

Reporte Anual 2021



Contenido

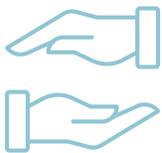
Carta del Presidente de GS1 México	7
Carta del Director General de GS1 México	9
Introducción - 2021: El año de la consolidación de la Transformación Digital	11
Dirección de Desarrollo de Productos y Servicios	14
Más de 200 mil productos disponibles en InfoCode -marcas que conectan-	16
Más de 3 mil 200 fabricantes y 18 cadenas comerciales utilizan el nuevo Syncfonía+	20
Más de 160 organizaciones colaboran para facilitar la implementación del complemento Carta Porte	24
Dirección de Desarrollo de Asociados	29
Vinculación Sector Retail / Manufactura	31
Vinculación Sector Salud	40
Vinculación Sector Primario	44
Vinculación Sector Financiero	47
Vinculación Sector Moda	48
Relaciones institucionales	50
Aliados Estratégicos	55
Gerencia de Marketing y Comunicación	58
- Eventos	59
- Marketing Digital	61
- Campañas de Comunicación y Publicidad	63
- Relaciones Públicas	64

Dirección de Operaciones de Productos y Servicios	66
El Centro de Atención a Empresas (CAE) alcanzó en 2021 un 93.1% de satisfacción del asociado	68
Más de 8 mil asesorías y más de 2 mil empresas capacitadas por nuestras Oficinas Regionales	68
Más de 70 mil productos trabajados en SECODAT	71
Dirección de Tecnologías de la Información y Transformación Digital	78
Proyecto de Seguridad de la Información	79
Adecuaciones y mejoras en Plataformas, Productos y Servicios	81
Nuevas plataformas para el servicio y atención de Asociados	84
Proyectos para la Transformación Digital de GS1 México	88
Dirección de Planeación Estratégica y Finanzas	90
Gerencia de Planeación Estratégica	92
Oficina de Proyectos e Innovación	93
Área de Asuntos Corporativos	94
Subdirección de Talento y Capital Humano	95

El Lenguaje Global de los Negocios



115 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



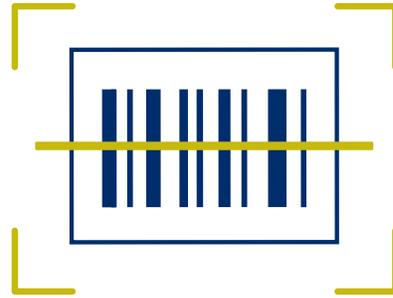
Percederos



Transporte y logística



Industrias técnicas



6 mil millones

de códigos de barras escaneados diariamente



100 millones

de productos llevan códigos de barras GS1



Más de 2 millones

de compañías usan los estándares GS1

Carta de la Presidencia de GS1 México

El empresario, animador y productor de cine estadounidense Walt Disney mencionó que “puedes crear, soñar y diseñar el más hermoso lugar en el mundo, pero necesitas gente para hacer tu sueño realidad”, por lo que cobra gran relevancia fomentar la colaboración entre empresarios, gobierno, academia y sociedad, para desarrollar, en conjunto, mejores negocios que impacten de manera positiva la vida de las personas.

La crisis sanitaria nos ha mostrado que el futuro es un destino incierto y cambiante para todos, tanto para los seres humanos como para las organizaciones. En este sentido, las compañías no pueden permanecer estáticas y necesitan tomar decisiones ágiles basadas en información confiable para llevar sus negocios a buen puerto, así como conocer qué tendencias están revolucionando sus industrias y los hábitos del consumidor a nivel mundial.

Nadie pensó que la contingencia por COVID-19 redefiniría los modelos del negocio de diferentes sectores ya que, al ser una enfermedad endémica, las compañías y consumidores tendrán que aprender a vivir con ella.

Seguridad, bienestar, conveniencia, autenticidad, novedad e inmediatez son atributos que los clientes estarán demandando de manera proactiva en su experiencia de compra, ya sea en el punto de venta físico o en el espacio digital.

Ante este escenario, las organizaciones más innovadoras del retail, manufactura, cuidado de la salud, banca y finanzas, agroindustria y moda, entre otras, conjugan tecnología, estándares de comercio electrónico y mejores prácticas para rediseñar sus estrategias de negocio, ofrecer nuevas experiencias de compra y aumentar la lealtad de los consumidores.

Paso a paso tecnologías exponenciales como la inteligencia artificial (IA), el internet de las cosas (IoT), la robótica, la analítica, el big data, el blockchain y las experiencias inmersivas -realidad virtual y realidad aumentada- integran las tiendas del futuro y los puntos de venta del no muy lejano metaverso. Además, el ecommerce, las

redes sociales y las aplicaciones móviles seguirán digitalizando la forma de comprar e interactuar de los consumidores.

En este contexto, en GS1 México ponemos a nuestros asociados en el centro de la estrategia, con el objetivo de apoyarlos en su profesionalización y masificación de estándares como el Código de Barras, el Catálogo Electrónico Syncfonía®, la Calidad de Datos, la Trazabilidad y el Mensaje Electrónico del complemento Carta Porte, entre otros, para mejorar la comunicación comercial, facilitar la colaboración e integrar la innovación en el ADN de las organizaciones.

Durante 2021, hemos continuado con la implementación de nuestra estrategia 2020-2025, con proyectos e iniciativas que posicionaron a GS1 México como líder en transformación digital, facilitador de comercio omnicanal y disruptor del ecommerce.

Hoy somos el punto de colaboración donde las organizaciones de distintas industrias encuentran soluciones innovadoras para impulsar su desarrollo, resolver sus problemáticas y hacer que sus procesos comerciales se lleven a cabo de manera más simple y sin roce alguno.

Por otra parte, hemos logrado que nuestra misión, visión y ambición digital se vean reflejados de manera clara en cada uno de nuestros proyectos, procesos internos, productos, servicios y relación con los asociados.

Sin duda, el escenario posCOVID y los retos en materia económica, social, logística y de transformación digital que presenta la nueva normalidad, ayudará a las organizaciones a impulsar su lado disruptivo y resolver las

problemáticas que nos presenta este nuevo entorno dinámico y omnicanal.

El empresario, animador y productor de cine estadounidense Walt Disney mencionó que *“puedes crear, soñar y diseñar el más hermoso lugar en el mundo, pero necesitas gente para hacer tu sueño realidad”*, por lo que cobra gran relevancia fomentar la colaboración entre empresarios, gobierno, academia y sociedad, para desarrollar, en conjunto, mejores negocios que impacten de manera positiva la vida de las personas.

De cara a la nueva normalidad, GS1 México refuerza su compromiso de establecerse como el punto de encuentro más colaborativo, donde la tecnología, estándares de comercio electrónico y mejores prácticas convergen para profesionalizar a las empresas y permitirles hablar el lenguaje global de los negocios.



Hugo Ruiz Murillo

Presidente de GS1 México

Carta de la Dirección General de GS1 México

Durante 2021 las compañías en México iniciaron la digitalización en sus operaciones, ventas online y estrategias de marketing, además de aplicar los aprendizajes que dejaron la crisis sanitaria por COVID-19, el confinamiento y las restricciones comerciales a sus estrategias de logística, distribución y entrega de última milla.

Este escenario dejó una base firme para que el 2022 se visualice por parte de la industria como el año de la evolución, transformación y superación empresarial, ya que las compañías consideran estar en un periodo de estabilización a una vida con COVID-19 y simplemente se aprenderá a vivir con el virus, además de que no tienen miedo de volver a la dinámica de vida y trabajo anterior.

Bajo esa perspectiva empresarial, sin duda la resiliencia, agilidad y respuesta al cambio por parte de las organizaciones hizo la diferencia entre permanecer, evolucionar o cerrar los negocios en la nueva normalidad.

La consolidación del *ecommerce*, la omnicanalidad, la aparición de *dark stores*, el desarrollo de apps y el uso intensivo de internet para evitar la afluencia de consumidores potenciales en las tiendas físicas, así como distintas opciones para recoger sus compras como *pick up in store*, *drive-thru*, *click and collect* y los novedosos *smart store kiosk*, fueron formas en que se digitalizó la relación marca-consumidor.

En este contexto vertiginoso y cambiante, GS1 México también cambia y estamos en proceso de establecernos como el referente de la transformación digital de los procesos de negocios en México; ya que esa misma digitalización se consolida en nuestra estructura y organización, lo que facilitará otorgar atención y servicios al asociado de

manera 360° en un entorno híbrido, donde converge el mundo físico y el espacio digital.

2021 se estableció como el año de la consolidación de la estructura y operación de GS1 México de cara al cumplimiento de la estrategia 2020-2025, donde tener la habilidad de aprender, comprender, desaprender y reaprender como organización hizo la diferencia para sortear los retos de la nueva normalidad; además de integrar en el ADN de cada colaborador (el activo que marca la diferencia en nuestra organización) los pilares de innovación, proyectos, estándares y transformación digital que fundamentan nuestra estrategia.

Esta visión organizacional, permitió fortalecer nuestras operaciones y realizar **39** proyectos, así como apoyar la profesionalización de nuestros asociados, dar continuidad a sus operaciones y ampliar sus oportunidades de negocio al capacitarlos y orientarlos hacia la conquista de las cadenas comerciales, marketplaces y mercados de exportación.

Por otra parte, 2021 marcó un hito en la vida de GS1 México, ya que se cumplieron 35 años de la llegada del Código de Barras a nuestro país, el estándar más usado en el mundo formado por números y líneas blancas y negras de distinto grosor para identificar de manera única e irrepetible a las mercancías que se comercializan en el mercado formal. En pocas palabras, es la identidad y la huella digital de tu producto.

Hoy sería casi imposible pensar que un producto en el anaquel de una tienda comercial no cuente con un Código de Barras en su empaque, además de que se convirtió en un requisito indispensable para vender en las principales cadenas

comerciales, tiendas departamentales, tiendas de conveniencia, clubes de precios, entre otros formatos del retail, así como sitios de e-commerce y marketplaces.

El Código de Barras GS1 se ha establecido como sinónimo de credibilidad, profesionalismo y seguridad en los productos; tan sólo en 2021 más de 4,500 empresas solicitaron un Código GS1, adicionalmente a códigos lineales y bidimensionales (datamatrix y QR). Los servicios en temas logísticos, transporte, moda, financieros, entretenimiento y cuidado de la salud, fueron punta de lanza en nuestra oferta de valor agregado al asociado.

Por otra parte, lanzamientos como la nueva versión de la app InfoCode -marcas que conectan-, nuestro Catálogo Electrónico Sincfonía+ y la solución Desabasto Cero con Inteligencia Artificial (IA), así como nuestra ardua labor para la creación del estándar de mensaje electrónico para facilitar la comunicación e implementación del complemento Carta Porte, nos establecen como un organismo innovador y enfocado en las tendencias que revolucionan los negocios en México y el mundo.

