

Objetivo

O objetivo da Pesquisa 2D Latam é avaliar a prontidão do mercado latino-americano para a adoção e implementação da tecnologia de identificação 2D.



Detalhes da pesquisa



Indústrias

- Membros GS1;
- Empresas pequenas, médias e grandes;
- Setores: produtos vendidos no supermercado. Exemplos: alimentos, artesanato, bebidas, cosméticos, produtos de limpeza, roupas, calçados, produtos de saúde (exceto medicamentos), casa e jardim, e outros

Metodologia

- Método: quantitativo
- Aplicação do questionário: formulário online



Supermercadistas

- Membros GS1 ou não;
- Empresas pequenas, médias e grandes;
- Setores: supermercados físicos (não inclui vendas online)

Período de coleta

- Início: 13/06/2024
- Fim: 20/09/2024

Países participantes

14 países participaram da Pesquisa 2D Latam 2024. Em 2023 foram 12 participantes e, em 2022, oito.



GS1 Argentina



GS1 Equador



GS1 Panamá



GS1 Bolívia



GS1 El Salvador



GS1 Paraguai



GS1 Brasil



GS1 Guatemala



GS1 Dominicana



GS1 Colômbia



GS1 Honduras



GS1 Venezuela



GS1 Costa Rica



GS1 México

Detalhes da amostra

A margem de erro para as indústrias membro GS1 foi de 3,4 pontos percentuais (p.p.) e, para os supermercadistas membros GS1 ou não, de 8,2 p.p.

821
indústrias

142
supermercadistas

3,4 p.p.
de margem de erro
para as indústrias

8,2 p.p.
de margem de erro
para os supermercadistas

Resultados



Indústrias GS1 Latam



Indústrias

74%

das indústrias tem interesse em utilizar Códigos 2D

O engajamento do consumidor é a aplicação de Códigos 2D de maior interesse para as indústrias (73%). Os códigos permitem incluir informações adicionais na embalagem do produto, possibilitando aos consumidores participar de promoções e ações de ativação por meio da leitura dos Códigos 2D.

O segundo tema mais mencionado é a rastreabilidade (54%), que é a possibilidade de acompanhar a trajetória do produto ao longo da cadeia de suprimentos, desde o campo ou indústria, até o consumidor final. Por fim, a pesquisa destaca o interesse dos fabricantes em utilizar Códigos 2D para gestão de estoque (49%), permitindo um maior controle e precisão, além de, consequentemente, uma redução de custos por erros.

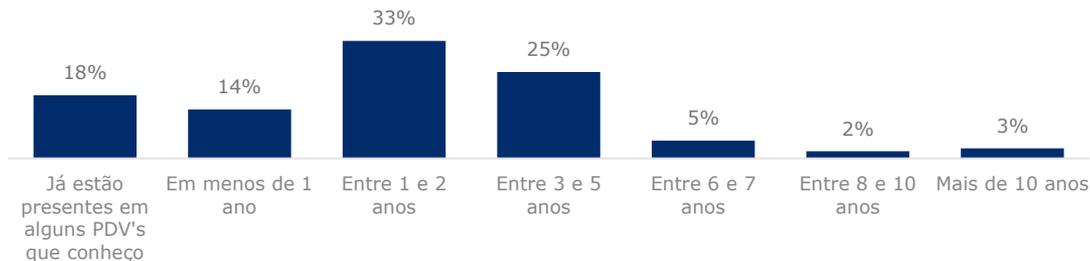
Usos de Códigos 2D de interesse¹



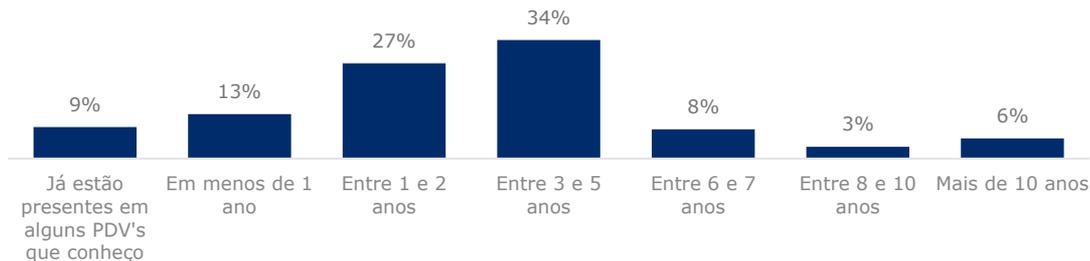
¹As porcentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

