nossos associados e a própria estratégia de negócios da GS1 Brasil.



Já a *Revista Brasil em Código*, com periodicidade trimestral, tem a finalidade de apoiar empreendedores e executivos por meio de conteúdos relevantes sobre tendências e inovações tecnológicas com foco na importância da automação e das grandes mudanças nos setores em que atuamos. Está disponível nas seguintes versões:

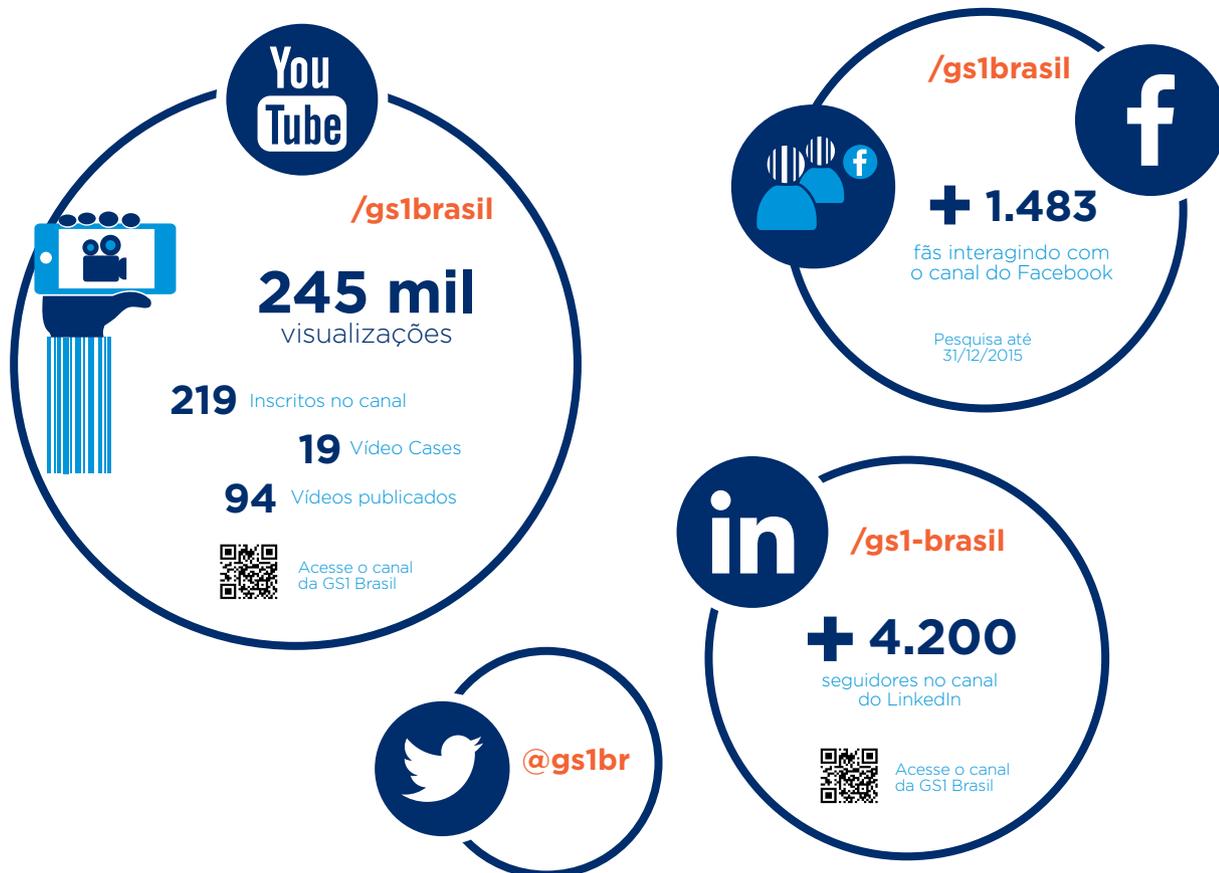
- Versão impressa: tiragem de 3 mil exemplares;
- Versão digital: disponível no Issuu. A versão digital já teve mais de 220 mil acessos, sendo 29 mil acessos em 2015.

Para acessar a versão digital, acesse [www.issuu.com/gs1br](http://www.issuu.com/gs1br)



Com relação às redes sociais, estamos presentes no Facebook, LinkedIn, Twitter, Google Plus e YouTube, com links patrocinados em campanhas do Google e Gmail. No LinkedIn, somos a GS1 com o maior número de seguidores. No Facebook, também estamos no top 10; e temos vários conteúdos relevantes no YouTube e SlideShare.

## Nossos números em 2015:



## Comunicação com o consumidor final [G4-26]

Com o objetivo de associar o nome da GS1 Brasil ao código de barras, lançamos a campanha Eu Sou GS1. Em estudo recente, constatamos que, quando se fala em código de barras, a associação à GS1 não ocorre de imediato e, por isso, a campanha visou aumentar essa relação na mente das pessoas. Além disso, buscamos despertar nos associados e colaboradores o sentimento de orgulho por fazerem parte da GS1.

O pré-lançamento da ação foi realizado para nossos colaboradores, que foram convidados a participar da criação dos materiais de divulgação. Eles foram fotografados com a frase “Eu sou GS1” e as imagens foram distribuídas na sede da entidade, em elevadores, televisores, telas de monitores e e-mails.

Depois da aderência do público interno, a campanha se dirigiu ao mercado, envolvendo nossos

**GS1** ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMATIZAÇÃO

**Código de barras é GS1 Brasil.**

Desde a origem, identificando tudo o que chega à casa do consumidor.

Nosso padrão de identificação está em todos os processos dos atacadistas e distribuidores: do recebimento à expedição, do transporte ao pequeno e médio varejo. A GS1 Brasil, Associação Brasileira de Automação, é uma organização presente no mundo todo com um portfólio completo de soluções para empresas de todos os tamanhos e especialidades. A identificação que você precisa para levar os negócios para mais longe ou trazê-los para mais perto.

**Acesse [gs1br.org](http://gs1br.org) e seja também GS1 Brasil.**

Estamos prontos para ajudar você a expandir seu negócio, garantindo aumento da produtividade e segurança na cadeia de suprimentos.

**EU SOU GS1**

f in t y



associados, fornecedores, parceiros e consumidor final, por meio de veiculações em rádio, TV, internet e redes sociais, promovendo visibilidade e orgulho de pertencer à GS1 Brasil.

Em 2016, a campanha evoluiu com o tema Grandes Marcas. Por meio de inserções em rádio, revistas, jornais e TV e da presença em mídias em aeroportos do Brasil, a GS1 associou o código de barras a grandes marcas com o objetivo de convidar outras empresas e empreendedores a atribuir código de barras aos seus produtos, assim como já feito por empresas de sucesso.

Além disso, a estratégia de comunicação se dará por meio do Inbound Marketing, disponibilizando conteúdos relevantes para gerar engajamento e posicionando a marca da GS1 Brasil em *blogs*, *podcasts*, *vídeos*, *eBooks*, newsletters e mídias sociais.

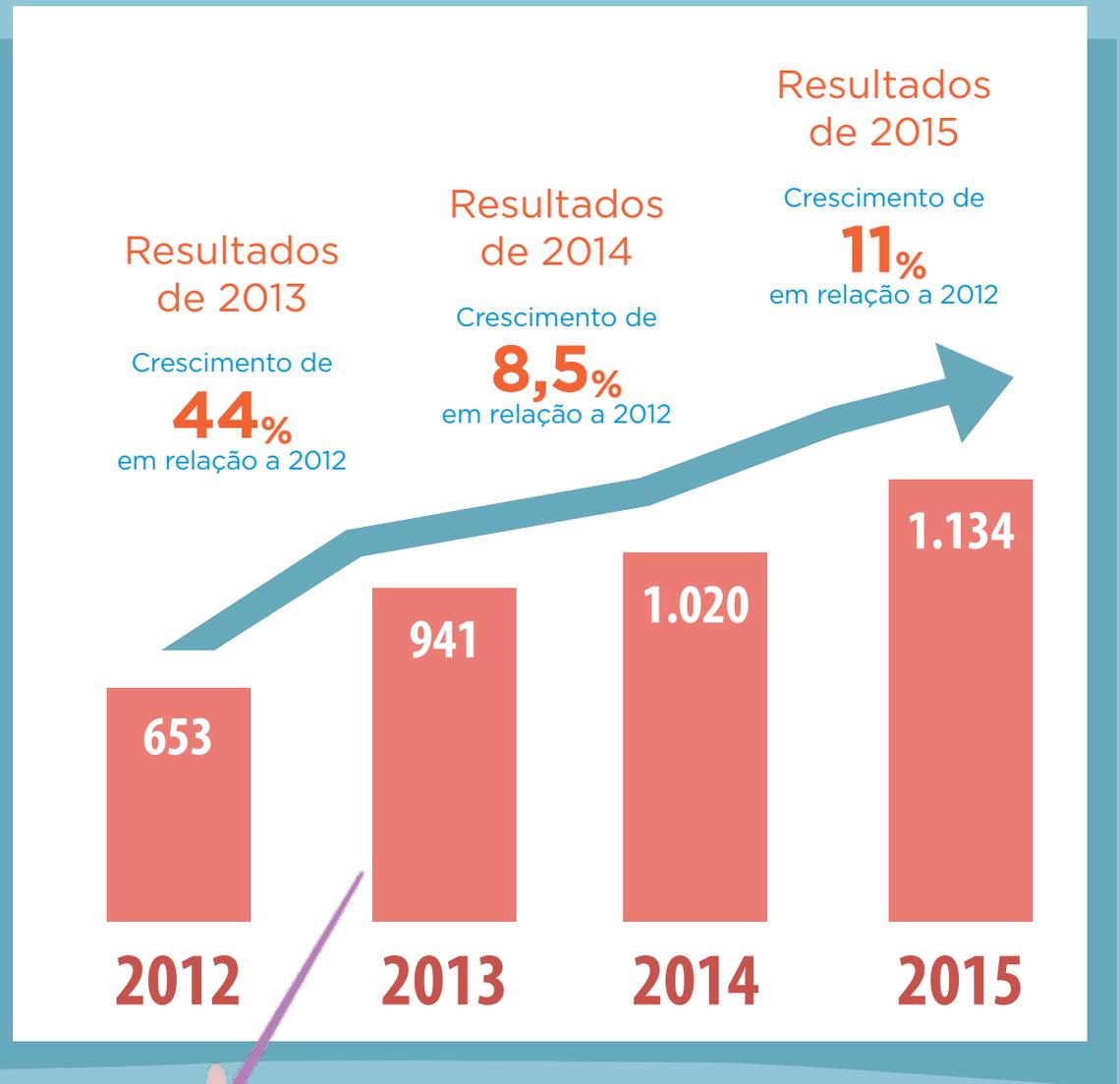
## Relação com a imprensa [G4-26]