Además, continuamos con el fortalecimiento de iniciativas como Fábrica de Negocio -la incubadora de retail más grande Latinoamérica- el Programa de Profesionalización de Empresas, Foros de Desarrollo Empresarial y el programa de capacitación vía webinars, esfuerzos que permiten

Sin duda la resiliencia, agilidad y respuesta al cambio por parte de las organizaciones hizo la diferencia entre permanecer, evolucionar o cerrar los negocios en la nueva normalidad.

profesionalizar a nuestros asociados en su camino para comercializar sus productos de manera exitosa en las cadenas comerciales y marketplaces.

En 2021, llevamos nuestras soluciones más allá del retail, siendo los sectores de cuidado de la salud, primario y moda, los que comenzaron a ver, a través de casos de estudio, eventos de la industria y colaboración con actores clave, el poder transformador de implementar en su operación de los estándares GS1 como el Código de Barras, el Catálogo Electrónico Sincfonía+ y la Trazabilidad.

La colaboración con organismos empresariales como la Asociación Nacional De Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), #SoyLogístico Asociación, Consejo Nacional de Ejecutivos en Logística y Cadena de Suministro (CONALOG), así como con distintos actores del sector público, Secretaria de Economía (SE), Dirección General de Normas (DGN), Servicio de Administración Tributaria (SAT) hicieron la diferencia para impulsar el uso de estándares y mejores prácticas en los negocios.

Henry Ford fue muy preciso con su frase *“llegar juntos es el principio; mantenerse juntos es el progreso; trabajar juntos es el éxito”*, por lo que estamos convencidos que la colaboración es el camino a seguir para afrontar las crisis, salir adelante ante cualquier contingencia y trascender. Hoy estamos listos en GS1 México para dar el paso hacia la siguiente disrupción del comercio omnicanal y el ecommerce.



Juan Carlos Molina

Director General de GS1 México

2021: El año de la consolidación de la Transformación Digital

Al vivir en un mundo en constante cambio, la transformación digital se posicionó en 2021 como la respuesta para revolucionar a las organizaciones y modificar sus modelos de negocio. No importa la contingencia sanitaria o crisis económica, la digitalización ha mostrado ser una solución confiable para darle continuidad a los negocios, ayudar a las compañías a tomar mejores decisiones, eficientar sus procesos y responder de manera ágil a los retos que impone el mercado.

En la nueva normalidad, las estrategias de transformación digital toman gran importancia en el mundo empresarial y se convierten en parte esencial de su estrategia de negocio a corto plazo. La digitalización se traduce en reinventarse y utilizar nuevas tecnologías, no solamente a nivel técnico, sino en la forma de operar, revisar procesos, innovar y preparar a las personas para adaptarse y ser resilientes.

Datos de la consultora IDC destacan que el gasto mundial en transformación digital alcanzará los 1.97 mil millones de dólares en 2022, ya que los ejecutivos reconocen que apostar por la digitalización es una inversión clave para el desarrollo del negocio. Como ejemplos de esta digitalización, el teletrabajo, la banca electrónica, la omnicanalidad, el metaverso, experiencias

inmersivas, la consolidación del ecommerce, la telemedicina y la economía colaborativa, entre otros, seguirán tomando protagonismo en el futuro próximo.

Si bien el proceso de digitalización es diferente según los desafíos y objetivos de cada organización, dentro de sus beneficios se encuentran: mejorar la experiencia del cliente; alcanzar la agilidad operacional; transformar la cultura organizacional y permear el liderazgo; habilitar y desarrollar a la fuerza laboral; así como digitalizar los procesos e integrar la tecnología en cada área de la compañía.

Por otra parte, estos dos últimos años de confinamiento y restricciones sociales, modificaron los hábitos de compra del consumidor y su estilo de vida, además de transformar la forma en que se divierten, aprenden, trabajan e informan, entre otras actividades. Esta situación obligó a las compañías a cambiar sus estrategias para conectar con sus clientes, ganar su confianza, llevar su relación del mundo físico al espacio digital, así como ofrecer una satisfactoria y relevante experiencia de compra.

En este contexto, en GS1 México estamos conscientes de que no estamos en una era de cambios, sino en un cambio de era caracterizado por la digitalización de

prácticamente todo lo que nos rodea. La transformación digital no conoce fronteras ni sectores, lo que ha puesto a nuestros asociados en el centro de nuestra estrategia, donde la innovación, proyectos y estándares que impulsamos les permitirán profesionalizar su empresa y llevarla al siguiente nivel.

Sin duda, impulsar en la nueva normalidad la colaboración híbrida -física y presencial- entre nuestros colaboradores, asociados, iniciativa privada, sector público y academia, nos permitirá llegar más lejos, sobreponernos a las adversidades, crear mejores negocios y mejorar la vida de las personas.

El poeta, orador y sacerdote inglés George Herbert mencionó que: *“¿Por qué se ha de temer a los cambios? Toda la vida es un cambio”*. Bajo esta reflexión, te invitamos a leer nuestro Reporte Anual 2021 y descubre cómo la innovación y transformación digital permeó en nuestra organización a lo largo del año, lo que permitió adaptarnos a la era posCOVID-19 y ser resilientes para ofrecer mejores soluciones que les permitan a nuestros asociados hablar el lenguaje global de los negocios.



Nuestro
año en
revisión



Dirección de Desarrollo de Productos y Servicios

Nuestra filosofía de innovación, la vocación de desarrollar proyectos y estándares, así como la pasión por resolver las problemáticas de nuestros asociados, se materializa a través de las soluciones de valor que construye, mantiene y fortalece la Dirección de Desarrollo de Productos y Servicios.



Anteriormente, nuestro enfoque estaba centrado en los estándares, pero en 2021 evolucionamos hacia una estrategia dirigida hacia el servicio al asociado, por lo que la Asamblea de GS1 México pidió cambiar la forma de realizar proyectos gigantescos anuales a liberar productos y servicios mínimos viables (MVP), así como sus mejoras, de manera frecuente, lo que permitirá que seamos una organización ágil.

En este contexto, se establecieron en el área seis líderes de producto (Syncfonía, InfoCode, Mensajes Electrónicos (EDI), Trazabilidad, Código de Barras / Código LEI y Desabasto Cero) con la facultad de tomar decisiones y asumir su responsabilidad, así como implementar metodologías ágiles y construir una base sólida que se mantenga en el tiempo para robustecer nuestras soluciones.

Por ejemplo, esta estrategia permitió en nueve meses, realizar la migración de nuestro Catálogo Electrónico anterior a la nueva versión de Syncfonía+ bajo la metodología Scrum, a la par de hacer diversas mejoras y detectar qué partes de la operación fallaban para solucionarlas. Otro

referente fue el cambio de infraestructura que soportaba nuestra app InfoCode, ya que llevaba cuatro años de desarrollos, pero rehacer la base tecnológica soportada en el marco ágil de Kanban nos llevó aproximadamente seis meses.

Estos proyectos se realizaron en menos tiempo que sus antecesores, pero más allá de la rapidez con la que se ejecutaron, el propósito fue contar con una base tecnológica que nos permitiera escalar nuestras soluciones sin tenerlas que cambiar en caso de realizar un pivoteo (cambio radical en el modelo de negocio para centrarse en una oportunidad de mercado diferente) o modificar la estrategia.

Además, realizamos en 2021 *demos* para hacer visible los avances del proyecto y proporcionar una experiencia a la Asamblea y usuarios de GS1 México, previo a entregar la versión final e ir avanzando hacia su término.

A continuación, te presentamos los resultados de los principales proyectos que realizó la Dirección de Desarrollo de Productos y Servicios en conjunto con las diferentes áreas de GS1 México.

Más de 200 mil productos disponibles en InfoCode -marcas que conectan-

2021 fue un año donde empresas y consumidores siguieron adaptándose a las restricciones y cambios que presentó la nueva normalidad, donde la digitalización y el incrementó en el uso de dispositivos móviles y apps durante la pandemia por COVID-19 fue la constante para comprar, pedir alimentos, entretenerse e informarse, entre otras actividades.

Según el reporte **The State of App Marketing Latin America 2021**, realizado por la compañía AppsFlyer, durante el primer trimestre del 2021 se realizaron 1,240 millones de descargas en México, lo que colocó al país como principal mercado de aplicaciones móviles en Latinoamérica, lo que muestra el avance y uso de apps en el estilo de vida de los mexicanos.

En este contexto, GS1 México lanzó la nueva versión de la aplicación móvil InfoCode -marcas que conectan- con el objetivo de brindar información confiable a los consumidores, así como proveer de una plataforma digital a las PyMEs y Corporativos para elevar la experiencia de usuario de sus clientes.

InfoCode -disponible para iOS y Android- se descargó más de 20 mil veces durante 2021 y permitió a los consumidores conocer más información sobre sus productos favoritos con solo escanear su Código de Barras, además de que las compañías lograron reforzar su marca, tener una relación más cercana con sus clientes y mostrar información que no se ve en sus empaques como certificaciones y normativas que cumplen.

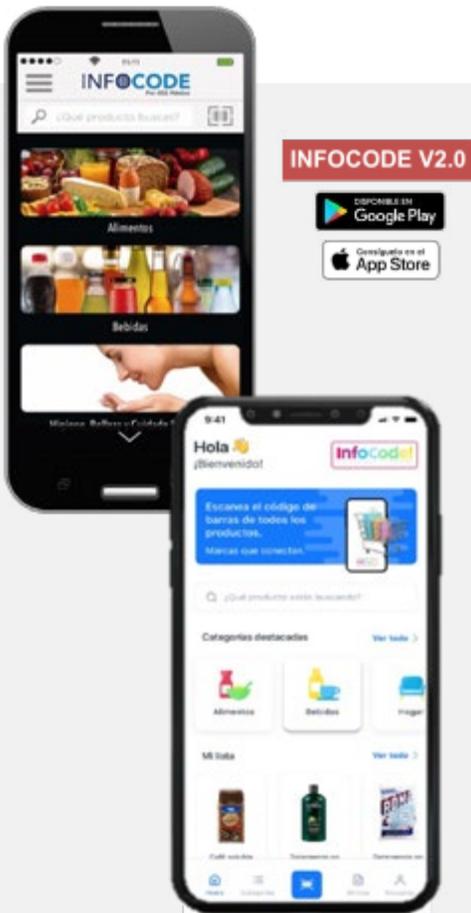
Actualmente, InfoCode cuenta con más de 200 mil productos disponibles de categorías como alimentos y bebidas, higiene y belleza, cuidado del hogar y bebidas alcohólicas, por resaltar aquellas que cuentan con mayor detalle de información. Cabe señalar que todas las marcas pueden participar y subir sus productos a la app de manera gratuita.

Por otra parte, destacó la activa y comprometida participación de compañías como Grupo Bimbo, Grupo Lala y Colgate Palmolive, así como la colaboración de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) en los comités y grupos de trabajo realizados durante 2021; lo que permitió evaluar, monitorear y dar seguimiento al desarrollo del proyecto, ejecución, cambios y mejoras implementadas.

Cabe destacar que, en la parte final del año, GS1 México realizó una campaña con influencers de distintas industrias como Dominika Paleta, José Antonio Pontón, Omar Sandoval, Miguel Conde y Daniel Cortés, los cuales a

través de sus redes sociales -Instagram y Facebook- realizaron lives donde explicaron las funcionalidades de InfoCode y de qué manera la integran a su trabajo y estilo de vida, desde un ángulo gastronómico y tecnológico, hasta un tema de cuidado de la salud, ejercicio y familiar.

