

Reporte Anual 2022



Contenido

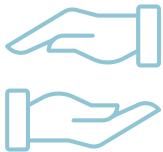
Carta Presidencia - Hugo Ruiz	6
Carta Presidencia - Jorge Garcés	8
Carta Dirección General - Juan Carlos Molina	10
Introducción - 2022: El año donde volvimos a reunirnos	12
Dirección de Desarrollo de Asociados	15
Código de Barras	18
Catálogo Electrónico Syncfonía	20
InfoCode	23
Desabasto Cero con Inteligencia Artificial (IA)	24
Cadenas Comerciales	29
Sector Primario	33
Sector Moda	35
Sector Financiero	38
Marketing y Comunicación	42
Relaciones Institucionales	47
Aliados Estratégicos	52
Dirección de Desarrollo de Productos y Servicios	53
Syncfonía	54
InfoCode	61
Código de Barras	68
Estándares y Pilotos	76

Dirección de Operaciones de Productos y Servicios	82
Oficina Regionales	84
Servicio de Comprobación de Datos (SECODAT)	86
Capacitación	89
Centro de Atención Empresarial (CAE)	92
Dirección de Tecnologías de Información y Transformación Digital	95
Migración	96
Adecuaciones y mejoras	97
Ciberseguridad	99
Comunidad 360	104
Dirección de Planeación Estratégica y Finanzas	108
Planeación Estratégica y Efectividad Operativa	109
Oficina de Proyectos (PMO)	111
Asuntos Corporativos y Cumplimiento Normativo	112
Dirección de Talento y Capital Humano	113

El Lenguaje Global de los Negocios



116 organizaciones miembro



Neutral y sin
fines de lucro



Dirigida y
administrada por
nuestros asociados



Global y
local



Inclusiva y
colaborativa

**En GS1 creemos en el poder de los estándares
para transformar la forma en que trabajamos
y vivimos.**

Industrias clave a nivel global



Cuidado de la salud



Marketplaces



Retail



Vestido



Mercancías generales



Bienes de consumo envasados



Perecederos



Transporte y logística



Industrias técnicas



6 mil millones
de códigos de barras escaneados diariamente



Más de
100 millones
de productos llevan códigos de barras GS1



Más de 2 millones
de compañías usan los estándares GS1

Carta del Presidente 2019 - 2022

Si bien antes del confinamiento la tecnología y la innovación eran importantes en muchos ámbitos, en la Nueva Normalidad han sido vitales para mantener a los clientes y asegurar la continuidad del negocio.

Sin duda, 2022 fue un año interesante para las organizaciones a nivel mundial, ya que las compañías tuvieron que superar los desafíos de los últimos dos años de pandemia y dar un paso adelante para redefinir los modelos de negocio, identificar los nuevos hábitos de consumo y vislumbrar cómo será la experiencia de compra del consumidor de cara a la Nueva Normalidad.

Términos como omnicanalidad, metaverso, teletrabajo, reuniones híbridas, *wallets*, *social ecommerce*, *live shopping*, inteligencia artificial (IA), experiencias inmersivas, asistentes de voz, chatbots, economía colaborativa y transformación digital, entre otros, comenzaron a formar parte de las conversaciones de los empresarios, además de hacer eco en las noticias y comentarios en redes sociales.

Por otro lado, la logística y las cadenas de suministro ocuparon un lugar clave en las estrategias corporativas, debido al auge y crecimiento exponencial del comercio electrónico, así como a la crisis de los contenedores, escasez de chips y desabasto de materias primas. El reto: entregar los productos a tiempo, sin daños y en las cantidades requeridas.

Conceptos como la última milla, aprendizaje automático (machine learning), industria 5.0, impresión 3D, dark stores, drones, robots colaborativos (cobots), lockers inteligentes, vehículos autónomos, economía circular y sustentabilidad, jugarán un papel importante para gestionar de manera eficiente la cadena de valor.

Hacia un futuro brillante

A lo largo de tres años como Presidente de GS1 México, palpé la gran fortaleza y adaptación al cambio que tiene nuestra organización, así como muchas compañías mexicanas, impulsadas por mujeres y hombres que, con esfuerzo y dedicación, día a día hacen de México un país mejor.

A pesar de una contingencia sanitaria mundial, crisis geopolíticas, inflación, volatilidad en el tipo de cambio y disrupciones en la cadena de suministro, entre otros elementos, ninguna de estas variables impidieron que los emprendedores, PyMEs y Grandes Corporativos del retail y diversos sectores, continuaran con éxito su camino hacia la transformación digital, al incorporar en sus operaciones herramientas tecnológicas, nuevos procesos, mejores prácticas y estándares GS1, como el Código de Barras y el complemento Carta Porte, para darle continuidad a su negocio.

Realizar sinergias, fomentar la colaboración, intercambiar información e innovar con tecnología, son cuatro pilares que provocarán un cambio de paradigma, ya que las compañías pasarán de querer conquistar una mayor parte del mercado existente a ampliarlo y generar nuevas oportunidades de negocio.

El futuro se vislumbra brillante y estoy seguro de que GS1 se mantendrá como el punto de encuentro más colaborativo donde empresas de todas las industrias delinean el futuro del comercio omnicanal en México y más allá de sus fronteras.



Hugo Ruiz Murillo

Presidente de GS1 México

2019 - 2022

Carta Presidencia actual

La colaboración se ha convertido en un camino valioso para llevar a cabo las estrategias de adaptación, cambio y supervivencia que hoy en día requieren la mayoría de las organizaciones.

El general, estratega militar y filósofo de la Antigua China, Sun Tzu, en su libro “El Arte de la Guerra” comentó que grandes resultados pueden ser conseguidos con pequeños esfuerzos, por lo que, en un entorno de incertidumbre y constante cambio, la colaboración entre socios de negocio será clave para enfrentar con éxito y un paso a la vez, cualquier crisis y disrupción en el mercado.

En esta misma línea y acorde a nuestra estrategia 2020-2025, en GS1 México continuamos en 2022 con el fortalecimiento de nuestra visión de ser el punto de encuentro más colaborativo donde las empresas mexicanas encuentren soluciones innovadoras para su desarrollo, no solo retailers, marketplaces y fabricantes, sino compañías de diversas industrias como Salud, Primario, Moda, Financiero y Cadena de Suministro.

También, consolidamos el trabajo con organismos empresariales, academia y dependencias gubernamentales, a través de eventos, programas de profesionalización, firmas de convenios de colaboración, comités y mesas de trabajo, entre otros formatos, para impulsar la implementación de estándares GS1, tecnología, procesos y mejores prácticas en las empresas mexicanas.

Por otra parte, a lo largo de la pandemia, los emprendedores y PyMEs mexicanas demostraron tener mucho corazón, resiliencia y carácter para no rendirse y sobreponerse a cualquier contingencia, siendo los principales generadores de innovación, empleo y desarrollo económico en el país.

En este contexto, es un orgullo para GS1 México profesionalizar y capacitar a las micro, pequeñas y medianas empresas para eficientar su operación comercial, fortalecer su cadena de valor, brindar una relevante experiencia de compra al consumidor y mejorar la calidad de vida de las personas.

Además, buscamos a través de eventos como Fábrica de Negocio y los Foros de Desarrollo Empresarial, conectar a los emprendedores y empresarios con cadenas comerciales, tejer redes de colaboración, brindar conocimientos sobre tendencias e información de valor, así como inspirarlos para llevar sus productos al siguiente nivel y conquistar nuevos mercados.

En los próximos años, seguiremos impulsado la innovación en GS1 México, ya que es el motor de la supervivencia de toda organización, nos marca la pauta para hacer las cosas diferentes, nos mantiene alejados de la zona de confort, nos permite aprovechar el talento y experiencia de nuestros colaboradores, además de aportarnos grandes experiencias y aprendizajes a favor de nuestros asociados.

Si bien, no podemos anticipar las cosas que van a suceder y la única constante es el cambio, nuestro propósito es y seguirá siendo, entregar el mayor valor a nuestros asociados con productos y servicios que faciliten su camino hacia la conquista del comercio omnicanal.



Jorge Garcés Domínguez

Presidente de GS1 México

Carta Dirección General

Nuestros asociados nos dan 28,003 razones para continuar con el impulso del comercio omnicanal en el país, así como ayudar a los negocios a crecer, continuar con su proceso de transformación digital y mejorar su eficiencia, seguridad y sostenibilidad.

Para GS1 México, 2022 representó un año de grandes retos y aprendizajes, pero también la oportunidad de cristalizar grandes proyectos e iniciativas que hicieron tangible nuestro propósito de ser un organismo empresarial centrado en el asociado, además de reafirmar nuestra posición como el facilitador del comercio omnicanal en México.

Después de tres años de iniciada la contingencia sanitaria por COVID-19, pasamos en mayor medida del mundo virtual al escenario físico, ya que la Nueva Normalidad nos permitió retomar las reuniones y eventos presenciales para conectar nuevamente con nuestros asociados, así como establecer las bases para la atención, capacitación y colaboración híbrida.

Sin duda, en este periodo continuamos con nuestra misión de implementar estándares globales para identificar y compartir información, así como profesionalizar la operación de nuestros asociados, de forma neutral, colaborativa y sin fines de lucro, con productos y servicios innovadores que atendieran sus necesidades de negocio.

Por otra parte, aumentamos nuestra influencia y liderazgo más allá del retail y de los fabricantes de la industria de consumo, al trabajar hombro a hombro con compañías pertenecientes a los sectores del Cuidado de la Salud, Primario, Moda, Financiero y Cadena de Suministro.

Soluciones como el Código de Barras, Syncfonía, InfoCode, Desabasto Cero, complemento Carta Porte y el Código LEI, entre otros, se adaptaron a los retos de digitalización, omnicanalidad y de economía digital que marca el mercado, además de brindar eficiencia, transparencia y productividad a los negocios.

A lo largo del año, realizamos, de manera presencial, tres grandes eventos que engrandecieron a nuestra organización, la 4º Edición del Foro de Colaboración Industria Comercio, el 1º Desayuno Anual de Aliados Estratégicos y, por primera vez en nuestras oficinas, la 8º Edición de Fábrica de Negocio, la incubadora de retail más grande de Latinoamérica, acompañada de la inauguración del Foro GS1.

Sin duda, nuestros logros fueron posibles gracias al compromiso, talento y dedicación

de cada uno de nuestros colaboradores. Nuestra gente es el motor de la innovación y generadora de nuevas ideas para trascender en el futuro. La sustentabilidad, el compromiso con la comunidad y el cuidado del capital humano, son tres pilares fundamentales para el desarrollo de nuestra organización.

De esta manera, en GS1 México hacemos más eficiente la cadena de suministro de los negocios al fortalecer el proceso comercial de nuestros 28,003 asociados y sus clientes a través de estándares, tecnología, mejores prácticas y procesos eficientes, lo que les permite iniciar su camino hacia su transformación digital; conquistar los puntos de venta físicos, anaqueles digitales y mercados de exportación, así como permitirles hablar el lenguaje global de los negocios.



Juan Carlos Molina

Director General de GS1 México

2022: El año donde volvimos a reunirnos

A tres años de la experiencia llamada “pandemia”, hemos sido espectadores de como el principio de realidad, basado en nuestro entorno y experiencia personal, cambió radicalmente para todos debido al confinamiento, los retos que implicó gestionarla y el cierre de espacios públicos (trabajo, entretenimiento, cultura y educación, entre otros). Esto modificó radicalmente el estilo de vida de los consumidores.

Por otra parte, la crisis sanitaria representó un punto de quiebre que transformó el comercio internacional, la movilidad, los sistemas educativos, las modalidades de trabajo, el rol de los gobiernos y la convivencia humana en general.

En este periodo nos vimos cara a cara con la muerte, donde todos sufrimos pérdidas, no solamente humanas, sino de rutinas, de horarios, de actividades, de hábitos, de creencias, entre otras, que nos han mostrado lo cambiante, frágil y efímero de la vida, además de cuestionarnos sobre lo verdaderamente valioso e importante.

No obstante, conforme se fueron levantando las restricciones por la contingencia y se avanzó en el plan de vacunación contra el COVID-19 para inocular a la población, se palpó un ambiente de resiliencia, optimismo

y esperanza en las naciones, compañías y emprendedores para construir un mejor futuro, así como prepararse para afrontar de manera eficiente los retos que presentaría la “nueva normalidad”.

En este contexto, 2022 se posicionó como el año donde volvimos a reunirnos, reencontrarnos con viejos amigos, familiares o socios, estrechar nuevos lazos de manera presencial y humanizar las relaciones; donde darnos un abrazo, un saludo o una sonrisa fue el motor que impulsó a las personas a continuar con sus planes, ser innovadores y perseverar en sus negocios.

Conceptos como transformación digital, economía colaborativa (Gig economy), digitalización, telemedicina, teletrabajo, home office, ecommerce, omnicanalidad, logística, automatización y última milla, entre otros, permitieron que el mundo siguiera su curso, además de darle continuidad a los negocios y crear nuevas oportunidades de desarrollo.

Para GS1 México, a pesar de que nunca cerramos nuestras puertas y seguimos brindando atención presencial para nuestros asociados, 2022 representó la oportunidad de conectar nuevamente con ellos al pasar del mundo digital al espacio físico, para continuar con nuestra visión de ser el punto

de encuentro más colaborativo, con el firme propósito de apoyarles en su camino hacia la transformación digital y facilitar su entrada al comercio omnicanal.

Bajo esa misma línea, optimizamos nuestras instalaciones ubicadas en Naucalpan, Estado de México, lo que permitió inaugurar en el marco de Fábrica de Negocio 2022, el Foro GS1, recinto que tiene como propósito establecer un espacio de colaboración, aprendizaje, profesionalización e intercambio de mejores prácticas para eficientar la operación de las empresas y, con sus productos, conquistar los puntos de venta físicos, anaqueles digitales y mercados de exportación.

El político estadounidense Lyndon Johnson destacó que *“no hay problema que no podamos resolver juntos, y muy pocos que podamos resolver por nosotros mismos”*, por lo que el camino para afrontar los retos

que presenta la nueva normalidad es la colaboración y el trabajo en equipo.

Hoy que las circunstancias permiten que volvamos a reunirnos, es la oportunidad perfecta para crear, crear, construir y consolidar las relaciones con nuestros socios comerciales, cuidar a nuestros colaboradores, apoyar a nuestra comunidad y desarrollar negocios que mejoren la vida de las personas.

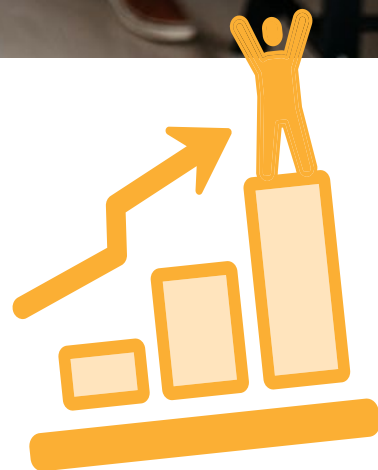
¡Juntos sigamos hablando el lenguaje global de los negocios!



Nuestro
año en
revisión



Dirección de Desarrollo de Asociados



A lo largo de 37 años, GS1 México se ha posicionado como una organización centrada en sus asociados, ya que sin cada empresa y/o emprendedor que forma parte de nuestra asociación, no tendríamos razón de ser.

Para GS1 México, los asociados son lo más importante, ya que sus éxitos, crecimiento y consolidación influyen en nuestra razón de ser.

Nuestro enfoque busca deleitar a cada asociado por medio de entender sus problemáticas, ofrecerle exactamente lo que necesita, entender su industria, profesionalizar su producto y operación, así como darle el servicio que merece y una relevante experiencia de usuario en cada interacción.

Como estrategia, esta visión nos permite ganar la confianza de nuestros asociados, construir una reputación e imagen positiva ante nuestras diferencias audiencias, eficientar la comunicación y generar recomendaciones para atraer a nuevas empresas.

Por otra parte, es clave recopilar la retroalimentación de nuestros asociados, generar insights valiosos sobre expectativas, necesidades y deseos; así como medir su satisfacción, lo que nos permite evaluar qué hacemos bien y qué debemos mejorar.

De esta manera, la Dirección de Desarrollo de Asociados ejecutó, a través de sus vinculadores, un plan de marketing para cada uno de los sectores que atiende GS1 México (Fabricantes, Retail / Manufactura, Cuidado de la Salud, Primario, Financiero y Moda) para determinar las necesidades reales de cada sector y los asociados potenciales, lanzar productos y servicios de manera ordenada, seleccionar los canales de comunicación y conocer como participan nuestras soluciones en el mercado, además de transmitir correctamente nuestra propuesta de valor.

Realizar esta planeación de manera estratégica, permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para identificar problemas internos, agregar innovación, explorar nuevos mercados, crear alianzas estratégicas y potenciar el crecimiento de nuestros asociados.



Para lograr alcanzar los objetivos del área, se contó con el apoyo de la Gerencia de Marketing y Comunicación para realizar todas las campañas de publicidad, estrategia de redes sociales, mantenimiento y desarrollo de la página web, eventos, contenidos y relaciones públicas para conectar con nuestros asociados, así como de la Coordinación de Relaciones Institucionales para establecer lazos con diferentes Organismos Empresariales, Academia y dependencias de Gobierno a nivel local, estatal y federal, para impulsar nuestros temas y el uso de estándares en la agenda nacional.

Cabe destacar que durante 2023 se impulsará el nuevo sector Cadena de Suministro con el objetivo de fortalecer la proveeduría de nuestros asociados en temas de empaque y embalaje, eficientar su logística, ampliar sus opciones de transporte y última milla, agregar mayor calidad en sus productos y servicios, aprovechar su red de distribución e incrementar su capacidad para ejecutar entregas urgentes o especiales en un entorno de omnicanalidad.



Código de Barras

Más de 22 cadenas comerciales promueven la alineación a estándares de identificación

Con el objetivo de efficientar sus procesos comerciales, eliminar errores en su operación y contar con información confiable, las principales cadenas comerciales del país se unieron para mandar un mensaje a sus proveedores para validar la legitimidad y vigencia de los Códigos de Barras de sus productos.

Este comunicado de industria nació como respuesta a las afectaciones que han sufrido los retailers por Códigos de Barras que pertenecen a compañías con las que no tienen relación comercial, apócrifos, duplicados o registrados con otros productos.

Como respaldo a este requerimiento del sector detallista, en GS1 México trabajamos a lo largo de 2022 en detonar 8 campañas de comunicación con proveedores de cadenas comerciales que, en cierta medida, vieron afectada su cadena de suministro, procesos y comunicación con sus socios de negocio.

GS1 México
El Lenguaje Global de los Negocios

Valida el uso de tu Código de Barras GS1

Estimado Proveedor,

Las principales Cadenas Comerciales y Marketplaces de México han comenzado un proceso de validación de los Códigos de Barras de los productos que comercializan en sus puntos de venta físicos y plataformas digitales, con el propósito de efficientar sus procesos comerciales, eliminar los errores en la operación y comercialización, así como utilizar información confiable para sus estrategias de negocio.

Este requerimiento surge a partir de que se han detectado en el mercado Códigos de Barras que le pertenecen a otras compañías, apócrifos y/o duplicados que afectan la cadena de suministro, procesos y comunicación entre socios de negocio. Además, esta situación deriva en diversas afectaciones para los fabricantes y el rechazo de sus productos por parte de los diferentes formatos del retail.

Para cumplir con este proceso, acércate a GS1 México y solicita tu Carta de Validación, un certificado de autenticidad con el que cuentan los Códigos de Barras GS1 que permite:

1. Comprobar que son únicos
2. Legitimar su pertenencia
3. Corroborar su vigencia

Además, este documento es aceptado globalmente por retailers y plataformas de e-commerce en México y el extranjero.

Para mayores informes de cómo obtener tu Carta de Validación y conocer más sobre los beneficios de contar con tu Código de Barras GS1, comunícate a los teléfonos 55 5249 5200 y 800 504 5400, o escríbenos al correo electrónico: info@gs1mexico.org

www.gs1mexico.org



Comunicación con No Asociados

Adicionalmente a las campañas personalizadas por cadena comercial, se realizaron publicaciones en redes sociales para informar al público en general y potenciales asociados sobre las consecuencias de adquirir en internet Códigos de Barras no estandarizados o sin licencia de registro.

Comunicación con Asociados

Alineados con el comunicado de industria, trabajamos en el mensaje dirigido a asociados para evitar que tuvieran problemas al momento de comercializar sus productos con estas cadenas comerciales:

- Se compartió el comunicado de industria en el boletín mensual de GS1 para tener un mayor alcance del mensaje promovido por los retailers entre los fabricantes (emprendedores, PyMEs y Grandes Corporativos).
- Se renovó la infografía de Código de Barras para que los asociados tuvieran presente los beneficios que obtienen al contratar su membresía en materia de profesionalización, capacitación y seguridad de contar con un sistema de identificación válido a nivel mundial.
- Se actualizaron las cartas de validación del Código de Barras otorgadas por GS1, las cuales incluyen un código QR para validar su licencia en GEPIR.

El Código de Barras GS1 es sinónimo de credibilidad, profesionalismo y seguridad en los productos.

Además, los beneficios de utilizar el Código de Barras estándar GS1 con validez mundial son:

- Identificación única con registro global.
- Otorga credibilidad, profesionalismo y seguridad a los productos.
- Mejora el control de tus inventarios en el interior de las empresas y facilita el resurtido de artículos.
- Propicia mayor control sobre la mercancía que se desplaza en el punto de venta para saber con certeza qué vendes y en qué plaza.
- Agiliza el cobro y la entrega de productos al cliente, ya que al hacerlo de manera automatizada optimizas los procesos logísticos.
- Reduce los errores de información para la generación de pedidos y órdenes de compra por parte del cliente, así como la emisión de facturas.



Catálogo Electrónico Syncfonía

Sahuayo sincronizó el 60% de las fotografías de productos a través de Syncfonía Imágenes



En 2022, Sahuayo trabajó en la integración de mercancías y proveedores para su portafolio de productos, donde el consumo de imágenes se realizó por medio de la herramienta web del Catálogo Electrónico Syncfonía que definió las especificaciones técnicas adecuadas para cada ambiente o uso en los procesos de la cadena. Se logró alcanzar de cero hasta el 60% de productos con imágenes.

Por otra parte, Chedraui comenzó a consumir de manera importante imágenes por medio de la herramienta. En temas de

marketing, utilizan Syncfonía Imágenes para realizar el consumo masivo de fotografías con la posibilidad de transformar características dimensiones, resolución, formato, cambiar el fondo o eliminarlo, así como recortes al mínimo, entre otras.

En el caso de Sam's Club, la integración de sus proveedores al uso de Syncfonía, se ha mantenido en 2022 alrededor del 96%, particularmente de socios comerciales que sincronizan su información por medio de Catálogo Electrónico.

Personalización de modelo de datos para Coppel, Elektra, Tiendas Garcés, Sam's Club y HEB

El consumo de datos por medio de Syncfonía cobró mayor relevancia gracias al desarrollo de modelos de datos personalizados para estas cadenas, así como a la integración de reglas de negocio que permiten sincronizar información de manera más completa de acuerdo a los requerimientos de cada retailer.

Además, se realizó el análisis de un modelo aplicado a los requerimientos de cada una de las cadenas mencionadas; en algunos casos como HEB, se integraron nuevas categorías para el alta de artículos y explotar su información para estrategias de ecommerce. Actualmente, Syncfonía incluye 1,614 atributos correspondientes a más de 50 categorías.

Durante 2022, La Comer y Merco incluyeron en su sincronización la información referente a Carta Porte.

Infografía Syncfonía

Se desarrolló un documento con los beneficios del Catálogo Electrónico Syncfonía para dar la bienvenida a los nuevos asociados. Dentro del documento se mencionan los diferentes servicios que los asociados tienen disponibles con su membresía como medición de productos, la toma de fotografías, carga de información con calidad de datos y acceso a los diferentes eventos que organiza GS1 México, entre otros.



Beneficios Membresía Syncfonía+

La membresía de Catálogo Electrónico Syncfonía+ brinda grandes beneficios para tu empresa, ¿Los conoces?

Descarga y lleva toda la experiencia de GS1 en la palma de tu mano con nuestra App GS1 México.			Visibilidad de información básica y extendida de tus productos al consumidor final con la App InfoCode -marcas que conectan-
Acceso a herramientas y beneficios exclusivos mediante el Portal de Asociados GS1.			Carga de información comercial con nuestro modelo de Calidad de Datos.
Gestiona, optimiza y publica la información de tus productos para compartirla con tus socios comerciales.			Medición de productos y toma de fotografías a través de nuestro servicio SECODAT.
Administra datos complementarios y activos digitales de tus artículos (videos, imágenes, archivos, certificados, etc.)			Obtén inteligencia de negocios para personalizar reportes (logística, ecommerce, mercancías) y monitorea el cumplimiento por proveedor.
Acceso a Eventos GS1 como Fábrica de Negocio, Foros y Comités de Industria sin costo.			Capacitación constante a través de webinars, talleres y el nuevo programa de Capacitación Empresarial Online (CEO).

Para mayor información escribenos al correo info@gs1mexico.org o comunícate del área metropolitana al (55) 5249-5249 y del interior de la república al 800 504-5400

Horario de atención: lunes a jueves de 8:00 am a 6:00 pm | viernes de 8:00 am a 3:00 pm



GS1 México @GS1_Mx gs1-mexico GS1Mex gs1mexico 55 5431-2138

www.gs1mexico.org



Campanas para masificación e integración de proveedores a Syncfonía

La importancia del Catálogo Electrónico Syncfonía radica en ser la fuente centralizada de información de los productos que se comercializan en las diferentes cadenas comerciales, por lo que la participación de los fabricantes es primordial.

Por tal motivo, a lo largo del año se han realizado esfuerzos para comunicar e invitar a los proveedores a utilizar Syncfonía, además de publicar sus artículos en la herramienta con calidad de datos e imágenes para sus diferentes socios comerciales.