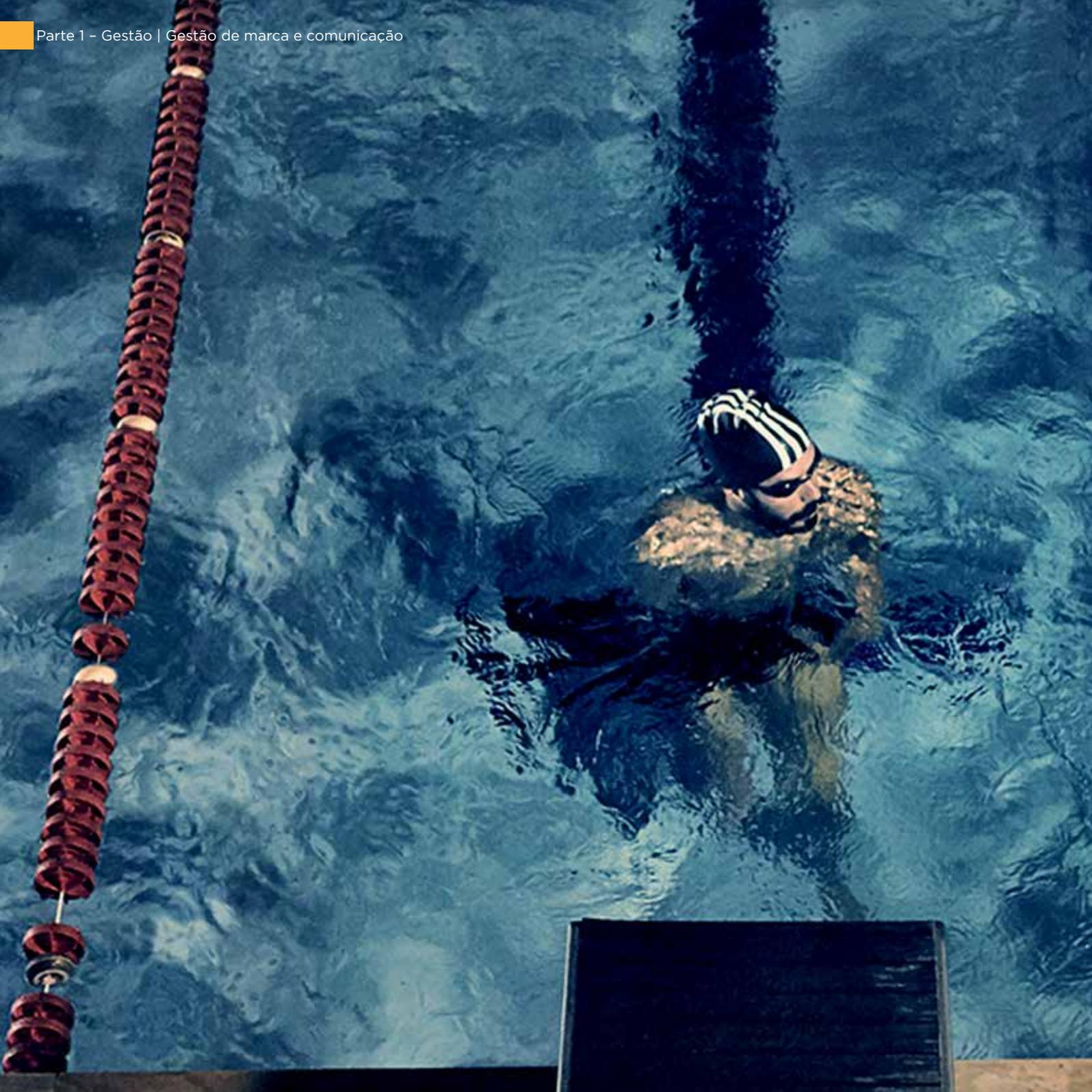
O planejamento anual de exposição em mídia está voltado para a produção de cases de melhores práticas que são divulgados por meio de releases ou entrevistas com nossos executivos para revistas do setor ou da grande imprensa. Trabalhamos com uma agenda de relacionamento com jornalistas e treinamos nossos porta-vozes periodicamente.

Estamos batendo recordes de inserções. Em 2015, conseguimos aumentar nossa visibilidade na televisão, participando de matérias importantes no *Jornal Nacional*, no *Globo Rural* e na *GloboNews*.

“ Em 2015 alcançamos 1.134 exposições positivas na mídia, um aumento de 12% em relação ao ano anterior. ”

## Crescimento de inserções na imprensa







## Campeão dentro e fora das piscinas

O ano de 2015 foi especial para nós. Tivemos várias conquistas, e uma das mais emocionantes foi o patrocínio ao nadador brasileiro Daniel Dias, campeão e recordista paraolímpico. Daniel foi escolhido por vivenciar valores semelhantes aos da organização, como Integridade, Colaboração, Atitude Inovadora e Busca pela Excelência. O patrocínio foi anunciado em setembro, com um evento de boas-vindas na nossa sede, em São Paulo.

## Global Brand

Uma das principais iniciativas em gestão de marca e comunicação foi o projeto **Global Brand**, que nasceu com o objetivo de criar uma identidade global para a GS1, trazendo unicidade à marca.

O projeto foi desenvolvido em parceria com uma agência internacional, e a equipe brasileira participou ativamente das discussões e aprovações. Foram 12 meses de trabalho, coordenados por um grupo multifuncional da **GS1 Global**, o **Advisory Council**, do qual **Virginia Vaamonde**, nossa CEO, fez parte.

No final de 2014, atualizamos a nossa identidade visual, com o objetivo de reforçar nossos atributos e inserir novos elementos, tornando nossa marca global ainda mais moderna e próxima do consumidor final.

Nossos colaboradores participaram de um *workshop* de sensibilização e engajamento, conhecendo em primeira mão a nova linha de comunicação da GS1 para todos os seus públicos. Em seguida, reformulamos o nosso *website*, sendo a GS1 Brasil pioneira na adoção da nova identidade visual global em sua plataforma na internet, destacando-se como referência para as demais organizações-membros (MO) do mundo.

Ao longo de 2015, adaptamos os demais materiais à nova identidade: folhetos, *newsletters*, assinaturas de e-mail, brindes, *displays* eletrônicos e perfil nas redes sociais. Revitalizamos também a nossa apresentação em feiras e seminários, promovendo uma comunicação integrada e única da nossa visão, da nossa missão e dos nossos valores.

## ICONOGRAFIA



## MATERIAIS UTILIZANDO A NOVA IDENTIDADE





## Parte 2

# Relacionamento

---

Estamos comprometidos em atender e superar as expectativas dos nossos clientes, colaboradores, parceiros e da sociedade. Buscamos excelência para atingir o melhor resultado.

### **Relação com os associados**

**Responsabilidade da GS1 Brasil  
pela cadeia de valor**

**Satisfação do consumidor final**

**Educação, capacitação  
e treinamentos externos**



## Relação com associados

Somos uma associação aberta a todos que queiram usar os nossos padrões, serviços e soluções, agindo de maneira neutra e transparente. Acreditamos que a satisfação de nossos associados vai além da nossa razão de existir: é a força que nos move.

Fechamos o ano de 2015 com 58,6 mil associados, que, ao aderirem ao Sistema GS1, passaram a contar com produtos e serviços diferenciados e canais exclusivos de relacionamento. O nosso desafio é grande: nossos associados estão espalhados por diversas partes do País e têm demandas, tamanhos, realidades e necessidades muito distintas.

Por isso, nossos esforços são para atender cada vez mais e melhor os nossos associados. Nesse contexto, temos uma equipe com amplo conhecimento técnico, disponível para assessorar as empresas sobre nossos padrões e suas aplicações e para dar apoio na implantação das melhores práticas nos negócios, além de uma diversificada grade de cursos, presenciais e a distância, composta de temas como logística, automação e rastreabilidade.

## As diversas formas de relacionamento com nossos associados



### EVENTOS

- Conferência Brasil em Código
- Prêmio Automação
- Feiras, seminários e *workshops*

Saiba mais na página 58, no capítulo Gestão de Marca e Comunicação.



### COMITÊS SETORIAIS

Participamos de uma série de comitês em diversos setores de mercado. Saiba mais no final deste capítulo.



### ATENDIMENTO

- Telefone
- E-mail
- Chat
- Presencial



### RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

Estamos presentes nas discussões sobre as necessidades de desenvolvimento de novos e atuais setores e mercados. Saiba mais na página 88, no capítulo Responsabilidade da GSI perante a Cadeia de Valor.



### INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Produzimos uma série de estudos e pesquisas com o objetivo de conhecer as tendências de mercado e nos antecipar às necessidades do consumidor e dos nossos associados. Saiba mais na página 97 no capítulo Satisfação do Consumidor Final.



### COMUNICAÇÃO

Possuímos uma plataforma de comunicação integrada que alinha nosso posicionamento e iniciativas. Saiba mais na página 58 no capítulo Gestão de Marca e Comunicação.



### CURSOS

Por meio da área de Educação levamos qualificação para o associado. Saiba mais na página 104, no capítulo Educação, Capacitação e Treinamentos Externos.



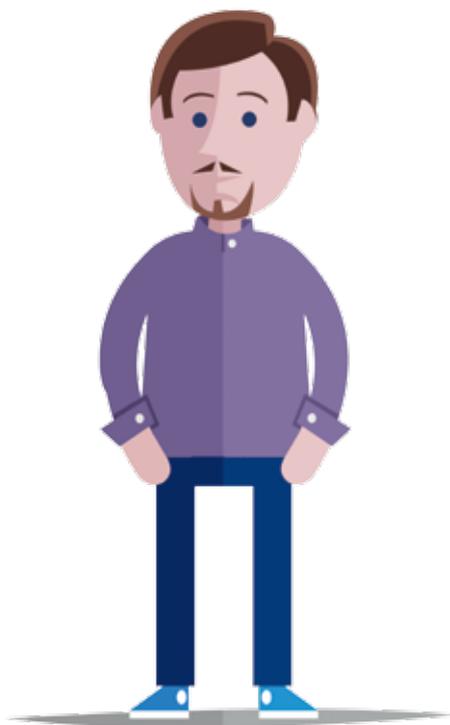
### TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Inovação faz parte de nossos valores e o Centro de Inovação e Tecnologia é uma importante conquista nesse contexto. Saiba mais na página 104, no capítulo Educação, Capacitação e Treinamentos Externos.



### ASSESSORIA TÉCNICA SETORIAL

Temos uma equipe preparada para orientar nossos associados sobre todos os nossos produtos e serviços, de acordo com as especificidades de cada setor e negócio.



### PESQUISA DE SATISFAÇÃO

9,0 (indicador corporativo de satisfação dos associados em 2015)

Além disso, nossos associados podem participar dos Comitês Setoriais, um ambiente de troca de experiências que possibilita a identificação de necessidades comuns e de soluções para empresas de diferentes setores. Conheça mais detalhes dessa iniciativa ao final deste capítulo.

## Canais de Relacionamento

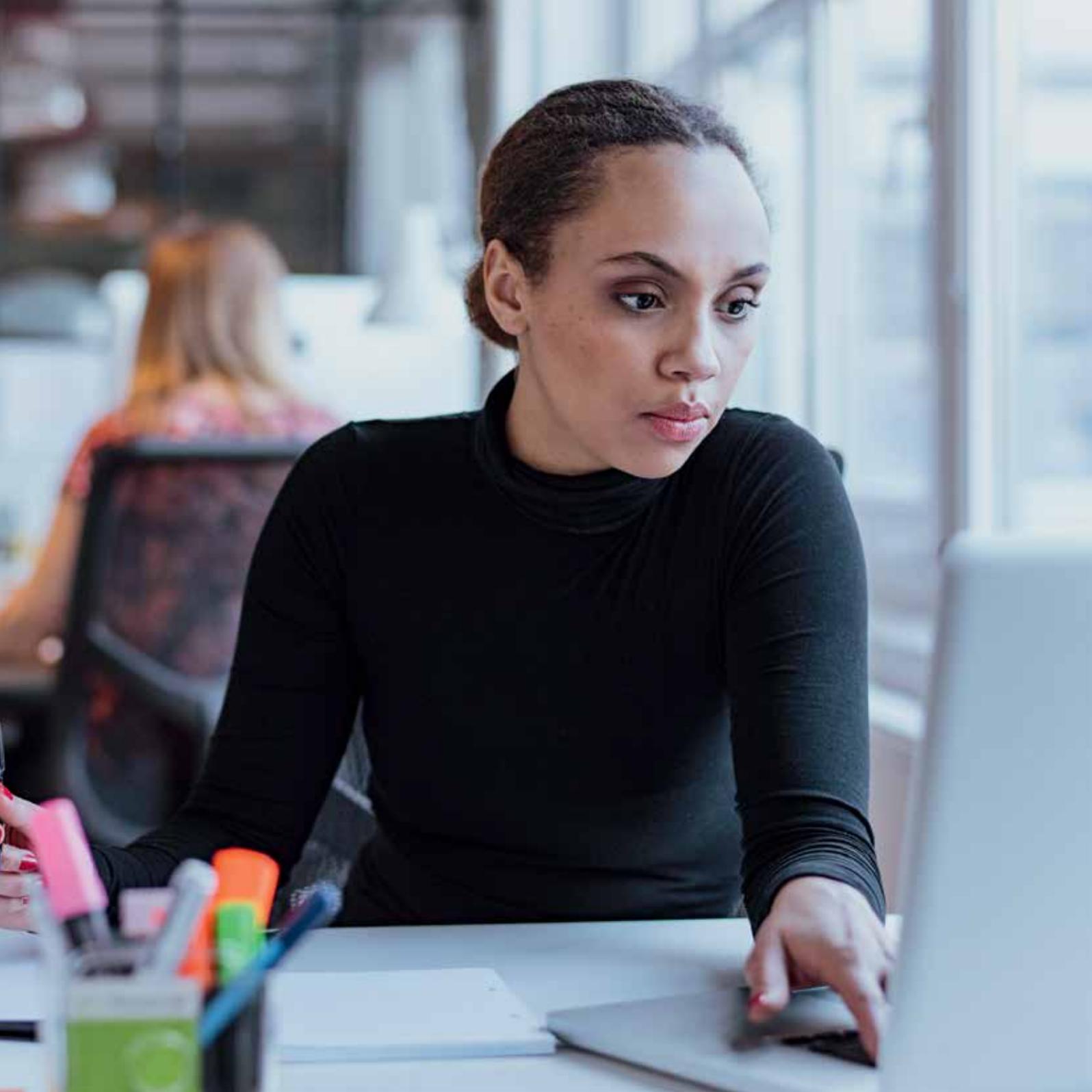
[G4-PR5] [DMA ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS]

Nossos associados contam com canais de contato exclusivos oferecidos pela nossa Central de Relacionamento, como: Painel do Associado e chat (portal GS1), telefone e e-mail, além do suporte presencial realizado pelo time da GS1 Brasil.