Finalmente, la campaña concluyó con un evento virtual donde se premió a la PyME creadora y comercializadora de La Gorditera, un electrodoméstico para elaborar gorditas, hot cakes y galletas, entre otros alimentos, la cual obtuvo una pauta publicitaria en redes sociales a nivel nacional durante 15 días y la producción de un comercial de su producto con base en InfoCode.



2021: La nueva cara de InfoCode

Como parte de la evolución de InfoCode, impulsar su utilización para conocer información confiable de los productos y mejorar la experiencia de los usuarios, se le dio un nuevo rostro al rediseñar la imagen e interfaz de usuario de la app, además de fortalecer su plataforma y los motores de datos que alimentan la aplicación.

Nuevas funcionalidades

Con el crecimiento de las plataformas de ecommerce y la transformación digital, InfoCode busca otorgarle al consumidor información confiable, más allá del empaque, para empoderarlo y ayudarlo en su toma de decisiones de compra, por lo que se implementaron las siguientes funcionalidades:

Información nutrimental adicional a lo que marca la NOM-051

Esta funcionalidad ayuda a los consumidores a conocer y entender mejor el aporte nutrimental de cada producto sin tener que hacer cálculos y conversiones basados en la normativa, la cual especifica que las declaraciones deben ser en porciones de 100g o 100 ml (dependiendo del producto en cuestión).



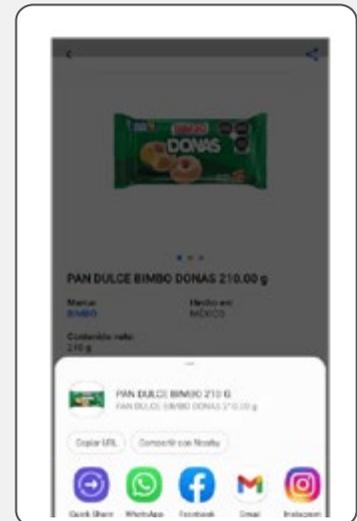
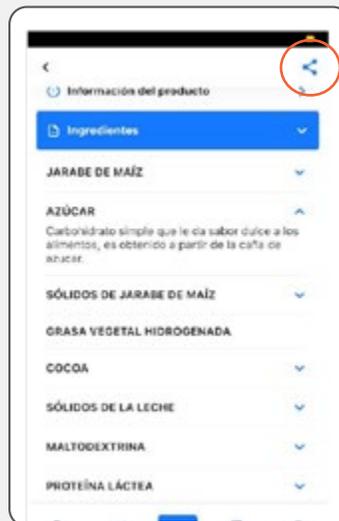
Detalle de ingredientes

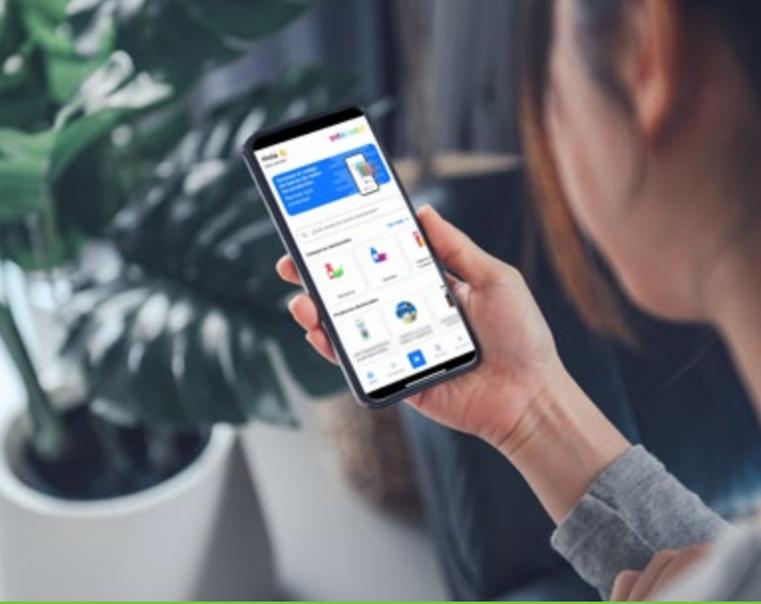


Además de conocer qué cantidades de nutrientes corresponden a la porción consumida, InfoCode permite al usuario conocer a detalle la descripción de los ingredientes y no solo el nombre como se ve en los empaques.

Compartir

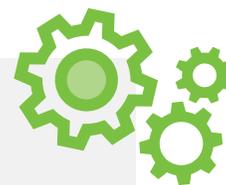
Ahora los usuarios podrán compartir o recomendar sus productos favoritos con sus contactos de las distintas aplicaciones de mensajería.





Mejor Performance

La experiencia del usuario no solo está determinada por la vista y el diseño de los gráficos dentro del app, sino por la navegación y respuesta al momento de hacer una consulta o visualizar una imagen. A continuación, se presentan los cambios estructurales realizados en los sistemas que conforman el backend de InfoCode:



1. Número de usuarios por minuto (conurrencia)
2. Antes: 50 usuarios (sin soporte de escalado)
3. Hoy: 400 usuarios base (con capacidad de auto-escalado)
4. Tiempo promedio de cómputo en login / consulta de productos
5. Antes: 45,000 milisegundos
6. Hoy: 714 milisegundos
7. Capacidades de escalado y optimización de escalado de infraestructura
8. Antes: Escalamiento vertical y manual
9. Hoy: Escalamiento horizontal y automatizado
10. Peticiones perdidas con usuarios concurrentes
11. Antes: Más de 100 usuarios, pérdida del 99.99375%
12. Hoy: Más de 100 usuarios, pérdida del 0.00000%
13. Optimización de mantenimiento para aplicación móvil
14. Antes: 2 bases de código fuente que mantener
15. Hoy: 1 base de código, lo que redujo en 50% los esfuerzos de mantenimiento
16. Caché de contenido multimedia para eficiencia en tiempos de respuesta, costos y transferencia de datos
17. Antes: 0%
18. Hoy: 100%

Más de 3 mil 200 fabricantes y 18 cadenas comerciales utilizan el nuevo Syncfonía+

2021 fue retador para GS1 México, ya que capitalizó su experiencia de más de 20 años en materia de catalogación y sincronización de información para realizar, en el último trimestre del año, la migración al Catálogo Electrónico Syncfonía+, una herramienta robusta y escalable que incorpora información confiable del ciclo de vida de los productos, desde el registro del Código de Barras hasta su versión madura omnicanal.

Por otra parte, Syncfonía+ proporciona una inigualable capa de productos útiles para retailers, etailers y marketplaces a través de métodos simplificados para su consumo y un amplio surtido de productos con distintos niveles de contenido escalables y visibles.

El Catálogo Electrónico Syncfonía+ permite:

- La búsqueda de productos
- Enriquecimiento de información de mercancías
- Datos omnicanales
- Sindicación de contenido (modo PUSH)
- Disminución de hasta 60% en tiempos de alta o catalogación de productos
- Comparativa de artículos
- Descargas y actualizaciones masivas de productos
- Personalización del modelo de datos
- Medición de content health por cadena
- Monitoreo de calidad de datos
- Flexibilidad de implementación para cadenas
- Visualizar los productos cargados en nuestra app InfoCode
- Visibilidad de calidad y cantidad de contenido personalizado por cadena
- Activos digitales integrados en una sola plataforma que soporta documentos y videos

Como parte de los problemas de negocio que resuelve Syncfonía+ se encuentran la definición de reglas de negocio, depuración del catálogo, realización de contenidos para ecommerce, depuración de productos descontinuados, generación de datos personalizados y visibilidad del ciclo de vida de las mercancías, así como el establecimiento y cumplimiento de KPIs.

Escalabilidad es uno de los atributos que define a la nueva herramienta, ya que permite la catalogación de contenido omnicanal y personalizable según las necesidades del canal, formato y estrategia de cada usuario, además de crear un gemelo digital de los productos con información básica, dirigida a cadenas comerciales o enriquecida para ecommerce.

Syncfonía+ ofrece:

Gestión de Activos Digitales (DAM)

- Sincronización de activos digitales (vídeos, imágenes, archivos)
- Personalización y validación de activos digitales (requerimientos específicos de distintas cadenas)
- Sindicación de contenido

Administración de Información de Producto (PIM)

- Medición y monitoreo de productos según reglas de negocio (data health, completeness, quality, etc.)
- Validación de contenido según las reglas de los receptores de datos
- Versionamiento de producto (in&out, variantes de producto)

Análisis de Datos (BI)

- Personalización de reportes (logística, ecommerce, cadenas, etc.)
- Búsqueda de productos con determinados atributos y valores
- Monitoreo de cumplimiento por proveedor



Sin duda Syncfonía+ contribuirá a la omnicanalidad, porque su información en fotos, videos y datos, estará destinada a todos los canales de venta físicos y digitales de fabricantes y compradores.

Implementación con minoristas

Actualmente, el equipo de GS1 México apoya a las cadenas usuarias en la conexión a la nueva interfaz de programación de aplicación de catálogo (API Cadenas) para obtener los beneficios de negocio disponibles con la nueva tecnología de Syncfonía+. En particular, GS1 México tiene planes de trabajo específicos con HEB, Woolworth, Sahuayo, Elektra y Coppel.

Global Data Synchronization Network (GDSN)

Desde su implementación, Syncfonía+ valida y publica una media de 12 mil productos mensualmente, mismos que son sincronizados con cadenas como Walmart, Sam's Club México, Mercado Libre y Costco Wholesale, entre otras.

En el tema de comunicación y capacitación se realizaron las siguientes actividades:

Evento de lanzamiento en vivo / on demand en noviembre 2021 con más de 700 empresas conectadas, donde se destacó el propósito de brindar una herramienta a nuestros asociados que permita mejoras para su operación y dará más amplitud a sus negocios, además de ayudar a las cadenas comerciales a desarrollar modelos propios acordes a sus necesidades de información.