Estos esfuerzos se han realizado en colaboración con cadenas comerciales como:

- La Comer
- Tiendas Garcés
- Chedraui
- Coppel
- Súper Akí
- Sam´s Club
- Casa Vargas
- HEB
- Merco
- Elektra
- Calimax

También se trabajó en un comunicado de industria con la participación de 23 cadenas comerciales para impulsar el uso del Catálogo Electrónico Syncfonía, mismo que se compartió a la base de asociados de GS1 México.



El Lenguaje Global de los Negocios

Sincronízate con las Cadenas Comerciales



Estimado proveedor,

Las principales Cadenas Comerciales de México han iniciado un proceso de sincronización de datos para contar con información actualizada de pesos, medidas, fotos y nutrimentales de todos los productos. Por lo anterior, requieren el uso de un Catálogo Electrónico.

El proceso de sincronización es muy sencillo:

1. Cargas tus productos a un catálogo electrónico.
2. Compartes su información con las Cadenas Comerciales.
3. Los compradores ven la información de tus artículos.

GS1 México, organización que promueve los estándares para el comercio electrónico, te invita a utilizar su catálogo. Convierte a tu empresa en Asociada GS1 y obtén los beneficios por inscripción a su Membresía de Catálogo Electrónico.

Para mayores informes comunicate a los teléfonos:
55 5249 5200 y 800 504 5400

Ayúdanos a mantener bien informado al consumidor, a realizar procesos comerciales más rápidos y eficientes, mediante una ágil dinámica de alta de artículos ante las Cadenas Comerciales.



























www.gs1mexico.org

Synfonía, el Catálogo Electrónico de GS1 México, es la fuente de información confiable de tus productos para compartirla con tus socios comerciales.

InfoCode

18,069 nuevas descargas de la app en 2022

En 2022 se realizaron diversas acciones para llegar a más usuarios, así como incrementar el conocimiento y uso de la app InfoCode por parte de los consumidores y empresas fabricantes asociadas a GS1 México.

Con el objetivo de posicionar la aplicación y captar nuevos usuarios, mantuvimos presencia en redes sociales con contenido orgánico y ejecutamos pautas publicitarias en Google.

El material e imágenes que utilizamos destacaron los beneficios de InfoCode y el tipo de información que se puede encontrar en la app, además de capitalizar los videos publicitarios de las marcas con mayor participación como Bimbo y Colgate.

También se utilizó el contenido de los finalistas del concurso para PyMEs: ¿Cómo podrían utilizar InfoCode para contar mejores historias de su marca y sus productos?

Otra herramienta que desarrollamos para incrementar el conocimiento y uso de la app InfoCode, fue una infografía que comunicara de manera sencilla y visual cuáles son los principales beneficios y funcionalidades de la aplicación.

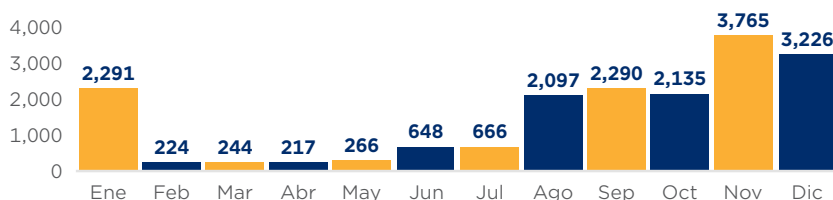


A lo largo del año mejoramos la sección de InfoCode en el sitio de GS1 México y en la página de Infocode.io, ya que son puntos de contacto fundamental para informar a los usuarios acerca de las características y mejoras de la app, además de ser un medio de contacto para captar usuarios potenciales.

Adicional a las categorías con información detallada como alimentos y bebidas, cuidado personal, cuidado del hogar y bebidas alcohólicas, se integraron farmacia, electrónica y moda.

Con las diferentes acciones realizadas en 2022, se acumularon 45,548 descargas, 92.5% en App Store y 7.5% en Google Play.

Descargas 2022



Desabasto Cero con Inteligencia Artificial (IA)

En 2022, el desabasto de productos representó el 2.93%, equivalente a más de 551 MDP de venta perdida

La implementación de Desabasto Cero y el modelo de Inteligencia Artificial (IA) a principios del 2021, permitió a GS1 México comenzar un registro de los indicadores de abasto en el retail a nivel nacional.

Durante 2022, el indicador de desabasto quedó por primera vez por debajo del 3%, número que se puede mejorar pero que la industria considera aceptable. Las causales identificadas que provocan los faltantes en anaquel, nos proporcionan un panorama completo sobre los retos que se presentaron en la cadena de suministro en 2022 y los que deberemos superar en 2023.

En colaboración con Teamcore, medimos un promedio de 1,500 productos en 786 tiendas de 5 de los retailers más importantes del país (Chedraui, La Comer, Casa Ley, Super Kompras y HEB). Esto dio como resultado para 2022, un indicador de desabasto del 2.93% que equivale a una venta perdida de más de 551 millones de pesos.

Impacto del desabasto en la experiencia de compra

Entre las consecuencias de que el consumidor no encuentre un producto en el anaquel se encuentran:

- Lo sustituye por otro artículo.
- Compra el producto de la competencia o una marca propia.
- No realiza la adquisición de la mercancía.
- Va a otro punto de venta de la misma cadena o, en su defecto, de la competencia.
- Le provoca insatisfacción y una mala experiencia de compra.
- Afecta su lealtad a la marca.



Causas del desabasto de mercancías en 2022

Stock insuficiente 0.76%

Producto en bodega 0.63%

No hay pedido / Resurtido central 0.61%

Producto no está catalogado 0.36%

Causas del desabasto 2022

Producto en tránsito del CEDIS a la tienda	Producto no despachado del CEDIS	No existe producto en CEDIS	No hay pedido/Resurtido central	El fabricante no ha entregado	No hay pedido/Resurtido local	Producto no está catalogado	Inventario desajustado	Stock insuficiente	Producto en bodega	% Desabasto
0.00%	0.02%	0.12%	0.61%	0.03%	0.26%	0.36%	0.13%	0.76%	0.63%	2.93%

Desabasto 2022



Desabasto

Las familias de productos con mayor venta perdida

Leche/mantequilla/nata/yogures/queso/huevos/sustitutos - **\$110,960,905.54**

Bebidas - **\$93,871,267.97**

Alimentos preparados/en conserva - **\$67,015,742.94**

Productos de higiene personal - **\$50,667,466.08**

Productos de limpieza - **\$44,925,531.53**

Las familias de productos con mayor porcentaje de desabasto

Pequeños electrodomésticos - **59.32%**

Calzado - **22.00%**

Equipamientos deportivos - **16.44%**

Bebidas - **12.37%**

Frutas - Sin preparar/sin procesar (congeladas) - **11.86%**



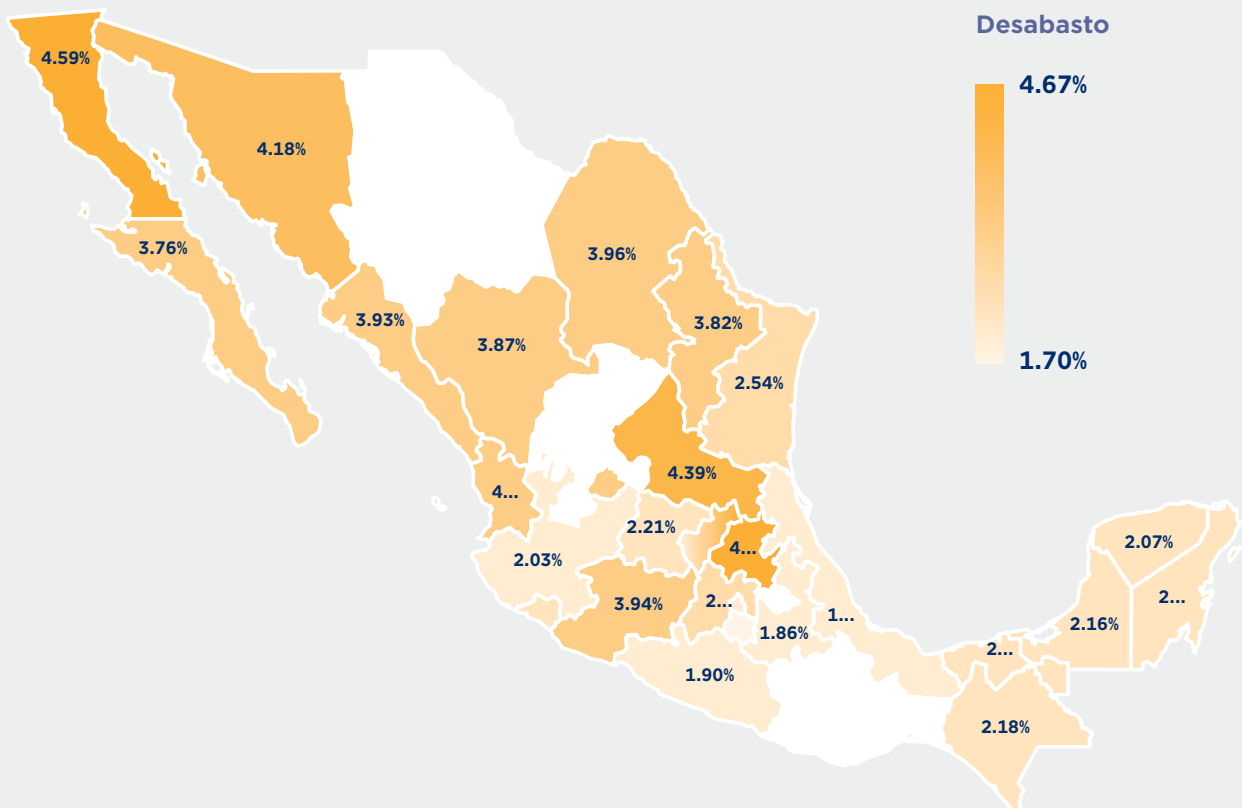
Desabasto por estado

Los estados con el indicador de desabasto más alto durante 2022 fueron: **Hidalgo con 4.67%**, **Baja California Norte con 4.59%**, **San Luis Potosí con 4.39%**, **Sonora con 4.18%** y **Nayarit con 4.03%**

En contraste, los estados con el indicador de desabasto más bajo en el mismo periodo fueron: **Veracruz con 1.94%**, **Guerrero con 1.90%**, **Puebla con 1.86%**, **Querétaro con 1.82%** y **Morelos con 1.70%**.



Desabasto por estado 2022



El reto de estandarizar el Desabasto

Al ser Desabasto Cero una solución de GS1 México, durante 2022 se hicieron distintas modificaciones para asegurar la vinculación del estudio con los estándares, productos y servicios que ofrecemos. Por ejemplo:

Estándares:

- **Códigos de Barras estándar:** Se comenzó a aplicar la regla para solamente medir productos identificados con un Código de Barras estándar GS1.
- **Clasificación GPC (Global Product Classification):** Se realizaron mejoras en la herramienta para contar con una clasificación estandarizada y aumentar el nivel de segmentación de la herramienta por categorías, familias, clases y bricks, tal y como se hace con Syncfonía.
- **GLN (Global Location Number):** Para diferenciar de manera eficiente entre productos distribuidos por dueños de las marcas, comercializadores y distribuidores, se incluyó el código GLN para identificar cuando un producto se comercializa por más de un proveedor.



Mejoras:

- **Extractor de datos:** En colaboración con Teamcore, se desarrolló un panel que refleja los datos extraídos de cadenas comerciales que no están participando activamente en Desabasto Cero bajo el modelo de IA. Este método permite consumir información directamente del portal B2B de las cadenas y usarla para medir los indicadores de abasto.
- **Nuevos paneles y reportes:** Se integraron filtros y nuevos paneles a los reportes existentes como el mapa de calor, paneles históricos, benchmark, entre otros.

Exploración:

- Actualmente, Desabasto Cero cubre la mayor parte de las tiendas de autoservicio, por lo que en 2023 se busca alcanzar otros canales de venta para añadir mayor valor al estudio. Grupo Merza, Woolworth y Office Max serán las cadenas que ayudarán a completar el canal de autoservicio, así como nuestro acceso a los canales de mayoreo y especializados.

4 nuevas Cadenas Comerciales de Autoservicio y Mayoreo asociadas a GS1 México

El propósito de GS1 México es crear relaciones a largo plazo y estrechar la colaboración con cadenas comerciales para fortalecer el uso y masificación de nuestros estándares, productos y servicios, así como facilitar el comercio omnicanal.

Bajo este enfoque, en 2022 se incorporaron como asociados al modelo de comercio detallista las siguientes cadenas comerciales:

- **Casa Vargas:** Venta de mayoreo, medio mayoreo, menudeo y autoservicio.
- **DAPSA MAYORISTA & CIA:** Comercio al por mayor de abarrotes.
- **Lancero Beef:** Comercio de cárnicos y productos de consumo.
- **Dollar General:** Venta minorista de descuento en categoría de variedades.

De esta manera, continuamos trabajando en el sector retail para diversificar los canales de alcance en nuestros asociados con el modelo de comercio detallista, lo que permitirá posicionar proyectos con cadenas de diferentes líneas de negocios y categorías, así como permear el uso de nuestros estándares en nuevos sectores, aumentar nuestro alcance, robustecer las inscripciones y llegar a nuevos asociados.



DOLLAR GENERAL

104% de crecimiento en asociados del Sector Salud + 2 cadenas de farmacias



Durante 2022, aumentamos en un 104% nuestra cartera de asociados pertenecientes al Sector Salud, además de incrementar la cantidad de artículos farmacéuticos catalogados en nuestro Catálogo Electrónico de Productos Syncfonía con 17,275.

En este contexto, agradecemos el esfuerzo, apoyo y disposición de Farmacias del Ahorro para realizar la catalogación y maquila de productos de salud, cuidado personal, higiene y belleza, entre otros.

The Issue, Charlas de la Industria Médica

GS1 México realizó el evento *“The Issue, charlas de la industria médica”* donde se analizaron los desafíos de la digitalización del sector del cuidado de la salud, además de anunciar que continúa el plan de uso de la plataforma Syncfonía para la estandarización y la homologación de la información farmacéutica, como parte fundamental en el proceso de atención a los pacientes.

Por otra parte, se reunieron expertos dentro del ecosistema de salud para presentar información y perspectivas sobre diversos temas como interoperabilidad, farmacovigilancia, trazabilidad, retos operativos dentro de las instituciones de salud, informática médica y salud pública, entre otros.

Además, nos enfocamos en una de las problemáticas más grandes que enfrentan diferentes áreas del Sector Salud, el intercambio inadecuado de información por estar incompleta, desactualizada, sin homologar e inconsistente. De esta manera, buscamos analizar los síntomas del sector en conjunto para llegar a una solución integral y sostenible.

Coalición por la Salud Digital en México

Como resultado de The Issue, se estableció la Coalición por la Salud Digital en México, un grupo de trabajo que reúne a diferentes representantes de la cadena de valor y el ecosistema de salud para abordar los retos de afianzar la propuesta de solución a la problemática de información e interoperabilidad en materia de salud digital en México.

Cabe destacar que la coalición se ha consolidado gracias al apoyo de diversas organizaciones y a la guía de Javier Potes, director general del Consorcio Mexicano de Hospitales (CMH).

Somos el principal apoyo en México para la digitalización de la industria médica y del cuidado de la salud.





Censo Salud Digital

Proyecto en conjunto de GS1 México con una de las healthtech que está ganando terreno en México y Latinoamérica, una importante fundación en el sector salud y uno de los institutos tecnológicos más reconocidos en territorio nacional en materia de tecnologías de la salud; el cual tiene como objetivo identificar a los actores de salud en México y sus atributos para promover una mejora sostenible en los modelos de salud digital, así como generar un censo multifactorial con publicación trimestral de resultados.



En GS1 México, agradecemos la colaboración y activa participación de los siguientes organismos en proyectos del Sector Salud:

- AHM (Asociación Healthtech México).
- ANADIM (Asociación Nacional de Distribuidores de Medicina).
- CMH (Consortio Mexicano de Hospitales).
- FUNSALUD (Fundación Mexicana para la Salud).
- Medikit.

67 empresas del Sector Primario participan en la 3° edición del Taller Latinoamericano para PyMEs

Sin duda, el Sector Primario es vital para la economía de cualquier país. En México, este sector aporta, en promedio, el 3.6% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 13.25% de la fuerza laboral, siendo actividades como la agricultura, ganadería y pesca, el inicio de la cadena productiva del país.

En este contexto, GS1 México realizó las siguientes actividades para impulsar el uso de estándares en la agroindustria, entre las que destacan:

- Firma de los convenios de colaboración con el Banco de Alimentos de México (BAMX) y Agroalim, una asociación civil sin fines de lucro que impulsa la competitividad del sector agroalimentario de Nuevo León. Esto nos ha permitido entrar a nuevos espacios para la difusión de los estándares GS1, así como la invitación a participar en ferias del sector.
- Se realizó, en colaboración con GS1 Latam, la tercera edición del Taller Latinoamericano para Pymes “Metodología Estándar para Implementar Trazabilidad en Alimentos” con 67 registrados, mayormente del Banco de Alimentos de México (BAMX).
- En conjunto con el grupo de Entidades del Gobierno LATAM, compuesto por los GS1 de México, Argentina, Chile y Ecuador, así como representantes de instituciones públicas como la Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) y el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA); se crea la Guía de Identificación Digital para la Trazabilidad de Alimentos, la cual busca que el usuario conozca cómo empezar a generar trazabilidad con estándares GS1.

Para el Sector Primario, son claves la trazabilidad, rastreabilidad y visibilidad de la cadena de suministro, desde el huerto a la mesa del consumidor.



- Profesionalización de PyMEs: Impulsemos al Sector Primario. El 18 de agosto se presentó el programa ante entidades gubernamentales, académicas y privadas. Desde entonces, cada mes se han realizado mesas de trabajo para generar la planeación de dicho programa.

Actualmente, participan cinco Secretarías de Agricultura o similares de los estados de Hidalgo, Querétaro, Veracruz, Estado de México y Ciudad de México. A lo largo del programa, se impartirán 31 temas para profesionalizar la operación de los diferentes productores del Sector Primario.

- Realizamos la historia de éxito Mexican Honey & Bee Company, una PyME con sede en la Huasteca Hidalguense dedicada a la producción de miel multiflora, que ha implementado de manera correcta los estándares GS1 y ha comenzado a pulir sus procesos de trazabilidad. Esto ha permitido a la compañía abrirse paso en puntos de venta nacionales y mercados de exportación, además de contar con la máxima calificación en la certificación de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP).

- Con apoyo y financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), así como la colaboración con BAMX, Weteam y el Banco Mundial de Alimentos, GS1 comenzó a trabajar en el desarrollo del Tablero de Mermas, el cual permitirá tener un panorama del desperdicio de alimentos en las cadenas comerciales, tomar acciones para resolver sus causas y, a nivel Latinoamérica, tener una comparativa entre países y desarrollar estrategias en conjunto para disminuir las pérdidas de alimentos.



Expandimos en 190% los campos del Catálogo Electrónico Syncfonía para las subcategorías de ropa y calzado

Dentro del Sector Moda, incrementamos los campos de atributos de 21 a 61 dentro del Catálogo Electrónico Syncfonía, con el propósito de capturar la información de las subcategorías de ropa y calzado, siendo un gran logro al establecer reglas, guías y buenas prácticas para la catalogación de productos y fotografías profesionales. Esto se realizó acorde a los requerimientos de la industria y con el fin de atraer más asociados.

Además, contamos con el apoyo de cadenas comerciales como Coppel, La Comer, Woolworth y Tiendas Garcés para mejorar la oferta de valor hacia nuestros asociados del Sector Moda.

Entre las actividades realizadas para concretar un estándar que mejorara las fotografías de productos en el Sector Moda se encuentran:

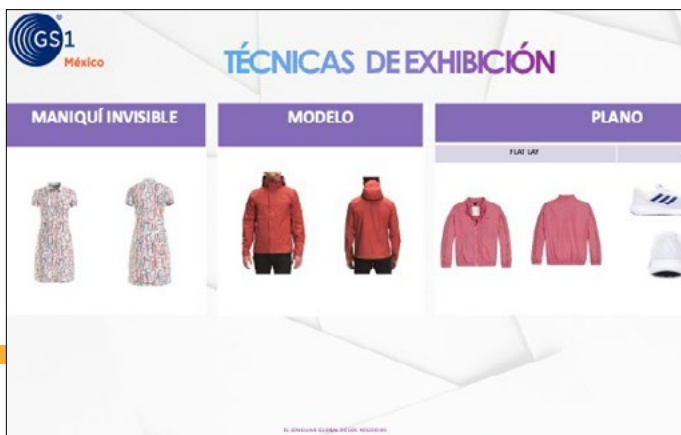


- 1. Benchmark de más de 10 plataformas de ecommerce.**
- 2. Análisis de requerimientos, especificaciones y fotografías.**
- 3. Creación del estándar de fotografía profesional para Sector Moda.**
- 4. Elaboración del manual de especificación de fotografías (características, calidad etc.).**
- 5. Creación de nombrado de fotografías en Catálogo Electrónico Syncfonía.**
- 6. Establecimiento de requerimientos para tomas fotográficas (prenda limpia, planchada, fuera de empaque etc.).**
- 7. Identificación de técnicas para toma de imágenes (depende de cada prenda).**
- 8. Identificación de vistas.**
- 9. Reunión y aprobación con supervisores de la organización.**

QR Manual especificación de imágenes (izq.) / Set de Datos (der.)



Tipos de fotografías (maniquí, modelo, en plano flat lay)





Casos de Éxito

• Caso de éxito Decathlon:

Tipo de Correo:
Newsletter General
Fecha de envío: 5
de mayo de 2022



GS1 ayuda al sector moda a integrar las operaciones de almacén, entrega y gestión de inventario para afrontar los retos del nuevo mercado omnicanal y satisfacer las expectativas de los consumidores antes, durante y después de su compra.

Lanzamiento de reportes de tendencias

• 1er. Reporte de Tendencias de Moda

Tipo de Correo:
Newsletter General
Fecha de envío: 9
de junio de 2022



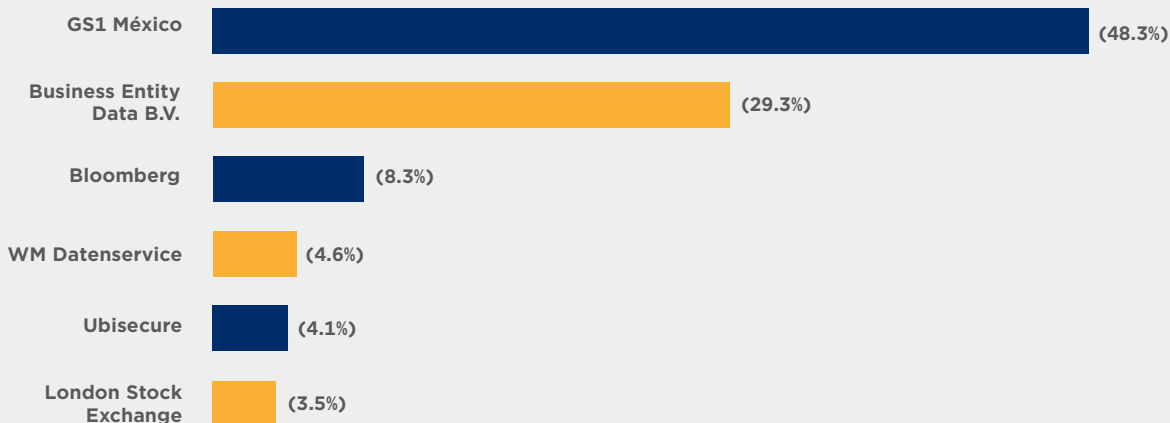
• 2do. Reporte de Tendencias de Moda

Tipo de Correo:
Newsletter General
Fecha de envío: 19
de julio de 2022



1,715 entidades financieras tienen un Código LEI otorgado por GS1 México

En 2022, GS1 México otorgó Códigos LEI a 1,715 entidades financieras activas, de las cuales 250 fueron nuevas inscripciones y 1,465 renovaciones. Esto se traduce en una participación del más del 50% del mercado.



Entre los esfuerzos para alcanzar esa cifra se encuentran:

- Major Release. Durante el primer trimestre del 2022 se llevó a cabo la aplicación de las políticas del ROC para Eventos (Cambios) de Entidades Jurídicas y Entidades Gubernamentales. El Sistema Global de Códigos LEI se enriquece ahora con mayores niveles de datos de referencia de las entidades legales, los cuales son públicos, estandarizados y de alta calidad.
- GS1 México recibió felicitación desde Suiza por parte de GLEIF por la calidad en la información reportada en el último periodo del 2022 con una Calidad de Datos del 100%.



- Fondos de Inversión: Obtuvimos la certificación por parte de GLEIF para la emisión de Códigos LEI en México y América Latina.

- Entidades Gubernamentales: Mejora en proceso de identificación.

- Automatización en trámites:

- Cambio de Razón Social.
- Cambio de Domicilio Fiscal.
- Representante Legal.

- Cambio de Razón Social.

- Cambio de Domicilio Fiscal.

- Representante Legal.

GS1 México es la única entidad autorizada por GLEIF y BANXICO para emitir, renovar y trasladar Códigos LEI en México y Latinoamérica.

- Fondos de inversión: Se logró la acreditación para la emisión, renovación y traslados en México y Latinoamérica.

+700
Fondos de inversión en México

+400
Cuentan con Código LEI

+270
están en GS1 México

El restante se encuentra con otros LOU'S

- Conexión con Credit Suisse. GS1 México creó un canal de comunicación por medio de un SFTP (correo electrónico) para ofrecer visibilidad sobre los registros que cuentan con el Código LEI y su vigencia, lo que facilita el consumo de información.

- **La estructura base incluye los campos:**

Código LEI.

Razón Social.

