

RESUMO EXECUTIVO

Este relatório aborda um processo que tem crescido tanto no Brasil como no mundo: a rastreabilidade de produtos. O processo de rastreabilidade é um instrumento fundamental e surgiu em decorrência da globalização dos mercados comerciais, que tornou muito difícil a identificação da origem das matérias-primas e das circunstâncias em que se realiza sua produção.

Rastreabilidade diz respeito à capacidade de investigar o histórico, a aplicação ou a localização de um produto através de informações devidamente registradas. Com esta ferramenta, é possível identificar quais elementos compõem a matéria-prima, aumentando a capacidade de gestão de qualidade dos produtos elaborados.

Este relatório apresenta, de forma resumida, o que é rastreabilidade, quais são os pré-requisitos para a sua implantação e quais as etapas para a sua implantação. Além disso, apresenta algumas iniciativas de implantação de rastreabilidade por empresas da indústria do vestuário.

Esta é uma tendência que vem se consolidando e a implantação na área da moda é uma questão de tempo. A empresa que estiver preparada para enfrentar esta nova exigência de mercado estará fortalecida e mais competitiva.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

Distribuição e informações:

SEBRAE Santa Catarina
Endereço: Av. Rio Branco, 611
Telefone : 0800 570 0800
Bairro : Centro Cep : 88015203 – Florianópolis – SC
Internet: [http:// www.sebrae-sc.com.br/sis](http://www.sebrae-sc.com.br/sis)

Vestuário

RASTREABILIDADE NO VESTUÁRIO

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

Setor:

VESTUÁRIO

Autor:

Maria Gorete Hoffmann

Pesquisadora:

Camila Meneghetti

Revisora:

Bruna Carolina Santos da Silva

Julho de 2011



Tópicos-Chave

- ↳ **O que é rastreabilidade;**
- ↳ **Rastreabilidade e o Vestuário;**
- ↳ **Conceitos básicos de rastreabilidade.**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
O QUE É RASTREABILIDADE	4
PRÉ-REQUISITOS DA RASTREABILIDADE	5
COMO IMPLANTAR A RASTREABILIDADE.....	6
INICIATIVAS DO VESTUÁRIO NA RASTREABILIDADE.....	7
OPORTUNIDADES, AMEAÇAS E ALTERNATIVAS	7
CONSIDERAÇÕES FINAIS	8
FONTES	9

INTRODUÇÃO

O consumidor está cada vez mais exigente. Antes de comprar um produto, ele quer conhecer a procedência da matéria prima que foi utilizada. Deseja saber a qualidade da matéria prima, as questões éticas e ambientais que envolvem o produto e assim por diante. A própria empresa percebe a importância de dominar controles mais efetivos de todo o histórico do produto, de forma que seja possível detectar, rapidamente, quem foi o fornecedor de determinada matéria prima e/ou acessório e, assim, gerenciar aspectos relativos à qualidade, custo e outros pontos relevantes.

Com o intuito de ser mais competitiva e atender a esses e outros aspectos, as empresas desenvolvem sistemas que permitam acompanhar todo o histórico do produto. Diversos setores da economia já possuem eficientes sistemas de rastreabilidade, como é o caso do setor alimentar e do automobilístico.

As empresas de vestuário estão começando a perceber a necessidade de implantar sistemas de rastreabilidade e, em função da atualidade e importância competitiva desse aspecto, rastreabilidade é o tema deste relatório de inteligência.

O QUE É RASTREABILIDADE

Rastreabilidade é a capacidade de investigar o histórico, a aplicação ou a localização de um produto através de informações devidamente registradas. É um conceito que surgiu da necessidade de se encontrar um determinado produto na cadeia logística e de controlar a qualidade do mesmo. Portanto, a rastreabilidade permite traçar o caminho histórico do produto, uso e localização de uma mercadoria por meio de códigos numéricos impressos.



Figura 1 - Da origem ao consumidor e vice-versa
Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbRastreabilidade2008>

Em termos práticos:

Permite saber "o que" (o produto ou bem), "de onde veio" (a origem) e "para onde foi" (destino).

Se pensarmos que, atualmente, o mercado se ampliou e que produtos são vendidos em todo o mundo e que as matérias-primas vêm de diversos países, é possível compreender a importância de controlar os produtos produzidos.

Como exemplo: imagine que um determinado tecido é comprado de mais de um fornecedor e alguns clientes têm reclamado de sofrer com alergia após usar roupas feitas a partir destes tecidos. Quais as matérias primas estão gerando este efeito? Qual dos fornecedores é o responsável por esta situação? Existem processos/insumos diferentes entre os fornecedores destes tecidos? Com a rastreabilidade, é possível responder a todas essas perguntas de forma rápida e segura.