- Lanzamiento del portal [Zendesk](#) con el Centro de Ayuda de Syncfonía+ que integra artículos de ayuda para el usuario
- Se elaboró un curso en línea en [Capacitación GS1 México](#) con 6 módulos disponibles y 1 en construcción, disponible para todos los usuarios con membresía activa de Catálogo Electrónico

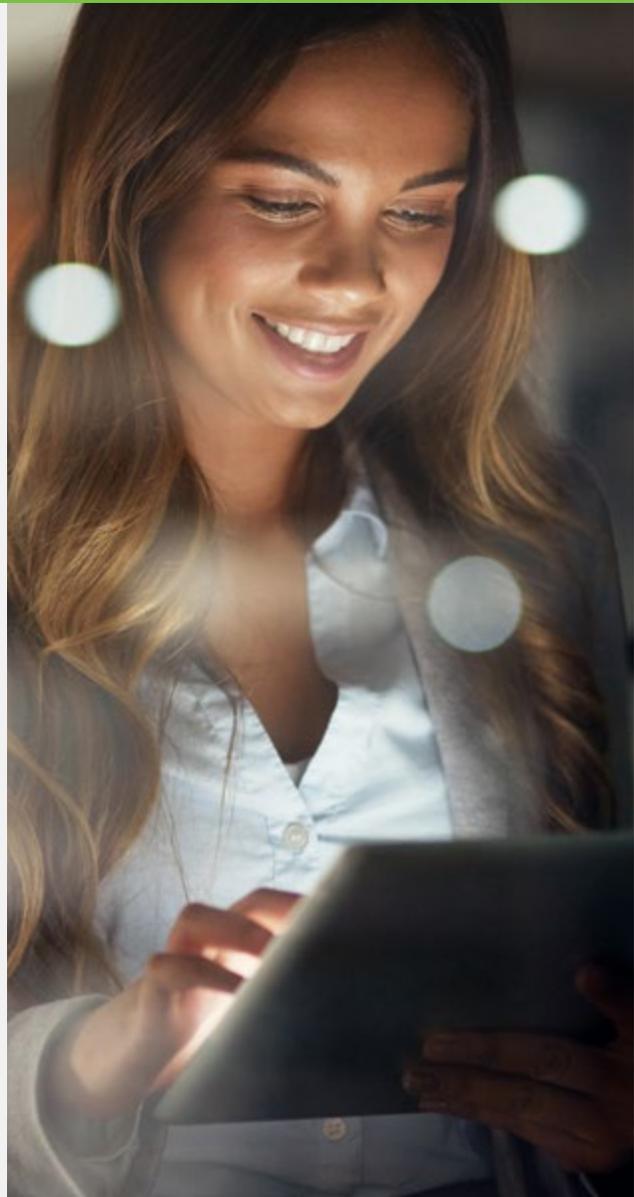


El proceso de migración a Syncfonía+ se realizó previo al lanzamiento y representó un gran reto, pero con el compromiso de los colaboradores de GS1 México, una campaña robusta de comunicación, atención personalizada y capacitación para cadenas y fabricantes, permitió realizarlo de manera ordenada y exitosa.

Cabe destacar que, en 2021, 594 empresas solicitaron su membresía a Syncfonía+ y comenzaron a catalogar sus productos bajo los estándares de sincronización y calidad de información. En 2022, fabricantes y retailers podrán capitalizar de mejor manera los beneficios del catálogo electrónico y materializar su promesa de valor: Datos creando experiencias.

Syncfonía+ en datos

- Catálogo top 10 a nivel mundial en número de usuarios y cantidad de productos
- 18 cadenas comerciales están conectadas y consumen datos de productos
- Más de 3 mil 700 usuarios conectados al mes
- Más de 3 mil 200 empresas activas
- Más de 500 atributos disponibles y personalizables según el retailer y categoría
- Más de 5 millones de productos registrados e integrados desde SIRCO (Sistema de Registro de Códigos de Barras) con distintos niveles de datos visibles para las marcas
- Más de 3 millones de imágenes disponibles
- Más de 800 mil productos, con un modelo de datos de hasta 700 atributos aplicables según la categoría y cadena



Más de 160 organizaciones colaboran para facilitar la implementación del complemento Carta Porte

El primero de mayo del 2021 el Servicio de Administración Tributaria (SAT) publicó el complemento Carta Porte con base en el artículo 29 del Código Fiscal de la Federación, el cual incorpora al CFDI información relacionada a las mercancías, ubicaciones de origen, puntos intermedios, destinos y datos referentes al medio por el que se transportan (terrestre, marítimo, aéreo, fluvial o ferroviario). Además, el documento comprueba la recepción o entrega de la mercancía, su legal posesión y traslado.

El SAT señala que es de uso obligatorio el complemento Carta Porte para los contribuyentes que realicen transporte de bienes y mercancías en territorio nacional; tal es el caso de los fabricantes proveedores del retail y marketplaces, así como los transportistas y compañías de servicios logísticos, paquetería y última milla que ofrecen estos servicios a las cadenas comerciales.



Fechas clave complemento Carta Porte

- 26 de octubre de 2021 - Se publicó en el portal del SAT el complemento Carta Porte versión 2.0
- 1 de diciembre de 2021 - Inicio de vigencia del complemento Carta Porte versión 2.0
- 1 de enero 2022 - Uso obligatorio del complemento Carta Porte
- Del 1 de enero al 31 de marzo de 2022 - Periodo de transición para emitir correctamente el complemento Carta Porte 2.0, sin que se apliquen multas ni sanciones
- 31 de marzo de 2022 - Será exigible a partir de esa fecha la factura con complemento Carta Porte en operaciones de comercio exterior

Los datos que debe registrar el complemento Carta Porte dependerán de los sujetos que intervengan en la operación, el medio de transporte y el tipo de CFDI (ingreso o traslado). Sin embargo, para garantizar que la información sea completa, confiable y precisa en el formato estándar publicado por el SAT, las empresas contratantes y los transportistas deben trabajar en conjunto para construir un canal de comunicación homologado para que los socios comerciales intercambien datos eficientemente.

Ante esta situación, GS1 México estableció un Comité de Trabajo sobre Carta Porte con la participación de



más de 160 organizaciones entre retailers, fabricantes, transportistas y organismos empresariales, lo que permitió crear un estándar de mensaje electrónico que establece el contenido, formato y campos que se comparten entre los socios comerciales y que son necesarios para la correcta generación del complemento. Esto permitirá reducir costos, simplificar procesos, realizar cambios en tiempo real, así como estandarizar y agilizar la operación.



Empresas y Organismos participantes



El estándar de mensaje electrónico para el complemento Carta Porte que impulsamos en GS1 México es libre de uso y de adopción voluntaria, que, si se logra masificar, disminuirá en gran medida los costos tecnológicos y de soporte para su

implementación, además de facilitar la integración, colaboración y trabajo con nuevos jugadores que usan el estándar sin tener que realizar adecuaciones tecnológicas adicionales.

Beneficios del estándar de mensaje electrónico Carta Porte

Generales

- Reducción de costos
- Simplificación de procesos
- Facilitar la integración de nuevos socios
- Cambios en tiempo real
- Estandarizar y agilizar la operación

Fabricantes y Retailers

- Crear un único mensaje para sus diferentes empresas prestadoras de servicios de transporte con las que trabajan, disminuyendo los costos y simplificando el proceso de implementación para el intercambio de datos
- A largo plazo, el mantenimiento y soporte de dicho mensaje disminuye en gran escala la posibilidad de cambiar o integrar nuevos proveedores sin mayor esfuerzo, generando beneficios a lo largo de la regulación

Transportistas

- Disminuir los costos tecnológicos al recibir un único mensaje de sus diferentes clientes o socios comerciales
- Aceptar cambios en tiempo real de las mercancías a ser entregadas sin afectar sus operaciones y manteniendo la posibilidad de generar la carta porte sin mayor complicación
- Evitar implementaciones por clientes y mantenimientos a largo plazo al adoptar un estándar masivo e implementado en múltiples sistemas

Acércate a GS1 México y conoce los beneficios de utilizar el estándar de mensaje electrónico para el intercambio de datos entre socios comerciales que facilitará el proceso para la generación del complemento Carta Porte.



**¡Escanea el Código QR y
descarga los documentos del
complemento Carta Porte!**



[https://www.gs1mexico.org/
es/complemento-carta-porte](https://www.gs1mexico.org/es/complemento-carta-porte)



Dirección de Desarrollo de Asociados

Como parte de la reestructura organizacional de GS1 México, la asociación estableció la Dirección de Desarrollo de Asociados con el propósito de impulsar sus soluciones a la medida y masificar el uso de estándares más allá del retail, al contar con una comunicación segmentada, conocimiento del mercado y estrategias de marketing dirigidas a los asociados de los diversos sectores que atendemos, como el detallista, manufactura, salud, primario, moda y financiero.

Lo anterior nos permitió desarrollar en 2021 planes de marketing y mensajes clave a la medida de cada industria para posicionarnos como facilitadores del comercio tradicional y el ecommerce. Esto permitirá identificar oportunidades para comunicar de mejor manera nuestra propuesta de valor a través de nuestros vinculadores, relaciones institucionales, contenidos, publicidad, marketing digital, eventos, comunicación externa y relaciones públicas.

La visión de la Dirección de Desarrollo de Asociados es crear un diagnóstico de las industrias que atendemos, impulsar la colaboración empresarial, fomentar el cabildeo y relacionamiento con

actores clave del gobierno e iniciativa privada, investigar qué tendencias están impactando al mercado, comunicar los beneficios a las compañías de implementar los estándares GS1, escuchar y entender las necesidades de los asociados, así como brindar soluciones innovadoras para profesionalizarlos y fortalecer su desarrollo.

A continuación, te presentamos las diferentes actividades que realizó el área en pro de México y los distintos sectores para profesionalizar a los emprendedores y PyMEs, además de fortalecer a las organizaciones para llevar su operación al siguiente nivel.



La visión de la Dirección de Desarrollo de Asociados es crear un diagnóstico de las industrias que atendemos, impulsar la colaboración empresarial, fomentar el cabildeo y relacionamiento con actores

Vinculación Sector Retail / Manufactura

Integración de nuevos proyectos tractores en el sector detallista

En el 2021, trabajamos en incorporar nuevas cadenas comerciales a la membresía de comercio a detallista, para apalancar e impulsar proyectos tractores con los proveedores de dichas cadenas comerciales y ampliar la cartera de asociados de GS1 México. Esto permitirá detonar proyectos y masificar los estándares y productos disponibles como el Código de Barras y el Catálogo Electrónico Sincfonía+ con los proveedores de cada cadena comercial.



Cadenas Integradas a membresía comercio a detallista:

Mercado Mayco: Mayorista líder regional que brinda servicios a tiendas de abarrotes familiares en los estados del noreste de Nuevo León, Coahuila, Zacatecas y Durango.

Rango GS1 México "C5"



La Misión Supermercados: Cadena comercial ubicada en Nuevo León y líder regional en el área de autoservicio. Cuenta con 5 sucursales y continua en proceso de expansión.

Rango GS1 México "C5"



Grupo de Farmacias Regionales Productiva (FRP): Es un grupo del canal farmacéutico que contiene y representa distintas marcas de renombre como Farmatodo, Farmacias San Francisco de Asís, Farmacia Nosarco y Farmacias de Descuento Unión.

Rango GS1 México “C6”



De 2017 a 2019, Grupo RFP paso de tener 3 cadenas de farmacias con 300 sucursales a expandir su número de cadenas y llegar a operar 900 sucursales. Las cadenas están ubicadas principalmente en el Centro y Sureste del territorio nacional.