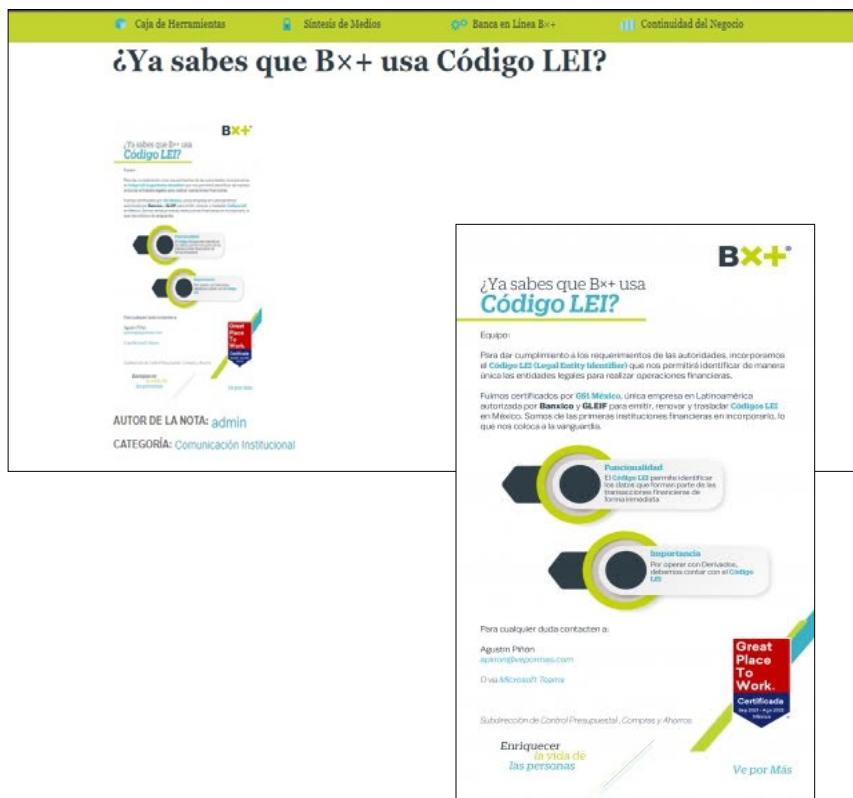
RFC.

Estatus de la Empresa.

Datos del Código LEI (cuando se registró, su estatus y cuando debe renovar).

El sector de la empresa y clave CASFIM (si es del sector financiero).

- Boletines con los bancos: Se desarrollaron boletines personalizados por banco con el objetivo de brindarles material informativo del identificador que utilizaran de forma interna y/o externa, lo que dio grandes resultados en temas de fortalecimiento de relación, comunicación y difusión; como el caso del banco Ve Por Más (BX+).

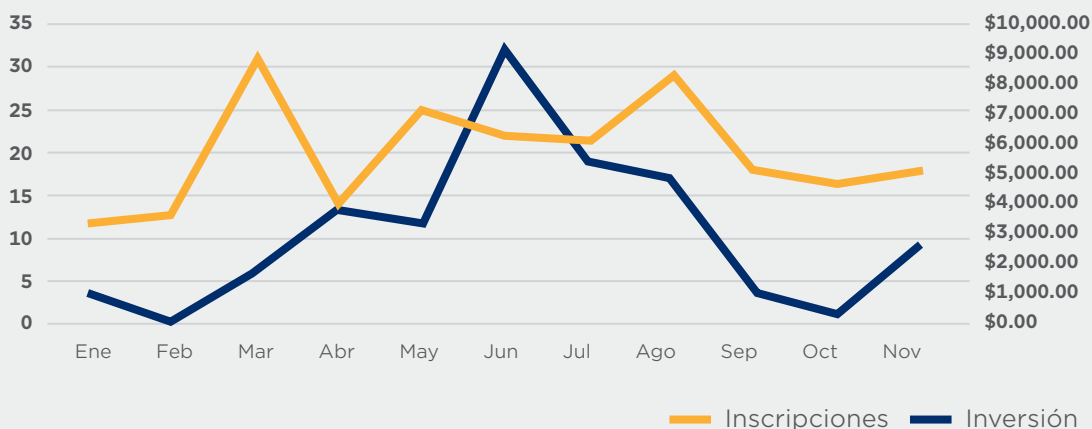


- Entrega del Premio de Colaboración GS1 México a BBVA en el marco del Foro de Colaboración Industria Comercio 2022, debido a su aporte e impulso de mejores prácticas en el sector financiero mediante el uso del Código LEI como identificador de entidades financieras.
- Actualización página web LEI para mejorar la experiencia de usuario al hacer más intuitivo el proceso de contratación del Código LEI, así como la consulta de información y beneficios; paralelo a la configuración de palabras clave en Google Adwords, el análisis de las visitas al sitio y su comportamiento durante el flujo de contratación.
- Mediante un acercamiento estratégico, se logró la recomendación de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) para utilizar el Código LEI para la identificación de entidades financieras.
- Asistencia a la 85ª Convención Nacional Bancaria de la Asociación de Bancos de México (ABM) donde se logró comunicación con algunos agentes clave de entidades financieras para compartir los beneficios y usos del Código LEI en el sector.

El Identificador de Entidades Legales (LEI) es un código de referencia para identificar de manera única, a las entidades legales que realicen operaciones financieras.



Inscripciones VS Inversión



Gerencia de Marketing y Comunicación

La crisis sanitaria por COVID-19 cambió al mundo entero. Mientras que por un lado la población se ocupó de cuidar su salud y buscar bienestar, por el otro, profesionalmente la gente se enfrentó a un nuevo escenario de negocios que avanzó a marchas forzadas hacia la transformación digital y la colaboración a distancia, así como el uso de plataformas digitales y apps para realizar sus actividades.

Luego de dos años donde los eventos migraron al formato digital y donde las redes sociales sirvieron como el canal de información más cercano para conectar con nuestros asociados, 2022 nos volvió a brindar la posibilidad de reunirnos de manera presencial, lo que representó un reto para GS1 México, no sólo en el tema de convivencia y sana distancia, sino en volver a humanizar la relación con cada empresario, capturar su atención en un momento donde su rutina regresaba casi a la normalidad y conocer su respuesta a nuestras convocatorias.

Esto nos demandó realizar nuevos esfuerzos para entender los cambios que sufrieron el estilo de vida y hábitos de nuestros asociados, realizar un nuevo mapeo de su viaje de compra y adaptar nuestra propuesta de valor al entorno omnicanal en el que se desenvuelven.

Además, fue necesario rediseñar nuestra estrategia de marketing con un enfoque holístico donde se conecten y combinen lo tradicional y lo digital, para llegar a nuestros asociados actuales y potenciales, incrementar nuestra visibilidad en nuevos sectores, amplificar de manera eficiente el alcance de nuestras acciones de comunicación, generar confianza y fortalecer nuestra reputación.

De esta manera, decidimos retomar los eventos presenciales y realizar por primera ocasión en GS1 México nuestro evento magno Fábrica de Negocio, la incubadora de retail más grande de Latinoamérica. Esto vino acompañado de la inauguración del



Foro GS1, que, gracias a la optimización y acondicionamiento de nuestras instalaciones, nos permitió contar con un espacio para realizar eventos y actividades que permitan el crecimiento, desarrollo y networking de nuestros asociados a lo largo del año, así como agregar valor a su membresía.

Otros eventos como el Foro de Colaboración Industria Comercio, el Retail Day y el Foro de Desarrollo Empresarial en Monterrey, también se realizaron de manera física y nos permitieron reencontrarnos con nuestros asociados, escucharlos y atender de primera mano sus requerimientos.

En el tema de innovación en nuestros canales de comunicación, con el slogan “Los secretos de las mujeres y los hombres que están cambiando al mundo”, GS1 México lanzó su podcast Fábrica de Líderes que

presenta las historias de los protagonistas y referentes de diversos negocios en el país, quienes compartieron su camino al éxito de una manera íntima, humana e inspiradora.

Hugo Ruiz, Presidente de GS1 México y Director de Logística y Servicio al Cliente de Colgate-Palmolive; Fabián Ghirardelly, ex-Country Manager de Kantar Worldpanel; Rafael Gual Cosío, Director General de Canifarma y Tania Ramos, Head of Strategic Planning de Mercado Libre fueron nuestros primeros invitados.

Cabe destacar que nuestra estrategia centrada en el asociado enriquece nuestros eventos, campañas de publicidad, gestión de redes sociales, programa de casos de éxito, actividades de relaciones públicas y contenidos, entre otras actividades, además de hacer tangible nuestra propuesta de valor y ser relevantes para la consolidación de su negocio.

1. Eventos

17

Eventos Organizados

2,510

Empresas Únicas Asistentes

2. Redes sociales



Enero
15,843
Diciembre
16,768



Enero
1,900
Diciembre
2,145

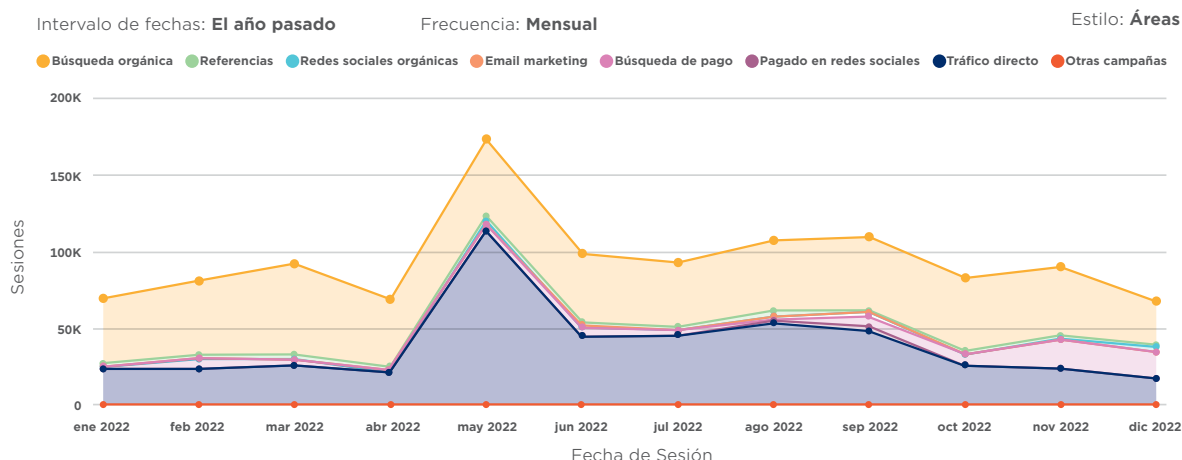


Enero
12,700
Diciembre
12,832



Enero
3,123
Diciembre
4,526

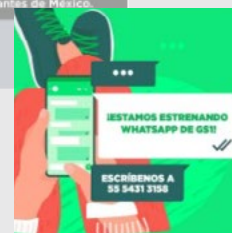
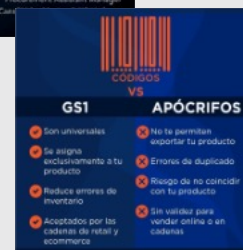
3. Página Web / Sesiones al Sitio



4. Publicidad

Campañas

- Syncfonía.
- Desabasto Cero.
- Fábrica de Negocio 2022.
- Códigos apócrifos.
- InfoCode.
- Plataforma CEO.
- The Issue.
- Carta Porte.
- Sitio Web GS1 LATAM.
- WhatsApp GS1 México.
- Contacto GS1 México.
- Fin de Año.



Diseño y elaboración de materiales para difusión en medios de comunicación y redes sociales

- Reporte Anual 2021.
- 1º Edición del Estudio de Consciencia de Compra en Piso de Venta.
- 5º Edición del Barómetro GS1: Fabricantes PyMEs de la Industria de Consumo.



Solicitudes Internas



6. Relaciones Públicas

- **580 publicaciones**
- **Equivalencia Publicitaria: \$23,052,193**



5. Casos de éxito

- Biodeli.
- Mexican Honey & Bee Company.
- Grupo Industrial LEME.
- LaGorditera.
- Creactica.
- Ceramic Expert MX.



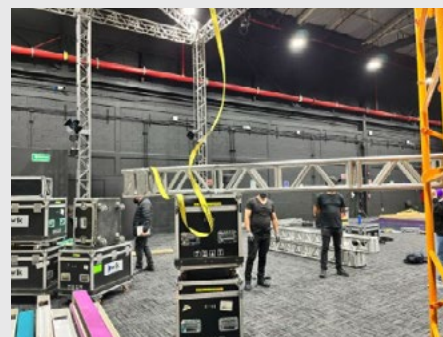
7. Podcast GS1 México – Fábrica de Líderes

1º Temporada (4 Episodios)

Disponible en: Spotify, Amazon Music, Google Podcast, Ivoox y YouTube



8. Foro GS1



Coordinación de Relaciones Institucionales

2022 fue un año de retos importantes para la Coordinación de Relaciones Institucionales, al pasar de manera paulatina de la virtualidad a las reuniones presenciales para el acercamiento, gestión y continuidad de la colaboración con actores claves, desde el sector público y academia hasta organismos empresariales y ONGs, con el propósito de identificar regulaciones, normativas y proyectos que impulsen el uso y masificación de los estándares GS1, además de participar de manera activa en sus iniciativas y proyectos preponderantes que benefician a nuestros asociados.

Durante el año pasado, los esfuerzos del área se dirigieron a los sectores de Fabricantes, Retail, Primario, Salud, Moda y Financiero, así como a las iniciativas de GS1 México para impulsar la app InfoCode, Syncfonía, Complemento Carta Porte y Códigos 2D.

1. INFOCODE

Trabajo continuo con la Secretaría de Economía y la Dirección General de Normas.

2. SECTOR SALUD

Promoción de usos y beneficios de la adopción de sistemas de trazabilidad de medicamentos, así como de la receta médica electrónica con estándares GS1.

Entre los principales logros se encuentran:

- Participación y seguimiento continuo en el grupo de trabajo “Coalición por la Salud Digital en México (CoSaDiM)” por parte de Javier Potes, Director General del Consorcio Mexicano de Hospitales (CMH). Además, se comenzó a construir el proyecto en materia

de estandarización con organismos como la AMIIF, AMIS, BIONEXO y Medikit.

- Consolidación de la relación con la Mtra. Hanna Woloski, Directora de Desarrollo Institucional de la Secretaría de Salud, la cual se integró al grupo de trabajo de CoSaDiM.

- Reunión con el asesor del **Diputado Salomón Chertorivski**, además de aportar comentarios en el parlamento abierto en materia de salud digital.

- **Se continua el relacionamiento con el Consejo Mexicano de Cannabis y Cáñamo (CMCC)**, para impulsar la propuesta de convenio de colaboración y establecer mesas de trabajo para la implementación del modelo de trazabilidad bajo estándares GS1. Además, se concretó la participación de GS1 México en la Convención Internacional de AMEPRES.



3. SECTOR PRIMARIO

Uno de los objetivos de Relaciones Institucionales en el Sector Primario es la adopción en los sistemas de trazabilidad de 4 pilares: Food Waste, retención de productos, economía circular y tecnología.

Por otra parte, se buscó posicionar a GS1 México como el aliado estratégico para la identificación de productos agroalimentarios e implementar la trazabilidad en concordancia con la normatividad nacional.

Dentro de los principales logros destacan:

- Convenio de Colaboración con Pacto por la Comida. Dentro de los alcances se destaca la difusión de la temática de pérdidas y desperdicio de alimentos (PDA) a lo largo de la cadena de producción y distribución en el país.

También participó el organismo en Fábrica de Negocio como expositor y en los webinars de capacitación, además de que se comenzó a trabajar en un proyecto de Tablero de Merzas con miras a concluirse en 2023.

- Acercamiento con la Unión Mexicana de Fabricantes y Formuladores de Agroquímicos (UMFFAAC) para realizar un piloto que coadyuve con la problemática de plaguicidas.

Cabe destacar que, una de las estrategias del sector primario fue generar el Programa **“Profesionalización de PyMEs: Impulsemos al Sector Primario”** para brindar herramientas a los productores de diversos estados del país

Relaciones Institucionales amplía el círculo de influencia de GS1 México y fortalece sus vínculos con otros organismos empresariales y dependencias del sector público.



para desarrollar su negocio. Dentro de las instituciones y organizaciones que participan en el programa se encuentran:

- Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia (FUMEC).
- Secretaría de Economía.
- SEDAGRO Hidalgo.
- Intertek.
- Action Coach.
- Carvajal.
- Instituto Politécnico Nacional (IPN).
- AON México.
- Consejo Mexicano de Cannabis y Cáñamo (CMCC).

4. CARTA PORTE

A través de la Dirección de Desarrollo de Productos y Servicios, GS1 México liberó el estándar de mensaje electrónico para el Complemento Carta Porte, con el objetivo de facilitar el intercambio electrónico de

datos entre las empresas contratantes y prestadores de servicio de transporte.

En este contexto, se retomó el acercamiento con la Asociación Nacional de Transporte Privado (ANTP) que preside Leonardo Gómez, consiguiendo la adopción del estándar de GS1 México y se desarrollaron casos de uso para presentarlos en una sesión virtual con sus agremiados.

5. CÓDIGO LEI / SECTOR FINANCIERO

En 2022, se buscó generar alianzas estratégicas y proyectos colaborativos para posicionar a GS1 México como el principal proveedor del Código LEI en el mercado de las instituciones financieras

Derivado de los encuentros con el Mtro. Sandro García-Rojas Castillo, Vicepresidente de Supervisión de Procesos Preventivos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), en el mes de marzo la Comisión emitió un comunicado a sus socios sobre el “AVISO RESPECTO DE LA UTILIZACIÓN DEL CÓDIGO LEI EN LA INTEGRACIÓN DEL EXPEDIENTE DE IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE Y/O USUARIO”.

6. CÓDIGOS 2D

Sin duda, los Códigos de Barras lineales convivirán en los próximos años con los Códigos 2D, por lo que es labor de GS1 México comenzar a concientizar a fabricantes, retailers y actores clave sobre su uso y beneficios.

Ante este panorama, en 2022, GS1 comenzó una campaña con dos asociaciones claves, ANADIM y ANTAD, para compartir los beneficios de implementar Códigos 2D en sus productos y operación, así como compartir la estrategia de transición hacia este modelo de identificación entre sus agremiados.





7. ORGANISMOS Y ACADEMIA

A continuación, se enlistan los organismos y universidades con los que se construyeron y/o reforzaron lazos de colaboración:

- ANTAD.
- CANACINTRA.
- SAT.
- Asociación de los Impresores Mexicanos – UILMAC.
- Secretaría de Economía.
- ANADIM.
- CMCC.
- CONMÉXICO.
- CANIFARMA.
- ANAM.
- Transportes HESA.
- CNA.
- UAM.
- IPN.
- UNAM.
- ITESM.
- UNITEC.

8. PROGRAMA DE PROFESIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

Para GS1 México es clave desarrollar a los emprendedores y a las MiPyMEs, quienes integran en su mayoría a nuestros asociados, además de que, con innovación, resiliencia y constancia, generan empleos y enriquecen con sus productos los pisos de venta físicos y anaqueles digitales.

Para continuar con esta labor, en 2022, realizamos con éxito nuestro Programa de Profesionalización de Empresas en colaboración con las Secretarías de Desarrollo Económico (SEDECO) o similares de cuatro entidades: Estado de México, Michoacán, Durango y San Luis Potosí. Entre los resultados, se dio capacitación a 293 empresas y a un total de 477 asistentes.



• Entre los organismos y empresas que participaron con más de 15 temas impartidos en el programa como lineamientos fiscales, registro de marca, financiamiento, normatividad en etiquetado, seguridad social, logística y exportación, entre otros, se encuentran: ANTAD, IMPI, Centro Promotor de Diseño México (CPDM), Agencia Digital ADN / Sección Amarilla, Cajanauta, Action Coach, Carvajal, Talentia Institute, Capital Humano Integral, Paxia, CIRSS, Grupo Exporta, Intertek, NAFIN y Estafeta.

Numeralia - Eventos RI

- **33** Sesiones Virtuales
- **2934** Asistentes
- **13** Aliados Estratégicos

Participación activa en Fábrica de Negocio 2022:

- Invitación a organismos y empresas para la inauguración de FDN 2022 (ANTAD, ANTP, Secretaría de Economía, Gobierno del Estado de México, Mercado Libre y Super Kompras).
- Aportación de 8 conferencias en la Agenda FDN.
- 18 stands (8 organismos, 5 aliados, 5 SEDECOS).
- 7 patrocinios.

Aliados Estratégicos

La comunidad de empresas proveedoras de soluciones tecnológicas y diversos servicios en GS1 México, sigue consolidándose con la participación de 24 aliados estratégicos. Estos impulsan con su conocimiento y experiencia, el uso de los estándares GS1, participan en proyectos, pilotos y comités de industria, comparten contenido de valor en nuestro blog, webinars y newsletter, desarrollan contenido para nuestra plataforma de e-learning CEO, además de ser actores activos en eventos como Fábrica de Negocio y Foro de Colaboración Industria Comercio.

Cabe destacar que, en el mes de diciembre se celebró el desayuno anual de Aliados Estratégicos con la participación de 41 asistentes, lo que permitió presentar el valor del programa y los eventos a realizarse en 2023, destacar los diversos sectores en los que participamos y compartir los canales de comunicación que tienen a su disposición para conectar con nuestros asociados.

Para el cierre del evento, se contó con la participación del visionario emprendedor y líder de opinión Mac Kroupensky.





Dirección de Desarrollo de Productos y Servicios



En GS1 México contamos con el conocimiento, experiencia y práctica en implementaciones reales de nuestros estándares y soluciones para diversas cadenas comerciales y fabricantes.



En retrospectiva, 2021 representó para GS1 México la modernización de nuestros productos y servicios, mientras que 2022 se posicionó como la posibilidad de lanzar nuevas funcionalidades y asegurar la estabilidad de toda la operación de la organización, siempre poniendo al asociado en el centro de nuestra estrategia. Esto se ha logrado a través de un esquema de agilidad, lo que nos permite realizar tres liberaciones al año por solución.

Por otra parte, en 2022 se consolidaron el Catálogo Electrónico Syncfonía y la app InfoCode, gracias a que aprovechamos nuevas oportunidad y elementos para robustecerlos, además de que, al utilizar metodologías ágiles, se liberan más rápido las actualizaciones de las soluciones y se entrega más valor en menos tiempo. Actualmente, contamos con Syncfonía, InfoCode, Código LEI, Código de Barras y Complemento Carta Porte.

Syncfonía

Tras el cambio de plataforma en 2021, el equipo a cargo de Syncfonía se planteó como objetivo liberar en 2022 mejoras cuatrimestrales, mismas que brindaron los siguientes beneficios a los asociados:

- Reducción de errores de catalogación y calidad de datos tras cambio de plataforma.
- Nuevos campos para capturar más información de productos.
- Mejoras a la interfaz web, mayor visibilidad de calidad y contenido a los usuarios.
- Mejoras al servicio de descarga y transformación de imágenes para cadenas.
- Habilitación de servicio de enriquecimiento de datos nutrimentales vía Syncfonía.



1º Liberación - Abril 2022

Se implementó el servicio de descarga masiva y transformación de activos digitales que permite a las cadenas:

- Descargar miles de imágenes desde una interfaz web, filtrando por GTIN, fabricante, marca, etc. Esta funcionalidad es principalmente empleada por áreas usuarias de imágenes como marketing, diseño de folletos, catálogo, etc.



Imagen. Plataforma de consulta, filtrado y descarga masiva de imágenes.

- Descargar y transformar imágenes vía API Cadenas, lo que permite ejecutar miles de peticiones de transformación de imágenes, ya sea en tamaño (pixeles) resolución, formato y tipo de activo o bien, remover el fondo e incluso colocar un color deseado por la cadena.

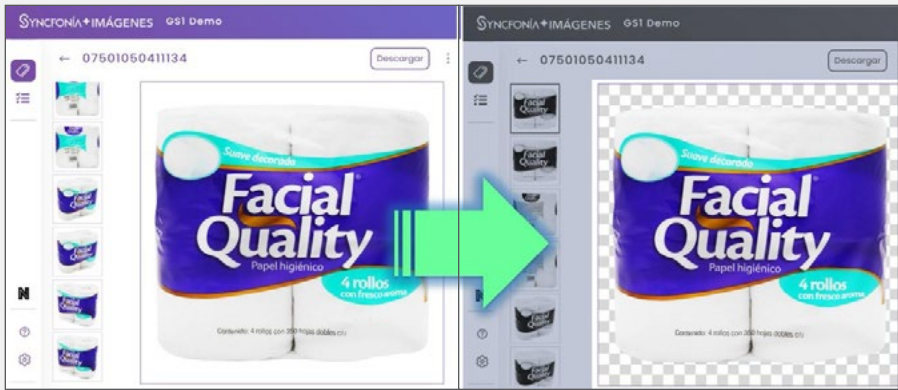


Imagen. Servicio de remoción de fondo de imágenes

Uso de la plataforma Syntonía imágenes		
Cadenas de usuarios	Usuarios totales	Transformaciones
11	37	172,000



2º Liberación - Agosto 2022

- Con base en las sugerencias y oportunidades de mejora detectadas tras el cambio de plataforma en noviembre de 2021, esta mejora se enfocó en perfeccionar la interfaz web y experiencia de usuario de Syncfonía (UI/UX), por lo que se implementaron:
- Mejoras en la interfaz web para la reducción de errores en captura y calidad de datos (datos mandatorios, activos digitales, etc.), así como nuevos métodos de edición de productos.
- Mejoras en el proceso de publicación de productos en GDSN.
- Regla de negocio para la cadena Elektra.
- Sincronización de Syncfonía con el Sistema de Integración y Registro de Códigos (SIRCO) y Verified by GS1.

Además, en cuanto a capacitación y soporte técnico al asociado, se liberó un módulo adicional del curso para asociados en el portal de capacitación de GS1 México; así como un foro de ayuda para documentar problemas y soluciones con todos los usuarios de Syncfonía.

Mejoras en interfaz web

Integración de reglas para reducción de errores de publicación con cadenas; por ejemplo: evitar que las imágenes permanezcan sin datos asociados, brindar íconos y mensajes especificando el error a corregir por parte del usuario.