Indústrias

Prazo para que os Códigos 2D sejam escaneados pelo comércio



Prazo para que os Códigos 2D sejam exigidos pelo comércio



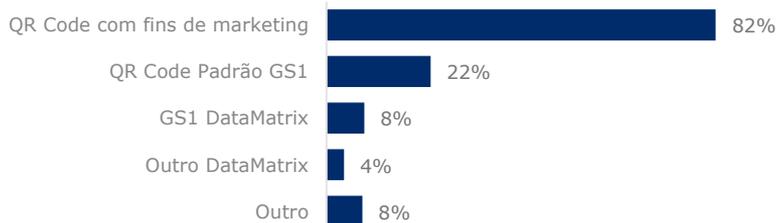
18% das indústrias afirma que os Códigos 2D já são escaneados no comércio, porém metade desta parcela entende que o padrão são exigido por distribuidores e varejistas. Olhando para o futuro, os fabricantes concentram suas expectativas dentro de um intervalo de um a dois anos acerca de quando o comércio escaneará os Códigos 2D, enquanto estimam que a exigência pelos códigos por parte dos distribuidores e varejos só ocorrerá dentro de três a cinco anos.

Indústrias que incluem Códigos 2D em seus produtos

Incluem Códigos 2D em seus produtos



Tipos de Códigos 2D implementados¹



O QR Code com fins de marketing é o tipo de Código 2D mais adotado pelas indústrias, o que está associado ao interesse dos fabricantes em promover o engajamento do consumidor. Por outro lado, vale destacar a utilização do QR Code Padrão GS1, empregado por uma em cada cinco indústrias.

Objetivo principal dos Códigos 2D¹



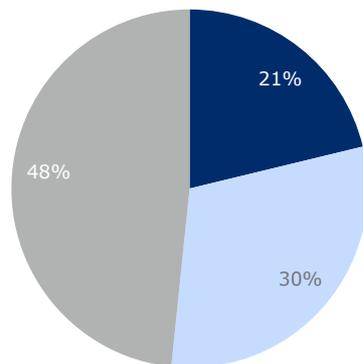
Entre as indústrias que incluem Códigos 2D nos seus produtos, o engajamento do consumidor é, de longe, o objetivo principal com a utilização dos códigos. Isso indica que, do total de indústrias que demonstram interesse em Códigos 2D, aquelas que desejam maior interação com seus clientes são as que, na maioria das vezes, adotam o padrão.

¹As porcentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

Indústrias que incluem Códigos 2D em seus produtos

Houve impactos no processo produtivo como resultado da migração para Códigos 2D?

■ Sim ■ Não ■ Não sei/Não tenho certeza



Quais foram os impactos?¹



21% das indústrias que incluem Códigos 2D em seus produtos sofreram impactos em seu processo produtivo como resultado da migração para o uso do código. Porém, 48% não souberam responder à pergunta, indicando que a proporção daqueles que perceberam mudanças poderia ser ainda maior. Dos que sentiram esses impactos, 59% tiveram necessidade de estabelecer alianças com terceiros, como gráficas e agências de design.