Por otra parte, se desarrolló el Plan de Marketing del sector retail para planificar e integrar 2 canales del sector retail, lo que permitirá diversificar nuestro alcance (salud y moda):

Objetivo		
Canal	Farmacias	Departamentales
Número de nuevas cadenas	2	2

Además, se tiene como meta integrar al canal de Autoservicio-Mayoreo

Objetivo	
Canal	Retail
Número de nuevas cadenas	5



Las cadenas potenciales a integrar, basadas en la investigación y tomando en cuenta criterios como presencia, ingresos, participación en organismos como ANTAD y ANAM, son:

Retail	Salud	Moda
		

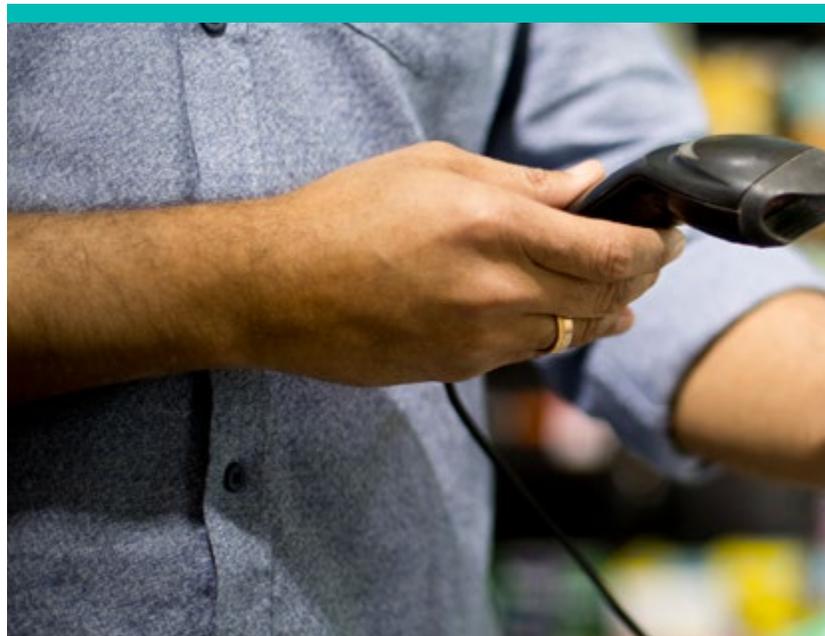
4,571 proveedores se integran a GS1 México en el 2021

Este número representa un incremento del 49% sobre la meta anual 2021 en el número de membresías que era de 3,061. En el segundo año de pandemia, con la recesión económica y el aumento en ventas digitales, GS1 México mantuvo su nivel de servicio con una demanda en aumento de nuestro Código de Barras y otros estándares.

Durante el 2021 contamos con el respaldo de La Misión Supermercados, Super Aquí, Tiendas Garcés, Elektra y Mercado Mayco, las cuales realizaron campañas de comunicación con la finalidad de promover, entre sus proveedores, el uso de estándares de identificación en sus productos.

Con el propósito de identificar las amenazas y oportunidades que tenemos en la masificación de Código de Barras

GS1 y detonar estrategias que promuevan su adopción e implementación en la cadena de suministro a nivel nacional, independientemente del sector involucrado, se desarrolló un Plan de Marketing que se estará implementando en el 2022 con la colaboración de diversas áreas de la asociación.



Crecimiento de membresías

Se supero el número de suscripciones proyectadas para 2021.

Inscripciones de Código de Barras

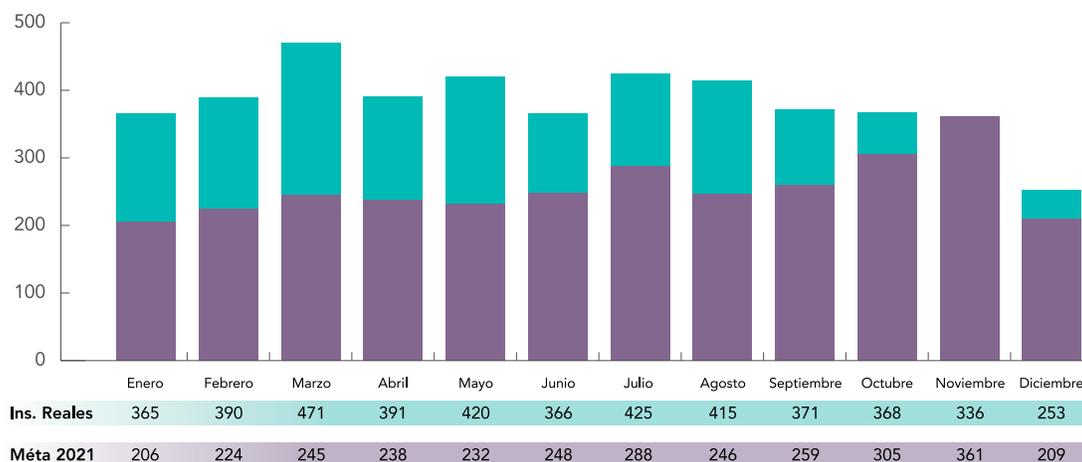


Gráfico. Comparativo entre la meta de inscripciones e inscripciones alcanzadas 2021.



Tenemos 4,571 de empresas resilientes que han empezado sus primeros pasos en el comercio durante 2021 y demandan atención de calidad en este 2022 para fortalecerse y posicionarse.

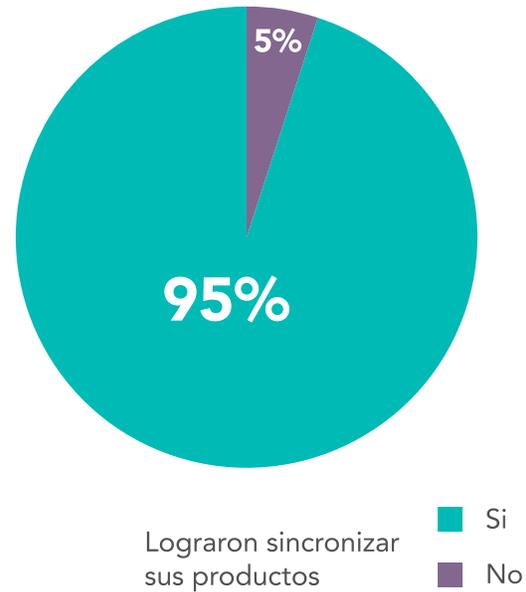
En este sentido, datos del Barómetro GS1: Fabricantes PyME de la Industria de Consumo realizado por GS1 México y la consultora Psyma Latina, destacó que siete de cada diez empresas esperan crecer en el 2022 y consideran que será un mejor año para su negocio, lo que implica de nuestra parte ofrecerle las mejores soluciones para profesionalizar sus negocios y hacer tangible nuestra narrativa de que toda historia de éxito en el retail y el ecommerce inicia con un Código de Barras GS1.

95% de productos sincronizados en Sam's Club a través de Syncfonía

Durante 2021 se trabajó en la integración de proveedores de Sam's Club al Catálogo Electrónico, logrando alcanzar la meta de 95% de información de productos que comercializan en Syncfonía.

Sam's Club, al ser parte de uno de los grupos de retail más importantes a nivel nacional, cobra gran relevancia para los asociados de GS1 México y provoca un gran impacto como referencia para nuevos asociados o para aquellos que se encuentren en otro catálogo y buscan una mejor solución para sincronizar su información.

Reporte de sincronización Sam's cierre 2021



Sincronización Elektra

La integración del Catálogo Electrónico Syncfonía en Elektra se dio durante 2021, año donde se desarrolló una serie de atributos personalizados para las necesidades de la cadena.

En una primera ola se integraron las categorías de línea blanca, telefonía, electrónica, accesorios y cómputo, para posteriormente impulsar la integración de proveedores de las categorías desarrolladas como muebles, motocicletas, accesorios de motocicletas y colchones.

Al cierre de diciembre 2021, dentro del portafolio de productos de la cadena, se terminó con 592 artículos trabajados y publicados con información extendida requerida como imágenes y dimensiones fuera de empaque, garantías, normas (NOMs), etc. El modelo personalizado de Elektra incluyó el desarrollo de 53 subcategorías que abarcan 1,032 atributos.

Personalización de modelo de datos para HEB

Se realizó el análisis de un modelo de datos personalizado de acuerdo a los requerimientos de HEB, para realizar el alta de artículos y explotar la información para estrategias de ecommerce con aproximadamente 2,771 proveedores.

La colaboración entre GS1 México, cadena y proveedores fue crucial para pilotear esta nueva funcionalidad donde se desarrollaron e integraron:

- **260 campos habilitados**

- 23 categorías.
- Campos disponibles en API cadenas.

Migración a nueva plataforma Syncfonía+

Al tomar en cuenta las tendencias del mercado y las necesidades de nuestros asociados se tomó la decisión de robustecer la plataforma que soportaba el Catálogo Electrónico Syncfonía, por lo que durante el último trimestre del año se llevó la migración a Syncfonía+, donde se integraron nuevas funcionalidades para la administración de información, personalización de modelo de datos y generación de reportes, entre otras mejoras.

Para 2022 esperamos desarrollar un modelo personalizado para diferentes cadenas, el cual les permita explotar información de calidad en cada uno de sus canales, así como la integración de nuevas categorías de diferentes sectores para realizar distintas aplicaciones.

En GS1 México cerramos el año con 22 cadenas comerciales explotando la información proporcionada por Syncfonía+, con diferente nivel de implementación y 2,936 empresas, de las cuales 594 se integraron en 2021. Esto nos posiciona como el Catálogo Electrónico más usado en México.





3% fue el nivel de desabasto en las tiendas de autoservicio en México

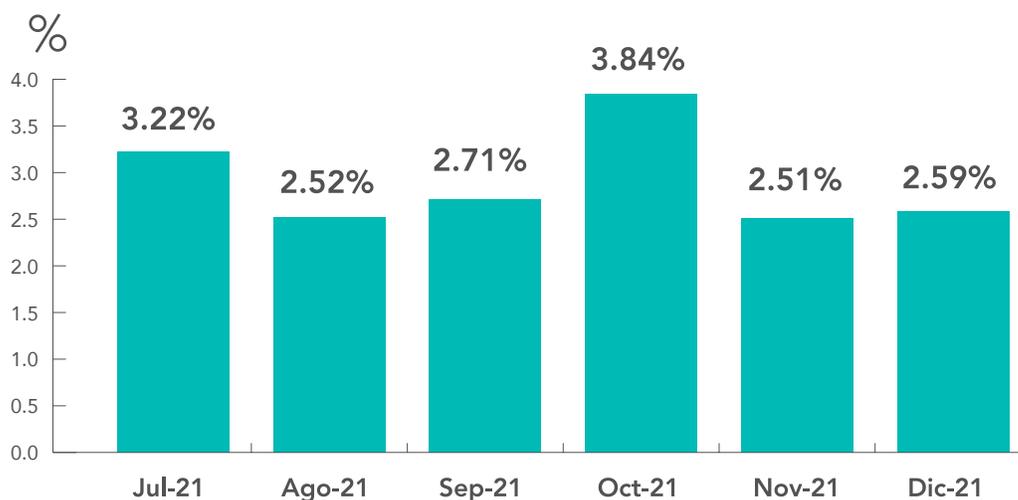
Durante 2021 el estudio Desabasto Cero de GS1 México apoyó a la industria detallista para resolver de manera eficiente los retos que presenta el desabasto de mercancías y lograr tener en el anaquel todos los productos disponibles para el momento de compra del consumidor final. Las cadenas participantes fueron Chedraui, HEB, La Comer, Super Kompras, Casa Ley, Walmart y Soriana.