Os principais registros que chegam à nossa Central de Relacionamento basearam-se em dúvidas sobre filiação, Cadastro Nacional de Produtos (CNP), recadastramento, cancelamentos e segunda via de boletos.

TELEFONE 	E-MAIL 	CHAT 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobrança - <b>31%</b></li> <li>• CNP - <b>23%</b></li> <li>• Filiação - <b>11%</b></li> <li>• Painel do Associado - <b>6%</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filiação - <b>25%</b></li> <li>• Cobrança - <b>21%</b></li> <li>• Cancelamento de filiação - <b>11%</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CNP - <b>37%</b></li> <li>• Filiação - <b>22%</b></li> <li>• Cobrança - <b>13%</b></li> <li>• Prospecção - <b>13%</b></li> </ul>

Além desse canal, possuímos um canal de ouvidoria que pode ser acessado em [www.gs1br.org/ouvidoria](http://www.gs1br.org/ouvidoria)



## Painel do Associado

Nossos associados podem acompanhar o status das suas solicitações em tempo real, desde o processo de filiação, e ter mais autonomia, como na emissão de segunda via de boletos.

O Painel também possibilita que as informações encaminhadas via canais de relacionamento fiquem registradas e inseridas no histórico do cliente, na ferramenta *Customer Relationship Management* (CRM).

Já o *Web Chat* permite interatividade em tempo real com os associados. Por meio desse canal, oferecemos o mesmo atendimento do telefone e do e-mail, mas de forma instantânea e a partir de vários dispositivos, como computadores, *smartphones* e *tablets*.



11 3068-6229



atendimento@gs1br.org



chat.gs1br.org



gs1br.org

A man with short grey hair and glasses, wearing a dark suit, white shirt, and patterned tie, is speaking at a podium. He is looking slightly to the right. The podium has two microphones in front of him. The background is dark.

## Exposição nacional e internacional

Participamos ativamente de congressos, conferências e feiras, no Brasil e no exterior, com o objetivo de compartilhar experiências e trazer aos nossos associados mais conhecimento. Também realizamos eventos amplamente reconhecidos pelo mercado e por nossos associados, como a Conferência Internacional Brasil em Código, que apresenta anualmente tendências em tecnologia, automação e logística. Em 2015, na sua quinta edição, o evento ganhou uma nova dinâmica, com painéis sobre vários temas, a fim de traçar um panorama da conjuntura atual do País. As edições do Brasil em Código também são disponibilizadas ao vivo pela internet.

Saiba mais em [brasilemcodigo.com.br](http://brasilemcodigo.com.br)



O Prêmio Automação é outra iniciativa de sucesso. Criado em 1998, reconhece anualmente o trabalho de empresas e organizações que investem em projetos inovadores adotando os padrões GSI na melhoria dos seus negócios.

Os projetos premiados durante a cerimônia são avaliados por um júri externo, formado por profissionais com sólida experiência e de grande credibilidade.

Na 18ª edição, em 2015, tivemos 26 cases inscritos e 9 foram premiados. Também homenageamos profissionais que apresentam as melhores práticas de mercado apoiadas pelos padrões GSI.

O ponto máximo dessa edição foi a apresentação da nova identidade visual do Prêmio e do troféu.

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.

# Premiados

**CATEGORIA: Sustentabilidade**  
**EMPRESA: Amigos do Bem**



**CATEGORIA: Identificação de Produtos para FLV | EMPRESA: H2Orta**

**CATEGORIA: Identificação Têxtil com EPC/RFID | EMPRESA: Mackvanny**



**CATEGORIA: Produtividade na frente  
do caixa | EMPRESA: Extra**



**CATEGORIA: Controle de Ativos com  
EPC/RFID | EMPRESA: Lupo**

**CATEGORIA: Controle Logístico com  
RFID | EMPRESA: MC3**





**CATEGORIA: GS1 128**  
**EMPRESA: PariPassu**



**CATEGORIA: Identificação Serializada  
para Saúde | EMPRESA: Roche**



**CATEGORIA: Educação**  
**EMPRESA: SEBRAE**



**CATEGORIA: GS1 128**  
**EMPRESA: PariPassu**

# Homenageados

**MARCELO LUBASZEWSKI**  
Presidente - CEITEC S. A.



**CARINA SAITO - Gerente de Reforma e Autogestão**  
**- ABCP | GUILHERME TIEZZI - Sócio - Agenttia**  
**MATCON**

**IGOR HOELSCHER**  
Assessor Executivo - Abicalçados



**EUDALDO ALMEIDA - Coordenador  
Geral - ENCAT  
ÁLVARO BAHIA -  
Coordenador Técnico - ENCAT**



**ANTÔNIO GALVÃO VASCONCELOS  
1º Presidente - GSI Brasil**

**JÚLIO CÉSAR NARCISO  
Auditor Fiscal**







**AUTOCOM**  
Loja do Futuro



**APAS**  
Supermercado do Futuro



**FISPAL**  
Indústria do Futuro



**ABAD**  
Armazém do Futuro

## Para a micro e pequena empresa

Parte dos nossos associados são micro e pequenas empresas, nas quais o contador exerce grande influência nas decisões. Estamos presentes nos principais eventos dessa categoria, reforçando a importância e os benefícios da utilização do código de barras. Em 2015, a GSI Brasil participou do 8o Encontro de Empresas de Serviços Contábeis de Osasco, Grande ABC, Itu, Jundiaí, Registro e Sorocaba, da 29ª Convenção da Contabilidade do Estado de Santa Catarina (Contesc) e da Feira do Empreendedor Sebrae-SP, a maior feira do Sebrae no Brasil, com o qual possuímos uma série de parcerias, e formamos o Comitê MPE para micro e pequenas empresas (*veja mais no quadro Comitês GSI, na página 86*), que será fortalecido em 2016.

## No caminho certo

[G4-PR5] [DMA ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS]

Nossa pesquisa anual de satisfação com nossos associados apontou, em 2015, média superior a 9 em favorabilidade, um aumento de 10% em relação ao ano anterior. Essa conquista indica que estamos no caminho certo, investindo constantemente em inovação e tecnologia e trazendo informações relevantes e novas ferramentas para nossos associados, além de atuar com órgãos e entidades governamentais no desenvolvimento dos diversos setores da economia brasileira.

<b>INDICADOR* CORPORATIVO DE SATISFAÇÃO DOS ASSOCIADOS - 2015</b>	
CIT (Centro de Inovação e Tecnologia)	9,6
Portal	7,6
Atendimento ao associado	9,3
Cursos	9,3
GS1 Brasil (média geral)	9,0

\*O indicador vai de zero (0) a dez (10), sendo zero o menor índice de satisfação e 10 o maior índice de satisfação

## Comitês GS1

### CONVERGÊNCIA E RECIPROCIDADE

Para chegar ao consumidor, todo e qualquer produto depende da participação de uma série de elementos, como matéria-prima, insumos, equipamentos, design e embalagem. A sinergia e a interação desses elementos formam uma cadeia de suprimentos e influenciam diretamente na competitividade, na qualidade e na disponibilidade de produtos.

Para discutir e promover a automação como ferramenta de melhoria da competitividade e da eficiência na indústria, a GS1 Brasil organiza diversos comitês, que contam com a participação de seus associados e de convidados externos.

Reunindo-se periodicamente, esses grupos, além de debaterem e proporem soluções para os diversos setores econômicos, possibilitam a troca de melhores práticas e criam um ambiente adequado para novos aprendizados e experiências: [G4-8]

### **Comitê Saúde – Medicamentos e Produtos para Saúde**

Reúne integrantes de toda a cadeia de saúde, englobando o setor farmacêutico e o de produtos para saúde. Hospitais, varejo farmacêutico, indústria de medicamentos e produtos para saúde, órgãos regulatórios, distribuidores, provedores de soluções e entidades do setor são reunidos neste comitê. O objetivo é promover, gerenciar e facilitar a adoção de padrões globais de forma a apoiar melhores práticas para a eficiência da cadeia da saúde e a segurança dos pacientes. Rastreabilidade dos Medicamentos e Identificação Única para Produtos de Saúde (UDI) são temas de destaque nessa iniciativa.

### **Comitê FLV- Frutas, Legumes e Verduras**

Formado por produtores de Frutas, Legumes e Verduras, além de distribuidores, varejistas, centrais de abastecimento e entidades setoriais, entre outros, com a finalidade de contribuir para a evolução dos negócios no setor de FLV, proporcionar a troca de experiências e de conhecimento e o aumento da produtividade em toda a cadeia. Sua iniciativa central é promover a adoção do uso de padrões globais de identificação dos produtos desde sua origem, contribuindo para a rastreabilidade e visando à segurança do alimento em toda a cadeia produtiva.

### **Comitê MPE - Micro e Pequenas Empresas**

O aumento da qualidade, da produtividade e da competitividade dos associados de pequeno porte é o objetivo deste grupo, que envolve também entidades governamentais relacionadas ao desenvolvimento das MPEs. Gestão, desenvolvimento de embalagem e marketing são alguns dos temas em destaque discutidos nesta iniciativa. O Seminário MPE é mais uma oportunidade para promover debates sobre assuntos relevantes para as micro e pequenas empresas.

**Comitê Cadeia Produtiva**

Com a participação de varejistas, distribuidores e fornecedores, tem o objetivo de discutir temas que impactam o dia a dia das empresas, como regulamentações da Anvisa para o setor, rastreabilidade para a cadeia de suprimentos, cadastro e tendências para a identificação de produtos.

**Comitê de Associações**

Reúne importantes entidades nacionais que representam a grande maioria dos setores da nossa economia, como agronegócio, indústria, varejo e distribuição. Promove e facilita encontros entre entidades para fomentar a troca de melhores práticas e ganhos em produtividade e eficiência. A utilização de documentos fiscais eletrônicos como ferramenta para apoiar a rastreabilidade de produtos e *compliance* são temas da agenda do grupo.

**Workshop de Segurança do Alimento**

A segurança do alimento está em foco; o consumidor demanda cada vez mais informações sobre os produtos que leva para sua mesa. Identificação do produto na origem e rastreabilidade são palavras de ordem. Produtores, indústrias e varejo alimentício têm a oportunidade de se reunir para debater temas importantes para o setor. A Anvisa marcou presença a fim de sanar dúvidas das empresas a respeito da Resolução da Diretoria Colegiada – RDC-24, que fala sobre o Plano de Recolhimento de Alimentos e Comunicação à Anvisa.



## Responsabilidade da GS1 perante a cadeia de valor

Da matéria-prima ao consumidor, estamos presentes em todas as etapas da cadeia de suprimentos com nossos padrões, produtos, soluções e serviços. Sabemos da nossa responsabilidade em gerar eficiência para os processos, reduzir custos e integrar os elos dessa cadeia, trazendo sustentabilidade e soluções que minimizem impactos negativos. [G4-12]

Por isso, o tema material que nomeia este capítulo, “Responsabilidade da GS1 perante a cadeia de valor”, apresenta grandes oportunidades e desafios para nossa associação, como:

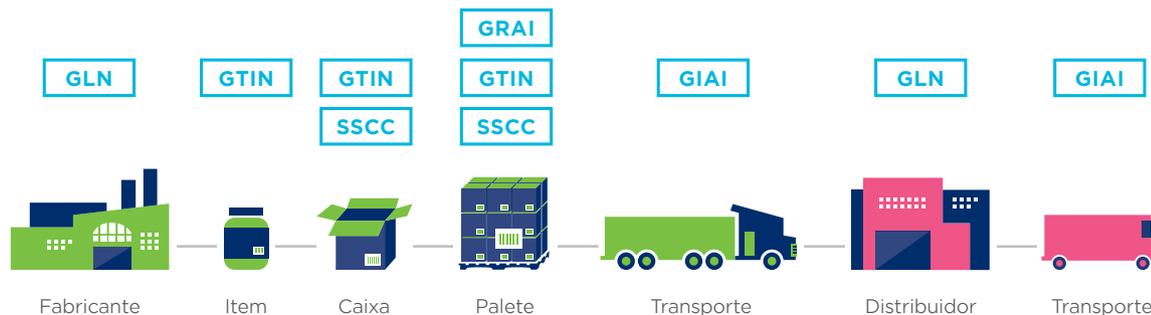
- Busca de soluções para otimizar os custos e facilitar os processos da cadeia de fornecedores;
- Geração de eficiência para todas as cadeias produtivas;
- Disseminação do conceito de sustentabilidade na cadeia;
- Potencial de contribuição relevante à logística reversa das empresas e gestão de resíduos;
- Tendência de aumento do comércio eletrônico, que exige grande logística como sustentação dos processos.