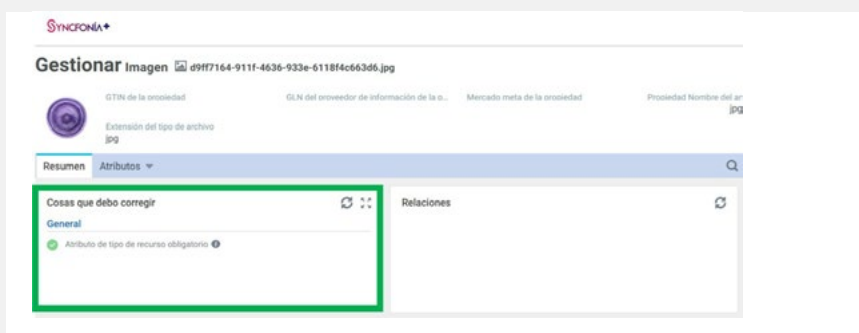


Imagen. Ejemplo de regla de negocio de datos mínimos de activos digitales.

Visualización de productos con configuraciones jerárquicas inválidas, para reducir errores de edición de productos y detectar fácilmente acciones correctivas.

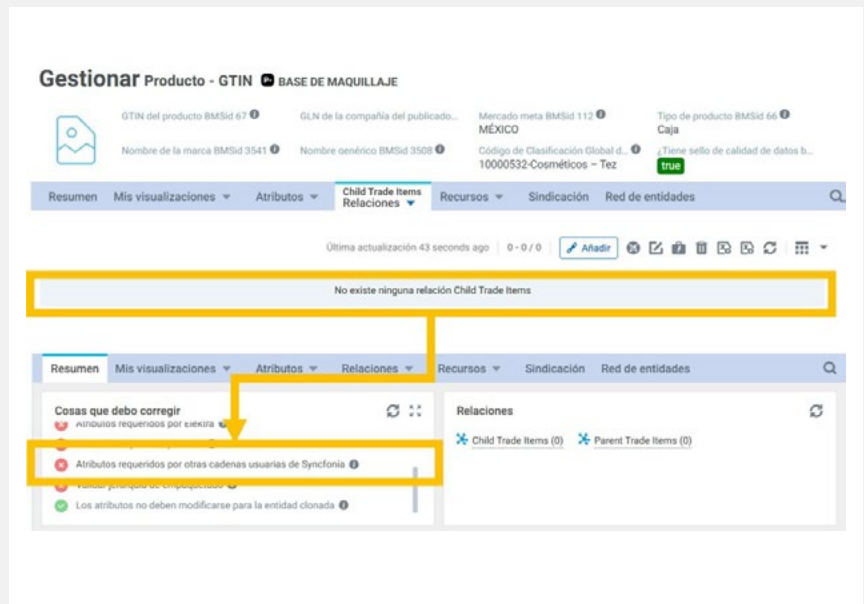


Imagen. Ejemplo de reglas de negocio de validación de jerarquías.





Portal de capacitación - Curso Syncfonía mejorado

El curso de Syncfonía es accesible a todos los asociados con membresía activa, por lo que se implementó un test de evaluación para obtener una insignia tras su aprobación.

Se implementó el módulo 7 enfocándose en la prevención y resolución de errores comunes como:

- Captura de datos.
- Validaciones.
- Edición de productos.
- Sindicación y sincronización en la app GDSN.

Por último, se añadió un reto al final del curso y, al aprobarlo, se entrega una insignia a los usuarios certificando que el conocimiento en el uso de Syncfonía, ha sido logrado de acuerdo al programa.

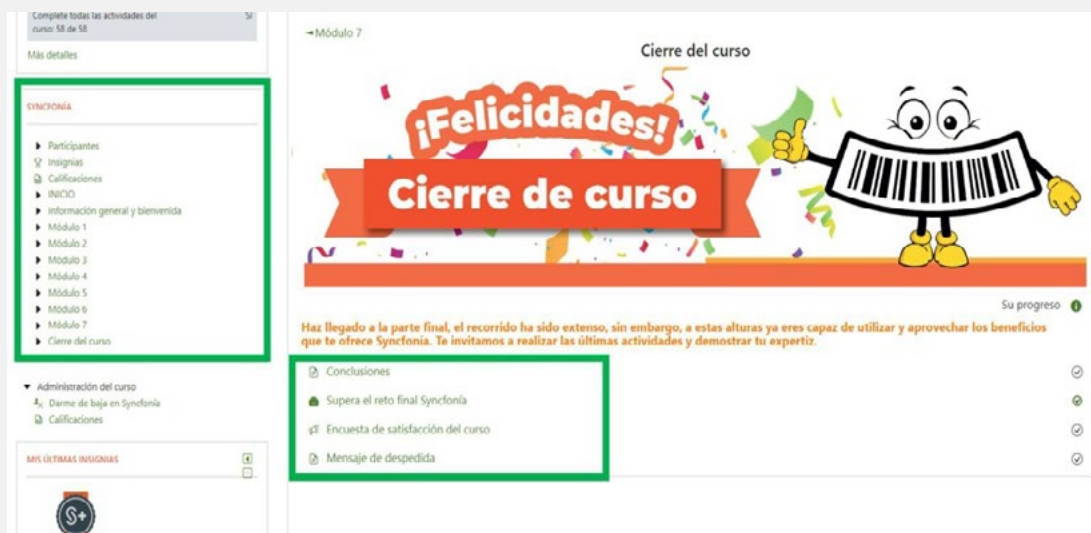


Imagen. Portal de capacitación GS1, curso Syncfonía.

3º Liberación - Noviembre 2022

Se desarrolló una prueba de concepto para enriquecimiento de productos, la cual consiste en la recepción de datos nutrimentales. Posteriormente, un algoritmo asigna y añade al producto en Syncfonía valores según la información proporcionada; dichos valores son calculados y asignados considerando la NOM-051 como marco de referencia.

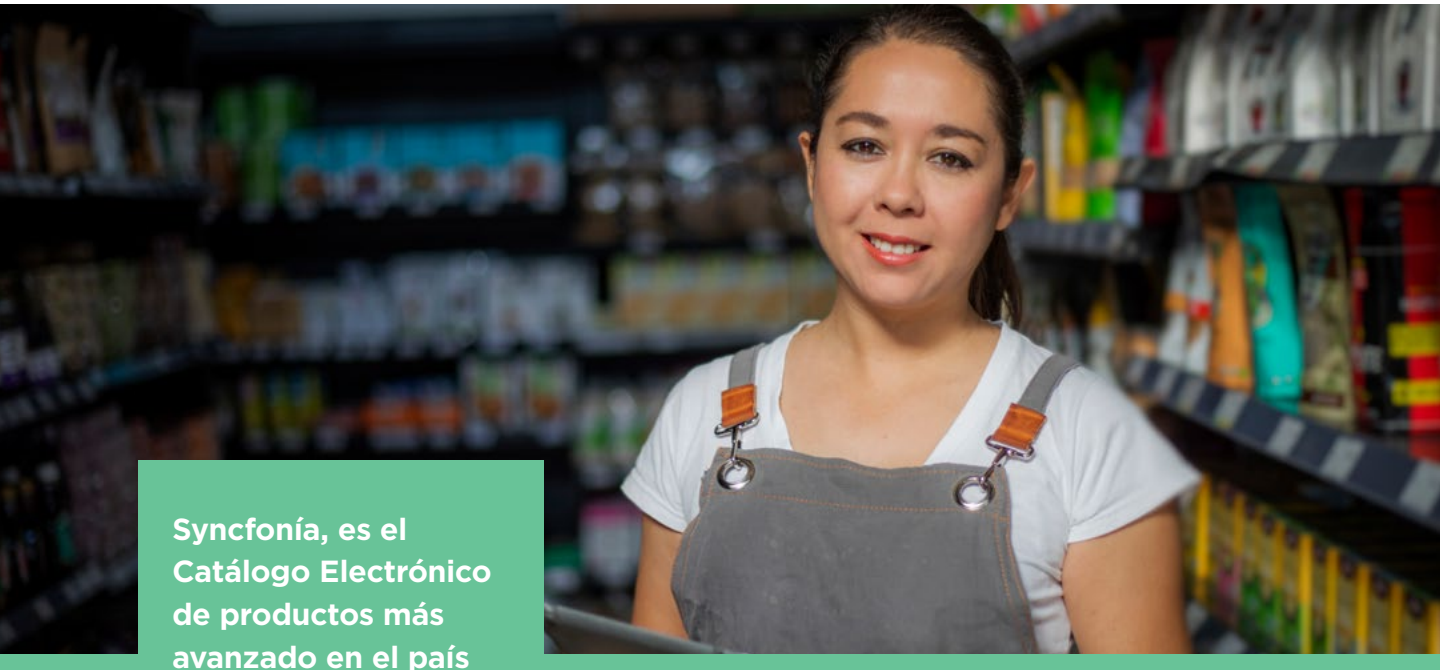
¿Cómo funciona?

Es un procesamiento de texto con algoritmos que añaden hasta 6 dimensiones de datos al producto:

- Tipo de dieta.
- Estilo de vida.
- Reacciones (alérgenos, intolerancias y sensibilidades).
- Etapa de vida.
- Uso y almacenamiento.
- Valores (orgánico, prácticas religiosas y sustentabilidad).



Imagen. Ejemplo de valores añadidos durante el proceso de enriquecimiento.



Syncfonía, es el Catálogo Electrónico de productos más avanzado en el país para compartir un grupo amplio de datos relacionados con productos comerciales, como la información nutrimental, certificaciones, peso y dimensiones.

¿Cómo ayuda a la industria?

Mejora la usabilidad de los datos del Catálogo Electrónico Syncfonía, al permitir a las cadenas minoristas y marketplaces mejorar la búsqueda de sus productos según las preferencias de sus clientes; por ejemplo: como cliente, buscar productos sin cacahuete, bajos en grasa; o bien, como cadena se requiere conocer los catálogos para dar a conocer mercancías nuevas de acuerdo a la preferencia de sus consumidores.

Para 2023, se contempla automatizar el proceso para mejorar el enriquecimiento sin intervención manual.

Cifras tras la prueba concepto

	Productos enriquecidos en Syncfonía	Atributos agregados en el enriquecimiento	Volumen estimado mensual 2023
	20,000	Hasta 37 por producto	1,000 productos

Tabla: Cifras de la prueba de concepto 2022 y proyección 2023.

InfoCode

Según el estudio “El estado de los móviles en 2022” realizado por Data.ai, el usuario móvil en el mundo realiza **230,000 millones de descargas y pasa 3.8 billones de horas en dispositivos móviles.**

En este contexto, el uso de la tecnología está cada vez más presente en las personas y el uso de aplicaciones se ha convertido en un elemento clave para sus vidas, por lo que mantener a nuestra app InfoCode en constante evolución, es parte fundamental para conectar con los usuarios, ya sea que provengan de la misma demanda explícita o que sea parte de la tendencia de uso.

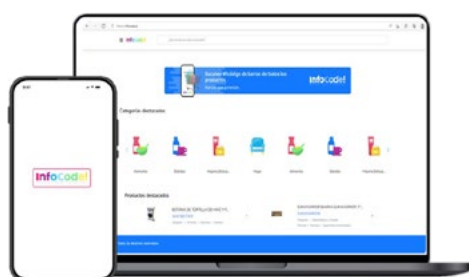
Nuevas funcionalidades

En 2022, nos dimos a la tarea de identificar y desarrollar aquellas funcionalidades que creímos generarían mayor valor para los usuarios existentes y potenciales, dando como resultado:

INFOCODE WEB

A pesar de que el uso de dispositivos móviles sigue en constante crecimiento, los usuarios de computadoras portátiles representan un gran número y por sus actividades, prefieren realizar la búsqueda de información por este medio, lo que derivó en el desarrollo de la versión web de InfoCode: <https://infocode.io/>

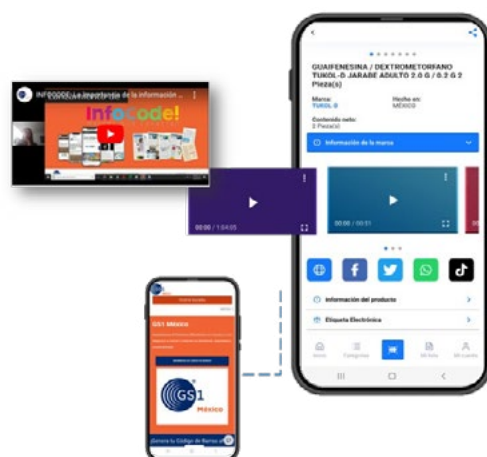
Actualmente, el sitio web cuenta con más de 11 mil visitas desde que fue lanzado para los usuarios en el primer trimestre del 2022.



Contenido Digital

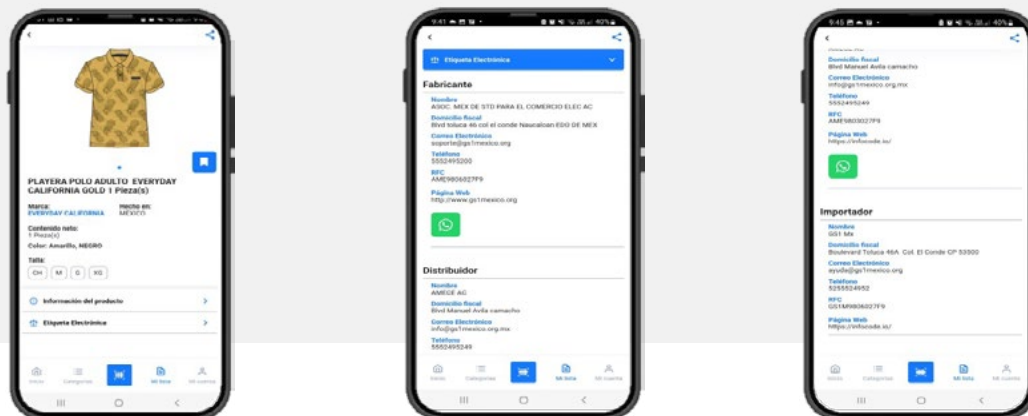
El precio y calidad del producto ya no son los factores más importantes en las decisiones de compra de los consumidores; hoy existen otros elementos que influyen en su elección de compra de acuerdo a las necesidades de cada persona y sobre todo, cuando hablamos del ecommerce, la información es uno de los principales factores para tener una excelente experiencia de compra.

Ante este panorama, usar contenidos digitales ayuda a la hora de tratar de informar al comprador, por lo que con InfoCode, las empresas no solo pueden compartir datos de texto, sino también conectar con su estrategia de comunicación por medio de un video del proceso de elaboración, formas de uso (recetas), redireccionarlo a su sitio web o redes sociales, así como establecer la comunicación en ambas vías.



InfoCode es la app que permite a los consumidores contar con información sobre un producto con sólo solo escanear su Código de Barras.

Etiqueta electrónica



Mostrar el mejor contenido e información de valor desde InfoCode, es tan simple como traer tu producto a GS1 México.

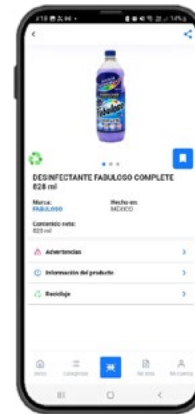
Sustentabilidad

En el otoño de 2015 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) decidió tomar un nuevo desafío, transformar el mundo en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económico, social y ambiental.

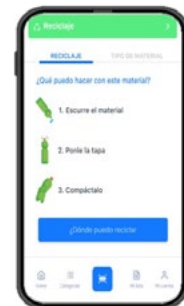


En GS1 México creemos que ayudar a los consumidores a identificar de qué tipo de material es el empaque de su producto, cuál es el proceso para tratar los residuos y dónde llevarlos para su correcto tratamiento, es un elemento fundamental para incrementar el reciclaje de mercancías.

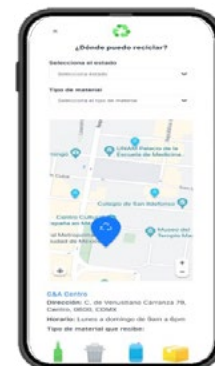
Esta funcionalidad de InfoCode ayuda al consumidor a identificar con un distintivo los productos que su empaque sea posible reciclar.



Una vez que se identificó si el empaque es reciclable, se podrá conocer a detalle qué tipo de material es y el tratamiento para el reciclado.



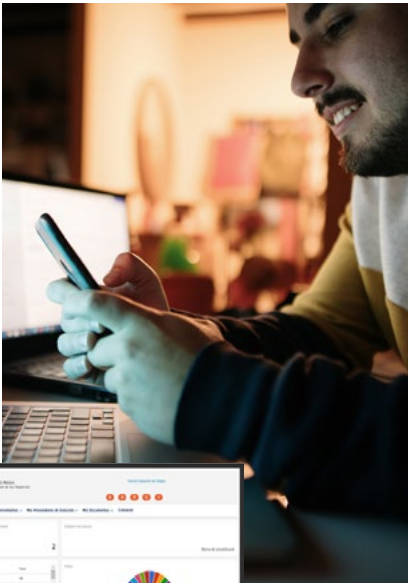
Finalmente, el usuario podrá de acuerdo al tipo de material y su ubicación, conocer donde llevar los residuos para su correcto tratamiento.



Analítica

Sin duda, el comportamiento de los usuarios y el análisis de la información se vuelve un factor relevante para las empresas, por lo que se desarrolló un tablero dentro del portal para asociados que les permite conocer el número de productos que tienen dentro de la aplicación, así como el nivel de información de cada artículo.

Adicionalmente, el usuario conocerá que productos son los más visitados y las búsquedas más relevantes dentro de la aplicación, información que cobra relevancia para la toma de decisiones en las estrategias de comunicación de las empresas.



Conector API - Pokajoke: automatización de publicaciones

La reciente integración con Syncfonía como motor de datos facilita a las empresas visualizar y administrar la información que aparece en InfoCode; incluso permite sumar data que no proviene del proceso de maquila de información, lo que ayuda a robustecer el producto de cara a lo que los usuarios visualizan.

Con esta integración se automatizó la información de los productos como resultado del proceso de maquila, estableciendo las reglas específicas para que solo aparezcan artículos que cumplan con los elementos que brinden una buena experiencia de usuario.

OT	OLN	OTN	Fecha envío Infocóde	Estatus envío Infocóde
80287	750400071004	0750103810028	20/01/2023 01:08:12 p. m.	Guardado correctamente
80185	7504000707006	07501038414017	20/01/2023 01:10:20 p. m.	Guardado correctamente
80185	7504000707006	07501038414471	20/01/2023 01:10:24 p. m.	Guardado correctamente
80135	7500000173893	07501732411628	20/01/2023 09:36:43 a. m.	Guardado correctamente
80136	7500000173893	08014235108838	20/01/2023 09:38:57 a. m.	Guardado correctamente
80280	7500000087146	07501303717095	20/01/2023 11:38:10 a. m.	Guardado correctamente
80128	7504000000004	07501019007057	20/01/2023 09:12:38 a. m.	Guardado correctamente
78050	750401764002	07500303080231	20/01/2023 01:33:25 p. m.	Guardado correctamente
78315	7504000480009	07501022102756	20/01/2023 11:41:08 a. m.	Guardado correctamente
80287	750400071004	0750103810028	20/01/2023 01:08:47 p. m.	Guardado correctamente
80287	750400071004	0750103810028	20/01/2023 12:50:38 p. m.	Guardado correctamente

Nuevas Categorías

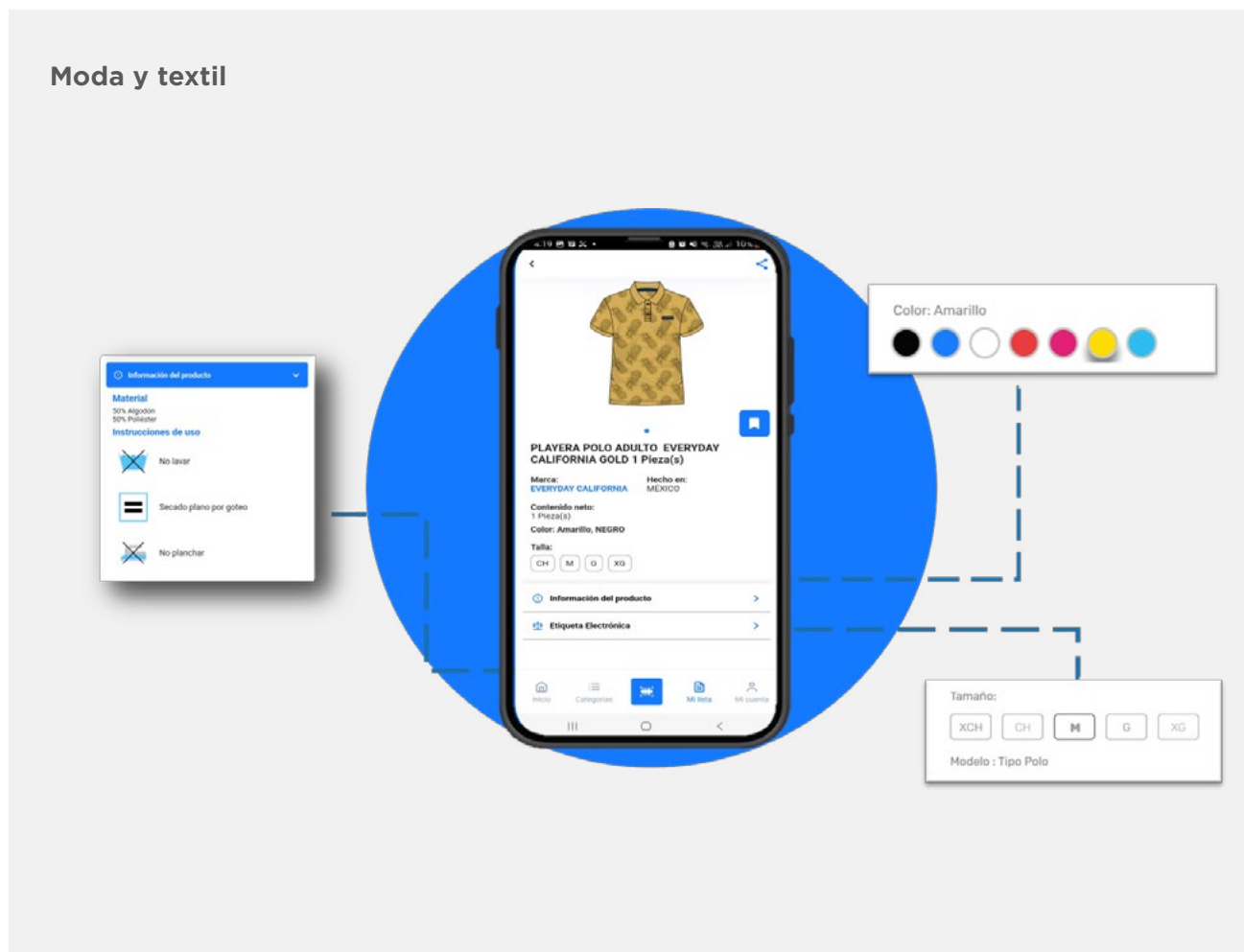
Como sabemos, la información de productos que hoy se comercializan en medios digitales no cuenta con una regulación como el caso de los productos físicos, es decir, empaques de productos; sin embargo, existen iniciativas que están siendo actualizadas y en sus reformulaciones consideran el canal digital como un elemento que debe coincidir con la información del empaque físico de las mercancías.

InfoCode tiene modelos de datos para que cualquier producto que cuente con Código de Barras aparezca en la app, además de mostrar al consumidor un mayor detalle de las características del producto para tomar una mejor decisión.



En 2022, integramos nuevos modelos de datos para las categorías de:

Moda y textil



Farmacia

9:41

Para el dolor de cabeza en adultos y niños mayores de 14 años, tomar una tableta cada 8 horas. En caso de migraña migraña (dolor de cabeza intenso)

Bristolan®

Contenido neto: 70g

Presentación: Tabletas

Para el dolor de cabeza en adultos y niños mayores de 14 años, tomar una tableta cada 8 horas. En caso de migraña migraña (dolor de cabeza intenso)

ADVERTENCIAS

Información de la marca

Información del producto

Marca: Hecho en: México

Via de administración: Oral

Ingredientes

Instrucciones de uso

Almacenamiento

Forma de preparación

ADVERTENCIAS

El abuso en el consumo de este producto es nocivo para la salud.

Prohibición de consumo en menores de 18 años.

Prohibición de consumo por mujeres embarazadas.

Prohibición de conducción bajo los influjos de alcohol.

SSA 124MS2020

Electrónicos

9:41

55 Pulgadas

Color: Silver

Modelo: 50UQ9050PSC

Información del producto

Fuente de alimentación: USB / Conexión eléctrica

Voltaje: 110 V

Sistema Operativo: Web OS 7.3

Conexiones: USB VOA 3 HDMI

Memoria interna de: 128 GB Resolución: 4K FULL HD

Dimensiones

Ancho: 70.5 cm

Profundo: 87.3 cm

Peso: 23.7 Kg

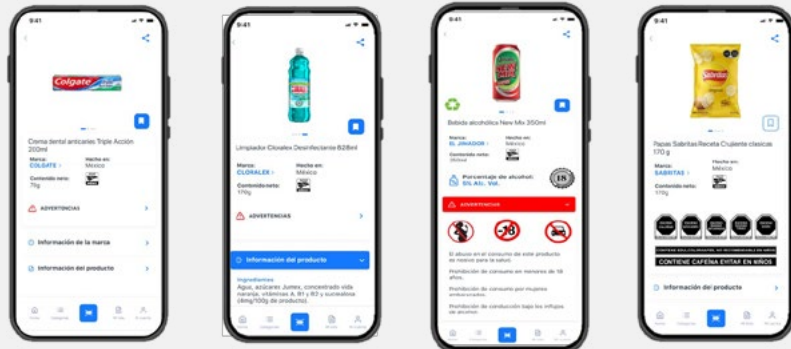
Garantía

Duración de garantía: 1 año

Descripción: Solo aplica para productos vendidos por Internet/Outlet. Verificar con Proveedor. Consulta las condiciones.

Accesorios incluidos: Incluye Magic Remote

Esto adicionalmente a las categorías existentes.



Actividad de usuarios

Las mejoras y nuevas funcionalidades en InfoCode tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los usuarios.