El desabasto de productos en los estantes de los principales puntos de venta de retail no se hizo esperar por el impacto de la pandemia por COVID-19, lo que provocó en 2020 niveles por encima del 10%.

No obstante, desde el primer semestre de 2021 el faltante en anaquel se comenzó a estabilizar alcanzando por momentos los niveles previos a la pandemia. Ya para el segundo semestre del año, el indicador promedio se mantuvo en 3%.

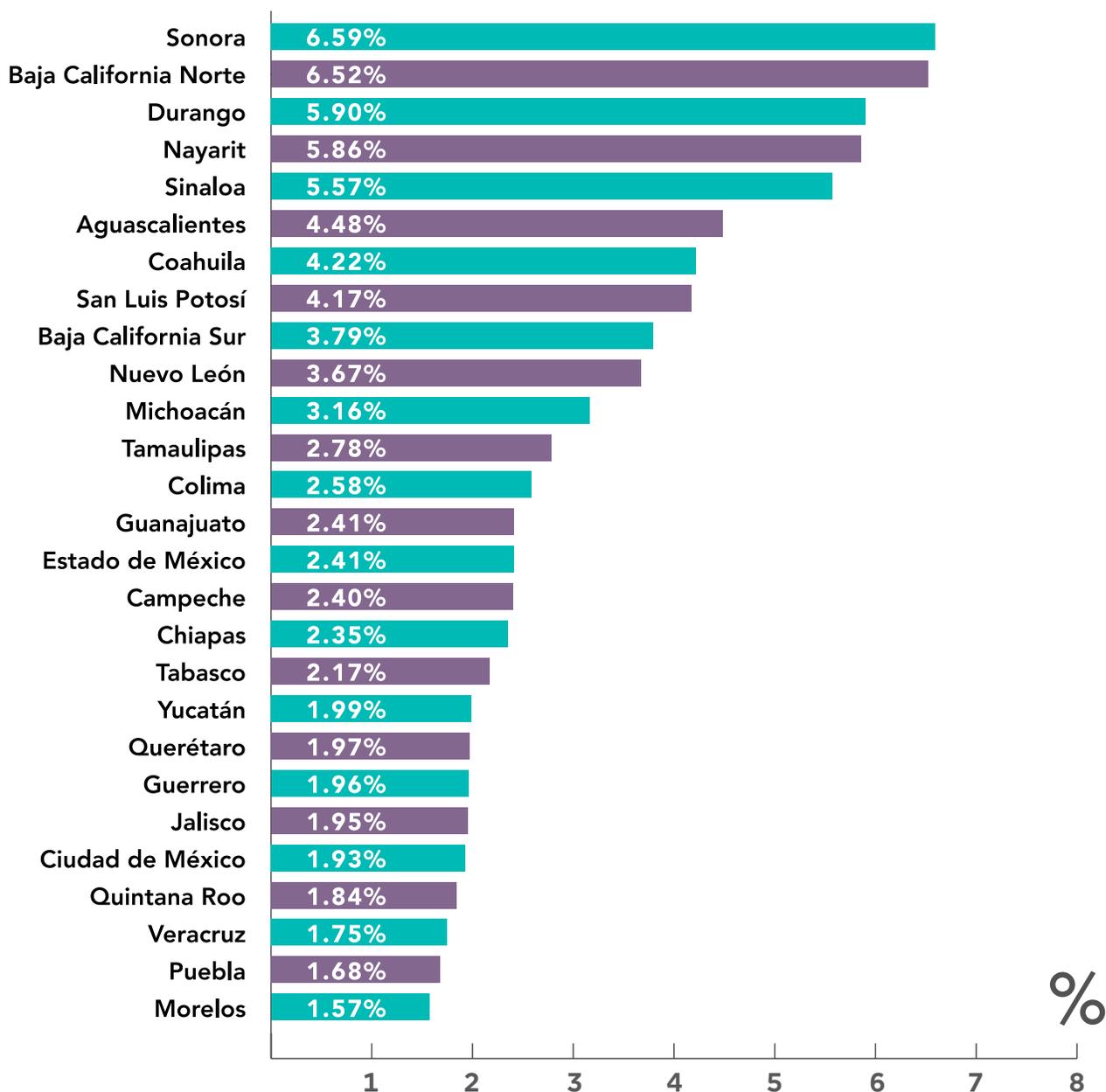


Desabasto 2021 | 2do semestre



Por otra parte, los estados que tuvieron un mayor impacto en desabasto de productos fueron Sonora, Baja California, Durango, Nayarit, Sinaloa, Aguascalientes, Coahuila, San Luis Potosí, Baja California Sur, Nuevo León, y Michoacán estando por encima del promedio del 3%.

Desabasto por estado



El estudio de Desabasto Cero de GS1 México ayudó a fabricantes y retailers a no solo entender el indicador de desabasto, sino a comprender las causales de este desabasto como:

Causas Logísticas

- La mercancía esta en tránsito del CEDIS a la tienda
- El producto no ha sido despachado del CEDIS
- El proveedor no ha entregado
- No hay pedido

Causas Operacionales

- El producto se encuentra en bodega
- Diferencia de Inventario (inventario fantasma)

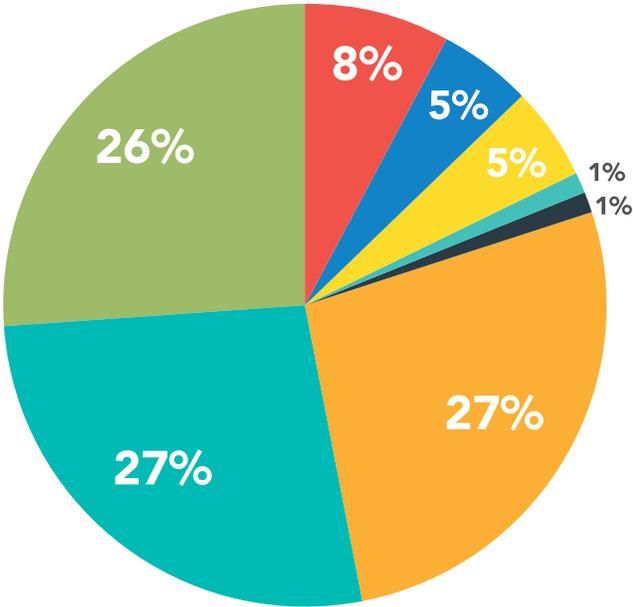
Las 4 causales con mayor impacto en el Desabasto (2.9% de julio a diciembre) fueron:

- Producto en bodega (0.78%)
- No hay pedido - Resurtido central (0.78%)
- Stock insuficiente (0.76%)
- No hay pedido - Resurtido local (0.22%)

Esto dejó en evidencia las oportunidades en los pronósticos y ajustes incorrectos, en las fórmulas de resurtido, así como los persistentes cambios de comportamiento del shopper.

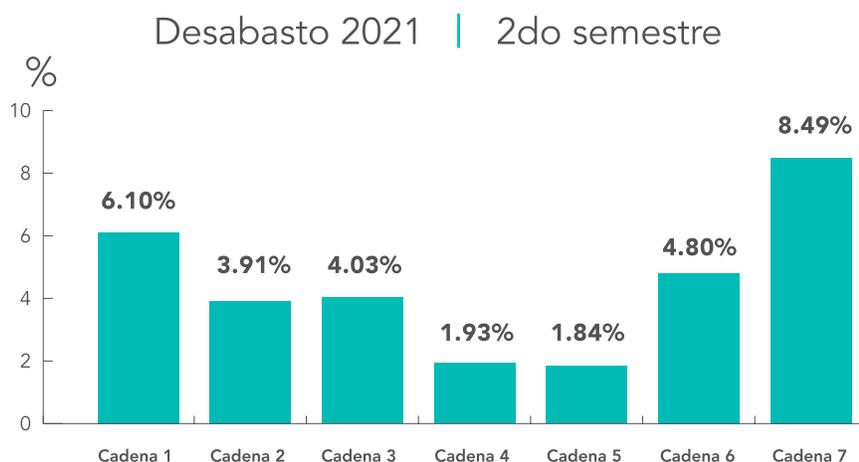
Causales del Desabasto

- No hay pedido resurtido local
- No existe producto en CEDIS
- Inventario desajustado
- El fabricante no ha entregado
- Producto no despachado de CEDIS
- Producto en bodega
- No hay pedido proveedor resurtido central
- Stock insuficiente
- Producto no está catalogado
- Producto en tránsito del cedis a la tienda



De regreso a la normalidad en el KPI de desabasto

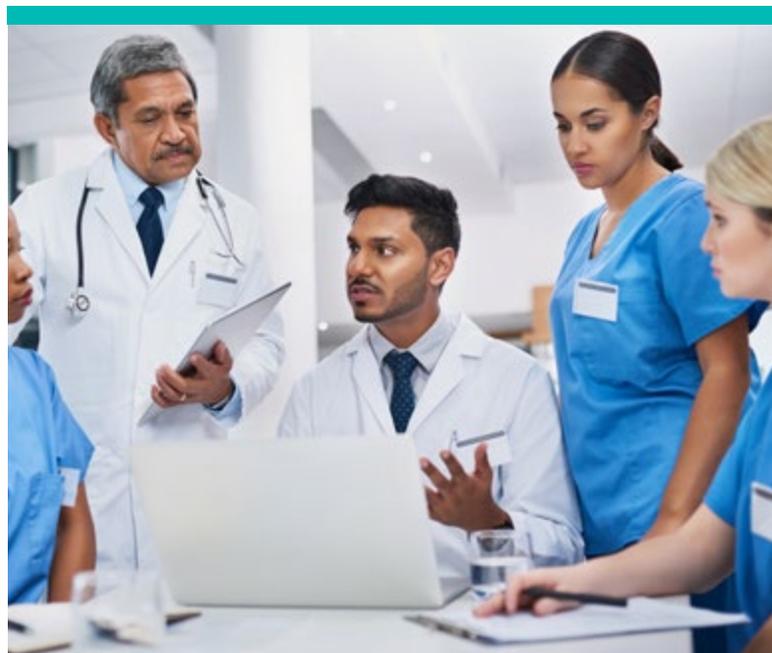
Durante 2021 trabajamos en conjunto con las cadenas de autoservicio y fabricantes para accionar de manera eficiente el estudio de Desabasto Cero en toda la cadena de suministro, además de lograr que los productos que el consumidor busca se encuentren en todos los anaqueles del retail.



Vinculación Sector Salud

18 organizaciones firman Propuesta de Armonización de Receta Médica Electrónica (RME)

GS1 México al ser una organización neutral que promueve la discusión y el trabajo colaborativo, reunió a varios de los actores más relevantes dentro del Sector Salud para la creación de una Propuesta de Armonización de la Receta Médica Electrónica (RME), para que sea aprobada y regulada de manera adecuada por parte de la autoridad sanitaria.