Em alguns aspectos mencionados anteriormente, possuímos uma série de iniciativas descritas neste capítulo. Em outros casos, estamos incorporando em nossa estratégia de sustentabilidade os desafios levantados pelos nossos *stakeholders* no exercício da nossa materialidade, com o objetivo de avançar gradativamente em todos os aspectos.

No infográfico a seguir, por exemplo, apresentamos de maneira resumida como nossos padrões estão presentes em toda a cadeia de suprimentos trazendo soluções e benefícios, como sincronização de dados, ganhos de produtividade, eficiência logística, redução de custos, rastreabilidade, logística reversa e segurança do paciente e do alimento (*veja mais sobre isso no capítulo Benefícios dos Padrões e Serviços, na página 113*).

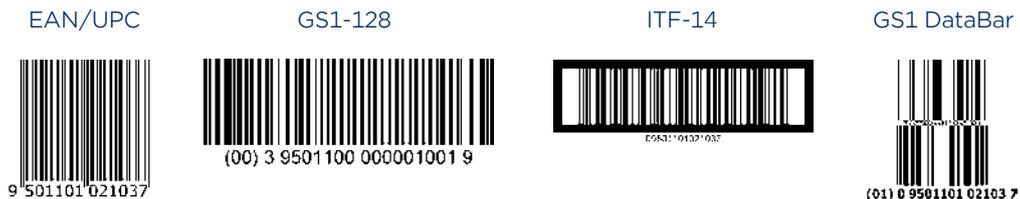
## Identificar: Padrões GS1 para identificação

**GLN** Número Global de Localização **GTIN** Número Global de Item Comercial **SSCC** Código de Série de Unidade Logística



## Capturar: Padrões GS1 para Códigos de Barra & EPC/RFID

### Códigos de Barra GS1



## Compartilhar: Padrões GS1 para Troca de Dados

**Dados Mestres** Rede Global de Sincronização de Dados (GDSN) **Dados Transacionais** eCom (EDI)



**GRAI** Identificador Global de Ativo Retornável **GIAI** Identificador Global de Ativo Individual **GSRN** Número Global da Relação de Serviços



### GS1 EPC/RFID

GS1 DataMatrix



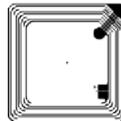
GS1 QR Code



GS1 Composite Barcode



EPC HF Gen 2



EPC UHF Gen 2



**Dados do Evento** Serviços de Informação EPC (EPCIS)

**RABILIDADE** →

Rastreabilidade do produto

Pedigree

Pedido de compra/Avise de despacho/Nota fiscal

## Qualidade estampada [DMA ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS]

A legislação exige uma série de medidas para atestar a conformidade de nossos produtos e serviços. Essas métricas são apresentadas pelo indicador abaixo e

são levantadas por meio de uma análise criteriosa de informações como impactos socioambientais, rastreabilidade, validade e origem das matérias primas.

### G4-PR3 - Tipo de informação sobre produtos e serviços exigido por procedimentos de rotulagem

DISPONIBILIDADE DE INFORMAÇÕES SOBRE OS PRODUTOS E SERVIÇOS NAS SOLUÇÕES DA GS1	TERCEIRIZAÇÃO DE COMPONENTES DO PRODUTO OU SERVIÇO	CONTEÚDO, PARTICULARMENTE DE SUBSTÂNCIAS QUE POSSAM GERAR IMPACTOS AMBIENTAIS OU SOCIAIS
Código de barras		
E-commerce		
Sincronização de dados (GDSN, GPC)		
EPC/RFID		
CNP		
Qualidade de dados		
Certificação de Código de Barras		
Conformidade de Pesos e Medidas		
G-trade		
Calculador de dígito verificador		
GEPIR		
GS1 DataSource		
GLN Registry		
GS1 SmartSearch		

LEGENDA

- Há informações disponíveis.
- Ainda não existem essas informações no CNP, mas estava prevista a disponibilização de outros dados de produtos em 2016.
- Ainda não foi implantado no Brasil e não está em uso, mas está nos planos para o futuro.

USO SEGURO DO PRODUTO OU SERVIÇO	DISPOSIÇÃO DO PRODUTO E IMPACTOS AMBIENTAIS/SOCIAIS	APOIO EM RASTREABILIDADE DO PRODUTO	APOIO NA PADRONIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES DO PRODUTO PARA O MERCADO CONSUMIDOR FINAL
<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	
			<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>
	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	
<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #FF8C00;"></span>		<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>
<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>
<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #FF8C00;"></span>		<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>
			<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #0070C0;"></span>
	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>	
<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>			<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #008000;"></span>

Não há, nos códigos de barras, indicações que permitem o uso seguro do produto. Entretanto, pode-se chegar a essas informações com a chave de identificação. Se os associados desejarem relacionar os dados sobre uso seguro do produto às chaves de identificação – e o fabricante utilizá-los na web, em avisos na embalagem, em aplicativos, etc. – o consumidor final pode ter acesso a eles.

Na terceirização de componentes de um produto ou serviço, está sendo considerada a obtenção de dados adicionais desse produto. Um exemplo disso é a possibilidade de identificar o produto com o número de lote e a data de validade. Outra hipótese é

a disponibilização de informações de origem das matérias-primas utilizadas por um fabricante para a confecção do produto. Nesse caso, os padrões podem auxiliar na rastreabilidade do produto desde o fabricante até a mesa do consumidor, e vice-versa.

Em relação à disposição do produto e aos impactos ambientais/sociais, o uso dos padrões possibilita a identificação de um bem retornável e, conseqüentemente, auxilia no processo de logística reversa. O resultado é um menor impacto ambiental/social, o controle eficiente de estoque e da data de validade de produtos perecíveis e a redução da quantidade descartada em lixo comum.



## Busca por eficiência e excelência nas cadeias de suprimentos

Possuímos potencial de contribuição para o desenvolvimento de negócios nos mais variados setores e, por isso, procuramos intensificar nossa atuação em projetos governamentais, criando um canal direto com o Congresso Nacional e o governo federal. [G4-13]

Por meio de um trabalho conjunto entre as áreas de Negócios e Relações Institucionais, estamos presentes nas discussões sobre as necessidades de desenvolvimento de novos setores e mercados e, conseqüentemente, dos desafios de suas cadeias de suprimentos. Procuramos estar cada vez mais próximos das agências federais – como a Anatel (telecomunicações), a Anvisa (vigilância

sanitária) e a Apex (exportação) – e dos ministérios (Justiça, Desenvolvimento, Meio Ambiente, Defesa, Ciência e Tecnologia, Agricultura), com o objetivo de conhecer os desafios de cada setor e, assim, com base em nossas soluções em produtos e serviços, contribuir para a eficiência da cadeia de valor dos mais variados segmentos de mercado.

Em 2015, participamos ativamente de 11 Câmaras Setoriais do Ministério da Agricultura, voltadas para a cadeia produtiva de algodão, leite e derivados, cachaça, carne bovina, fruticultura, viticultura, flores e plantas ornamentais, hortaliças, aves e suínos, logística do agronegócio e agricultura orgânica.

[G4-16]

## Valor digital

Além do trabalho realizado com as Câmaras Setoriais, estamos atentos a outras demandas de mercado, como é o caso do comércio eletrônico, que atualmente corresponde a um importante segmento da economia nacional. Olhando para a cadeia de valor desse segmento, sabemos que existem grandes oportunidades de melhoria.

Reclamações sobre entregas, devoluções, expectativa incorreta do produto e produtos com defeito afetam diretamente a reputação de uma marca, gerando desgaste de imagem, aumento do custo logístico e dificuldade na fidelização do cliente. Encontrar com mais facilidade os produtos na internet e possuir descrições mais detalhadas sobre ele gera mais conhecimento por parte do consumidor e, conseqüentemente, mais certeza sobre a decisão de comprar determinado produto. Assim, o número de devoluções tende a cair, trazendo um benefício maior tanto para quem compra quanto para quem vende.

Uma das soluções para isso é adotar um padrão único para dados estruturados de produtos vendidos na web. Para atender a essa necessidade, possuímos o GS1 SmartSearch, um padrão que organiza os dados sobre os produtos que estão disponíveis na internet. Com ele, o número do código de barras (o GTIN, número global do item comercial) fornecido pela indústria e que já é utilizado por todos os parceiros comerciais é levado para as páginas da internet, proporcionando aos consumidores buscas e comparações mais precisas e assertivas sobre o produto. O Google já utiliza o padrão GTIN como requisito para cadastro no Google Shopping.

Em 2015, a GS1 Global desenvolveu projetos-piloto para a utilização desses padrões na França e na Alemanha, e um piloto para o Brasil está previsto em 2016.

## Influência positiva na cadeia de valor

[DMA IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS]

A GS1 Brasil também possui parcerias com diversas organizações que promovem o desenvolvimento socioeconômico do nosso país. Desde 2003, é signatária do Pacto Global, da Organização das Nações Unidas (ONU), com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial para incorporar, em suas práticas de negócios, dez ações nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. [G4-15]

Em 2015, lançamos o Programa Sustentabilidade Código, que estruturou as iniciativas socioambientais da entidade e colocou o tema da sustentabilidade como prioridade estratégica. [G4-EC8]

Como uma associação com 58 mil filiados no Brasil, entendemos também que podemos disseminar a importância da gestão sustentável para toda a nossa cadeia de valor. Por isso, estamos levando nossos padrões para organizações como as não governamentais (ONGs) e as da sociedade civil de interesse público (Oscips), e reconhecendo as iniciativas de nossos associados em sustentabilidade: [G4-8, G4-9]

- **Negócios Sociais** – apoiamos a profissionalização por meio da automação, incluindo para isso a aplicação dos padrões, produtos e soluções GS1, para instituições sem fins lucrativos (saiba mais no quadro em destaque deste capítulo);
- **Categoria Sustentabilidade** – lançada em 2015 no Prêmio Automação, reconhece e valoriza associados e parceiros que se destacaram em projetos ou ações sustentáveis e relevantes para a sociedade. O primeiro vencedor foi a Associação Amigos do Bem. [G4-EC8]





“

A parceria com a GS1 agilizou nossas vendas, as transferências de mercadorias para as lojas, a contagem dos produtos e o controle do estoque. Antes, tudo isso era feito manualmente. Com a automação, tivemos mais tempo para investir em pesquisa de mercado, na criação de novos produtos, no treinamento de vendedoras, no relacionamento com nossos clientes e em outras ações que estimularam as nossas vendas.

”

**Renata Kastrup**, coordenadora de produtos da Associação Saúde e Criança.

Acesse o código ao lado com um dispositivo móvel e assista o vídeo.



# Satisfação do consumidor final

Somos todos consumidores. E podemos perceber no nosso dia a dia como as novas tecnologias estão determinando um novo comportamento de compra e mudando a maneira como as empresas fazem seus negócios. A GS1 Brasil oferece padrões de identificação de produtos e serviços que contribuem para que a experiência de compra do consumidor seja cada vez mais qualificada.

Conhecer esse consumidor e sua visão sobre o universo das compras é condição básica para que possamos auxiliar nossos associados e o mercado em geral a se preparar para as demandas da sociedade. Nesse contexto, o estudo “O uso de código de barras no Brasil: consumidores e empresas”, elaborado pela GS1 Brasil em parceria com a H2R Pesquisas, está em sua terceira edição e traz dados relevantes com relação ao uso do código de barras.

Cada vez mais o consumidor vai exigir mais dados daquilo que consome, e o seu *smartphone*/celular será o principal instrumento para obter a informação que deseja. Ainda de acordo com a pesquisa, o consumidor entende que o código de barras será a fonte de informação mais segura para captura daquilo que ele precisa saber.

## Veja alguns resultados do estudo\*:

### Uso do código de barras hoje:

- 92%** consultar preços dos produtos
- 91%** fazer pagamentos
- 84%** realizar compras no supermercado
- 74%** realizar compras em loja
- 45%** identificação em lojas

### Uso do código de barras no futuro:

- 88%** saber da validade do produto
- 83%** identificação pessoal
- 80%** obter informação do produto
- 73%** rastrear o que consome
- 68%** ler rótulo do produto

Nesse estudo, as prioridades e as modalidades na hora da compra também foram identificadas.