MAU
2700

WAU
551

DAU
77

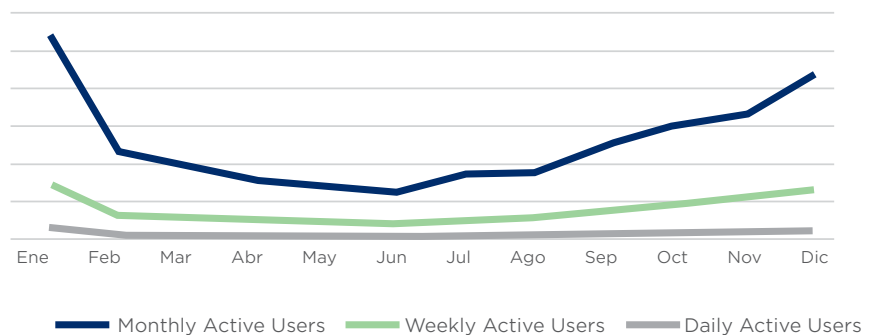


USO
2 min y 44 s

Actividad de usuarios en la app

Numeralia - InfoCode

- 41,009 descargas totales
- 16,630 descargas en 2022
- Promedio de uso de la app - 2 minutos y 44 segundos
- Promedio de usuarios activos - 2,700



Esto es posible gracias a la participación y colaboración de las empresas, logrando cerrar 2022 con 3,260 empresas y un total de 162,681 productos.

+162K productos registrados

3,260 empresas activas

Código de Barras

Respecto al estándar de comercio electrónico más popular, el Código de Barras, durante 2022, se trabajó en diferentes líneas. A continuación, se describen las más significativas:



1. Revisión, análisis y evaluación del servicio de Start Code.

2. Migración a Códigos 2D.

- a. Aplicación de encuesta a 5 Cadenas Comerciales sobre infraestructura 2D.
- b. Aplicación de encuesta a 180 fabricantes sobre uso de Códigos 2D.
- c. Participación en estudio de Códigos 2D en América Latina con GS1 LATAM.
- d. Plan de trabajo con ANTAD (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales).

3. Actualización y mejoramiento del curso online de Código de Barras.



Start Code

Se realizó un análisis completo del servicio, en cuanto la revisión del procedimiento, sistemas involucrados, así como sesiones con el área de Trámites, Sistemas y Operaciones, con la finalidad de tener una perspectiva 360° del proyecto

Con base en esta investigación y en conjunto con las áreas de Legal, TI y Transformación Digital, Trámites, Marketing, Desarrollo de Asociados y Operaciones de Productos y Servicios, se identificaron los siguientes puntos:

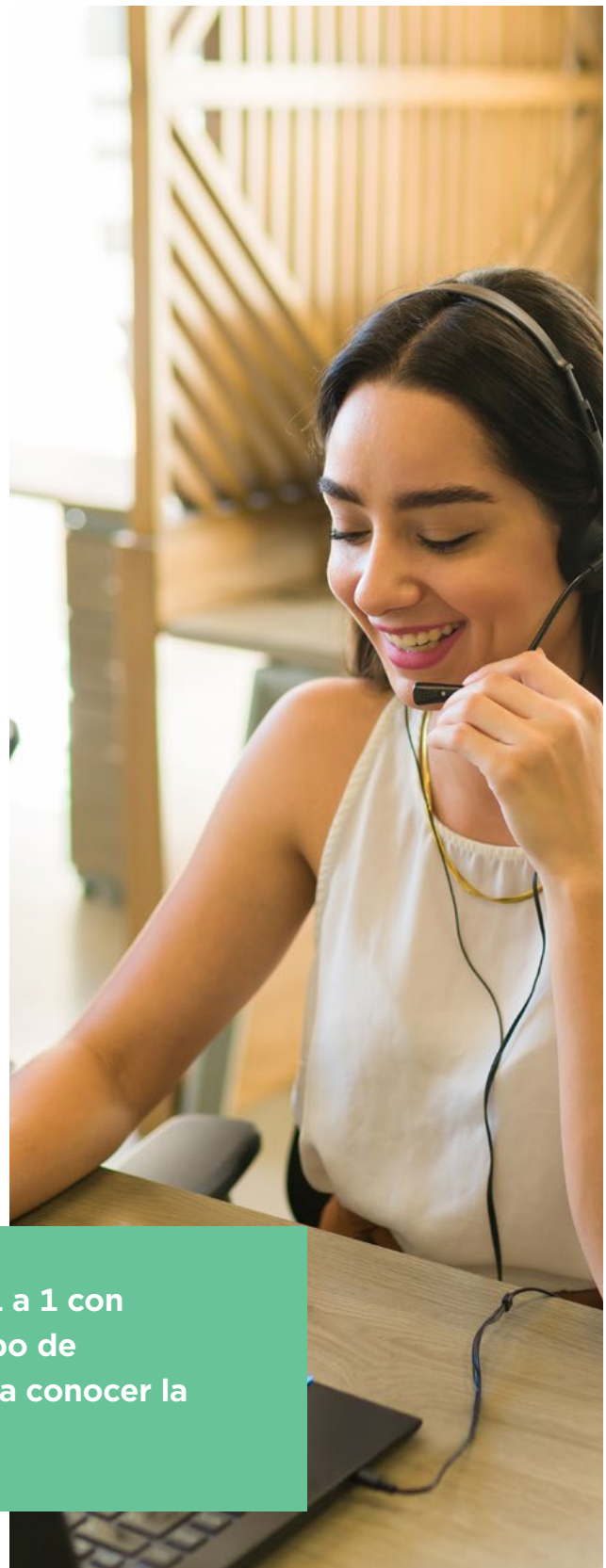
- No había reglas de negocio, ni procedimientos.
- La administración y operación de la membresía era manual.
- Los ingresos generados por Start Code, no justificaban la carga administrativa de su gestión.
- El esquema de pago era fraccionado y proporcional entre el mes de contratación y la fecha de vencimiento a mayo de todas las empresas, lo que complicaba la interpretación de montos, tanto para los empresarios, como para el personal de GS1 México.
- Se identificó a 127 empresas, durante los 2 años que estuvo disponible la membresía, así como ingresos por este servicio de aproximadamente \$43 mil pesos (inscripciones y renovaciones), lo que contrasta con la inversión en la construcción del desarrollo por \$285,160.94, sin considerar el tiempo operativo invertido para gestionar manualmente el proyecto.



Con este análisis se tomó la decisión de cerrar la membresía y documentar los motivos del cierre, como antecedente para futuros proyectos.

Pero, ¿qué sucedió con los usuarios de Start Code?

- Se dio de baja la información sobre Start Code en la página de Amazon y se eliminó de redes sociales los links que llevaban a su contratación.
- El área de Sistemas cerró el portal de Sirco, exclusivo para esta membresía y se redireccionó al portal tradicional, en donde las empresas podrán visualizar sus códigos ya generados. Además, se hicieron las adecuaciones en las líneas de contratos para mantener la trazabilidad de cada empresa, pero dejando las preparaciones correspondientes para convertirse en M0.
- Se realizó una labor de contacto 1 a 1 con los asociados por medio del equipo de atención a asociados, para darles a conocer la actualización del servicio.
- Por otra parte, el área de Marketing envió un comunicado para reforzar el tema con estas empresas y mantener consistencia en la información de todos los canales de comunicación con asociados.



Se realizó una labor de contacto 1 a 1 con los asociados por medio del equipo de atención a asociados, para darles a conocer la actualización del servicio.

Migración a códigos 2D - Aplicación de encuesta a 5 Cadenas sobre infraestructura 2D

Durante el primer trimestre del 2022, se realizó una encuesta preliminar para identificar la capacidad instalada de Códigos 2D en cadenas comerciales asociadas a GS1 México. Dentro de los resultados se encuentran:

- Total de Tiendas: 1,789
- Total de Puntos de Venta: 11,478
- Puntos de Venta con 2D: 6,867
- % 2D Instalado: 60%

Los principales usos que llaman la atención de las cadenas comerciales para realizar la implementación a 2D son: gestión de inventarios y trazabilidad, ya que son los procesos que les generarían mayor valor.

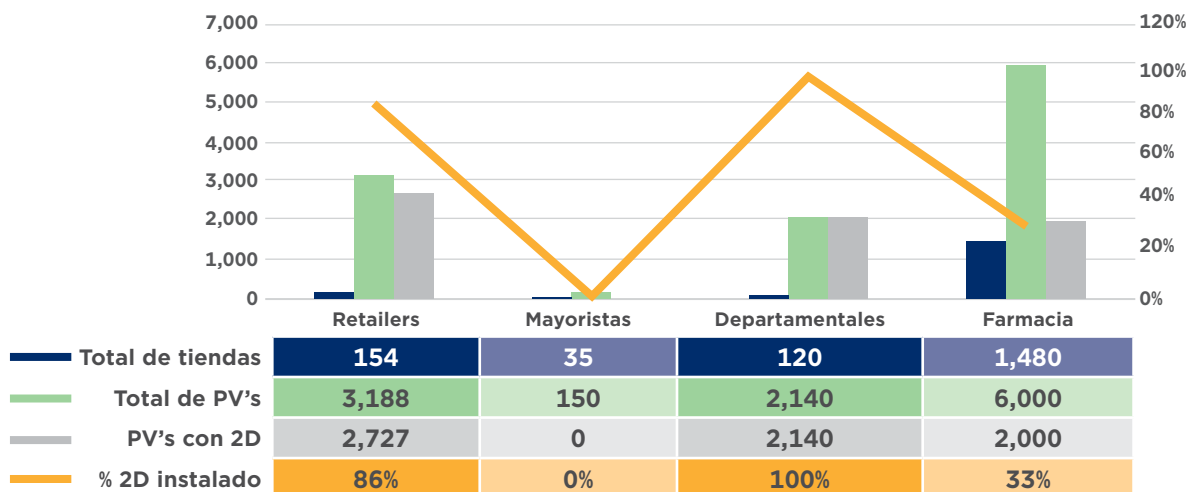
Para los entrevistados, es valioso contar con información justo al momento de la entrada de los productos a la cadena, ya que les permitirá identificar beneficios directos y

ayudará a solucionar problemáticas con la implementación de datos (lote y fecha de caducidad) como:

- Identificación de productos caducos en el Punto de Venta.
- Robo de mercancías.
- Autenticidad del producto.
- Devoluciones.
- Promociones y/o descuentos.

En la industria de los productos de consumo, beneficiarse con la lectura de códigos 2D significa prevenir y solucionar anticipadamente inconvenientes.

Infraestructura 2D

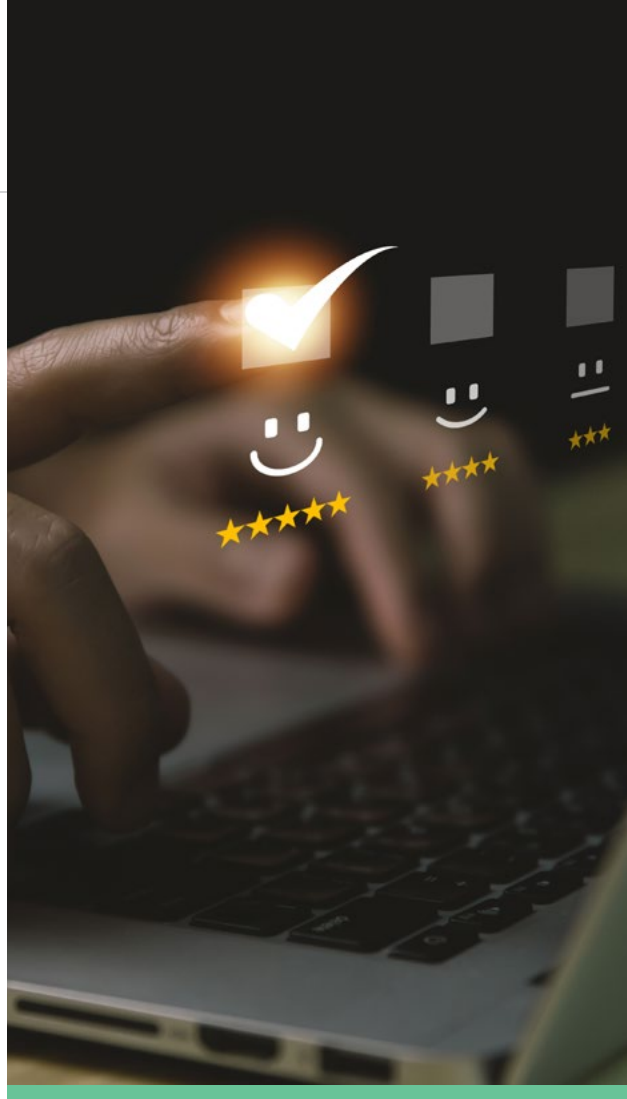


Migración a códigos 2D - Aplicación de encuesta a 180 fabricantes sobre uso de Códigos 2D

Durante el mes de junio se aplicó una encuesta vía correo electrónico a los asociados de GS1 México, de la cual se obtuvieron 180 encuestas y se encontraron los siguientes hallazgos:

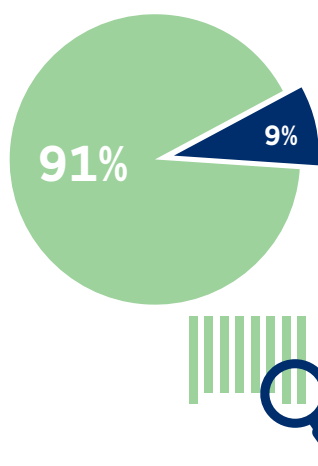
Solo 9% de los fabricantes incluye códigos 2D en sus productos. De este porcentaje, 63% utiliza códigos QR con fines de marketing, mientras que 37% utiliza códigos internos.

Adicional a la información Código de Barras Tradicional (GTIN), los códigos 2D incluyen la página web de la marca, número de lote, fecha preferente de consumo, fecha de empaquetado y fecha de vencimiento.

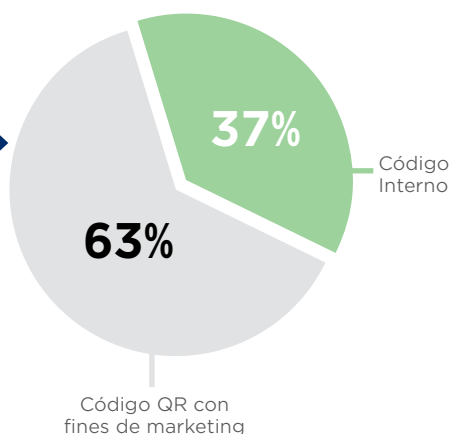


México

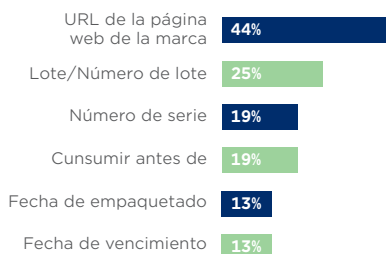
¿Incluye algún código de barras 2D en sus productos hoy?



¿Qué tipo de información adicional GTIN, incluye en estos códigos 2D?



¿Qué tipo de información adicional GTIN, incluye en estos códigos 2D?



Margen de Error: 7,5 puntos porcentuales, más o menos, considerando un intervalo de confianza del 95%

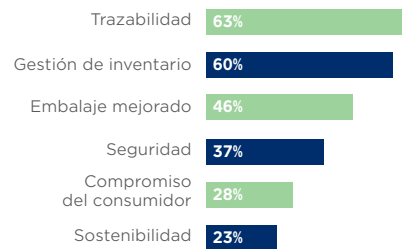
Además, los fabricantes consideran que al utilizar códigos 2D se podrán gestionar temas como:

Trazabilidad, Gestión de Inventario, Embalaje Mejorado, Seguridad, Compromiso del Consumidor y Sostenibilidad.

México

Los siguientes temas pueden gestionarse incluyendo datos adicionales en códigos de barras 2D, ¿cuáles de éstos le interesan?

Pregunta de opción múltiple



¿Qué información le sería útil para comenzar su viaje al escaneo de códigos de barra 2D?

Pregunta de opción múltiple





Por último, estos datos fueron incluidos dentro del estudio que GS1 LATAM presentó en el Foro LATAM del mes de octubre 2022, donde además de la información de México, se incluyeron datos de Brasil, Colombia, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Paraguay y Venezuela.

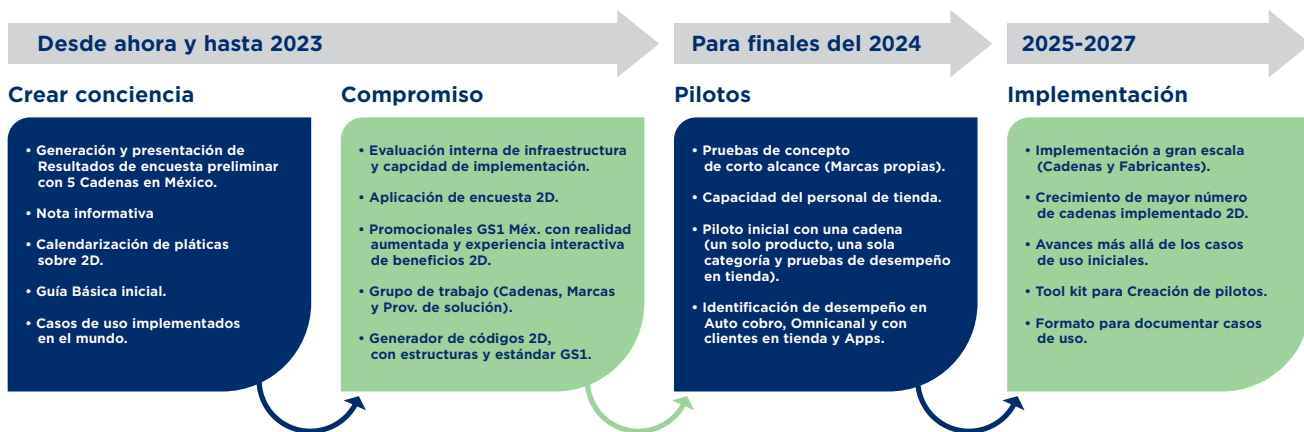
Plan de trabajo con la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)

Durante el último trimestre del 2022, se trabajó en conjunto con el área de Relaciones Institucionales de GS1 y la ANTAD para definir un plan de acción para difundir el tema de la migración a Códigos 2D con las cadenas comerciales, lo que generó en diciembre las primeras 2 pláticas con retailers miembros de ANTAD.

Se retomarán en 2023 los puntos establecidos y acordados en plan de trabajo.

En este mismo periodo de tiempo, se presentó al consejo de ANADIM la iniciativa de migración a Códigos 2D, lo que permitió iniciar la conversación al respecto con más actores involucrados en el proceso y, de cara a 2023, la iniciativa cobró más fuerza a nivel mundial.

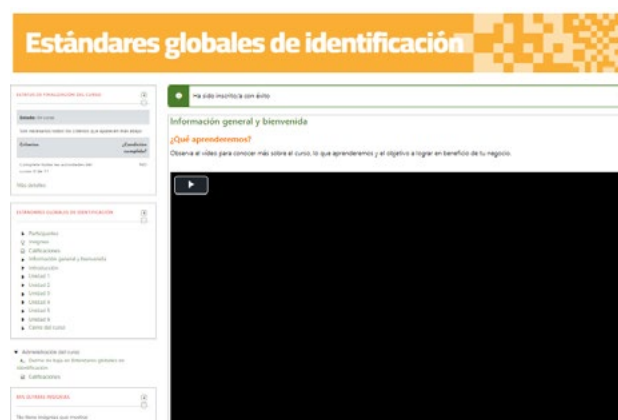
Plan de Trabajo General (Migración a 2D)



Actualización y mejoramiento del curso online de Código de Barras

Se trabajó en conjunto con la Coordinación de Capacitación, el equipo de Operaciones y el especialista en Estándares de Identificación, para revisar y actualizar el curso e-learning de Código de Barras. Esto permitió desarrollar un nuevo material acorde a las necesidades actuales, con ejemplos, videos y referencias que permitirán un mejor entendimiento de los temas.

El nuevo curso cuenta con 5 módulos, que permitirán un mejor entendimiento no sólo de la asignación de Códigos a los productos, sino también respecto a los temas más relevantes dentro del estándar de identificación.



En la industria de los productos de consumo, beneficiarse con la lectura de códigos 2D significa prevenir y solucionar anticipadamente inconvenientes.



Estándares y Pilotos

Piloto - Programa de certificación de dueño de marca “BOCP”

Una de las estrategias y pilares en el ADN de GS1 México es garantizar la calidad de la información de los productos que son enviados al Catálogo Electrónico Syncfonía.

En este contexto, aquellos asociados que no requieran del servicio de captura y toma de fotografía por medio de SECODAT y que propiamente realicen su alta de información en Syncfonía, GS1 diseñó a principios de 2022 un programa global para mejorar la calidad de datos proporcionando las mejores prácticas y un sello de certificación a los propietarios de marcas que demuestren cumplir con los criterios de captura de atributos estandarizados.

Las principales ventajas de acreditarse como marca son:

- **Eficiencia Operativa:** Mejora en los procesos y procedimientos internos relacionados con la calidad e intercambio de información, lo cual le permitirá realizar transacciones con cadenas en tiempos más cortos.
- **Reducción del Time to Market:** Al ser una organización certificada no debe realizar el envío de productos a SECODAT para su maquila, ya que la captura de información sería autónoma al adaptarse a procesos logísticos internos. Además, permite la gestión del portafolio de productos en tiempo real.
- **Portafolio de productos con calidad:** La organización adquiere la administración de los datos capturados del producto, lo cual le facilitará el control de los registros teniendo como objetivo principal la calidad de información.

¿Qué temas abordaremos?

El curso se compone de **5 unidades**
¡Nos espera una experiencia de aprendizaje muy entretenida y valiosa!



1.5H

¿Cuánto tiempo necesito para concluir el curso?

Necesitarás 1.5 horas aproximadamente. El curso está diseñado para que tú marques el ritmo de tu aprendizaje, solamente necesitas ser constante. **Te recomendamos avanzar uno o dos módulos por semana**, termina una actividad por día, esto te tomará sólo unos minutos diarios.



Obtén una insignia

Demuestra que eres un experto en el tema. Al cumplir con todas las actividades y aprobar la evaluación ganarás la insignia del curso. **Obtén mas insignias en cada curso, con ellas podrás acceder a otros beneficios y reconocimientos.**



¿Cómo avanzo entre los temas?

Sigue la numeración de cada módulo y realiza en orden las actividades; conforme avances notarás que la barra de progreso se va llenando hasta llegar al 100%.

Tanto al inicio como al final de cada sección encontrarás vínculos que te permitirán avanzar de forma rápida entre las unidades o módulos previos y posteriores, sin necesidad de regresar a la página principal o usar el menú de temas.

¡Llegó el momento de iniciar!



¿Cómo funciona?

Fase 1: Autoevaluación

Por medio de una serie de preguntas, ambas partes determinarán las necesidades y oportunidades que se requieren para la integración y desarrollo de la conexión con los sistemas.

Fase 2: Alineación con los estándares GS1

Se comparten documentaciones entre GS1 México y la marca con el fin de homologar entendimientos, los participantes deben considerar esta etapa colaborativa como un proceso mutuo de capacitaciones, estipulando así las pautas para el desarrollo de conexión con los sistemas.

Fase 3: Ejecución y retroalimentación

GS1 y el fabricante deberán proporcionar esfuerzos para el desarrollo y ejecución de la integración, además de mantenerse actualizados, comunicados y atendiendo sus necesidades.

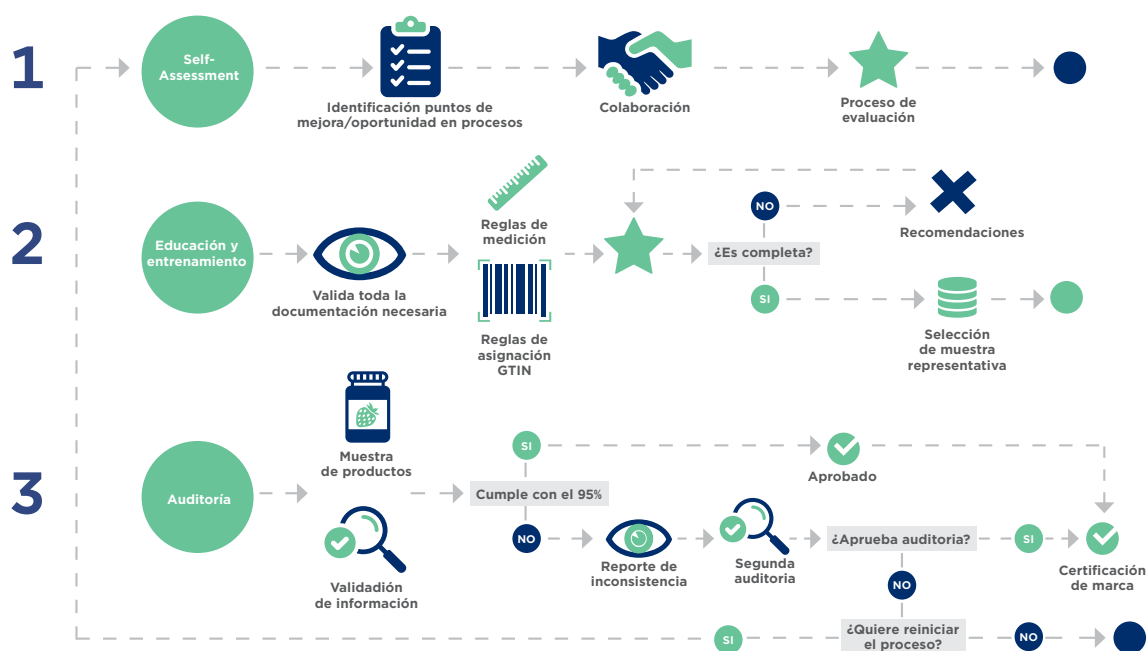


Imagen. Diagrama de acreditación de dueño de marca BOCP. Fuente: Elaboración propia.