¹As porcentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

Indústrias que incluem Códigos 2D em seus produtos

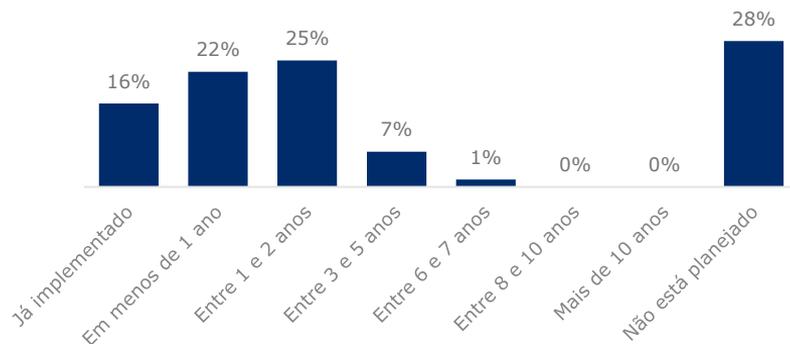
Porcentagem de produtos com Códigos 2D

■ Entre 0% e 25% ■ Entre 25% e 50% ■ Entre 50% e 75% ■ Entre 75% e 100%



Mais de metade das indústrias utilizam Códigos 2D em ao menos metade dos seus produtos. Em particular, 35% dos fabricantes aplicam o padrão a mais de 75% dos seus produtos.

Prazo para implementar dados adicionais à identificação do produto



Dados adicionais à identificação do produto presentes nos Códigos 2D¹



A preocupação das indústrias com o engajamento do consumidor também se reflete no dado adicional à identificação do produto mais comumente presente nos Códigos 2D: a URL de acesso ao site do produto e/ou empresa (86%). Segue-se o prazo de validade (39%), que, por sua vez, demonstra o cuidado que esses fabricantes têm com a segurança do consumidor final.

¹As porcentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

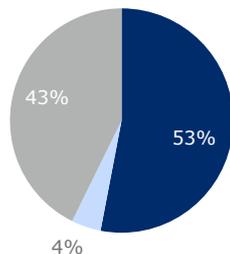
Indústrias que não incluem Códigos 2D em seus produtos

Não incluem Códigos 2D em seus produtos

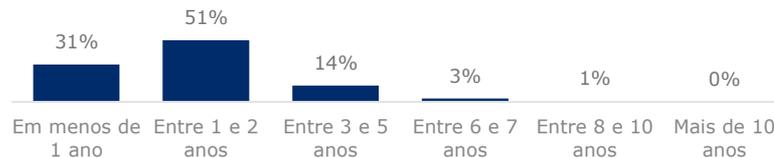


Planeja incluir Códigos 2D em seus produtos no futuro?

■ Sim ■ Não ■ Não sei/Não tenho certeza



Em quanto tempo?



Quais informações pretende adicionar aos Códigos 2D?

■ Apenas o GTIN
■ GTIN + Dados adicionais nos próximos 1 a 2 anos
■ GTIN + Dados adicionais nos próximos 3 a 5 anos
■ Não sei/Não tenho certeza

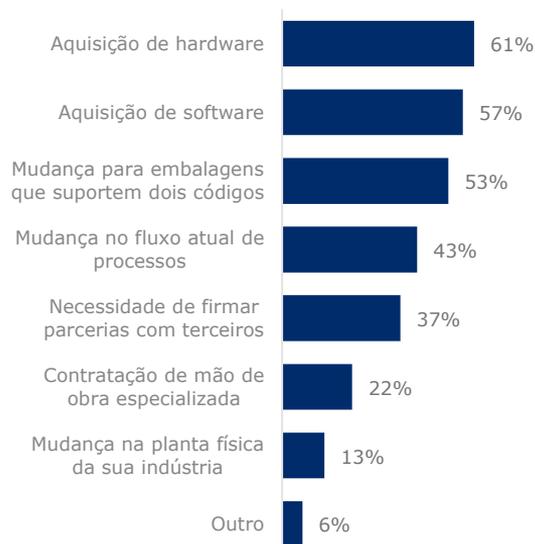


Das indústrias que não incluem Códigos 2D em seus produtos, mais da metade pretende adotar o padrão. Destes, 82% espera utilizar os códigos em até dois anos e quase metade pretende incluir, além do GTIN, dados adicionais à identificação dos produtos aos seus Códigos 2D neste período.