\*Para conhecer a pesquisa completa, acesse <https://www.gs1br.org/educacao-e-pratica/estudos-e-pesquisas>



**87%**

dos consumidores compram em lojas físicas e on-line



**9%**

compram apenas em lojas físicas

**4%**

só utilizam o e-commerce



Quando o assunto é o que o consumidor leva em consideração na hora da compra, o resultado foi:

	<b>1º lugar</b>	<b>2º lugar</b>	<b>3º lugar</b>
	Preço	Qualidade	Data de validade
Como a GS1 pode auxiliar as empresas a responder aos desejos do consumidor?	Linguagem-padrão para consulta	Rastreabilidade de produtos	Informações disponibilizadas pelo uso do padrão na leitura dos rótulos



A estruturação da área de Inteligência de Mercado (IM) foi um passo importante dado pela GSI Brasil, com o objetivo de identificar tendências, gerar informações qualificadas e preparar a nossa organização e seus associados para os novos desafios com relação ao comportamento do consumidor.

A área de IM atua por meio de um grupo de trabalho implantado em 2015 com *benchmark* entre diversas organizações que têm ou estão implementando um departamento de dados, proporcionando troca de informações a respeito de estudos e pesquisas. Ainda em 2015, foi implantada a ferramenta de *Business Intelligence*, que permitiu visualizar, em um mesmo local, todas as fontes internas de dados, possibilitando cruzamentos, análises e informações consistentes a respeito dos nossos associados para melhor tomada de decisão.

Com relação ao comportamento das empresas, o estudo traz os seguintes resultados:

- **86,33%** dos produtos vendidos são identificados com o código de barras;
- **87,24%** do faturamento das empresas está atrelado aos produtos com código de barras.

Importância do código de barras para as empresas brasileiras que têm produtos para o consumidor final:

- **90,35%** acreditam que ajuda na venda de produtos;
- **76,55%** entendem que é importante na hora da compra de mercadorias;
- **80,7%** dizem que ajuda na gestão empresarial.

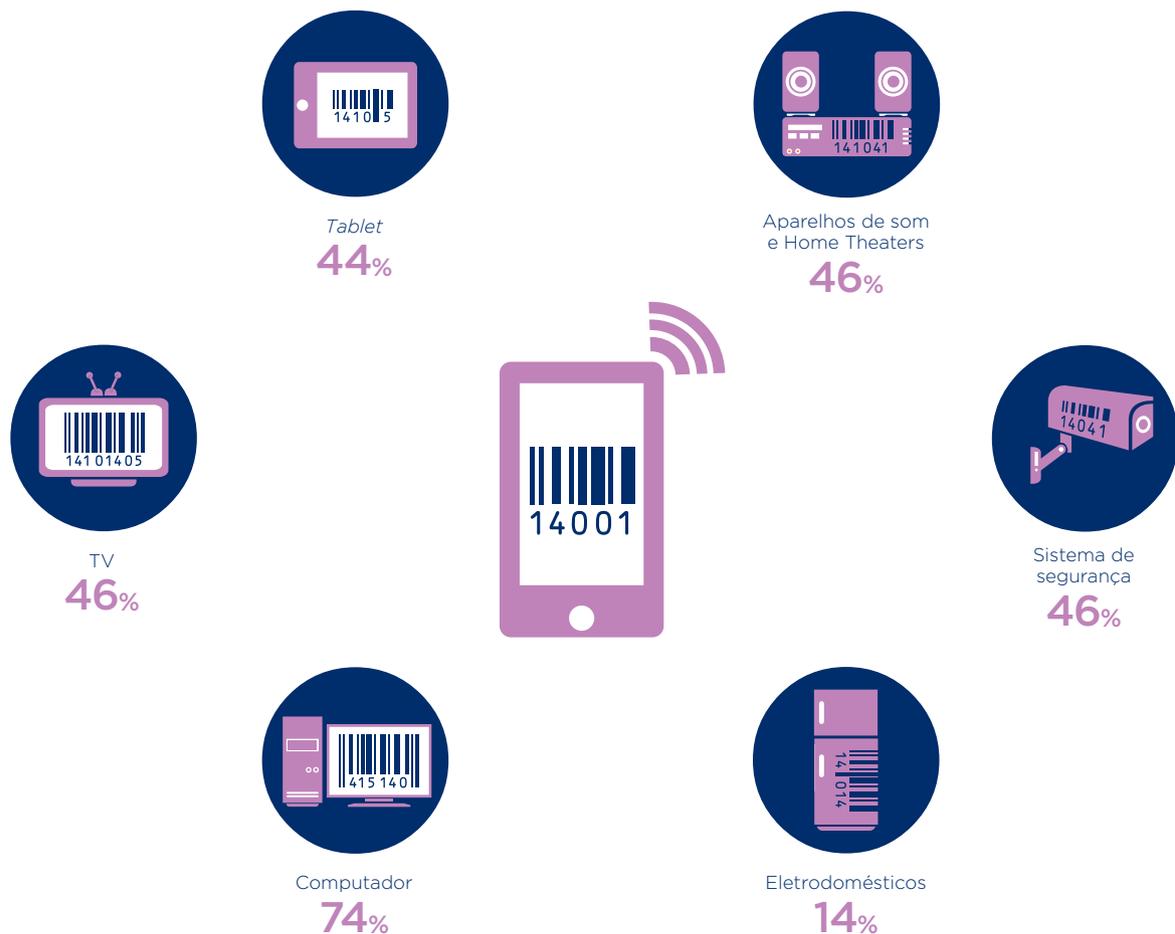
## Internet das Coisas (IoT)

A pesquisa “O uso de código de barras no Brasil: consumidores e empresas” também mostrou que a Internet das Coisas (IoT) já é uma realidade no Brasil. Nossos entrevistados informaram na pesquisa ter o celular conectado ao computador, seguido pelo *tablet* e por aparelhos de TV. Nesse contexto, ter um padrão de identificação ligado ao produto é de extrema importância.

A Internet das Coisas é uma evolução do uso da internet, na qual, em vez de as pessoas estarem conectadas, são os objetos que estão conectados à rede, através de sistemas que utilizam inteligência artificial e dados analíticos.

A GS1 Brasil já disponibiliza aos seus associados as ferramentas necessárias para se adequarem a esse novo contexto. Produtos de consumo, vestuários e veículos têm aplicado um dispositivo baseado na tecnologia RFID, que contém um número único, o Código Eletrônico de Produto (EPC). Esses códigos podem ser capturados por intermédio de leitoras RFID e, assim, permitem acessar informações sobre o produto no estoque, sua localização, sua composição e autenticidade consultando as bases de dados na que seguem o padrão EPC-IS.

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



A partir de 2016, a pesquisa sobre o uso do código de barras no Brasil será realizada semestralmente e vamos nos preparar para os desafios do mundo digital, no qual o *e-commerce* faz do consumidor um elo integrado à cadeia de abastecimento.

Mais informações estão disponíveis em:

[www.gs1br.org/noticias/é-preciso-transformar-o-jeito-de-encontrar-produtos-na-internet](http://www.gs1br.org/noticias/é-preciso-transformar-o-jeito-de-encontrar-produtos-na-internet)



## Parceria contra a falsificação

A GS1 Brasil estabeleceu uma parceria com o Instituto de Desenvolvimento Econômico e Social de Fronteira (Idesf) para apoiar o combate à pirataria e à falsificação, tendo nossos padrões como aliados. Só para ter uma ideia de quanto a pirataria e a falsificação prejudicam a economia no Brasil, os produtos que entraram no País em 2015 por meio de contrabando e outras formas ilícitas provocaram um prejuízo da ordem de R\$ 115 bilhões\* para as empresas e a arrecadação de impostos. A utilização do Sistema GS1 apresenta uma solução a essa questão, pois é possível rastrear o produto desde a sua produção até o consumidor final, aumentando a visibilidade e facilitando a identificação da autenticidade.

\*Fonte: Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade (FNCP).

Mais informações estão disponíveis em: [gs1br.org/sustentabilidade/governanca/idesf](http://gs1br.org/sustentabilidade/governanca/idesf).

## Identificação serializada para a saúde



Em 2015, quando a empresa Produtos Roche Químicos e Farmacêuticos S.A. iniciou as atividades de rastreamento individualizado de seus medicamentos, em atendimento a uma resolução da Anvisa, três lotes de produtos importados foram selecionados para o projeto piloto com a GS1 Brasil.

Produzidos na Alemanha, os produtos foram transferidos para um centro de distribuição na Suíça e depois para o Brasil. Chegando a Goiás, foram enviados para os clientes da Roche.

As inserções dos números seriais unitários, combinados com a identificação do produto (GTIN), na fabricação e na embalagem do medicamento, além do controle de todas as movimentações e comunicações na cadeia logística, foram realizadas com a utilização dos padrões globais do Sistema GS1.



Além de estar de acordo com os requerimentos regulatórios brasileiros, a utilização desses padrões globais possibilitou a integração da operação brasileira com as plantas internacionais da Roche, facilitando e otimizando o processo de rastreabilidade dos itens.

O uso do Sistema GS1 também foi importante para a integração dos clientes, pois todos aqueles que utilizam o padrão puderam usar o mesmo formato na configuração de equipamentos, sistemas e processos, tornando-os mais eficientes e garantindo transparência e visibilidade a todos os elos da cadeia.



Acesse o código ao lado com um dispositivo móvel e assista o vídeo.

# Educação, capacitação e treinamentos externos

[DMA ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS]

Faz parte da nossa missão disseminar o uso correto dos nossos padrões e as boas práticas globais de automação. E disseminar não é somente informar. É trazer novos horizontes, construir conhecimentos, educar. Acreditamos que por meio da educação garantimos desenvolvimento social, econômico e profissional.

Por isso, em 2015 criamos a área de Educação na GSI Brasil e demos um novo passo para gerar ainda mais valor para nossos associados, parceiros e para o consumidor final.

Também trazemos qualificação para o próprio associado, para o meio acadêmico e formadores de opinião, gerando e transmitindo conhecimentos relevantes e aprendizados efetivos.

Relevância e efetividade são as palavras-chave para nós. Dessa forma, revisamos toda a nossa grade de cursos utilizando o *feedback* de nossos associados e parceiros. Observamos que informações sobre tendências, gestão e inovação, por exemplo, são importantes e úteis para o desenvolvimento de seus negócios.



Com o *feedback* recebido e o apoio de uma consultoria especializada, elaboramos o Programa Trilhas do Conhecimento, uma grande matriz de temas e ferramentas que tem como objetivo oferecer um portfólio amplo e diferenciado de qualificação a nossos associados.

Contando com diferentes formas de aprendizagem, como cursos, palestras e ações pela web, os temas das Trilhas são conduzidos por nossos colaboradores e especialistas de mercado, reconhecidos em suas áreas.

Para 2016, planejamos oferecer novos cursos nas áreas de Inovação, Tendências e Gestão Tributária, além de estabelecer parcerias para estudar o futuro da automação no Brasil. Inatel, Fusp, Mauá e Inova já participam dessa iniciativa.

### Os destaques da Educação em 2015:

- **67 eventos** ligados à Educação;
- **3.907 participantes**;
- **99 horas** de capacitação gratuitas;
- Média de **9,3 em satisfação** na avaliação de palestrantes e conteúdos. Para esse indicador, avaliamos por meio de pesquisa a qualidade do conteúdo do evento, palestrante, conhecimento e clareza. No curto prazo, implantaremos pesquisa de satisfação para os associados que assistem aos *webinars*. [G4-PR5]
- Criação da categoria Educação no Prêmio de Automação.

### Cursos oferecidos em 2015:

- 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 EPC Global
- Rastreabilidade: implementação com o Sistema GS1
- Alinhamento de informações e sincronização de dados: a base para o comércio eletrônico.
- A formação foi complementada com visitas ao Espaço do Conhecimento, que mostra a história do código de barras no Brasil, e ao Centro de Inovação e Tecnologia (CIT), que demonstra na prática como os padrões de identificação e automação podem ser empregados em toda a cadeia de suprimentos. Os cursos presenciais tiveram carga horária de três horas e meia e foram oferecidos em duas edições por mês, nas cidades de São Paulo (SP), Curitiba (PR) e Belo Horizonte (MG).