Alcance de publicación vía BOCP

Actualmente el esquema de publicación y acreditación de dueño de marca contempla:

- Creación y actualización de productos en Catálogo Electrónico Syncfonía.
- Vinculación de jerarquías (hijo-padre).
- Creación de activos digitales: Imágenes, certificaciones, videos, manuales, etc.
- Envío de información extendida: Atributos de alimentos y bebidas, cuidado personal y cuidado del hogar.



Imagen. Alcance de publicación de información vía BOCP.

Fuente: Elaboración propia.

Esquema general

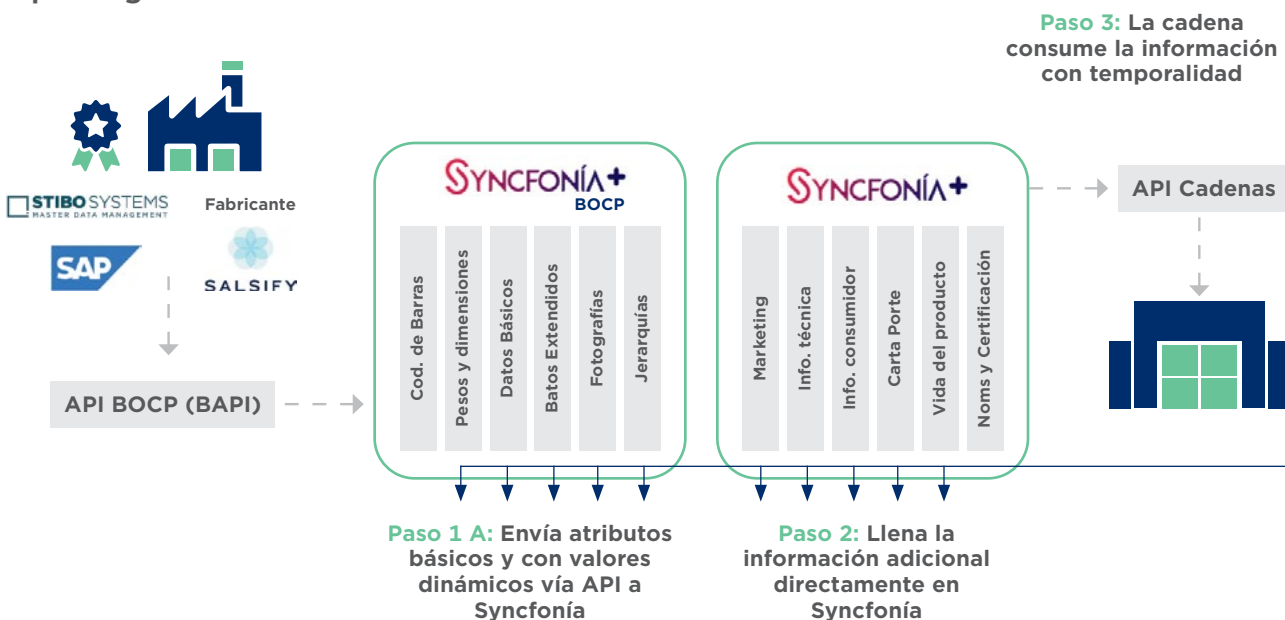


Imagen. Esquema de publicación general BOCP. **Fuente:** Elaboración propia.

Piloto

A lo largo del año 2022, se corrió un piloto del proceso BOCP con la empresa P&G, teniendo como hub de datos a Costa Rica. El principal objetivo de la empresa es centralizar y homologar su fuente de información con la mayor calidad de datos adoptando los estándares globales de GS1.

Al cierre del año fueron publicados más de 300 productos en un ambiente controlado de pruebas, iniciando con un porcentaje de calidad de datos del 60%. Derivado del análisis e identificación de áreas de oportunidad de acuerdo al proceso establecido, se compartieron los hallazgos encontrados y se realizó un plan de acción a corto plazo con la marca, resultando en un porcentaje actual del 96% de cumplimiento de calidad.

P&G es la primera empresa en certificarse bajo este esquema iniciando su etapa de publicación en producción con cadenas comerciales en 2023.



Creación e implementación de cursos “Estándares GS1”

Durante el segundo semestre de 2022, se desarrollaron e implementaron de forma interna y para el staff de GS1 México 18 cursos e-learning sobre estándares globales de GS1 cubriendo los siguientes tópicos:

- **Identificación:** Cursos diseñados para la identificación y adopción de Código de Barras o GLN dentro de la cadena de suministro, así como las mejores prácticas para el uso de Códigos Bidimensionales e implementación de tags RFID.
- **Calidad de datos:** Proporciona las mejores prácticas para la captura, almacenamiento e intercambio de información de productos de forma exacta, completa, consistente, oportuna y basada en estándares globales de calidad de datos.
- **Red global de sincronización de datos (GDSN):** Contenido sobre estándares de datos maestros que permite a las compañías de cualquier sector sincronizar información de alta calidad mejorando el transporte, almacenamiento y optimización en envíos de artículos comerciales.
- **Intercambio electrónico de datos (EDI):** Proporciona los estándares globales en el intercambio electrónico de mensajes para la automatización de transacciones de negocio a través de toda la cadena de suministro o B2B. Esto incluye la alineación de datos maestros, órdenes de compra, envíos, recepción y facturación.



Introducción a la Red Global de Sincronización de Datos (GDSN)
Introducción a la Calidad de Datos
Nociones básicas del EDI
Nociones básicas de EPC / RFID
Código Seriado de Contenedor de Envío (SSCC)
Número Global de Localización (GLN)
Certificación en Estándares GS1
Número Global de Artículo Comercial (GTIN)
Administración y gestión de GTIN
Introducción a EAN/UPC
Introducción a GS1

Imagen. Cursos estándares globales GS1. **Fuente:** Elaboración propia.

El objetivo principal de estos cursos es proporcionar una fuente común sobre las mejores prácticas y recomendaciones de estándares globales alineados con la arquitectura y sistemas de GS1, de tal manera que el participante pueda tener las herramientas y fundamentos necesarios para su adopción.

El alcance de estas competencias cubre distintos niveles comenzando con los principios básicos, casos prácticos (intermedio), hasta llegar a conceptos técnicos y de industria clasificados como cursos avanzados.

Se busca ofrecer todos estos cursos para los asociados de GS1 México durante 2023.



Introducción a la Red Global de Sincronización de Datos (GDSN)

Introducción a la Red Global de Sincronización de Datos (GDSN)

¿Qué es GDSN?

Menú

- 1. Introducción a la Red Global d...
- 2. Introducción a la sincronización
 - 2.1. Introducción a la sincroniz...
 - 2.2. ¿Qué es la sincronización...
 - 2.3. ¿Qué es GDSN?**
 - 2.4. Sincronización de datos m...
 - 2.5. Comprueba tu nivel de co...
- 3. ¿Por qué sincronizar los datos?
 - 3.1. ¿Por qué sincronizar los d...
 - 3.2. GDSN crea oportunidades
 - 3.3. Sin la sincronización de d...
 - 3.4. Beneficios de GDSN
- 4. Elementos de GDSN
- 5. Resumen

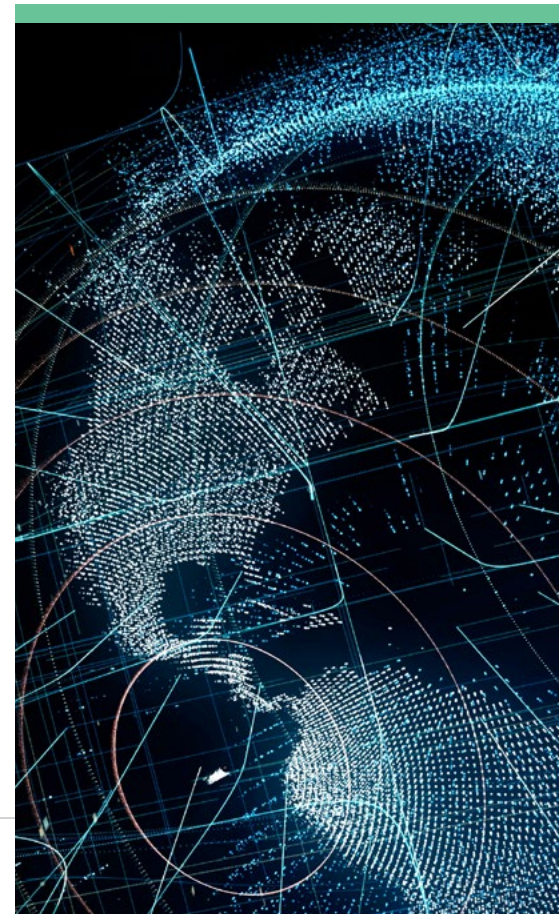


La Red Global de Sincronización de Datos de GS1 conecta a los socios comerciales a través de una red de catálogos electrónicos interoperables con certificación GDSN.

GDSN garantiza que todos los socios puedan acceder a información idéntica y precisa.

Imagen. Curso “Introducción a la red global de sincronización de datos GDSN”.

Fuente: Elaboración propia.





Dirección de Operaciones de Productos y Servicios

En 2022, se fortaleció la relación con nuestros asociados, ya que les brindamos ayuda e información sobre cómo mantener y dar continuidad a su negocio, así como consejos para ser eficientes y reducir costos.

Para la Dirección de Operaciones de Productos y Servicios 2022 representó un año diferente, ya que pasamos del contacto virtual, casi en su totalidad, al contacto presencial con nuestros asociados, además de que volvieron a visitarnos en nuestras instalaciones para resolver sus dudas, hacer sus trámites, obtener asesorías y capacitarse.

Esto generó un ambiente de colaboración y atención híbrida, ya que sin importar si el contacto fue de manera física o virtual, la satisfacción del servicio al asociado debe ser total, así como la resolución de sus problemáticas de manera ágil y contundente. A partir de que se reactivaron las reuniones presenciales, nuestro Servicio de Comprobación de Datos (SECODAT) recibió cerca 80 mil productos para realizar temas de fotografía y maquila de datos.

Respecto al año anterior, la estrategia de que nuestros asesores conocieran trámites, asesorías, facturación y capacitación, entre otros temas, avanzó y brindó una satisfactoria experiencia a nuestros asociados al atenderlos de manera amable, dándoles una respuesta en el menor tiempo posible, además de ofrecer soluciones para darle continuidad a su negocio en un solo contacto.

Además, la transformación digital a través de herramientas tecnológicas como Zendesk, nos permite tener una mayor trazabilidad y rastreabilidad de los asociados, además de abrir la comunicación con las empresas, optimizar procesos y empoderar a los diferentes equipos para prestar una mejor atención al asociado.

Una de las ventajas de vivir en la era digital, es que la distancia ya no es un límite para dar atención o resolver los problemas de los asociados, ya que sin importar si el asociado es de Chiapas o Tijuana, nuestros colaboradores de las distintas Oficinas Regionales (Centro, Occidente y Norte)

están preparados para atenderlos sin ninguna restricción.

En este contexto, 2023 tendrá especial foco en la calidad en todos los sentidos, desde procesos, información y capacitación, hasta la automatización y homologación del servicio al asociado, lo que nos ayudará a brindar mejor atención y mejorar día con día.



Buscamos dar una atención personalizada y entablar una relación a largo plazo basada en una comunicación ágil y una operación eficiente de las soluciones que lanzamos al mercado.

Oficinas Regionales

12,201 tickets de soporte resueltos a nuestros asociados

Lo más importante para GS1 México son nuestros asociados, por lo que en 2022 las Oficinas Regionales jugaron un papel sumamente importante en la atención que les brindamos, al buscar en todo momento dar una respuesta pronta y oportuna.

Esto nos permitió resolver un total de 12,201 tickets de soporte, de los cuales 37% correspondieron a asesorías de identificación de productos y Calidad de Datos, impartiendo un total de 5,269 asesorías a asociados de todo el territorio nacional.

También obtuvimos 95.85% en el índice de satisfacción en las encuestas de capacitación, lo que nos ayudó a evaluar la percepción que tienen los asociados con respecto a la impartición de los cursos brindados por los asesores de las Oficinas Regionales Centro, Occidente y Norte.

Otro reto que vivimos en 2022, fue la asignación de asesores personalizados a 1,455 asociados para dar soporte a sus requerimientos y consultas.

Por otro lado, se impartieron un total de 23 pláticas con la participación de 2,274 asistentes, las cuales se realizaron en colaboración con distintas Secretarías de Economía o similares, organismos empresariales y universidades de los estados de:

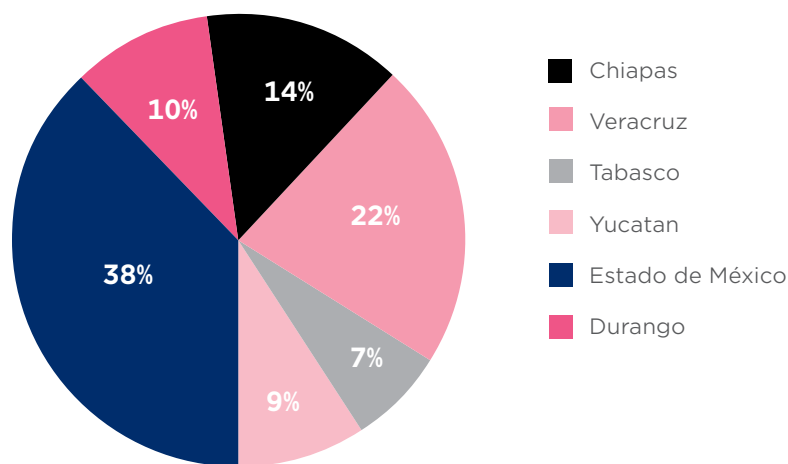
- | | |
|--------------------|-------------|
| - Jalisco | - Querétaro |
| - Baja California | - Chiapas |
| - Durango | - Hidalgo |
| - Zacatecas | - Veracruz |
| - Chihuahua | - Guerrero |
| - Ciudad de México | - Puebla |



A lo largo del 2022, se trabajó de la mano con las Secretarías de Desarrollo Económico o similares de los estados, firmando acuerdos de colaboración con los estados de Durango, Chihuahua, Zacatecas, Baja California, Michoacán, Sinaloa, Tabasco, Yucatán, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Estado de México, Veracruz, Morelos e Hidalgo.

Como resultado de esta colaboración, se asignaron recursos por parte de las Secretarías de Economía de los estados de Chiapas, Veracruz, Tabasco, Yucatán, Estado de México y Durango para subsidiar a las empresas de estas regiones para la contratación o renovación de membresías de Códigos de Barras y Catálogo Electrónico Syncfonía, dando como resultado 249 empresas beneficiadas.

Empresas subsidiadas



Las Oficinas Regionales dieron continuidad a lo largo del año a la colaboración con los gobiernos e instituciones locales y estatales para realizar proyectos productivos e impulsar la competitividad, desarrollo y crecimiento.



Servicio de Comprobación de Datos (SECODAT)

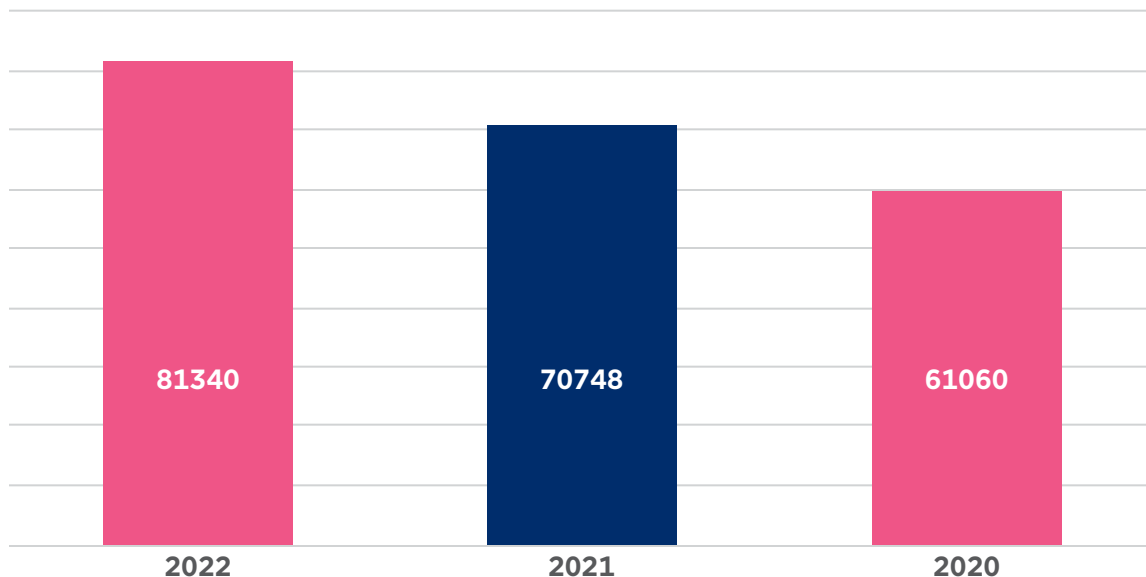
Maquila de Datos

Durante el 2022, se obtuvo un aumento de 15% de Códigos de Barras (GTINs) recibidos para realizar el proceso de maquila, pasando de 70,748 en 2021 a 81,340.

De estos artículos, 63% (51,381) corresponden a unidades de consumo y 37% (29,959) son de unidades de expedición (cajas, displays y pallets). A diferencia de 2021, las unidades de expedición aumentaron debido al trabajo en conjunto con cadenas comerciales como Soriana, ya que actualmente están solicitando la catalogación de todos sus productos en todos los niveles.



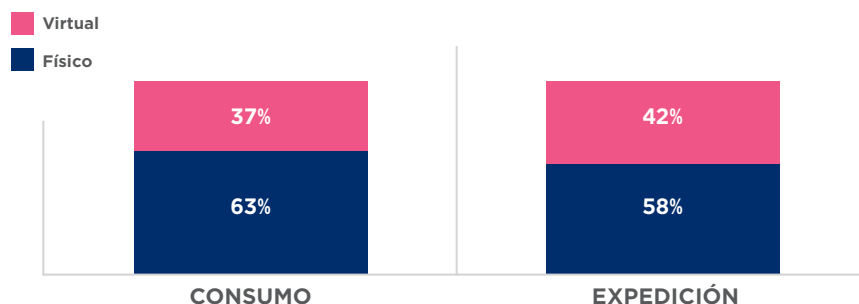
Histórico Maquila



Tipo de Maquila

Durante los primeros 3 trimestres del 2022, se mantuvo la catalogación de productos a través de la catalogación física y virtual; en el caso de la catalogación virtual, GS1 apoya a las empresas que no cuentan con el producto físico, ya sea porque son productos de importación o no se cuenta con producción.

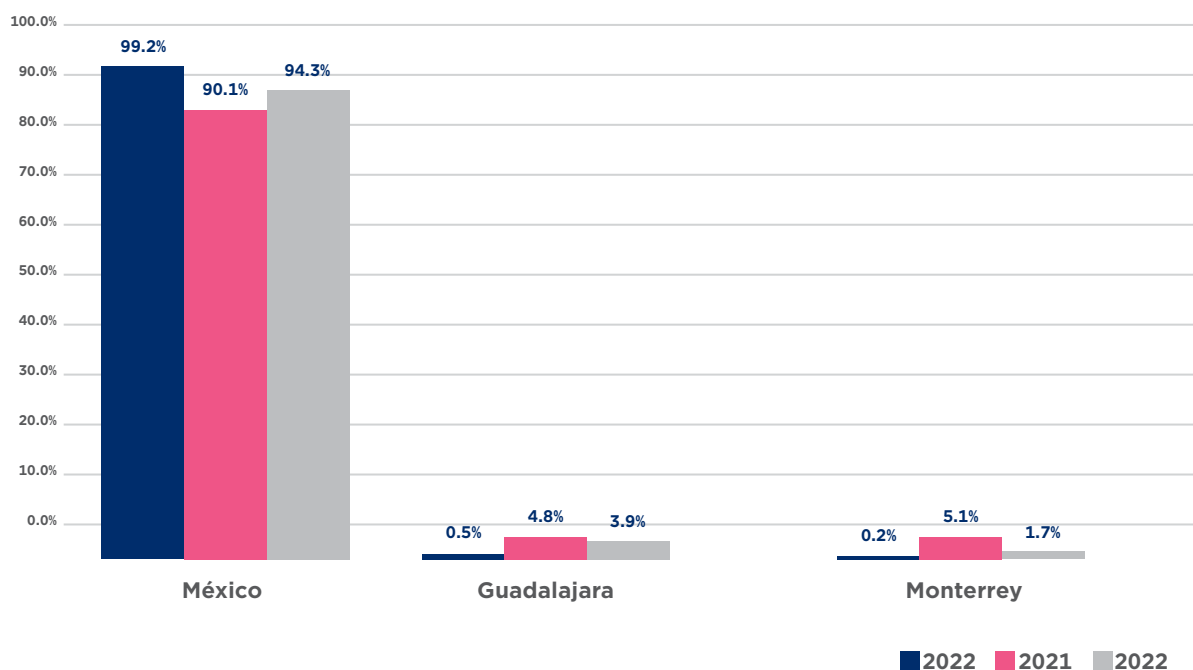
Tipos de Catalogación



Maquila por Región

Para 2022, aumento el porcentaje de Códigos de Barras (GTINs) trabajados en nuestra oficina Centro (CDMX), además de que disminuyó en un 1% lo trabajado en la Oficina Occidente y un 3.5% en la Oficina Norte.

Maquila por Región



SECODAT
valida la Calidad
de la Información
de los productos
que se catalogan en
Syncfonía.

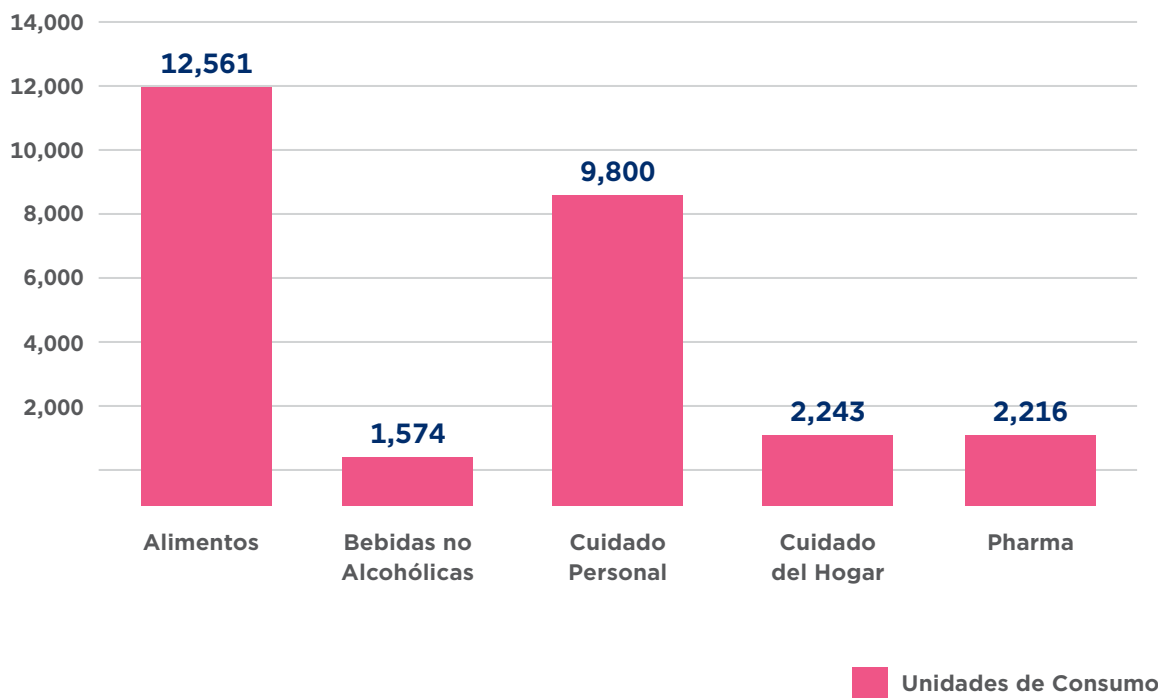
Empresas Atendidas

Durante 2022, se atendieron a 1,435 empresas, con un promedio de 61 productos por compañía, sin embargo, en el top 10 de empresas que más utilizaron los servicios brindados por SECODAT, el promedio de productos maquilados es de 1,550 Códigos de Barras (GTINs) por compañía, lo que implica catalogaciones de nuevos productos y actualizaciones, además de que se asegura que el catálogo cuenta con Calidad de Datos.

Categorías

En SECODAT se maquilan todos los productos sin importar la categoría a la que pertenecen, no obstante, las categorías de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas, Bebidas Alcohólicas, Cuidado Personal, Cuidado del Hogar y Farmacia, son categorías que adicional a su información básica, se captura información detallada. Esto sirve para que el consumidor final pueda tomar una decisión de compra informada a través de la consulta de nuestra app InfoCode.

Categorías en InfoCode



Imágenes

La Calidad de Datos es de suma importancia, ya que con esta se realizan diferentes procesos comerciales y logísticos, tanta en el comercio tradicional como en el ecommerce, pero en las plataformas de comercio electrónico, además de la información, es necesario contar con una imagen que nos ayude a captar la atención de los consumidores; es por ello que las fotografías son fundamentales para la comercialización exitosa de los productos.

En 2022, SECODAT fotografió 40,296 GTINs, lo que se traduce en 250,000 imágenes editadas.



Coordinación de Capacitación

2440 asociados beneficiados de los cursos de capacitación GS1

En 2022, logramos mejoras en 4 aspectos:

1. Superar la meta de 2100 empresas capacitadas en 2021.
2. Incrementar el número de empresas inscritas al Programa de Capacitación Empresarial Online (CEO).
3. Incrementar el número de inscripciones a los cursos de e-learning que se ofrecen a través de CEO.
4. Incrementar el número de cursos disponibles en CEO.



El objetivo de llegar a más empresas, fue mejorar la percepción del costo beneficio de tener una membresía de GS1 México.