Alineación industria privada - autoridad sanitaria

Para el tema de RME, se requiere de un proceso regulatorio que fluya de la misma manera que la operación, lo que permitirá que estén alineados y que la regulación sea cumplida.

En este contexto, se creó un grupo de trabajo para definir esta propuesta, así como guiarnos por buenas prácticas y estándares internacionales que garantizan la calidad y mejora continua de los procesos, productos y servicios del sector salud.

Asociaciones participantes		
AHMx	AMITI	CCE
AIMx	ANADE	COPARMEX
ASP	ANADIM	CSoftMty
AMELAF	ANAFAM	FUNSALUD
AMFV	ANTAD	GS1 México
AMIIF	CANIFARMA	HL7 México

- **AHMx** - Asociación de Informática en Salud de México, A.C.
- **AIMx** - Asociación Mexicana de Internet, A.C.
- **ASP** - Alianza Salud Profesional, S.C. de C. de R.L. de C.V.
- **AMELAF** - Asociación Mexicana de Laboratorios de Medicamentos, A.C.
- **AMFV** - Asociación Mexicana de Farmacovigilancia, A.C.
- **AMIIF** - Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, A.C.
- **AMITI** - Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información, A.C.
- **ANADE** - Asociación Nacional de Abogados de Empresa, Colegio de Abogados, A.C
- **ANADIM** - Asociación Nacional de Distribuidores de Medicinas, A.C.
- **ANAFAM** - Asociación Nacional de Fabricantes de Medicamentos, A.C.
- **ANTAD** - Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C.
- **CANIFARMA** - Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica
- **CCE** - Consejo Coordinador Empresarial
- **COPARMEX** - Confederación Patronal de la República Mexicana
- **CSoftMty** - Consejo para el Desarrollo de la Industria de Software de Nuevo León, A.C.
- **FUNSALUD** - Fundación Mexicana para la Salud, A.C.
- **GS1 México** - Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico, A.C.
- **HL7 México** - Capítulo HL7 México

Campaña de uso de Syncfonía+ en el Sector Salud

Al detectar la necesidad de comunicar a la cadena de valor del sector salud, donde el flujo de la información de productos farmacéuticos fuera óptimo y la obtención de datos fuera más sencilla, GS1 México propuso el uso del Catálogo Electrónico Syncfonía+ como fuente de información confiable, estandarizada y actualizada para que el ecosistema de Salud Digital [médicos, farmacias, plataformas de Receta Médica Electrónica (RME), Expediente Clínico Electrónico (ECE), etc.], cuente con datos correctos y completos.

Material de campaña

La imagen muestra un material de campaña que incluye una infografía y un banner. La infografía, titulada 'Catálogo Syncfonía SALUD DIGITAL SYNCFONÍA+ Datos creando experiencias', responde a tres preguntas clave:

- ¿Qué es SYNCFONÍA+?** Es el catálogo electrónico omnicanal más importante de Latinoamérica y más adoptado por las cadenas comerciales en México, basado en el mejor sistema de calidad y sincronización de datos para integrar una experiencia de producto inigualable entre fabricantes, médicos, pacientes y cadenas comerciales.
- ¿Cuáles son los beneficios?**
 - Un catálogo confiable y accesible con información más relevante, oportuna, actualizada, estandarizada de medicamentos y dispositivos médicos.
 - Productos médicos siempre visibles y disponibles para la prescripción médica.
 - Integración con el ecosistema de salud digital.
 - Actualización de la información de manera más sencilla y en un solo lugar, con acciones personalizadas para los socios.
 - Mejor relación y seguimiento de los representantes médicos con los médicos.
- ¿Qué problemáticas resuelve para mí y mi organización?**
 - Información inconsistente y no actualizada entre sistemas y socios.
 - Diferentes nomenclaturas de medicamentos, códigos internos.
 - Falta de equivalencia con estándares internacionales.
 - Médicos que recetan medicamentos que ya no existen en el mercado.
 - Problemas de comunicación y separación entre los actores involucrados en la experiencia de producto.
- ¿Por qué Salud Digital y Receta Médica Electrónica?**
 - Más de 1.2 millones de recetas diarias emitidas.
 - 80% de los médicos están adoptando el esquema digital.
 - Más de 1000 plataformas de Salud Digital consumen información de productos farmacéuticos.

El banner a la derecha muestra a una médica usando un dispositivo móvil con el logo de GS1 México y el texto: 'Datos confiables para un mejor funcionamiento en la industria de atención médica'.

Durante esta campaña para el sector salud, se logró posicionar a Syncfonía+ como el Catálogo Electrónico actualizado y confiable para depositar información referente al Sector Salud, lo que permitirá ampliar su alcance más allá del retail y la industria de consumo. Además, se desarrollaron infografías, videos y mensajes clave para el posicionamiento de GS1 México en la industria.

Autorización de Modelo de Terceros - Syncfonía+

Ante la necesidad de contar con un esquema de cobro para aquellas empresas que no necesariamente son fabricantes o comercializadores (socios comerciales directos) de productos, GS1 México desarrolló un modelo de afiliación y cobro de consumo de datos desde Syncfonía+.

Este tipo de empresas prácticamente son desarrolladores de aplicaciones en primera instancia para la emisión de recetas médicas electrónicas (RMEs) o que requieren de información de productos dentro del esquema de Salud Digital, por lo tanto, fue crucial desarrollar un esquema de afiliación que permitiera expandir las funcionalidades del Catálogo Electrónico y que dejara de ser exclusivo del sector retail.

Parte de las actividades para desarrollar este modelo, incluyeron la habilitación de campos de “maquila extendida” para productos del sector salud, estableciendo un set de datos robusto y útil para los profesionales de la salud. Esto permitió la liberación y autorización del “Modelo de Terceros” en el mes de julio del 2021.

Participación en Eventos del Sector Salud

Mes	Evento
Mar	Comité Sector Salud - Dr. Juan Camilo Rincón - Clínica Imbanaco, Colombia
Jun	Fábrica de Negocios - Panel con AHMx - AIMx - Digitalera
Ago	Comité Sector Salud - Dr. Santiago March - FUNSALUD
Sep	Foro Sector Salud / GS1 en tu Industria - CANIFARMA - PLM - ZEBRA
Nov	Webinar Trazabilidad en Salud - SICPA
Dic	Webinar COVID-19: Vacunas, variantes, etc. - Josué Bautista, Farmacovigilancia



Vinculación Sector Primario

GS1 México: asesor del SENASICA en materia de identificación bovinos

Como parte de la estrategia de GS1 México para ser el referente en la identificación de productos en el sector primario, se realizó la actualización del convenio de colaboración con el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), haciendo hincapié en la participación de GS1 México en el proyecto de “Trazabilidad en Bovinos”, el cual incluye el acompañamiento para el entendimiento de la trazabilidad desde el nacimiento hasta el sacrificio de los bovinos, pasando por los diferentes actores de la cadena de engorda y comercialización del ganado.

GS1 México hizo la propuesta del uso de aretes de ultra alta frecuencia (UHF de sus siglas en inglés), vinculando el uso del Número Global de Localización (GLN, por sus siglas en inglés) y el Código Electrónico de Producto (EPC/RFID), con el objetivo de mejorar la comunicación entre los actores de la cadena y contribuir a una exitosa trazabilidad.

Además, GS1 México realizó la búsqueda nacional e internacional de proveedores de tecnología (en total 13 compañías), además de entregar un reporte de cualidades y en algunos casos hasta muestras físicas de las soluciones al equipo de SENASICA.

De esta forma, GS1 México posicionó en el radar de la industria ganadera la importancia de contar con un lenguaje comercial homologado para implementar la trazabilidad, además de mostrar el avance en la identificación mundial de bovinos mediante tecnología RFID/UHF con el estándar EPC, el cual es totalmente seguro.



Existen grandes retos en el sector primario en materia de identificación, sin embargo, la colaboración, el uso de tecnología, estándares y mejores prácticas son el camino hacia una cadena de suministro eficaz.



Participación en Eventos del Sector Primario

Mes	Evento
Abr	Primer Comité Sector Primario
Abr	Sistema Informático de Trazabilidad de Mercancías Agropecuarias Acuícolas y Pesqueras (SITMA) SENASICA
Ago	Segundo Comité Sector Primario
Nov	Tercer Comité Sector Primario
Nov	Capacitación SEDECO
Dic	Foro de Colaboración Industria Sector Primario (FUMEC/IDECOM)
Dic	EMEX Empacadoras de Mango de Exportación A.C.
Dic	"Agtech" Tecnología Aplicada en la Agricultura y Ganadería BBVA



Taller de Trazabilidad LATAM

Con el propósito de fomentar la adopción de la Trazabilidad con estándares GS1 en América Latina, se llevó a cabo el Taller Latinoamericano para PyMEs donde se capacitó a distintas empresas en los conceptos que integran la Trazabilidad. En 2021 se realizaron 2 ediciones, del 1º de junio al 14 de julio y del 21 de septiembre al 3 de octubre.

Por otra parte, se dieron los pasos a seguir para implementar de manera correcta los estándares de identificación y comunicación, así como la selección de tecnología para la Trazabilidad en función de las necesidades del negocio.

Se contó con la participación de siete empresas en la primera edición y seis en la segunda, de las cuales, en total concluyeron

únicamente cinco compañías, las cuales adquirieron los conocimientos básicos necesarios en materia de trazabilidad con estándares GS1. Además, se contó con la participación de dos organismos con el objetivo de permear los conceptos de Trazabilidad desde la perspectiva de GS1, de tal manera que sean voceros de cara a los usuarios de los estándares.

En total se impartieron 20 horas de teoría y otorgaron 20 horas de asesoría técnicas, con el trabajo y colaboración de 15 países de Latinoamérica.



Participación con GS1 Global

Como parte de las responsabilidades de ser un actor certificado por la Oficina Global de GS1 para la aplicación de evaluaciones de Trazabilidad, GS1 México participó en la actualización de la información referente al estándar.

A) Se trabajó en conjunto con la región de Latinoamérica para la revisión de las normativas en las que se fundamenta el Global Traceability Program

- ISO 12877-2011
- ISO 12875-2011
- GDST
- GFSI
- ISO 22005 First edition 2007-07-15
- ISO 10377
- ISO 10393
- ISO 16022:2006
- FDA FSMA 2020
- HACCP

Con esta revisión se da el enfoque multisectorial para el uso de la herramienta de diagnóstico de Trazabilidad, haciéndolo útil para la industria sin cerrarlo únicamente al sector de alimentos.

B) Actualización con los módulos WHAT y WHY de Trace & Train

GS1 México formó parte del equipo de desarrollo de los módulos para el nuevo material de capacitación, haciendo la actualización, propuesta y revisión del formato e información.

Se tiene presencia no sólo a nivel regional sino también como GS1 México, participando en esta iniciativa global.