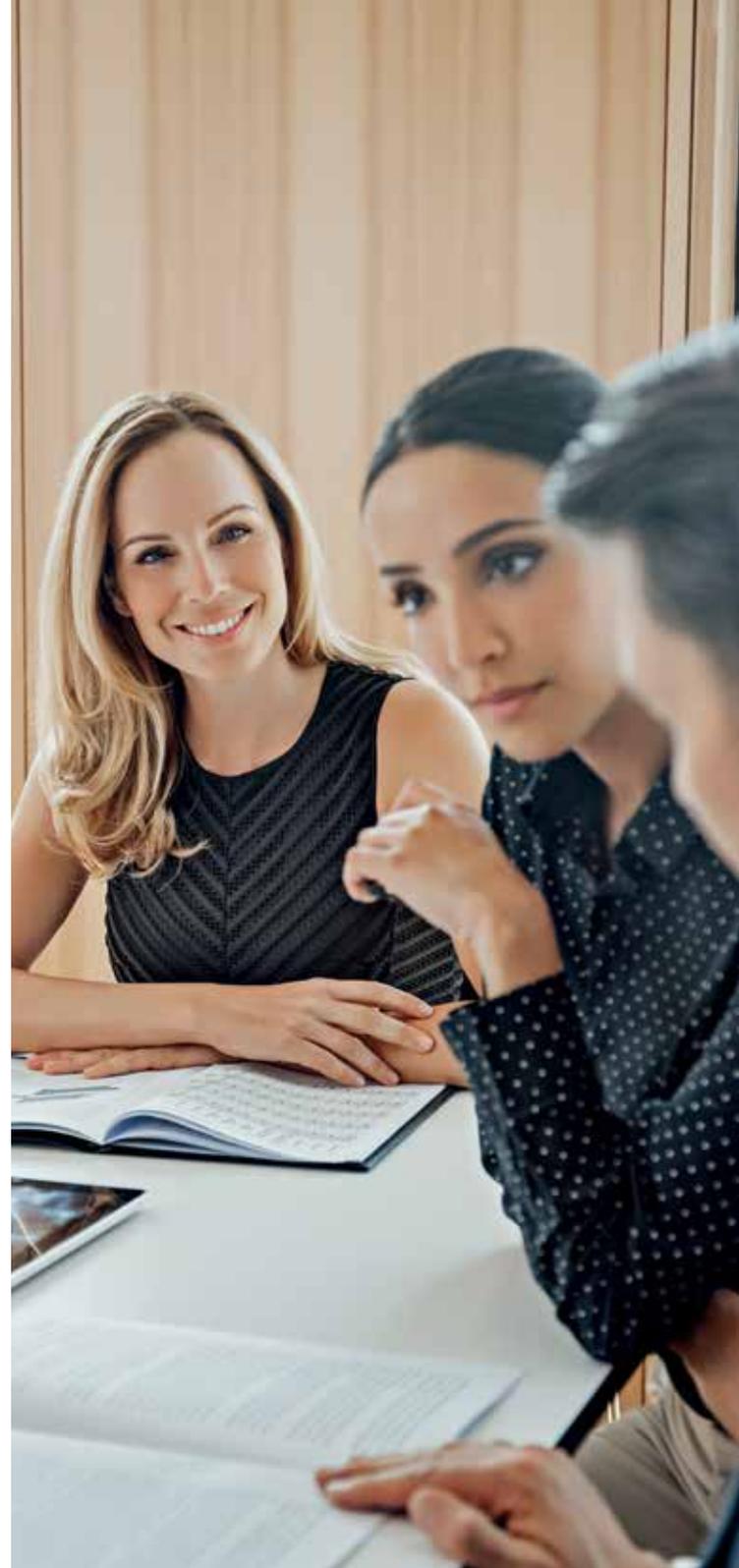
**Saiba mais em [gs1br.org/educacao-e-pratica/eventos](http://gs1br.org/educacao-e-pratica/eventos)**

## Conhecimento gerando reputação

Compartilhar conhecimento com associados e parceiros é também uma maneira de aumentar a nossa visibilidade e trabalhar nossa reputação. Nesse sentido, oferecemos *workshops* em várias cidades, como o realizado em maio de 2015 em Curitiba (PR) – em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) local –, cujo tema foi “Código de barras: entenda, crie e gerencie a identificação do seu produto”.

As parcerias com o Sebrae nos Estados e em âmbito nacional são fundamentais para trazer mais informações ao empresariado brasileiro. O microempreendedor individual, a microempresa e as empresas de pequeno e médio porte (PMEs) representam 90% de nosso quadro associativo e 85% do mercado brasileiro total.

Outra iniciativa importante é o programa GSI Atualiza, em que são tratados temas por um time formado por nossos profissionais e especialistas de mercado em finanças, gestão de pessoas e marketing digital. Em 2015, estivemos presentes em cinco municípios e contamos com a transmissão via internet para toda a comunidade de negócios, atingindo mais de 540 pessoas.



## Parcerias com universidades



As parcerias com universidades são estratégicas, pois levam a automação e a utilização dos padrões para os profissionais que estão em formação.

Os temas que oferecemos às universidades são os mesmos com que trabalhamos nos cursos realizados em nossa sede. Até 2014, atendíamos a demandas eventuais das instituições de ensino e estávamos presentes em debates e palestras. Com a criação da área de Educação, buscamos parcerias no formato de cooperações técnico-científicas.

Temos acordos já assinados com a Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo (Fusp), o Instituto Mauá de Tecnologia (inserção da automação na grade curricular) e o Flextronics Instituto de Tecnologia (FIT – centro de pesquisa e desenvolvimento).

Em 2015, a GSI Brasil também desenvolveu ações com a Fundação Getúlio Vargas (FGV – automação como complemento aos módulos de MBA), a Escola Politécnica da USP (rastreadibilidade como tema de aulas de mestrado e doutorado), a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), a Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), o Senac (programa de visitas ao Centro de Inovação e Tecnologia e cursos), a Faculdade de Engenharia de Sorocaba e o Instituto Racine.

Os benefícios dos padrões do Sistema GSI no processo de rastreadibilidade também foram tema da visita dos alunos do MBA de Agronegócio, de dupla diplomação, da ESPM e da Universidade de Audência (França). Além disso, estudantes da África, da Indonésia, da Mongólia, da Rússia, do México e da França visitaram a nossa sede em São Paulo e o CIT.

Ainda em 2015, incluímos um curso EAD na Universidade Corporativa Sebrae. O curso Inovando com o Código de Barras foi integrado à instituição e faz parte da estrutura curricular de algumas disciplinas.

## Webinars

Outra estratégia da nossa área de Educação foi utilizar o canal virtual para facilitar o acesso à informação por parte 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. Os associados puderam interagir on-line com comentários e questões, e posteriormente acessar todo o conteúdo no site da GS1 Brasil.

Em 2015, realizamos **23 Webinars**  
com a participação de **1.633 pessoas.**



## Bem-vindo ao futuro - Centro de Inovação e Tecnologia (CIT)

O CIT nasceu em 2014 e se consolidou como um centro de referência sobre automação e logística. Nesse ambiente inovador é possível compreender como nossos padrões e outras soluções tecnológicas de automação estão presentes em toda a cadeia de suprimentos e no dia a dia do consumidor.

Com a utilização de tecnologias multimídia, a grande novidade de 2015 ficou por conta do robô humanoide Cleverson, que interage com os visitantes para apresentar o espaço. Outro atrativo é o espelho mágico, uma tela interativa que identifica a peça do vestuário por aproximação e apresenta combinações com outras peças.

O CIT está localizado na nossa sede, em São Paulo, e já recebeu mais de 3 mil pessoas, que também puderam conferir como os mecanismos de automação podem ajudar a aperfeiçoar os mais diferentes tipos de negócios existentes no nosso país, além de proporcionar uma nova experiência de compra aos consumidores finais.

**Saiba mais em [gs1br.org/cit](http://gs1br.org/cit)**



## Espaço do Conhecimento

Inaugurado em 2015 e integrado ao CIT, o Espaço do Conhecimento é um convite para mergulhar em nossa história. Por meio da interatividade, os visitantes viajam pelo tempo e conhecem cases de sucesso, como a utilização do Código Eletrônico de Produto pelo Exército Brasileiro), o uso do GS1 DataMatrix pelo Hospital Albert Einstein, o projeto do Sistema de Operações Logísticas Automatizadas (Sola) do setor calçadista, a automação do recebimento do Grupo Pão de Açúcar e a utilização do código de barras pela Cervejaria Irmãos Ferraro.

Nossa trajetória também é contada pelo cubo de depoimentos, que simboliza a solidez da GS1 e traz as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para o desenvolvimento da nossa associação. Presidentes, conselheiros e parceiros dividem suas memórias, como a primeira reunião, a primeira loja automatizada no Brasil e muito mais.



Saiba mais em [gs1br.org/conhecimento](http://gs1br.org/conhecimento)

Imagens do Espaço do Conhecimento



## Parte 3

# Mercado

---

Buscamos, diariamente, encantar nosso cliente e promover a inovação para o desenvolvimento e o bem-estar da sociedade.

**Benefícios dos padrões e serviços**

**Inovação e tecnologia**

# Benefícios dos padrões e serviços

Maior produtividade, mais qualidade, menor custo, otimização de recursos e maior controle são compromissos permanentes para a maioria das organizações. E a padronização é um dos caminhos para atingir esses objetivos, além de facilitar as relações nacionais e internacionais, principalmente em tempos de globalização. A GS1 tem a padronização como core business, dedicando-se à disseminação e à implementação de padrões globais

para a cadeia de suprimentos, permitindo que produtos, serviços e informações se movimentem com eficiência e segurança, trazendo benefícios para os negócios e melhoria na vida das pessoas.

Nossos padrões asseguram intercâmbios eficazes entre empresas que buscam uma operação mais rápida, menos complexa e onerosa, além da melhoria da experiência de compra e da satisfação de seus clientes.

## Automação

A eficiência e a competitividade dos negócios passam essencialmente pela automação, que hoje está presente em praticamente todos os segmentos da economia.

Nossos padrões são utilizados no mundo inteiro e proporcionam visibilidade a toda a cadeia de suprimentos (*veja mais em Rastreabilidade, ainda neste capítulo*). A automação contribui, ainda, para inúmeras decisões comerciais, além de maior assertividade no planejamento, na previsão e no reabastecimento.



## Código de barras – nosso principal padrão

O código de barras pode ser encontrado em praticamente todas as embalagens/rótulos de produtos que consumimos. Por meio dele é possível identificar, de forma muito mais prática e ágil, a mercadoria que está sendo adquirida. No entanto, os benefícios que esse padrão proporciona às empresas vão muito além disso:

- **Agilidade na captação dos dados de produtos:** nos processos de recebimento, gestão de estoques e expedição, é possível, pelo código de barras, identificar rapidamente o produto. Com isso, as operações de estocagem, inventário, separação de pedidos e consolidação de cargas ficam muito mais rápidas e confiáveis;
- **Mais velocidade nas transações:** como os dados dos produtos podem ser levantados com mais rapidez, os processos também se tornam mais ágeis, impactando positivamente os índices de produtividade. Um exemplo é o processo de separação de pedidos. Com a utilização do código de barras, o separador sabe exatamente onde cada item está localizado e pode dar “baixa” em um produto no momento em que ele é incluído no “carrinho”, atualizando automaticamente os níveis de estoque;
- **Redução de custos:** é uma consequência positiva dos benefícios que o código de barras proporciona. Com maior agilidade na execução das tarefas e aumento da produtividade, é possível reduzir custos, principalmente o de homem/hora, além de diminuir os índices de retrabalho, muito recorrentes quando os processos são manuais;
- **Facilidade nas relações comerciais:** por seguir um padrão global, as empresas podem se relacionar comercialmente sem que seja necessário compartilhar informações de forma separada, otimizando assim suas atividades de importação e exportação.

A GS1 padroniza e gerencia um conjunto de códigos de barras destinados a diversas aplicações:



(01)07898357410015(17)140503(10)AC3453G3



- **EAN/UPC:** código desenvolvido especificamente para leitura no ponto de venda (PDV), devido à agilidade propiciada na captura da informação;
- **GS1 Databar:** compreende uma família de códigos de barras; alguns são bem menores do que os códigos EAN/UPC e ainda podem codificar informações adicionais, como número serial, número de lote e/ou data de validade. É uma tendência global utilizar esse código no setor de Frutas, Legumes e Verduras (FLV) e outros produtos perecíveis;
- **GS1-128:** código de barras que permite codificar todas as chaves GS1. É utilizado na gestão de logística e de rastreabilidade por meio da codificação de informações adicionais, como número serial, número de lote, data de validade, quantidades e número de pedido do cliente;
- **ITF-14:** código de barras desenvolvido para codificar apenas GTINs, pode ser impresso diretamente em substrato corrugado (caixa de papelão), oferecendo um bom desempenho de leitura. Não pode ser utilizado para identificar itens comerciais que passarão pelo PDV;
- **GS1 DataMatrix:** código bidimensional que, devido ao seu tamanho, pode ser impresso/gravado em produtos/embalagens com restrição de espaço. Codifica informações adicionais, como código do produto, lote e validade. É o principal código do segmento da saúde, possibilitando rastreabilidade de medicamentos/produtos para saúde;
- **GS1 QR Code:** código bidimensional que carrega a identificação do produto e uma URL deste, permitindo consultar informações adicionais em uma página web.