A continuación, los datos obtenidos:

Asociados participantes en cursos con capacitador

Indicador	Personas	Empresas únicas
# de Empresas participantes	4717	2355
# de Empresas inscritas a los cursos	230	223

Número de sesiones de capacitación impartidas: 229

Interacciones de Asociados con CEO

Indicador	Personas	Empresas únicas
# de Empresas inscritas a la plataforma	658	247
# de Empresas inscritas a los cursos	124	85

Cursos disponibles en nuestra plataforma de Cursos Online, CEO
(Capacitación Empresarial Online)

Total de inscripciones a cursos: 206



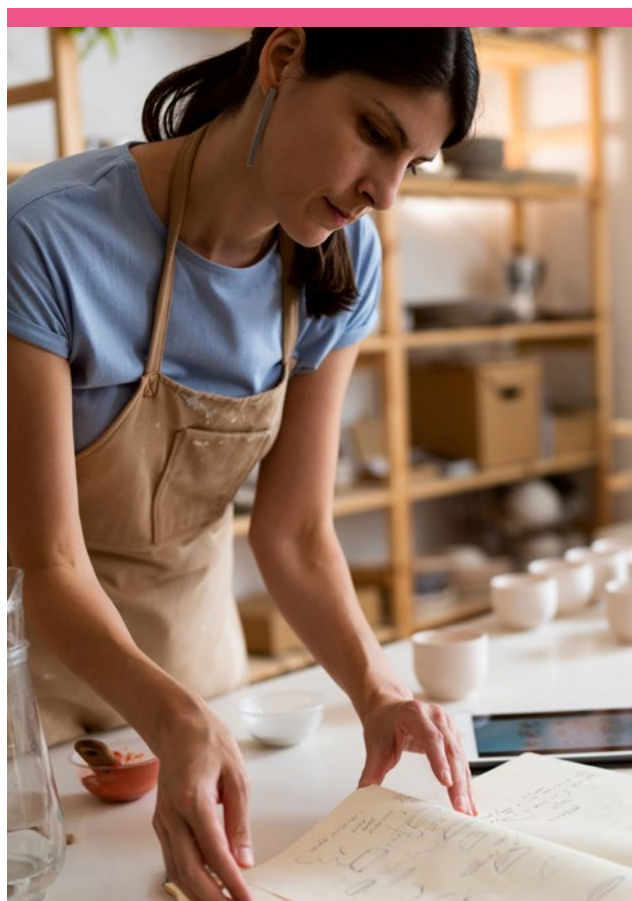
	2022		
	Cursos	Personas	Empresas
E-learning Estándares y Productos GS1			
Estándares GS1	30	36	29
Syncfonía+	68	84	68
EDI y el comercio electrónico	6	6	6
E-learning Formación de negocio			
Plan de negocios	17	21	17
Rentabilidad y estrategia de precios	14	14	14
Registro de marcas	9	10	9
Negociación con cadenas comerciales	12	12	12
Metodologías de Innovación	18	18	18
Ventas On-line	11	11	11
Transformación digital	4	4	4
Atención al cliente y servicio personal	6	6	6
Diseño e innovación de empaques	15	15	15
Control interno y riesgos	12	12	12
Exportación y expansión del negocio	11	11	11
Más allá de la negociación	1	1	1
TOTAL DE CURSOS E-LEARNING	234	261	233
Cursos con capacitador presencial (local)			
Código de barras presencial	1	4	1
Cursos con capacitador virtual			
Código de barras virtual	194	4401	3033
Syncfonía & Calidad de datos	38	484	361
Estándares GS1 (plática)	1	11	0
TOTAL DE CURSOS CON CAPACITADOR	234	4,900	3,395
TOTAL DE CURSOS GLOBAL	468	5,161	3,628

Consolidado de datos de capacitación:

CEO - Programa de Capacitación Empresarial Online

El programa CEO se encuentra dentro de nuestro sistema de gestión de aprendizaje online o LMS (*Learning Management System* por sus siglas en inglés) llamado Totara.

CEO es un espacio de aprendizaje virtual diseñado para que nuestros asociados, configuren el futuro que quieren para su empresa. Al ser GS1 México un espacio de convergencia de empresas con amplio conocimiento, hemos aprovechado para crear cursos e-learning de la más alta calidad desarrollados por especialistas. La oferta se divide en 4 áreas de conocimiento enfocadas en resolver las necesidades de negocio a través de experiencias de aprendizaje de alto valor.



Cartera de cursos e-learning por Área de Conocimiento

Administración y finanzas

- Plan de negocio.
- Rentabilidad y estrategia de precios.
- Control interno y riesgos.
- Prevención y detección de fraudes.

Estándares GS1 y operaciones

- Estándares GS1 (introductorio).
- Syncfonía.
- GS1 El y el comercio electrónico.
- Estándares globales de identificación.
- Registro de marcas.
- Exportación y expansión del negocio.
- Logística y manejo de inventarios.
- Trade Marketing.
- Category Management y posicionamiento de marca.

Ecommerce e innovación

- Metodologías de innovación.
- Ventas online.
- Transformación digital.
- Diseño e innovación de empaques.
- Ecommerce y estrategia digital (Inbound Marketing).

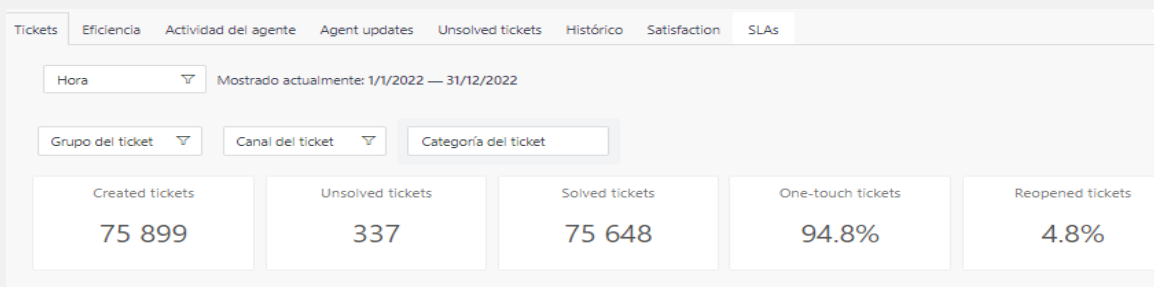
Desarrollo humano

- Atención al cliente y servicio personal.
- Negociación con cadenas comerciales.
- Más allá de la negociación.
- Estrategias de relaciones exitosas con los clientes.
- Liderazgo nivel inicial.
- Liderazgo nivel intermedio.
- Liderazgo nivel experto.

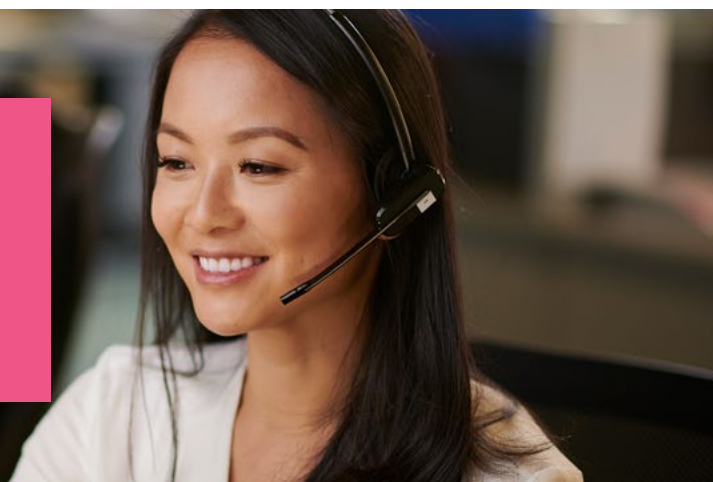
Centro de Atención Empresarial (CAE)

Durante 2022, enfocamos nuestros esfuerzos en la satisfacción y retención de nuestros asociados, logrando, pese a la inestabilidad e incertidumbre de 3 años de pandemia, los siguientes resultados:

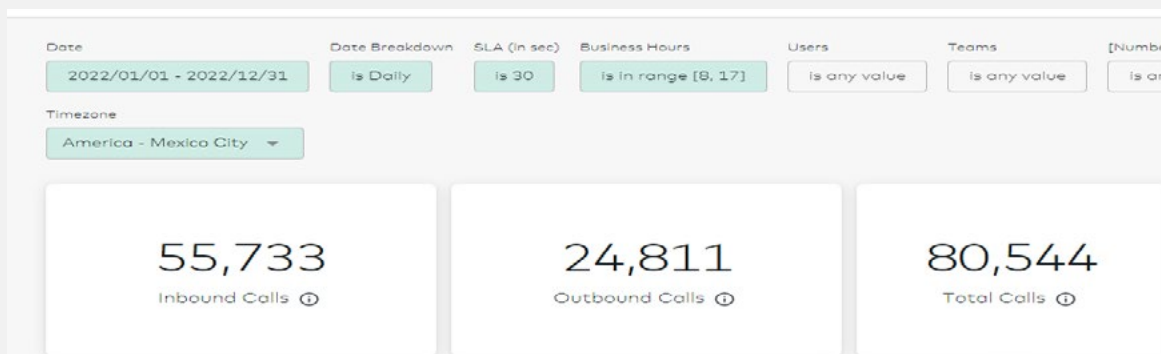
- Atención a 76,000 interacciones por los diferentes canales de contacto con los asociados con una resolución de los temas de 94.8% en un solo contacto, predominando en un 63% el contacto con los asociados por vía telefónica.



En el Centro de Atención Empresarial contamos con un equipo que siempre estará dispuesto a resolver tus dudas y atender tus requerimientos.



- Derivado de las interacciones, se atienden 56,000 llamadas de entrada y 25,000 llamadas de salida para brindar la atención a los requerimientos de nuestros asociados.



- Logramos un nivel de satisfacción de servicio de 92.9% y un nivel de servicio de 79.4% durante el 2022.

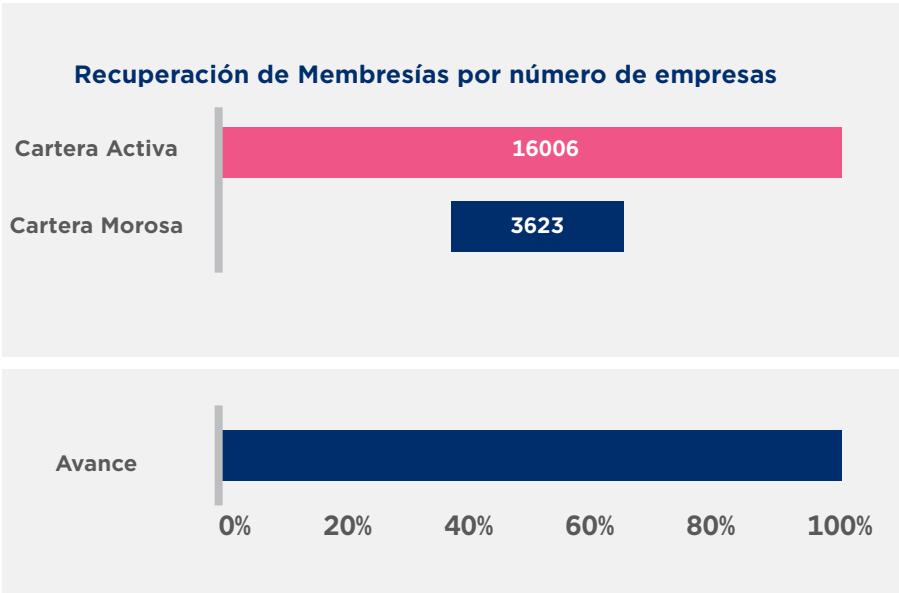
79.4 %
inbound in SLA

Nivel de satisfacción
92.9%
2.0 ▲



Retención

- Reincorporamos a 3,623 empresas y se mantuvieron 16,006 empresas activas en nuestros servicios, obteniendo el 98% de la retención de nuestra cartera.



- Dimos la bienvenida a 4410 nuevas empresas a la comunidad GS1 (inscripciones).
- Se superó el presupuesto en cuanto a ingresos, rebasando la meta con 15% más de lo esperado.
- Se superó el presupuesto en cuanto a ingresos, rebasando la meta con 15% más de lo esperado.

Bienvenidas 4410 nuevas empresas a GS1 México



En GS1 México destacamos la colaboración, apoyo y trabajo en equipo de todas las áreas para brindar diariamente el soporte a nuestros asociados, lo que genera grandes resultados.



Dirección de Tecnologías de Información y Transformación Digital

Migración de HADA y SIRCO a Servidores en la Nube

Durante 2022, se dio continuidad a la disminución gradual del uso de Infraestructura en el Data Center de Naucalpan, para dar mayor uso a servidores en la Nube y blindar la información de millones de productos de nuestros Asociados.

Este proceso de migración de Servidores físicos a Servidores en la Nube, se convirtió en uno de los principales objetivos de la Dirección de Tecnologías de la Información y Transformación Digital en 2022.

El reto no fue menor, porque se trata de dos de los principales componentes del ecosistema digital de GS1 México son las plataformas tecnológicas HADA (Herramienta de Aseguramiento de Datos de SECODAT) y SIRCO (Sistema Integral de Registro de Códigos).

Ambos brindan servicio tanto a nuestros Asociados para la generación de Códigos de Barras para identificar sus productos, como para nuestro Servicio de Comprobación de Datos (SECODAT), donde se brinda el soporte para todo el proceso de aseguramiento de Calidad de Datos de los productos de nuestros Asociados.



Durante 2022 se logró la migración de estas dos plataformas a la nube de AWS de GS1 México, logrando obtener los siguientes beneficios:

- Cómputo elástico para brindar un mejor servicio a más asociados
 - Migración a un motor de base de datos más eficiente que permite un mejor desempeño de las plataformas
 - Mayor disponibilidad de las plataformas
 - Esquemas más robustos de seguridad
 - Analítica avanzada sobre el desempeño de las plataformas para una mejora continua del desempeño
 - Mayor eficiencia en la administración de activos multimedia
-

7 nuevas aplicaciones en la Nube

• **Cómputo elástico** para brindar un mejor Las áreas de Transformación Digital y Plataformas e Infraestructura, trabajaron en conjunto para el desarrollo y habilitación de nuevas aplicaciones que brindan al Asociado de GS1 México nuevos servicios de colaboración con otros actores del ecosistema de GS1, una promoción de servicios más personalizada y nuevas herramientas para hacer más eficiente la operación de áreas internas.



Dichas herramientas fueron:

1. GS1 Data - Comunidad 360
2. Webstore -Comunidad 360
3. Welcome Code
4. API Services (Dynamic QR)
5. Analítica predictiva de cobranza
6. Motor de recomendaciones
7. Fábrica Empresarial

Adecuaciones y mejoras en Plataformas, Productos y Servicios

Dentro del amplio esquema de mejoras y adecuaciones a las plataformas de GS1 México, que se consolidaron durante 2022, podemos mencionar las siguientes:

Mejoras a la app GS1 Mx Móvil. Fase 3

El desarrollo de la app GS1 MX Móvil refleja el compromiso de GS1 México para brindar soluciones que permitan a los Asociados tener acceso a nuevos servicios desde la palma de sus manos.



En 2022, se corrió la tercera fase del roadmap de la app GS1 Móvil, lo que nos permitió agregar funcionalidades innovadoras y de gran valor, alcanzando los siguientes hitos:

1. Habilitación de la versión móvil del Verificador de Códigos de Barras

a. Se trata de una herramienta capaz de evaluar la calidad de lectura de un Código de Barras, con el fin de brindar un primer nivel de certeza a nuestros Asociados, sobre la interpretación correcta en los escáneres en cualquier punto de venta.

2. Códigos QR Dinámicos

a. Esta herramienta permite a nuestros Asociados generar múltiples tipos de Códigos QR Dinámicos en formatos: PDF, vCard, WiFi, página de negocio, eventos, correo electrónico y productos.

3. Control de Acceso a GS1 México

a. Esta herramienta está pensada para agilizar el ingreso de nuestros Asociados y visitantes a las instalaciones de GS1 México, así como notificar a nuestros colaboradores, del correcto ingreso de sus invitados o visitantes.



Migración a CFDI 4.0

Durante 2022 se trabajó en la adecuación de las plataformas internas de GS1 México, para garantizar de forma correcta la emisión y recepción de los documentos CFDI en su nuevo formato 4.0. Con ello, la Asociación lograría empezar a operar bajo este nuevo esquema fiscal, antes de la fecha límite establecida por las autoridades mexicanas.

Este paso, permitió a GS1 México mantener vigentes sus plataformas en términos tecnológicos y de cumplimiento con las obligaciones establecidas.

Migración a Single Sign On

Uno de los grandes retos de GS1 México es contar con plataformas robustas y seguras, por tal motivo, durante 2022 se sentaron las bases para la migración del primer bloque de plataformas hacia un esquema de identificación Single Sign On, mediante la plataforma Auth0.

Con esto, se logrará que tanto nuestros Asociados como Colaboradores de GS1 México, tengan un solo usuario para el uso de las distintas plataformas.

Al utilizar Auth0, se obtienen beneficios en términos de disponibilidad, seguridad y self service de los aplicativos y plataformas de GS1 México.

49 proyectos de mejora continua

Durante 2022 se brindó soporte a diversas plataformas, se trabajó en actualizaciones y renovaciones, en total 26 mejoras generales, y también se desarrollaron hasta 23 proyectos de mejora continua, entre los que se encuentran:

- Nuevas Cartas de Validación
- Migración de API Cadenas a tecnología serverless
- Robustecimiento de la herramienta de control de acceso
- Roadmap mejoras HADA SECODAT
- API para certificación de Calidad de Datos para proveedores
- Integración del sector moda a las plataformas de captura de datos
- Motor de Validación de Reglas GDSN
- Asistente Virtual GS1

Adopción de 5 Funciones clave en el marco de Ciberseguridad NIST

Como parte de la implementación formal de un Sistema de Gestión de Seguridad de Información (SGSI) y del proceso para obtener una Certificación ISO 27001, durante 2022 se logró alinear a GS1 México en las 5 funciones del marco Internacional de Ciberseguridad NIST (Instituto Nacional de Estándares y Tecnología). Dichas funciones que adoptamos en la Asociación son:

- Identificar
- Proteger
- Detectar
- Responder
- Recuperar



Beneficios

El cumplimiento de dichas funciones nos permite garantizar a nuestros Asociados el cumplimiento de mejores prácticas tanto de los Colaboradores GS1, como en temas de Infraestructura Tecnológica y Aplicaciones, de acuerdo a los marcos internacionales en temas de ciberseguridad.

Así, se permitirá incrementar su nivel de confianza sobre el manejo y la privacidad de su información depositada en nuestras plataformas, que está garantizado su resguardo y protección, y que estamos preparados para responder adecuadamente ante cualquier eventualidad en temas de seguridad.



En GS1 México cumplimos con los más altos estándares en materia de ciberseguridad para garantizar la integridad de la información de nuestros asociados.

Roadmap hacia la certificación ISO 27001:2013



Beneficios

Con esta adopción de Mejores Prácticas para la Seguridad de Información, GS1 México logró:

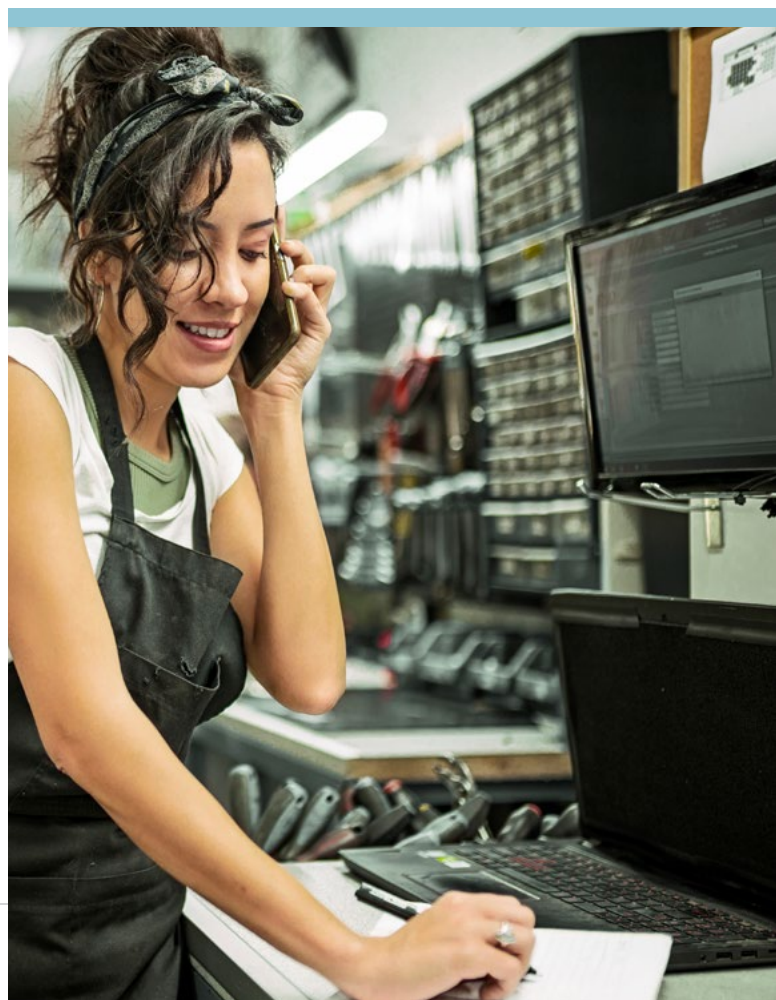
- La actualización de 6 procedimientos de seguridad y Manual de Gobierno de Seguridad de Información.
- Publicación de 3 nuevos procedimientos y 2 Políticas de Seguridad.
- 7 Campañas de concientización y certificación de colaboradores en Seguridad de la Información.
- Campañas mensuales para la concientización en materia de detección de ataques por Phishing.
- Robustecimiento de la seguridad en Infraestructura y Aplicativos locales y Cloud.
- Monitoreo periódico y eliminación de vulnerabilidades críticas en aplicativos.
- Optimización de niveles de monitoreo, SLAs y control de licenciamiento.
- Incremento de niveles de seguridad en equipos de usuarios.
- Habilitación de estrategia redundante de respaldos.
- Actualización inicial del BCP (Business Continuity Plan) y ejecución periódica de DRP (Plan de Recuperación en caso de Desastre).
- Adopción de Plan de tratamiento y mitigación de riesgos.
- Proceso de clasificación y manejo de información.
- Implementación de herramientas de monitoreo y seguridad en Infraestructura en Cloud.

99.93% de Disponibilidad en Plataformas y Aplicativos

Resultado de la mejora en temas de seguridad, tecnología y monitoreo, se logró el 99.93% de disponibilidad de la infraestructura y aplicativos de cara a nuestros asociados y operación de GS1 México.

Esto significa que se garantiza que nuestras plataformas funcionarán correctamente, y brindarán una excelente experiencia al usuario, ya sean nuestros Asociados o nuestros Colaboradores GS1.

Adicionalmente, con la adopción de aplicativos en la Nube de AWS se espera que incremente dicho nivel de disponibilidad.



Beneficios

Lo anterior garantiza, además de incrementar el nivel de disponibilidad, una mayor estabilidad de las plataformas e infraestructura y mejora los niveles de servicio de las áreas operativas de cara al Asociado GS1.



Habilitación de la Plataforma Digital para el Asociado

Este proyecto forma parte de la implementación de los dominios digitales señalados en el Plan Estratégico de GS1 México: 2020-2025, en el cual se comprenden dos objetivos primordiales:

1. Involucramiento de asociados
2. Innovación de productos y servicios.

Transcripción automática de llamadas

Para 2022, se aseguró la habilitación de Jiminny, una herramienta de transcripción automática de llamadas telefónicas, mediante Inteligencia Artificial, con la finalidad de obtener información de las conversaciones entre los Asociados GS1 y los ejecutivos del Centro de Atención Empresarial (CAE).

Esta tecnología se implementó con el propósito de conocer mejor los requerimientos de cada Asociado que nos llama vía telefónica y, así, mejorar el servicio y la atención.

Ese conjunto de beneficios, nos permite compartir conocimiento entre los distintos equipos que interactúan con los Asociados GS1. A esta buena práctica de atención y servicio, se le conoce como “Coaching Digital”.

Transcripción automática de llamadas

La implementación de Zendesk, también contempló la configuración, automatización y habilitación de solicitudes de atención, esto significa que los ejecutivos de las áreas de Vinculación de GS1 México con el Asociado, además del área de Relaciones Institucionales, reciben notificaciones para atender inquietudes de nuestros Asociados.

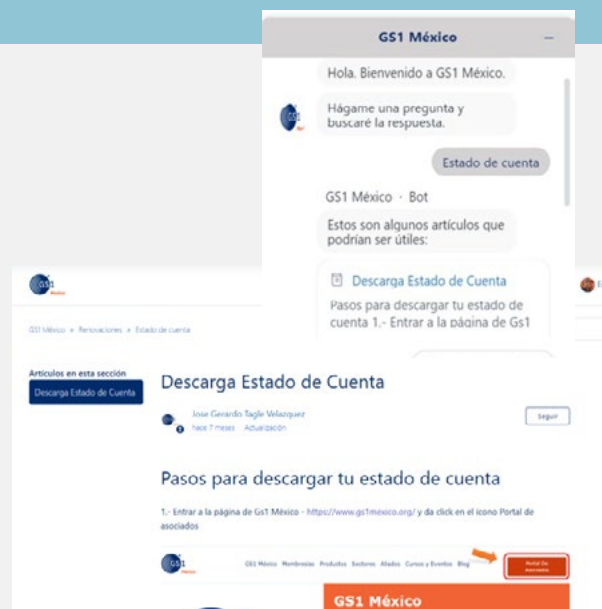
Además de la configuración de Zendesk, se realizó una integración Aircall, otra herramienta que brinda una mayor información de la empresa que está llamando, y analítica de los indicadores sobre el nivel de servicio de las llamadas de los Asociados.

Esta integración permite hacer más eficiente la operación de los ejecutivos de atención, con la finalidad de proporcionar mejor atención al Asociado y mayor valor a los dueños de proceso.

Base de conocimiento y Coaching Digital

Otro hito cubierto durante esta fase de mejoramiento al proyecto de Plataforma Digital para el Asociado, también se reforzó en 2022, la actualización continua de la base de conocimiento de Zendesk, nuestro software de soporte y atención al Asociado, con base al aprendizaje del Coaching Digital, para enriquecer los answer bots y el Centro de Ayuda.