Indústrias que não incluem Códigos 2D em seus produtos

60%
acredita que haveriam impactos no processo produtivo em decorrência de uma migração para Códigos 2D

Quais acredita que seriam os impactos?¹



Vale ressaltar que, enquanto apenas 21% das indústrias que incluem Códigos 2D em seus produtos afirma que houve impacto em seu processo produtivo em decorrência da migração para o uso do padrão, 60% dos fabricantes que não passaram pela migração acredita que haveriam impactos no processo produtivo. Isto indica que as indústrias tendem a superestimar as implicações, em termos de mudanças no processo produtivo, da migração para Códigos 2D. Além disso, quem não utiliza Códigos 2D tende a subestimar a necessidade de estabelecer alianças com terceiros.

¹As porcentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

Supermercadistas Latam



Supermercadistas

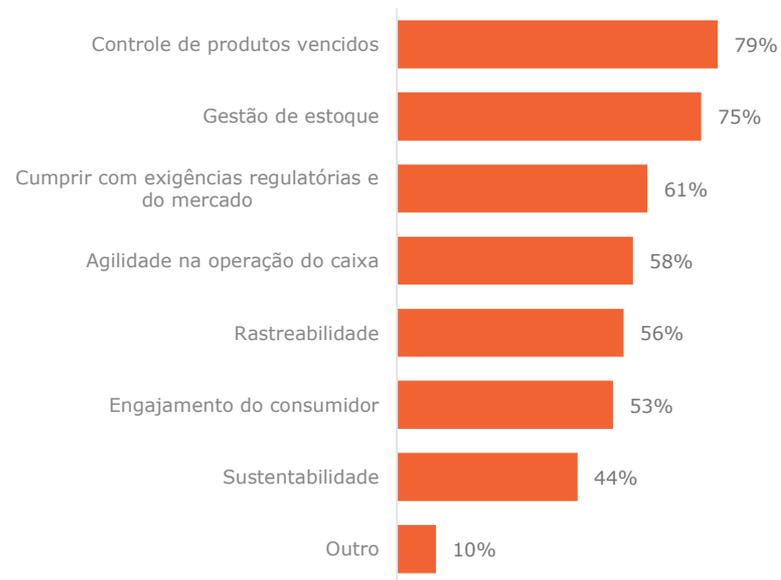
88%

dos supermercadistas estão interessados em utilizar Códigos 2D

Quase nove em cada dez supermercadistas tem interesse em utilizar Códigos 2D. Para os interessados, a segurança do consumidor é a principal preocupação, uma vez que 79% destes supermercadistas desejam obter maior controle sobre os produtos vencidos através de códigos.

Além disso, os supermercadistas procuram melhorar as suas operações através dos Códigos 2D: 75% gostaria de tornar os seus estoques mais eficientes. Por fim, o cumprimento das exigências regulatórias e do mercado, a possibilidade de agilizar as operações no ponto de venda e os ganhos em rastreabilidade (acompanhamento do percurso do produto entre os elos da cadeia de suprimento) aparecem com percentagens semelhantes, em torno dos 60%.

Usos de Códigos 2D de interesse¹



¹As percentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

Supermercadistas que imprimem ou utilizam Códigos 2D

Imprimem ou utilizam Códigos 2D



Para que tipos de produtos?¹



Objetivo principal dos Códigos 2D¹



Um em cada cinco supermercadistas imprime ou utiliza Códigos 2D em processos de loja. Esses supermercadistas utilizam, principalmente, os códigos em produtos de marca própria e valorizam oferecer mais informações aos consumidores por meio de embalagens estendidas (33%) e garantir a segurança do consumidor por meio do controle de produtos vencidos (28%). Por fim, entre os "Outros" objetivos dos varejistas com Códigos 2D estão a cobrança através de QR Codes e a criação de planogramas.

¹As porcentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

Supermercadistas cujo sistema escaneia Códigos 2D

Sistema escaneia Códigos 2D



Scanners fixos ou scanners portáteis?