Mais informações estão disponíveis em: [gs1br.org/codigos-e-padroes](https://gs1br.org/codigos-e-padroes)

## Os benefícios da rastreabilidade

A rastreabilidade é a habilidade de rastrear para a frente o movimento através de estágio(s) específico(s) da cadeia de suprimentos e rastrear para trás o histórico, a aplicação ou a localização do que está em consideração.

Cada vez mais indústrias estão, voluntariamente, desenvolvendo programas de rastreabilidade voltados para a melhoria da eficiência e a proteção de suas marcas e para garantir que seus produtos – como alimentos, medicamentos e brinquedos – sejam seguros. A rastreabilidade traz ainda benefícios ligados à sustentabilidade, uma vez que as empresas podem lançar iniciativas mais consistentes de gestão de resíduos e reciclagem, alcançar melhor controle sobre a produção e se beneficiar da visibilidade proporcionada pelos nossos padrões.

Para auxiliar os seus associados a vencer os desafios com relação à rastreabilidade, a GS1 desenvolveu o Programa Global de Conformidade (GTC). Esse programa avalia sistemas existentes de rastreabilidade ou a possibilidade de implementação, baseado nos processos descritos no Padrão Global de Rastreabilidade GS1 e em regulamentações e padrões de qualidade internacionais.

Mais informações em:

[gs1br.org/servicos-e-solucoes/beneficios/  
Paginas/Rastreabilidade.aspx](https://gs1br.org/servicos-e-solucoes/beneficios/Paginas/Rastreabilidade.aspx)



### **Padrão Global de Rastreabilidade (GTS)**

É um padrão de processo empresarial, desenvolvido dentro do Processo de Gerenciamento de Padrões Globais GS1 (GSMP), uma comunidade de mais de 800 empresas da Ásia, da Europa e das Américas, que representa varejistas, fornecedores, indústrias, organizações-membros da GS1 e provedores de soluções, de todos os setores da economia. Possibilita a adoção de sistemas de rastreabilidade em escala global, para pequenas e grandes empresas, por toda a cadeia de suprimentos, não importando o número de empresas envolvidas e a tecnologia escolhida.

## Combate à falsificação

A falsificação tornou-se tão sofisticada que, em alguns casos, as empresas com produtos copiados não conseguem diferenciar o verdadeiro do falso sem realizar testes.

Nossos padrões e serviços aplicados corretamente são um importante aliado nessa luta e podem auxiliar no combate à falsificação, pois permitem visibilidade e autenticidade do produto identificado. O setor da saúde, por exemplo, que é crítico, já vem refletindo os benefícios da utilização de padrões. A identificação única para cada uma das embalagens de um produto médico permite aos sistemas de rastreabilidade e autenticação maior veracidade de informação, dificultando a ação de falsificadores.

Programas de rastreabilidade podem também auxiliar a acompanhar itens, desde enormes contêineres até pequenos pacotes e cartas, intensificando a segurança da logística e o tráfego nas alfândegas.

Mais informações estão disponíveis em:

[gs1br.org/servicos-e-solucoes/beneficios/combate-a-falsificacao](https://gs1br.org/servicos-e-solucoes/beneficios/combate-a-falsificacao)



**BONI**

FIRST IN QUALITY

traeburn



1,25kg  
Netto  
Taraht / Netto  
14 verkopen tot 15.11.11  
8 vendes per wo 15.11.11  
14 verkopen tot 15.11.11  
8 vendes per wo 15.11.11  
De prijslijst is niet  
bindend. De prijslijst  
kan afwijken van de  
werkelijke situatie.  
Bij vragen: 020-246-1111



Recycling

2002

## Segurança do alimento

Um alimento percorre diferentes caminhos até chegar à mesa do consumidor, estando sujeito à contaminação e a violações. A fim de evitar esses casos, agricultores, varejistas e governo vêm adotando medidas para garantir a segurança dos alimentos.

Nossos padrões também atendem às necessidades desse setor, pois garantem exclusividade aos códigos que são atribuídos a cada produto ou serviço, em sua produção, seu transporte e sua disponibilização no ponto de venda, proporcionando uma maneira mais assertiva e eficiente de saber a origem do produto e o seu percurso, do produtor ao consumidor final.

Também são ideais para apoiar na segurança do alimento e auxiliar pessoas com restrição alimentar, como celíacos e alérgicos. Atualmente, consumidores que possuem qualquer tipo de restrição precisam entrar em contato com a empresa fabricante para obter dados sobre o produto. Porém, a Anvisa tem realizado uma série de reuniões públicas

com representantes dos consumidores, a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e empresas alimentícias com o objetivo de determinar regras e prazos para que sejam colocados nos rótulos dos produtos os ingredientes que podem provocar alergia, como leite, soja, amendoim e trigo. Nesse contexto, tanto empresa quanto consumidores podem se beneficiar muito com os padrões de identificação GS1.

Além disso, nossos padrões identificam se o alimento está dentro das exigências de comunidades que seguem tradições religiosas, crenças ou diferentes estilos de vida. Existem hoje várias etiquetas e selos que comprovam alimentos *halal*, *kosher*, orgânicos, vegetarianos e veganos e atestam a prática comercial sustentável. São importantes, ainda, em situações nos quais os produtos alimentícios precisam ser recolhidos, pois permitem a rápida identificação da causa do problema e a remoção do produto afetado na cadeia de suprimentos, minimizando riscos e diminuindo impactos econômicos e na reputação da marca.

## Segurança do Paciente

Imagine um mundo no qual o prontuário do paciente mostra a marca, a dosagem e o número do lote de cada medicamento e dispositivo médico que ele usa, juntamente com o nome do médico que os prescreveu e da enfermeira que os administrou. Um mundo em que os hospitais e as farmácias sabem a localização exata dos materiais médicos e quais são os medicamentos em falta, bem como quando eles podem ser entregues. Hoje, tecnologicamente, isso é possível. Para construir esse cenário, o setor da saúde utiliza os padrões GS1 que perfazem a base de processos para alcançar os benefícios mencionados.

Algumas empresas pioneiras do setor da saúde já começaram essa jornada e passaram a adotar nossos padrões globais, como o Número Global de Item Comercial GS1 (GTIN), o Número Global de Localização GS1 (GLNs) e intercâmbio de dados como a Rede Global de Sincronização de Dados GS1 (GDSN). São padrões-base para a colaboração em toda a cadeia de suprimentos – permitindo que novos processos e recursos gerem valor e segurança, tanto para o paciente como para a empresa:

- Prontuário eletrônico à beira do leito que corresponda a cada paciente, profissional do setor da saúde, materiais médicos e medicamentos, reduzindo erros no hospital;
- Administração eficiente e eficaz do recall utilizando a identificação automática e a captura de dados ao longo da cadeia de suprimentos e em pontos de dispensação de medicamentos e salas de cirurgia;
- Autenticação de medicamentos para auxiliar farmácias, hospitais e médicos na identificação de medicamentos falsificados e fraudes no reembolso;
- Colaboração na gestão de estoques entre os pontos de dispensação/utilização e os fabricantes, disponibilização de dados de produtos pelos fabricantes a farmácias e hospitais;
- Transação automatizada e compartilhamento de dados que eliminam a inserção, a validação e a correção manuais de dados, reduzindo erros e custos.



## Saúde global

O GS1 Healthcare é um grupo voluntário global formado por representantes de todos os segmentos da cadeia de saúde, como distribuidores, organismos reguladores, indústrias farmacêuticas e de materiais médicos, associações, hospitais e ministérios da Saúde. O objetivo desse grupo é buscar soluções mundiais para o sistema de identificação/codificação de medicamentos, redução de erros médicos, *recall* de produtos, autenticidade, eficiência, precisão e rastreabilidade. A conferência internacional de 2015 realizada em Budapeste (Hungria) discutiu as últimas regulamentações do setor, como FDA Unique Device Identification (UDI), nos Estados Unidos, e EU Medical Device Regulation, na comunidade europeia. O governo brasileiro acompanha essa movimentação internacional e está publicando portarias e resoluções para alinhamento global na cadeia da indústria farmacêutica.



## Controle de estoque

Conseguir prever a quantidade de matéria-prima disponível em estoque é fundamental para determinado fabricante. Do mesmo modo, os varejistas precisam saber se seus níveis de produtos estão adequados para repor os conteúdos que saem das prateleiras, por exemplo. Os centros de distribuição, por sua vez, precisam acessar com rapidez as informações sobre quantidade e tipo de produto estocado.

O papel da GS1 Brasil em transporte e logística é melhorar a eficiência e a visibilidade das operações dos envolvidos na cadeia de suprimentos através do uso de Padrões Globais GS1. Nossos códigos de barras e a tecnologia de radiofrequência (RFID), por exemplo, possibilitam a identificação padronizada de itens e locais, capturando detalhes sobre os movimentos na cadeia e compartilhando dados com parceiros comerciais autorizados.

## Produtividade

O GPA é um dos líderes mundiais no varejo de alimentos, com mais de 2.100 pontos de venda no Brasil. A companhia, que faz parte do Grupo Casino, possui uma infraestrutura logística formada por 60 centros de distribuição e entrepostos.

Para atender aos diferentes perfis de consumidor nos mais variados momentos de compra, o GPA mantém uma atuação multinegócio e multicanal, com lojas físicas e operações de comércio eletrônico, divididas em segmentos – Varejo Alimentar (bandeiras Extra e Pão de Açúcar, por exemplo), Atacado de Autosserviço (Assaí), Eletro e Móveis (Casas Bahia e Ponto Frio), Comércio Eletrônico (Extra.com.br, CasasBahia.com.br, Pontofrio.com) e Galerias.

A parceria com a GS1 foi direcionada para a prevenção de perdas das lojas do Extra Hipermercados. O objetivo foi identificar o impacto que a leitura do código de barras, impresso nas embalagens dos produtos, exerce no consumidor final e nos processos internos da empresa. Em outras palavras, avaliar o tempo de passagem dos itens no caixa, rastrear os que não fornecem o preço

para o consumidor e aqueles que não são contabilizados no relatório do inventário final do estoque das lojas.

O projeto piloto foi realizado na loja 1715, com resultados importantes e passíveis de ser replicados:

- Os produtos com o código de barras com qualidade ISO foram 65% mais rápidos que o código original;
- 17 produtos não foram lidos corretamente (28% da cesta), não fornecendo informações sobre o preço. Quando isso acontece, a reação do consumidor é deixar de levar o produto, impactando no resultado financeiro/ticket médio da loja;
- 3.500 produtos presentes no inventário não tiveram seus códigos de barras lidos e, destes, 26% estavam nas gôndolas. O valor financeiro apurado dos produtos que não deram leitura foi de aproximadamente R\$ 300 mil, correspondendo a 9,37% do valor financeiro inventariado.

## Lições aprendidas pelo GPA no Extra

O código de barras é a base de muitos processos em uma empresa e também uma importante ferramenta para a satisfação do consumidor.

Com a adoção dos padrões GS1, o Extra obteve:

- ✓ Maior agilidade no atendimento do cliente no caixa;
- ✓ Diminuição no número de desistências de compra, por falta de informação sobre o preço;
- ✓ Redução da perda de produtos disponíveis nas gôndolas, mas não contabilizados no estoque, evitando perdas financeiras;
- ✓ Mais confiabilidade nas informações financeiras e de gestão.



# Inovação e tecnologia

Acreditamos que a união entre inovação e tecnologia é a receita para o nosso crescimento sustentável e para acompanhar as mudanças do nosso mundo. As empresas possuem, cada dia mais, a necessidade de se adaptar a essas mudanças: precisam otimizar as vendas por diferentes canais de maneira integrada (*omnichannel*), interligar sistemas e buscar alto nível de automação.

Nós, da GS1 Brasil, estamos preparados para essa jornada, desenvolvendo constantemente inovações que tornam ainda mais eficiente o uso da automação.