La implementación de los dominios digitales en nuestra estrategia 2020-2025 es clave para digitalizar nuestros servicios e implementar innovación en nuestra atención al asociado.



Imágenes. Habilidad de answer bots en canales de comunicación con el asociado y artículo ejemplo en el centro de ayuda de Zendesk.

Se creó la Comunidad 360 para Asociados GS1

Con el objetivo de crear un espacio virtual para promover la colaboración entre los Asociados GS1, con Proveedores de soluciones y de herramientas tecnológicas, es que se ideó y se creó la Comunidad 360 de GS1 México.

En dicho espacio, se estimó que se podría generar y compartir información de valor para el Asociado y la industria, metodologías y mejores prácticas, por lo que se desarrollaron 3 componentes:

- Foros y Comunidades
- Data GS1
- GS1 Webstore

Foros y Comunidades

Se crearon espacios para que las dudas frecuentes sobre los Estándares GS1, los Beneficios de las Membresías y las Buenas prácticas, fueran compartidas por los Asociados y resueltas no sólo por especialistas de GS1 México, sino por otros Asociados que ya cuenten con la experiencia para respaldar a nuevos.

Data GS1

Aquí, el Asociado puede consultar y descargar estudios y reportes sobre nuestros propios Asociados y las buenas prácticas que les permiten vender más y consolidar sus negocios, como los comportamientos de venta online y del piso de venta.

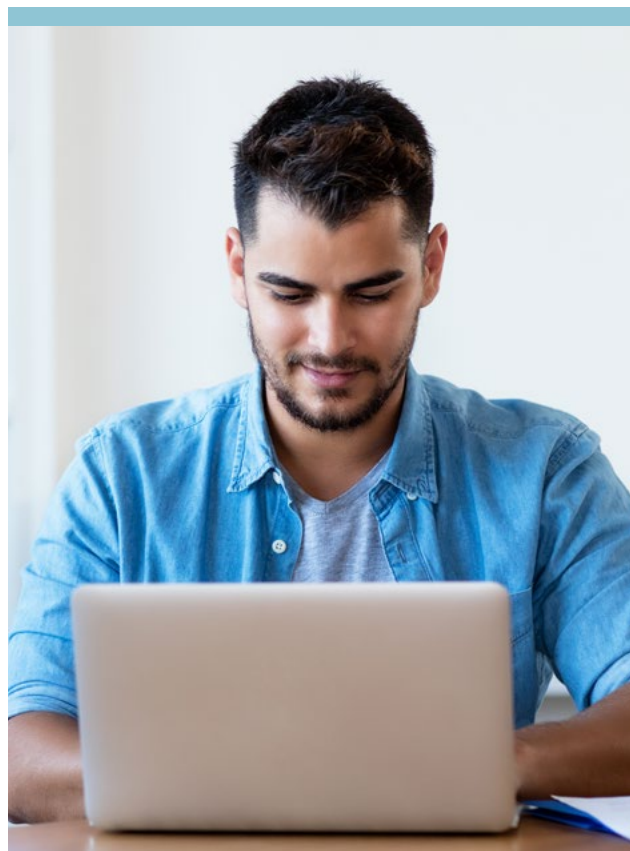
Webstore GS1

Con este buscador de soluciones, el Asociado podría consultar y contactar

a empresas que brindan productos y soluciones tecnológicas que le permitan adoptar mejor los Estándares GS1, con la posibilidad de revisar comentarios de otros usuarios, calificaciones, la experiencia de cada proveedor, sus certificaciones y así, hacer contacto directamente.

En resumen, la Comunidad 360 de GS1 México, representa:

- Un espacio de colaboración entre Asociados para despejar dudas, compartir sus experiencias y buenas prácticas
- Para consultar información generada por la Asociación y la proyección de la industria
- Encontrar asesoría tecnológica para consolidar sus negocios.



Huella Digital y Motor de Recomendaciones para el Asociado

El principal objetivo para la continuación de la Fase 1 del proyecto de Huella Digital, que inició en 2021, fue homologar la información de contactos y empresas de nuestros Asociados GS1, con los mismos términos utilizados en la base de datos que utiliza el área de Estrategia e Investigación.

Ese se convierte en el punto de partida para integrar esos datos homologados, con otros sistemas que proporcionan más información y detalles de las interacciones de los Asociados con nuestras plataformas.

Data Lake, para conocer mejor al Asociado

¿Cómo dar trazabilidad o seguimiento a los pasos del Asociado en su convivencia con los distintos portales y plataformas de GS1 México? Esa pregunta nos llevó a fortalecer al Data Lake de GS1 México, como la solución digital donde se registra la “huella digital” del Asociado.

Esta función se logró al incrementar los campos de información del Asociado como segmentación, tamaño de empresa, región, industria, entre otros. Por otro lado, también se consiguió más información de los Asociados, al empujar nueva data de las empresas que se registran y asisten a los eventos y webinars que organiza GS1 México.

Toda esta nueva data, facilita una mayor analítica sobre el perfil del Asociado y el uso de los productos y servicios de GS1 México.

Esto significa que en tanto se tenga un mayor conocimiento una mejor personalización que puede utilizarse en mejores campañas de marketing, un mejor acercamiento y atención de las áreas de

atención y una mejor recomendación de servicios para que el Asociado perciba un mayor valor por su membresía.

Recomendaciones personalizadas

Impulsar el uso de todos los servicios y beneficios que tienen disponibles los Asociados en sus Membresías GS1, es parte de las iniciativas de la Estrategia Digital de la Asociación; por lo que se habilitó un Motor de Recomendaciones.

Para ello, se tomó como base la nueva analítica de la Huella Digital del Asociado en el Data Lake, la cual se integró con nuevas tecnologías de Inteligencia Artificial y Machine Learning para diseñar el modelo y que aprenda a generar una recomendación personalizada.

Dichas recomendaciones están basadas en el perfil de cada Asociado, los servicios a los que tiene acceso, de acuerdo a la membresía contratada, su historial en el uso de servicios y productos; así como su coincidencia con Asociados similares y su comportamiento, entre otros comportamientos digitales.

Este Motor de Recomendaciones se integra con otros aplicativos de comunicación y de contacto con el Asociado, esto permite que pueda desplegar una recomendación basada en el modelo aprendido, al momento en que el Asociado ingresa al Portal de Asociados.

Esto ayudará al Asociado a conocer servicios que tiene contratados y que no ha utilizado, con el fin de reconocer un mayor valor a sus Membresías.



Analítica Predictiva de cobranza

Alcanzar los objetivos de Renovación de Membresías, es uno de los máximos retos de la Asociación año con año, y para colaborar fuertemente en las metas anuales, el área de Transformación Digital de GS1 México habilitó un portal que calcula y predice el nivel de pago del Asociado para el mes de renovación y los siguientes meses.

Lo llamamos Portal de Analítica de Cobranza, uno de los nuevos aplicativos en 2022 que usa Inteligencia Artificial y Machine Learning.

Se trata de un modelo predictivo que aprende con el uso de información histórica

de los pagos realizados por el Asociado, por concepto de Renovaciones. Esa data la toma directamente del Data Warehouse de GS1 México y, no sólo eso, además considera el comportamiento de empresas de rangos y sectores similares.

Con este nivel de predicción, la información es analizada por los líderes de las áreas de Operaciones para ayudar en la toma de decisiones que contribuyan a hacer más eficiente el proceso de Renovación de Membresías de los Asociados.

Esta plataforma es de uso exclusivamente interno, para colaboradores de GS1 México.

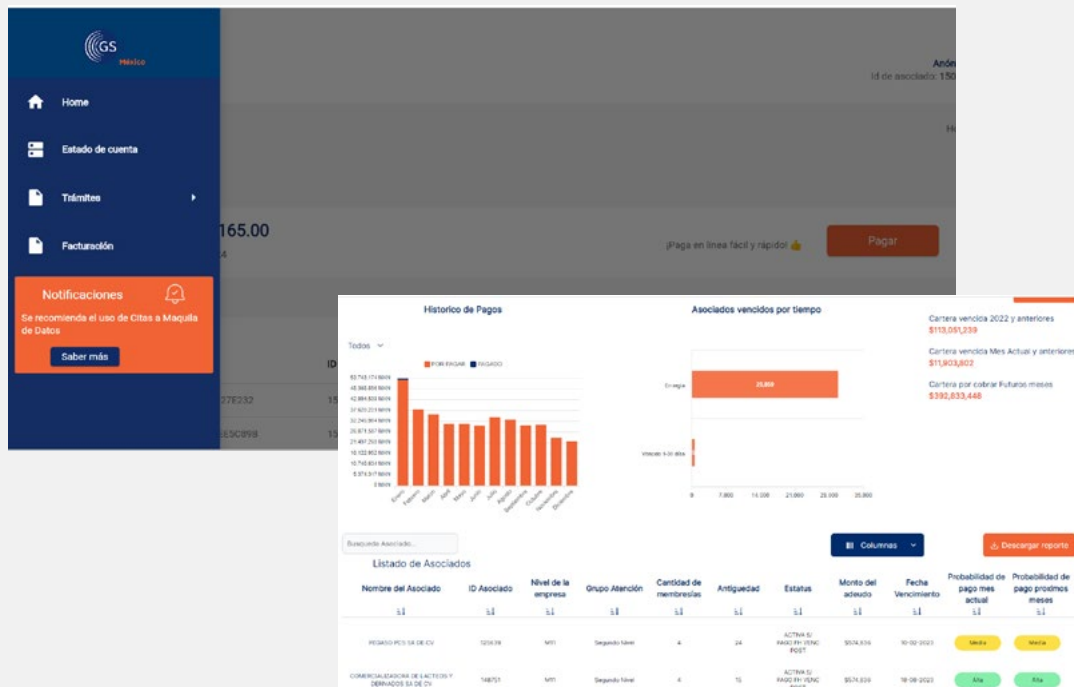


Imagen. El portal de servicio despliega una notificación al Asociado con la recomendación de un nuevo servicio.

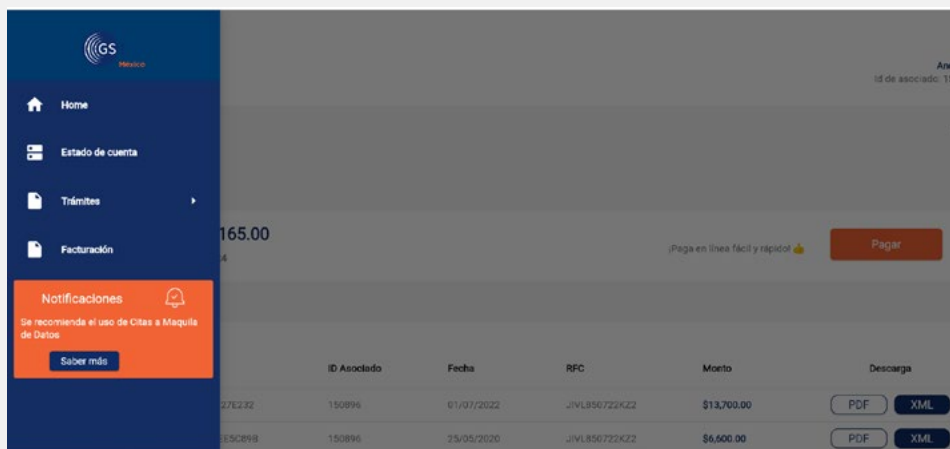


Imagen. El nuevo portal de renovaciones y trámites en su versión web, toma la experiencia del usuario de la app de GS1 móvil. Integra también el motor de recomendaciones.

Nuevo portal de Renovaciones y Trámites para el Asociado

Cada vez toma mayor relevancia la mejorar la experiencia de los Asociados al utilizar las plataformas y aplicativos de GS1 México, por lo que los retos en conjunto entre las áreas de Transformación Digital y Plataformas Tecnológicas son cada vez más ricos y requieren de una colaboración que en 2022 se consolidó para generar una nueva solución web para el Asociado, tomando en cuenta el éxito de la app GS1 móvil.

De esta forma, el aprendizaje en UX (Experiencia del Usuario por sus siglas en inglés) desarrollado en la app de GS1 móvil se lleva directamente a una nueva versión web. Es así, que esta solución permite que el Asociado realice las funciones relacionadas con el pago y renovación de su membresía, descargar su estado de cuenta y factura, de forma más amigable.

En esta nueva plataforma, los Asociados también pueden de realizar 4 trámites:

- Solicitud de un GTIN 8
- Actualización de domicilio fiscal
- Actualización de Razón Social
- Ajuste de rango.

Como valor adicional, en esta nueva aplicación web, se integra el Motor de Recomendaciones, que como ya se comentó anteriormente, ayudará al Asociado a conocer servicios que tiene contratados, pero que no ha utilizado y que le brindarán valor a su negocio.



Dirección de Planeación Estratégica y Finanzas



2022 representó para GS1 México una etapa de madurez, ya que se empezaron a ver los resultados de las iniciativas derivadas de la planeación estratégica 2020-2025, en especial las que se relacionan con el tema de transformación digital para brindar una mejor experiencia y atención al asociado.

Por otra parte, la Asociación ha logrado eficientar y consolidar su estructura organizacional para operar de mejor forma y brindar soluciones centradas en el asociado, lo que nos ha permitido incrementar nuestros niveles de calidad, una de las principales funciones del área de efectividad operativa.

Durante 2022 fortalecimos nuestra área de investigación y robustecimos nuestra oferta de estudios para brindar información de valor a los asociados sobre la industria, las tendencias de consumo y la innovación, entre otros temas, para su correcta toma de decisiones. Sin duda, hacer investigación nos conecta al asociado y a su entorno, lo que nos permite identificar y definir las oportunidades que deriven en mejores productos y servicios.

Respecto a la operación de la estrategia, la Oficina de Proyectos (PMO) es un órgano facilitador, rector y de vigilancia para el logro y avance de las iniciativas de GS1 México, además de dar seguimiento a la ejecución de los proyectos en tiempo y forma. De esta manera, la PMO se ha posicionado como un área impulsora de la innovación y que entrega buenos resultados.

En tiempos de incertidumbre y entornos volátiles, seguirá siendo clave que nuestros productos y servicios se perciban de gran utilidad, y con esto, poder continuar con la asignación de recursos financieros y humanos a cada iniciativa y/o proyecto, dándole un tiempo de maduración para ver resultados, evaluarlos, continuar o corregir su rumbo.

Cabe destacar que la Dirección de Planeación Estratégica y Finanzas es un área de servicios transversal para toda la organización con objetivos y proyectos claros que se pueden ir midiendo. Además, cumplimos el rol de facilitador para avanzar hacia nuestra visión de ser el punto de encuentro más colaborativo, brindar soporte

y dar transparencia a la organización con estrategia, investigación, auditorías internas, continuidad del negocio, proyectos y cumplimiento normativo.

Planeación Estratégica y Efectividad Operativa

En el tema de **Procesos de Calidad y Efectividad Operativa**, implementamos 7 Procesos Estratégicos en 2022 que impactan en la relación y atención con el asociado, la administración del portafolio de productos y servicios, así como su masificación. Esto garantiza la calidad de la información, un servicio de excelencia y atención sobresaliente al asociado.

En octubre 2022, se llevó a cabo el ejercicio anual del **Plan de Recuperación de Desastres (DRP)**, recabando evidencias de su operación, además de actualizarlo a la realidad que dejó la nueva normalidad y proponer mejoras. Su importancia radica en asegurar la recuperación de datos, hardware y software crítico, para asegurar la continuidad del negocio y responder de manera efectiva a contingencias no planificadas como desastres naturales, pandemias, cortes de electricidad, ataques cibernéticos y cualquier otro evento disruptivo.

Utilidad y valor son elementos que definen las inversiones de GS1 México, siempre con el propósito de realizar proyectos que transformen la experiencia del asociado.

El plan de DRP incluye estrategias para minimizar los efectos de un desastre y permitir que GS1 México continúe operando o reanude rápidamente las operaciones críticas de la organización.

También se realizaron 12 indicadores de calidad de datos (DQI) para Maquila Básica con monitoreo; el KPI obtuvo como resultado 98% de DQI en 2022 (+4% arriba de la meta 94%). Además, se incorporó la auditoría de Maquila Detallada, integrando las primeras cinco categorías (Alimentos y Bebidas, Bebidas Alcohólicas, Higiene y Belleza, Cuidado del Hogar y Farmacéuticos).

Como parte de nuestra estrategia 2022, lanzamos la campaña #SERGS1, la estrategia somos todos, que integra tres pilares importantes a integrar a nuestro ADN organizacional:

- **Satisfacción.** Que nuestros asociados estén contentos con nuestra oferta de valor.
- **Expansión.** Incorporar nuevas empresas, nuevos proyectos y lograr el equilibrio financiero.
- **Retención.** Que las empresas captadas continúen con nosotros, renovando su membresía.

En materia de investigación, probamos en GS1 México nuevos enfoques para enriquecer nuestra oferta de estudios para brindar información de valor a los asociados para su toma de decisiones, por lo que, adicional a la realización de la “**5° Edición del Barómetro GS1: Fabricantes PyMEs de la Industria de Consumo**”, decidimos no quedarnos solamente con la perspectiva de las empresas, sino conocer la otra cara de la moneda, al consumidor final.

De esta manera, realizamos la “1° Edición del Estudio de Consciencia de Compra en Piso de Venta” que busca posicionarse como una fuente de información confiable sobre cuáles son los atributos de producto más relevantes para el consumidor mexicano al momento de realizar sus compras, desde sustentabilidad, responsabilidad social, diversidad e inclusión; hasta elementos más tradicionales como precio, calidad, artículo Hecho en México, marca y disponibilidad, entre otros, para apoyar la toma de decisiones de proveedores de la industria de consumo, retailers, mayoristas y marketplaces. Finalmente, realizamos de manera interna nuestro Barómetro de la Innovación Organizacional 2022.

Cabe destacar que se trabajó en conjunto con el área de TI y Transformación Digital para crear GS1 Data, un repositorio digital de todos nuestros estudios para que los asociados los consulten de manera fácil y sencilla, además de estar a disposición de otras audiencias como estudiantes, gobierno y público en general.



Oficina de Proyectos (PMO)

22 proyectos gestionados para ampliar la satisfacción de nuestros asociados con innovación y estándares

La evolución tecnológica está avanzando a grandes pasos, por lo que en 2022, GS1 México se adaptó a la agilidad del entorno al dirigir y gestionar proyectos con la principal función de satisfacer a nuestros asociados.

Para lograrlo, se realizaron lanzamientos innovadores con funcionalidades solicitadas por usuarios internos y externos (fabricantes o cadenas). Como prueba, esta nuestro Catálogo Electrónico Syncfonía, en donde habilitamos una fuente de información confiable al mercado a través de entrevistas con usuarios, analizando su factibilidad y facilitando la automatización de activos digitales, además de nuestra app InfoCode que enriquece la experiencia de compra de los consumidores y mejora los canales de comunicación de las compañías.

Como parte de nuestra filosofía empresarial, buscamos dirigir proyectos sustentables en los que se asegure que los procesos y servicios de GS1 México se darán a nuestros asociados con calidad y altos niveles de servicio.



PROYECTOS 2022

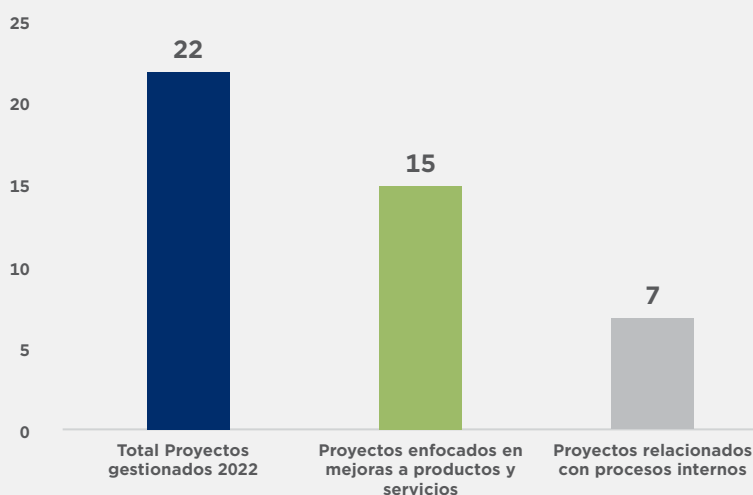


Gráfico. Total de proyectos dirigidos en 2022 (mejora de productos y servicios / procesos internos)

Estandarización en proyectos

El logro de los objetivos de la PMO es el resultado del esfuerzo, planeación y correcta ejecución de los proyectos gestionados con estándares internacionales y buenas prácticas, dando como resultado entregables funcionales para nuestros asociados, además de maximizar la experiencia de usuario en el uso de cada una de las aplicaciones y servicios creados como parte de la mejora continua.

#	Proyectos enfocados en mejoras a productos y servicios	#	Proyectos relacionados con procesos internos
1	INFOCODE	16	Programa de Referidos
2	Syncfonía	17	Sustentabilidad RNR
3	Huella Digital	18	Implementación de Procesos clave
4	GS1 Mx Móvil	19	GS1 Academy
5	GCloud hub / Portal Cloud	20	ISO 27001
6	Fábrica Empresarial	21	Indicadores y Motivos de Abandono de Asociados
7	QR	22	Onboarding
8	Mejoras a Plataformas TI		
9	Plataforma Digital para el Asociado		
10	Photorobot		
11	Foro GS1		
12	GLN		
13	SECODATA		
14	Motor de Conexión personalizada		
15	Cloud		

Tabla. Registro de proyectos 2022



Asuntos Corporativos y Cumplimiento Normativo

Durante 2022, continuamos con la aplicación de acciones para asegurar legalmente el ser y que hacer de la asociación, así como la implementación del plan de Gobierno Corporativo y Compliance.

Cabe destacar que a lo largo del año funcionó de manera correcta el sistema de quejas y denuncias, el cual sirve para registrar, captar, administrar, atender e investigar, de manera segura y confidencial, los comentarios y observaciones de nuestros colaboradores.

En 2022 se resolvieron de manera satisfactoria el 100% de las denuncias

recibidas, en beneficio de nuestro capital humano y el clima organizacional.

A finales de noviembre con la supervisión legal del Coordinador de Órganos de Gobierno, se llevó a cabo la sucesión de la presidencia de GS1 México bajo los lineamientos de Gobierno Corporativo, agradeciendo por su impecable gestión desde 2018 a Hugo Ruiz Murillo, Director de Logística y Servicio al Cliente de Colgate Palmolive y dando paso como nuevo presidente a Jorge Garcés Domínguez, Director Ejecutivo de Super Kompras.



Dirección de Talento y Capital Humano

En 2022, se fortaleció la relación con nuestros asociados, ya que les brindamos ayuda e información sobre cómo mantener y dar continuidad a su negocio, así como consejos para ser eficientes y reducir costos.

Para GS1 México, es clave desarrollar a sus colaboradores para lograr los objetivos y superar los retos que impone el mercado, ya que el capital humano tiene las habilidades y conocimientos necesarios para manejar el cambio continuo que marcan los ciclos y retos de la vida organizacional, así como brindar valor al asociado en cada interacción.

En 2022, se marcó un claro compromiso de GS1 con la Sustentabilidad, siendo un nuevo componente que te integra al ADN de nuestra organización. A continuación, se comparten los datos más relevantes dentro de la Dirección de Talento y Capital Humano:

- Promovimos al 6% de nuestros colaboradores.
- PMC: 1,154 horas de capacitación
- 2,350 horas de capacitación por GS1 Academy presencial (innovación y transformación digital)
- 795 horas de capacitación por e-learning, madurando nuestra plataforma de aprendizaje





Como lo mencionamos anteriormente, en 2022 plantamos la semilla de la Sustentabilidad en GS1 iniciamos con un proyecto en la materia que se apoya en tres pilares:

1.- Medio Ambiente

- Separación de residuos
- Reducción de consumo de electricidad
- Sustitución de pilas por pilas recargables
- Reducción de consumo de agua
- Eliminación de uso de desechables
- Señalización recordando apagar luz, ahorrar agua, cuidar las herramientas de trabajo



2.- Comunidad

- Banco de tapitas
- Huertos urbanos
- Donación de mobiliario-Protección Civil/IMSS
- Acopio y destrucción de medicamento caduco
- Centro de Cirugía Especial de México: para niños con malformaciones y deformidades en situación de pobreza y que puedan recibir la operación que necesitan, donamos el cartón
- Aplicación de vacunas contra influenza 2021-2022
- Asociación Reintegra Programa de prevención de delitos en menores de 18 años
- Fundación mosaico Down-Inclusión de personas con capacidades diferentes

2.1. Comunidad + Educación

- Donación de sillas a escuela primaria Rafael Ramírez y Escuela Primaria Ángel María Garibay
- Pintar la escuela primaria

3.- Educación

- SEDAC- Lucha contra el trabajo infantil de alumnos en los niveles de preescolar y primaria/obligatorio escuela para padres.



Por otra parte, los retos y oportunidades que se vislumbran en 2023 en materia de Capital Humano son:

- Encontrar y mantener al mejor talento.
- Reforzar las estrategias de diversidad, equidad e inclusión
- Seguir invirtiendo en el desarrollo profesional de los colaboradores
- Continuar y fomentar las acciones de sustentabilidad bajo sus tres pilares: Medio ambiente, Comunidad y Educación

Acerca de GS1 México

Somos una Asociación líder en México gracias a que impulsamos nuevas tendencias de negocios que permiten el desarrollo e integración de una empresa al mundo digital. Nuestros servicios, basados en estándares internacionales, brindan información útil, completa y eficiente que mejora el posicionamiento de productos en sus respectivos mercados, y ofrece mayores competencias para participar en el comercio electrónico del país. Nuestra principal actividad es asignar Códigos de Barras para la identificación de tus productos.

GS1 México

Blvd. Toluca No. 46
Col. El Conde
C.P. 53500
Naucalpan, Edo. de México

T 800 504 5400

E info@gs1mexico.org

www.gs1mexico.org



GS1.Mexico



@GS1_Mx



gs1-mexico



GS1Mex



gs1mexico