- Ambos
- Scanners portáteis apenas
- Scanners fixos apenas
- Não sei/Não tenho certeza

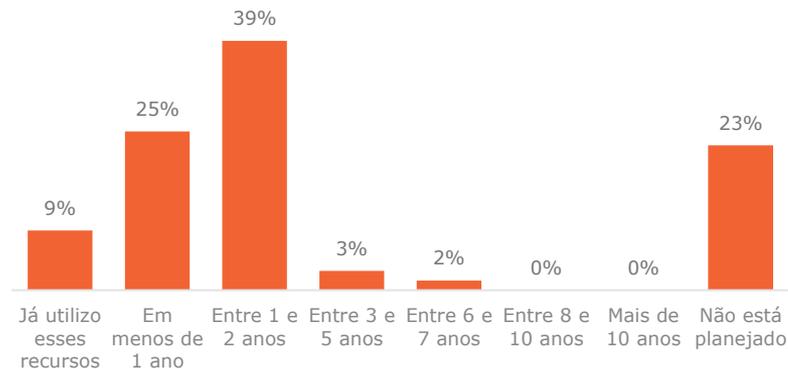


Porcentagem de lojas capazes de escanear Códigos 2D

- Entre 0% e 25%
- Entre 25% e 50%
- Entre 50% e 75%
- Entre 75% e 100%



Prazo para utilizar mais recursos disponíveis para a tecnologia 2D



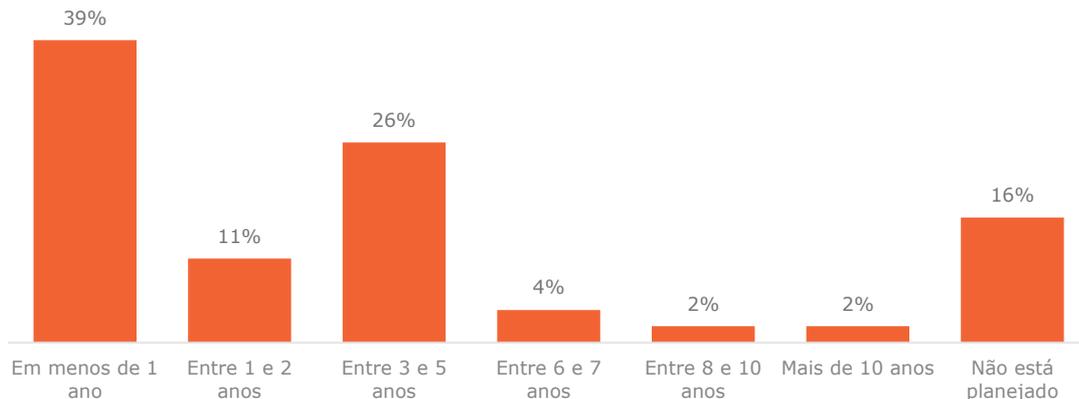
Uma parte significativa dos supermercadistas já possui um sistema capaz de escanear Códigos 2D (30%). Destes estabelecimentos, a maioria (54%) conta com scanners fixos e portáteis (*handheld*) e 60% têm a capacidade de escanear os códigos em mais de 75% das suas lojas. O comércio, portanto, se mostra razoavelmente preparado para a migração para Códigos 2D. Além disso, 64% daqueles que já possuem esses sistemas pretendem expandir o uso da tecnologia 2D dentro de dois anos.

Supermercadistas cujo sistema não escaneia Códigos 2D

22%¹

dos supermercadistas não possui sistema capaz de escanear Códigos 2D

Prazo para atualizar o sistema para que este tenha a capacidade de escanear Códigos 2D



Um em cada cinco supermercadistas afirma definitivamente não possuir um sistema capaz de escanear Códigos 2D. Quanto ao prazo para atualizar a infraestrutura das lojas para permitir o escaneio do padrão, dois em cada cinco supermercadistas pretendem realizar este investimento em menos de um ano, enquanto um em cada quatro estima que a adaptação exigiria entre três e cinco anos e, finalmente, 16% não têm planos de modernizar os seus sistemas.

¹30% não soube responder e 18% não se declarou.