PRÉ-REQUISITOS DA RASTREABILIDADE

- **Identificação Única do Produto:** cada produto, após ser processado, numa quantidade pré-definida (Unidade/Lote/Container), deve receber uma identificação que o torne único e diferenciado de itens similares que tenham sido ou que serão produzidos em outros locais e períodos;
- **Informações sobre o Produto e o Processo:** permite registrar todas as informações de sua composição e processamento. Estas informações devem estar relacionadas às identificações únicas dos insumos e das matérias-primas utilizadas, aos parâmetros empregados e às irregularidades que foram observadas e tratadas durante sua fabricação;
- **Estabelecimento de Conexões:** requer o desenvolvimento de uma sistemática de conexões entre o produto, identificando as informações importantes sobre ele. Estas conexões registram o rastreamento para frente (para onde foi enviado) e para trás (de onde veio o produto). Esta sistemática geralmente é apoiada por um software específico para este fim. Este recurso permite a conexão das informações referentes a um produto dentro de uma cadeia produtiva e possibilita a recuperação rápida dos dados quando necessária.

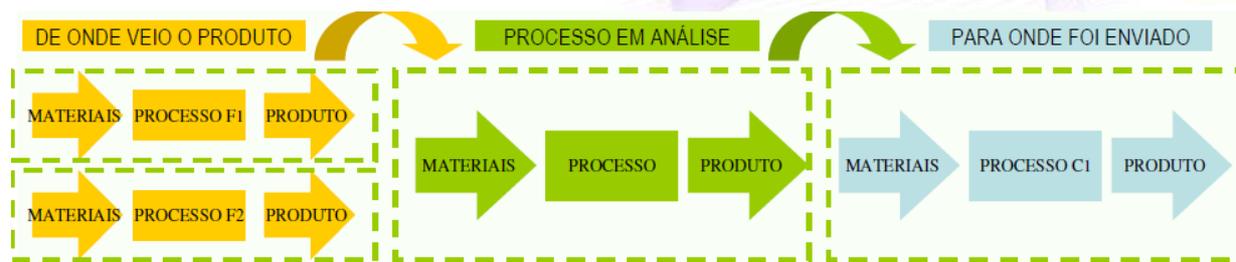


Figura 2 – Conexões

Fonte: http://www.acrismat.com.br/arquivos_pesquisas/Rastreabilidade%20-%20Nelva%20Grando%20e%20Lisandro%20Haupenthal.pdf

COMO IMPLANTAR A RASTREABILIDADE

Não existe uma regra única para a implantação da rastreabilidade. Normalmente, existem alguns padrões e normas que são definidas para apoiar o processo de implantação em algumas cadeias produtivas. Por exemplo: no Brasil, os maiores exemplos de rastreabilidade estão associados ao controle de alimentos e medicamentos. Nestes casos, as macro diretrizes foram estabelecidas por organismos governamentais. Entidades de classe também desenvolvem esforços no sentido de implementar sistemas de rastreabilidade. A ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) e ABRAVEST (Associação Brasileira do Vestuário) vêm desenvolvendo, nos últimos anos, esforços para estabelecer padrões que permitirão definir os critérios básicos de rastreabilidade para determinados segmentos do vestuário.

Para implantação de um sistema de rastreabilidade existem alguns passos que devem ser seguidos. Entre eles, destacam-se:

- 1) Planejar e Organizar:** é a fase de identificação dos pré-requisitos. Nesta etapa, se determina como atribuir, recolher, partilhar e manter os dados de rastreabilidade. Também se define a forma de gerenciar as ligações entre as entradas, os processos internos e as saídas.
- 2) Alinhar dados mestre:** é o ponto onde se determina como atribuir as identificações propriamente ditas. Atribuem-se identificações às partes envolvidas, às suas localizações físicas, aos artigos comerciais. Também se determina como trocar dados mestre com os parceiros comerciais.
- 3) Registrar dados de rastreabilidade:** determina como atribuir, aplicar e capturar a identificação de artigos localizáveis e como recolher, partilhar e armazenar dados de rastreabilidade durante o fluxo físico.
- 4) Requerer rastreabilidade:** determina a forma de iniciar e responder a um pedido de rastreabilidade. Qualquer parceiro de rastreabilidade pode iniciar um pedido de rastreabilidade.

INICIATIVAS DO VESTUÁRIO NA RASTREABILIDADE

Algumas empresas da indústria de vestuário já iniciaram esforços no sentido de implantar a rastreabilidade. A Lacoste, marca francesa de vestuário, iniciou o processo de rastreabilidade para melhorar seus controles de logística. Envolvidos na implantação deste processo na Lacoste apontam que houve aumento no controle do estoque e maior agilidade na logística, o que resultou em maior rentabilidade para a empresa. **Houve uma redução de 50% dos custos de mão de obra envolvida nos processos de logística e um aumento de 50% da produtividade.** Outro aspecto importante observado pela empresa é que a implantação da rastreabilidade gerou um aumento da velocidade de faturamento e nos casos de devoluções.

A YKZ está no mercado de vestuário desde 1989 e atua com moda infantil, uniformes escolares e uniformes corporativos. Implantou um processo de rastreabilidade que permite a identificação da data do corte, do fabricante do tecido, da nota fiscal e de toda a procedência da matéria-prima envolvida na produção.