## G-Trade



Lançado em 2015, o G-Trade vem atender a uma demanda que sempre tivemos: indicações de empresas associadas à GS1 Brasil que trabalham com equipamentos necessários para a implantação de produtos e serviços de automação. Tendo a neutralidade e a colaboração como nossos valores corporativos, desenvolvemos um sistema web no qual nossos provedores associados podem divulgar, gratuitamente, equipamentos, sistemas, suprimentos, serviços e soluções de automação. Por exemplo, na plataforma estão disponíveis produtos, como coletores de dados e de radiofrequência (RFID), leitores de código de barras, etiquetadoras, codificadoras, terminais biométricos.

As buscas podem ser feitas por produto ou nome de empresas, por meio de uma informação específica. Além disso, o G-Trade permite trocar mensagens com os fornecedores para esclarecer dúvidas e solicitar orçamentos. É possível, ainda, fazer comentários e avaliar produtos e provedores, atribuindo notas. A partir dessa avaliação, o sistema indica como está a reputação da empresa na plataforma, possibilitando ao nosso associado uma escolha mais assertiva. Por sua vez, os provedores associados e cadastrados podem acessar relatórios estatísticos sobre consultas, produtos cadastrados e operações realizadas.

Saiba mais em: [gtrade.gs1br.org](http://gtrade.gs1br.org)



## CNP 2.0

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

Lançada em 2013, a ferramenta ganhou uma nova versão em 2015, chamada 2.0, e encerrou o ano com cerca de 20 mil empresas usuárias. Com novas funcionalidades para nossos associados, layout moderno e interface amigável, o CNP 2.0 também marcou um novo posicionamento da nossa associação. Agora, o cadastro no CNP 2.0 de informações básicas é obrigatório; a partir da validação das informações são gerados a identidade do produto e o seu código de barras, garantindo a sua validade e a conformidade com o nosso padrão global.



### O CNP 2.0 traz uma série de benefícios:

1. Permite a gestão da lista de produtos, com imagens, informações de pesos e medidas e descrições específicas para etiquetas. Pode ser usado como um banco de dados único dos produtos, evitando duplicidade e desperdício de tempo na busca de dados e aumentando o controle na utilização de prefixos GS1.
2. Classificação Global de Produtos (GPC, na sigla em inglês) e Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), entre outros benefícios.
3. Possui 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 da GS1 Brasil, como o Gepir.
4. A ferramenta pode ser acessada de qualquer computador e a qualquer momento, permitindo o uso por diversas pessoas da mesma empresa.
5. O sistema apresenta mais segurança e backup das informações.

No futuro, queremos que o CNP 2.0 se transforme em uma referência de base de dados de produtos, ou seja, uma referência para a busca de informações sobre diversos artigos. Em 2016, a ferramenta ganhará novas funcionalidades, como campos para a inserção de informações nutricionais, gestão de lotes e geração de etiquetas, além de um serviço de *webservice* que permitirá integrar os sistemas internos das empresas usuárias.

Saiba mais em:

[gs1br.org/servicos-e-solucoes/cnp-cadastro-nacional-de-produtos](http://gs1br.org/servicos-e-solucoes/cnp-cadastro-nacional-de-produtos)

## Gepir



O Serviço de Verificação Global de Autenticidade de Prefixos (Gepir, na sigla em inglês) verifica a autenticidade dos códigos de barras dos produtos a partir de uma base de dados que contém mais de 1 milhão de empresas, em cem países. Esse serviço é uma ação conjunta entre GS1 Brasil e GS1 de outros países. É gratuito e integrado ao Cadastro Nacional de Produtos (CNP).

A nova versão, lançada em 2014, além de indicar qual é a empresa proprietária do código de barras e apresentar dados como CNPJ, nome e endereço da associada, apresenta informações detalhadas de um produto, como descrição do item, marca e até mesmo um link para o site do produto ou do fabricante. O Gepir permite encontrar informações precisas sobre mercadorias, dentro e fora do Brasil, indo desde o setor Varejista, para verificar a nota fiscal e as mercadorias recebidas, até a Polícia Federal, em operações de combate ao contrabando, à pirataria e à falsificação.

Saiba mais em:

[gs1br.org/servicos-e-solucoes/gepir](http://gs1br.org/servicos-e-solucoes/gepir)



## InBar

O Inbar é um aplicativo gratuito que permite a empresas e consumidores conseguir várias informações sobre produtos por meio da leitura do código de barras com a câmera do *smartphone* ou do *tablet*. Pode-se obter informação, por exemplo, sobre a origem de um alimento, como ele foi produzido, seu prazo de validade e processo de embalagem, dependendo das informações disponíveis.

Essa nova ferramenta consegue interpretar os códigos dos nossos padrões EAN-13, GS1 DataBar, GS1 DataMatrix, GS1-128 e GS1 QRCode, além de consultar o Serviço de Verificação Global de Autenticidade de Prefixos (Gepir) para autenticar e verificar a identidade do fornecedor, trazer informações do produto e sua imagem.

Nosso aplicativo também foi desenvolvido para convidar desenvolvedores a ter acesso às informações da GS1 Brasil e, assim, a criar aplicativos mais específicos, voltados para o consumidor final. Nossa 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 *start-ups* e de investidores.

## AngelHack, um caldeirão de projetos promissores para mudar a história

Em 2015, a GS1 Brasil utilizou a metodologia *Design Thinking* para estruturar o seu Planejamento Estratégico 2016, e a inovação foi definida como prioridade na atuação da entidade. Como uma de nossas ações para fomentar e disseminar esse tema, patrocinamos o Hackaton AngelHack, realizado pela IBM Think Lab, em São Paulo (SP).

O evento teve o objetivo de estimular, entre empreendedores e desenvolvedores, a programação de códigos e a criação de aplicativos, sob o tema “*Anyone can code*”. Os critérios para avaliação foram originalidade, escala de mercado e design bonito e funcional.

Paralelamente à proposta principal do AngelHack, a GS1 Brasil lançou outro desafio, que atraiu boa parte dos grupos participantes: criar uma solução inovadora, usando o código de barras, que impactasse na experiência de compra das pessoas.

O time vencedor foi o Tem pra Já, que criou uma plataforma webmobile de comércio e doação de produtos com data de vencimento próxima. A plataforma é uma espécie de market place, destinada a empresas de varejo, atacado e indústria que tenham mercadorias com data de validade próxima.

A solução tem um propósito sustentável: se o e-commerce não vender o produto até uma data-limite estipulada, este é destinado automaticamente para doação. As empresas usuárias e os clientes da plataforma utilizariam o nosso código de barras para consultar informações dos produtos e monitorar todos os processos envolvidos.

Cada integrante do Tem pra Já foi premiado com óculos de realidade virtual e com a inscrição para o Hackaton GS1 2016. A ideia é que maratonas tecnológicas ocorram anualmente na associação para fomentar a inovação.



# Sumário GRI

## Conteúdo Padrão Geral

ASPECTO	DESCRIÇÃO	PG./RESPOSTA
Estratégia e análise	G4-1 Mensagem do presidente	14
Perfil organizacional	G4-3 Nome da organização	4
	G4-4 Principais marcas, produtos e/ou serviços	21
	G4-5 Localização da sede da organização	21
	G4-6 Países onde estão as principais unidades de operação ou as mais relevantes para os aspectos da sustentabilidade do relatório	21
	G4-7 Tipo e natureza jurídica da propriedade	21
	G4-8 Mercados em que a organização atua	89
	G4-9 Porte da organização	101
	G4-10 Perfil dos empregados	34
	G4-11 Percentual de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	51
	G4-12 Descrição da cadeia de fornecedores da organização	92, 93, 94, 95
	G4-13 Mudanças significativas em relação a porte, estrutura, participação acionária e cadeia de fornecedores	99
	G4-14 Descrição sobre como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução	
	G4-15 Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	29, 101
G4-16 Participação em associações e organizações	21	
Aspectos materiais identificados e limites	G4-17 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas e entidades não cobertas pelo relatório	5
	G4-18 Processo de definição do conteúdo do relatório	5
	G4-19 Lista dos temas materiais	5
	G4-20 Limite, dentro da organização, de cada aspecto material	6
	G4-21 Limite, fora da organização, de cada aspecto material	6
	G4-22 Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Este é o primeiro relatório de Sustentabilidade da GSI Brasil
	G4-23 Alterações significativas de escopo e limites de aspectos materiais em relação a relatórios anteriores	Este é o primeiro relatório de Sustentabilidade da GSI Brasil
Engajamento de stakeholders	G4-24 Lista de grupos de stakeholders engajados pela organização	5
	G4-25 Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento	5
	G4-26 Abordagem para envolver os stakeholders	5, 60
	G4-27 Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento, por grupo de stakeholders	5
Perfil do relatório	G4-28 Período coberto pelo relatório	5
	G4-29 Data do relatório anterior mais recente	5
	G4-30 Ciclo de emissão de relatórios	5
	G4-31 Contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo	7
	G4-32 Opção da aplicação das diretrizes e localização da tabela GRI	5
Governança	G4-33 Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	Não houve verificação externa
	G4-34 Estrutura de governança da organização	24
Ética e integridade	G4-56 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	26

# Conteúdo Padrão Específicos

ASPECTO	DESCRIÇÃO	PG./RESPOSTA
Desempenho econômico	G4-DMA Forma de gestão	51
	G4-EC3 Cobertura das obrigações no plano de pensão de benefício	51
Impactos econômicos indiretos	G4-DMA Forma de gestão	88, 101
	G4-EC8 Descrição de impactos econômicos indiretos significativos	88, 101
Emprego	G4-DMA Forma de gestão	32, 45, 47
	G4-LA1 Número total e taxas de novas contratações e rotatividade de empregados	52
	G4-LA2 Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporários	47
	G4-LA3 Taxas de retorno ao trabalho e retenção após uma licença-maternidade/paternidade	55
Saúde e segurança no trabalho	G4-DMA Forma de gestão	48
	G4-LA5 Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde	48
Treinamento e educação	G4-DMA Forma de gestão	36, 41
	G4-LA9 Média de horas de treinamento por ano	39, 40
	G4-LA10 Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	56
	G4-LA11 Percentual de empregados que recebem análises de desempenho	46
Diversidade e igualdade de oportunidades	G4-DMA Forma de gestão	56
	G4-LA12 Composição dos grupos responsáveis pela governança e discriminação de empregados por categoria funcional	56
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas	G4-DMA Forma de gestão	137
	G4-LA16 Número de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas registradas por meio de mecanismo formal	A GSI Brasil não possui procedimentos formais para a gestão de reclamações/ouvidoria interna
ASPECTO	DESCRIÇÃO	PG./RESPOSTA
Não discriminação	G4-DMA Forma de gestão	137
	G4-HR3 Número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	A GSI Brasil não possui histórico de casos de discriminação.
ASPECTO	DESCRIÇÃO	PG./RESPOSTA
Conformidade	G4-DMA Forma de gestão	137
	G4-SO8 Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias	Não houve multas significativas e sanções não monetárias aplicadas em decorrência da não conformidade com leis e regulamentos.
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade	G4-DMA Forma de gestão	137
	G4-SO11 Queixas relacionadas a impactos na sociedade registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal	Não houve queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal.
ASPECTO	DESCRIÇÃO	PG./RESPOSTA
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA Forma de gestão	75, 88, 96
	G4-PR3 Tipo de informação sobre produtos e serviços exigido por procedimentos de rotulagem	96
	G4-PR5 Resultados de pesquisas medindo a satisfação do cliente	75, 88, 112
Privacidade do cliente	G4-DMA Forma de gestão	111, 137
	G4-PR8 Total de queixas comprovadas relativas a violação de privacidade e perda de dados de clientes	Não houve queixas comprovadas relativas à violação de privacidade e à perda de dados de clientes.
Conformidade	G4-DMA Forma de gestão	137
	G4-PR9 Multas por não conformidade relativas ao fornecimento e uso de produtos e serviços	Não houve multas por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e ao uso de produtos e serviços.



## CRÉDITOS

### **Coordenação-geral**

Gerência de Marketing e Sustentabilidade  
da GS1 Brasil – Associação Brasileira de  
Automação

### **Matriz de Materialidade e Indicadores**

Avesso Sustentabilidade

### **Projeto editorial, conteúdo e revisão**

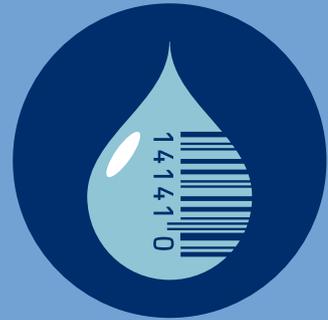
Quintal 22 Comunicação Integrada

### **Projeto gráfico e edição de arte**

Agência Repense



ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE AUTOMAÇÃO





ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA  
DE AUTOMAÇÃO