Supermercadistas que escaneiam Códigos 2D

Escaneiam Códigos 2D

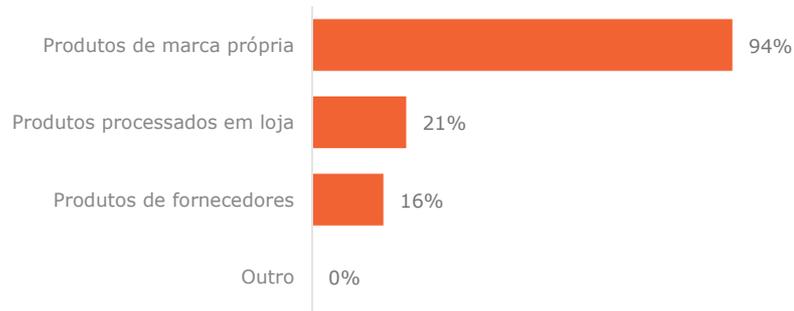


Porcentagem de produtos disponíveis para venda que utilizam Códigos 2D

■ Entre 0% e 25% ■ Entre 25% e 50% ■ Entre 50% e 75% ■ Entre 75% e 100%



Para que tipos de produtos?¹



Apesar da parcela considerável de supermercadistas que imprime Códigos 2D ou daquela que possui sistemas capazes de escanear o padrão, ainda há um espaço significativo para que os códigos percorram de fato toda a cadeia de suprimentos e sejam escaneados nos pontos de venda. Este potencial de crescimento dos Códigos 2D no comércio reflete-se na grande proporção de estabelecimentos que escaneiam o padrão nos quais menos de 25% dos produtos disponíveis para venda possuem o padrão (67%). Além disso, quando os Códigos 2D são efetivamente escaneados, a leitura ocorre em produtos de marca própria na grande maioria dos casos (94%).

¹As porcentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

Supermercadistas que não escaneiam Códigos 2D

66%¹

**dos supermercadistas não está escaneando
Códigos 2D atualmente**

6%

**dos supermercadistas que não escaneiam
Códigos 2D já tentaram escanear o padrão no
passado**

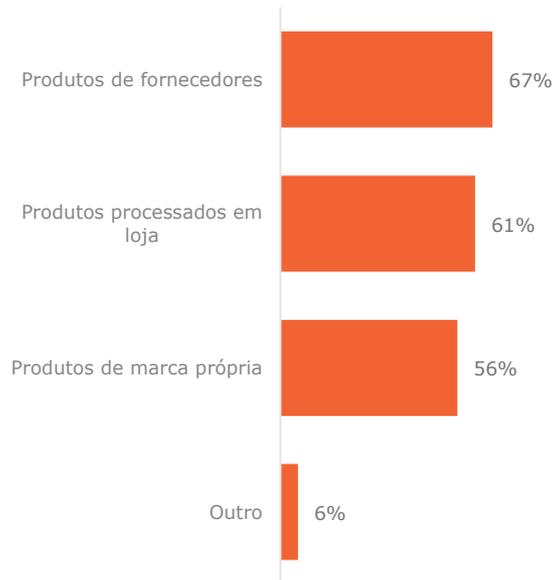
5 dos 6

**supermercadistas que tentaram escanear
Códigos 2D no passado pretendem reativar essa
funcionalidade e utilizá-la nos próximos 12
meses**

¹19% não se declarou.

Supermercadistas que bloqueiam produtos vencidos com 2D

Para que tipos de produtos?¹



8%

dos supermercadistas possui um software de ponto de venda capaz de bloquear a venda de produtos vencidos por meio do escaneio de Códigos 2D

Menos de um em cada dez supermercadistas possui um software de ponto de venda capaz de impedir a venda de produtos vencidos por meio do escaneio de Códigos 2D. Isso mostra que, apesar de toda a preocupação expressa por indústrias e supermercadistas de controlar a venda de produtos vencidos, a utilização de Códigos 2D para esse fim ainda não é tão intensa quanto poderia ser.

¹As porcentagens somam mais de 100% porque os respondentes poderiam selecionar mais de uma alternativa.

Casos de sucesso na adoção de Códigos 2D



BRF – Sadia e Savegnago