Estas e outras iniciativas fortalecem um movimento em prol da rastreabilidade de produtos têxteis. Mesmo que não existam normativas para implantação da rastreabilidade no vestuário no Brasil, nota-se que este movimento vem crescendo e é uma questão de tempo para que seja implantado. Por outro lado, diversos países vêm estabelecendo regulamentações nesta direção. As empresas que venham a ser fornecedoras para estes países terão que atender estas normas. Estas questões reforçam a importância de começar a implantar sistemas de rastreabilidade. As empresas que saírem na frente terão vantagens competitivas e serão percebidas pelo seu perfil inovador e pela segurança que a concede ao consumidor, fabricantes e seus fornecedores.

OPORTUNIDADES, AMEAÇAS E ALTERNATIVAS

OPORTUNIDADES
Estabelecer um diferencial de mercado pela implantação da rastreabilidade;
Oferecer segurança ao consumidor, devido a capacidade de rastrear suas matérias primas, processos e produtos.
AMEAÇAS
Diminuir o volume comercializado, em função de concorrentes que lancem produtos com rastreabilidade;
Não desenvolver estratégias que permitam a implantação da rastreabilidade com rapidez e eficácia.
ALTERNATIVAS
Desenvolver uma estratégia de implantação de paulatina de rastreabilidade;
Usar a rastreabilidade como estratégia para fixação de marca e gerar confiabilidade aos produtos e processos da empresa;
Desenvolver uma estratégia de implantação de rastreabilidade como estratégia para alcançar segmentos/nichos mais lucrativos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A rastreabilidade é um processo complexo de ser implantado de maneira completa. Porém, é uma tendência que se concretiza como uma realidade. O Brasil já se movimenta para aderir a esta exigência do mercado, é só uma questão de tempo. Ou seja, para a rastreabilidade ser implantada de maneira completa, é necessário que fornecedores e prestadores de serviços também a adotem. O que se tem notado na atividade do vestuário é que as empresas que já iniciaram o processo de implantação estão começando pelos processos que possuem pleno controle, como o chão de fábrica e logística e, aos poucos, estão envolvendo seus fornecedores e prestadores de serviços.

Esta estratégia é interessante, pois permite a implantação paulatina e o domínio dos processos que envolvem a implantação plena da rastreabilidade.

A rastreabilidade permite que o consumidor tenha maior credibilidade do produto que está adquirindo. Se o consumidor tem certeza da credibilidade do produto que comprou, a probabilidade dele voltar a comprar produtos daquela marca é maior.

Para a empresa, a rastreabilidade oferece certeza da qualidade de seus produtos e processos, já que torna possível identificar a composição química de seus insumos, evitando usar materiais que possam gerar problemas ao consumidor. A rastreabilidade também facilita a gestão, uma vez que melhora a visão dos volumes em produção e a identificação dos estágios de produção de lotes. Ao mesmo tempo, concede maior controle sobre a logística, o que gera maior agilidade e previsibilidade de seus processos.

FONTES

ECKSCHMIDT, Thomas, et al. **O Livro Verde de Rastreamento**: conceitos e desafios. 1a edição. São Paulo: Livraria Varela, 2009. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbThomas>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

JURAN, J.M.; GRZYNA Jr., F.M. **Quality planning and analysis: from product development through usage**. Nova Iorque: McGraw-Hill, 1970. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbJuran>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

RASTREABILIDADE. Lisboa: GS1 Portugal - CODIPOR, 2009. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbRastreabilidade2009>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

RASTREABILIDADE E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO. Telheiras, Lisboa: T.I. Tecnologia Informatica S.A., 2008. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbRastreabilidade2008>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

SISTEMA DE RASTREABILIDADE NO SECTOR ALIMENTAR. Montcada i Reixac, Barcelona: RQ LABELS, S.A., cop. 2003-2008. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbSistema2008>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

FONTES, M.A. **Rastreabilidade e Detecção**: Sector Alimentar. Lisboa: INSTITUTO SUPERIOR DE AGRONOMIA, Março 2004. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbFONTES2004>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

RODRIGUES, S. **Rastreabilidade e Qualidade Alimentar**: Algumas Reflexões. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbRODRIGUES2007>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

SOS CONSUMIDOR. **O que é a Rastreabilidade?** Olaias, Lisboa: DECO PROTESTE, Editores, 1974-2009. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Rastreabilidade#refbSOS2009>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

VOLTOLINI, S.F. **'Lacoste' aposta por etiquetas RFID para melhorar sua logística**. Noticiero Textil. Disponível em: <<http://textimeconsultoria.blogspot.com/2009/03/2203-lacoste-aposta-por-etiquetas-rfid.html>>. Acesso em: 02 Jun. 2011.

GRANDO, N.; HAUPENTHAL, L. **Rastreabilidade** - Encontro Técnico de Suinocultura – 2007. Disponível em: <http://www.acrismat.com.br/arquivos_pesquisas/Rastreabilidade%20-%20Nelva%20Grando%20e%20Lisandro%20Haupenthal.pdf>. Acesso em: 02 Jun. 2011.