Vinculación Sector Financiero

Administramos el 47% de los Códigos LEI activos en México

En 2015, el director estadounidense Adam McKay plasmó en el filme “La gran apuesta” (The Big Short), de manera divertida e instructiva, los efectos de la crisis financiera global de 2008 provocada principalmente por la reventa de hipotecas con instrumentos opacos y difíciles de valorar en Estados Unidos, así como su incumplimiento crediticio. Esto generó una burbuja económica producida por la especulación en los mercados, y al romperse, propició la bancarrota de bancos, intermediarios financieros y empresas.

La adaptación de la obra de Michael Lewis protagonizada por Christian Bale, Steve Carell, Ryan Gosling y Brad Pitt, da una excelente explicación sobre cuál fue el origen de la crisis “subprime” con seriedad, buen humor y explicaciones técnicas de instrumentos financieros.

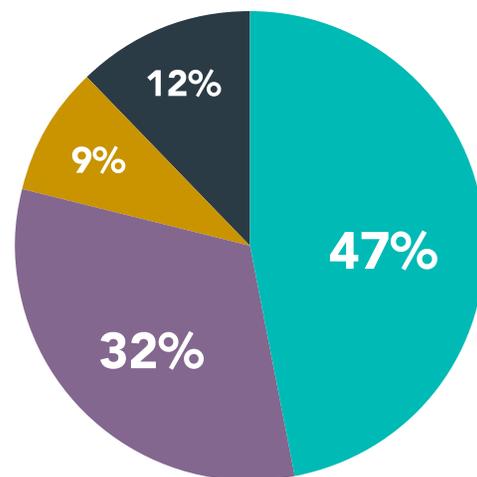
Pero más allá de ser el argumento de una película, esta situación evidenció la necesidad de identificar a las entidades legales, transacciones y conexiones financieras, así como entender la verdadera naturaleza de la exposición al riesgo en todo el sistema financiero mundial.

Ante este escenario, el G20 encomendó en 2011 al Financial Stability Board (FSB) la creación de un sistema global único que identificara a las entidades legalmente constituidas que realizan transacciones en los mercados financieros. De esta manera surgió el Código LEI.

Actualmente, el GLEIF (Global Legal Entity Identifier Foundation), fundación sin fines de lucro que opera el sistema GLEIS, reconoce a **GS1 México** como una Unidad de Operación Local (LOU) autorizada para otorgar y administrar los códigos LEI. Además, cabe destacar que es el único LOU establecido en territorio nacional avalado por Banco de México.

Durante 2021 se realizaron 329 inscripciones y 1,656 renovaciones del Código LEI, mientras que derivado de nuestro acercamiento con actores clave del sector financiero, superamos nuestra meta de inscripciones en un 109.67% y 115.90% en renovaciones.

LOU's en México



- GS1 México
- Business Entity Data B.V.
- Bloomberg Finance L.P.
- Otros

GS1 México & GLEIF

Tras cumplir con todos los requisitos, proceso y filtros que solicita el GLEIF, fuimos acreditados para asignar y administrar Códigos LEI a los Fondos de Inversión de todas nuestras jurisdicciones, las cuales incluyen México y 17 países de Latinoamérica. Esto nos permite seguir robusteciendo nuestra oferta y estar alineados a los lineamientos que se establecen a nivel global.

Por otra parte, en conjunto con el área de Relaciones Institucionales y la consultora PPAL (Políticas Públicas y Asesoría Legislativa), realizamos un plan colaborativo y planteamiento de estrategias de acercamiento con entidades como la Asociación de Bancos de México (ABM) y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), para ampliar nuestra influencia y posicionamiento para fortalecer el sector financiero.



Vinculación Sector Moda

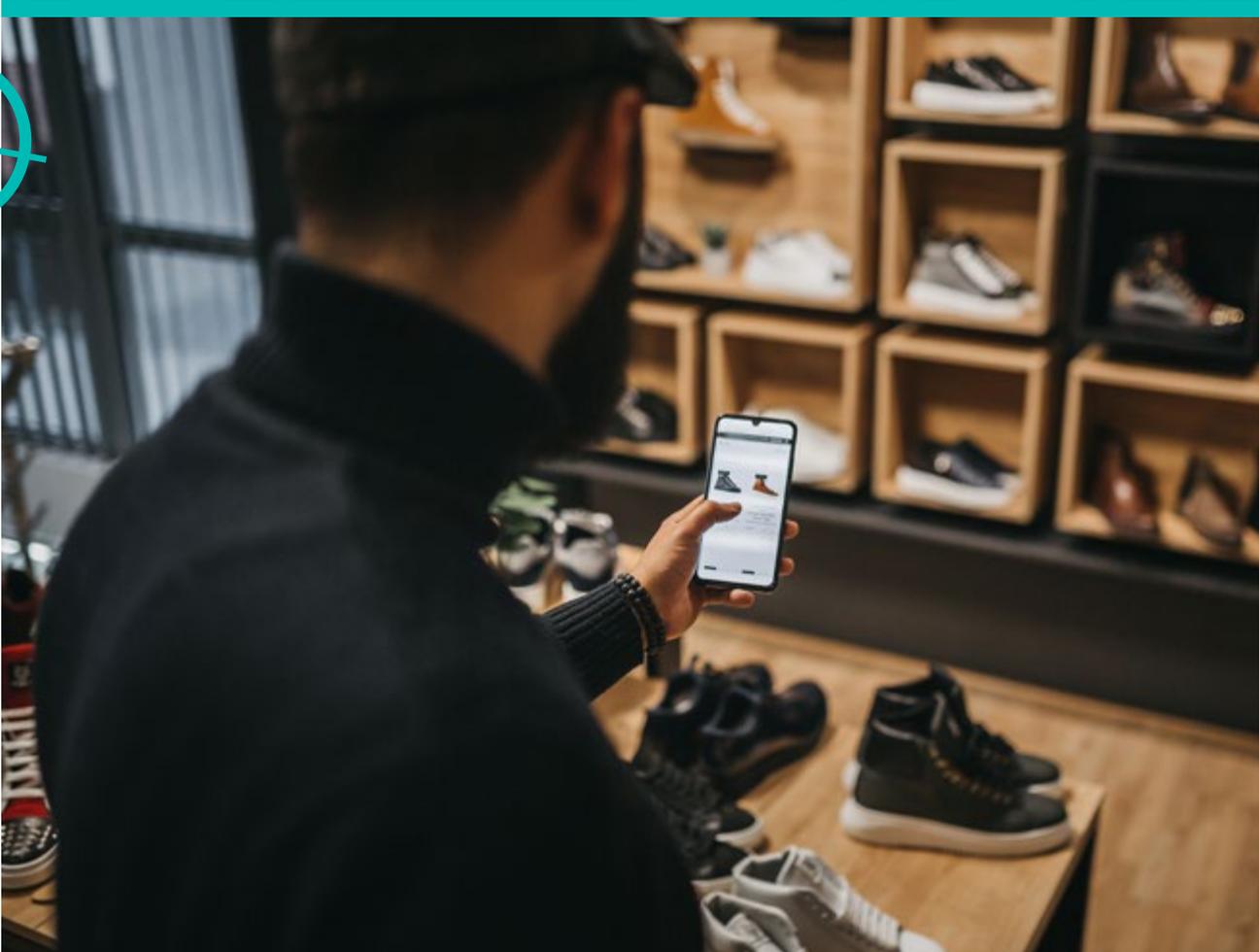
7% de nuestros asociados y más del 30% de los Códigos de Barras que expedimos pertenecen al sector Moda

Como respuesta para brindar una atención a la medida de nuestros asociados que se dedican a la venta de ropa, calzado y accesorios, en GS1 México creamos el área de Vinculación para el Sector Moda. Esto nos permitió impulsar el uso de estándares GS1 y mejores prácticas entre las empresas que integran el sector, así como entender sus retos y oportunidades en entornos como el retail, tiendas especializadas, ecommerce y omnicanalidad.



A lo largo del año realizamos:

- 2 pruebas piloto con distintas marcas para testeo de campos necesarios en el Catálogo Electrónico Syncfonía (Ropa Woolworth - Calzado Coppel)
 - Definición de modelo de datos para ropa, calzado y accesorios, como parte de un proyecto con la PMO de GS1 México
 - Proyecto para fotografías profesionales en maniquí invisible y modelo
 - Acercamiento con distintos organismos empresariales como la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CANAIVE), Cámara Nacional de la Industria Textil (CANAINTEX) y el evento SAPICA
- realizado por la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato, con el objetivo de realizar sinergia y difusión de los estándares GS1 aplicados a la industria de la moda
- Webinar con la CANAINTEX para dar a conocer los beneficios de implementar los estándares GS1 y atraer nuevos asociados
 - Proyecto con tableros de información centralizada de los fabricantes del sector moda
 - Proceso de creación de la sección Moda en nuestra app InfoCode -marcas que conectan-





Relaciones Institucionales

Establecer y gestionar las relaciones de GS1 México con actores clave como el gobierno, academia y organismos nacionales e internacionales, fue un gran reto en 2021 para fomentar la colaboración y el avance de nuestros proyectos e iniciativas clave. Esto permitió desarrollar un plan de trabajo en conjunto de nuestra agencia de asuntos públicos y cabildeo PPAL.

A lo largo del año se trabajó en dos proyectos estratégicos dirigidos en **buscar e identificar regulaciones y normativas** que velarán por **los intereses de la asociación** y, en consecuencia, **impactarán los beneficios que brindamos a nuestros asociados**.

1. Desarrollar capacidades de cabildeo

2. Impulsar el uso y masificación de los estándares de GS1 México. Este último se gestionó a través de un plan estratégico por sectores como retail, primario, salud, moda y financiero, así como por iniciativas como InfoCode y Carta Porte

INFOCODE

Objetivo:

- Construir la narrativa en torno a la necesidad de fortalecer la Norma Mexicana (NMX) de etiquetado electrónico
- Incidir en la NMX de etiquetado electrónico a través del Comité de Industrias Diversas
- Incidir en el sector privado
- Elaboración de una iniciativa en materia de etiquetado electrónico

Logros:

- Se concretaron diversos acercamientos con organismos, cámaras y academia, siendo uno de los más representativos el que se cerró con la Secretaría de Economía para consolidar un convenio de colaboración que enmarca los siguientes beneficios para GS1 México:
 - Posicionarse como actor relevante con soluciones útiles para el sector público y que pueden extenderse más allá de este convenio
 - Establecerse como uno de los expertos en el tema de etiquetado electrónico, lo que puede ser relevante en un escenario donde el etiquetado adquiera más fuerza e importancia

PRIMARIO

En el sector primario se buscó promover la identificación de productos agropecuarios, acuícolas, cárnicos y pesqueros, así como presentar argumentos a favor de la sistematización de la captura de información contenida en un catálogo de productos.

Logros:

- GS1 México, ha trabajado de forma estrecha con el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), sin embargo, se logró un acercamiento con el Dr. Francisco Javier Trujillo Arriaga, Director en Jefe de la institución, lo que permitió consolidar la relación y compromiso de colaboración entre ambas instituciones en materia de trazabilidad
- Reunión con los directivos del Sistema de Identificación Individual del Ganado (SINIIGA): Juan Robles Linares, Director General, Baldomero Molina, Subdirector y Othón Reynoso, Coordinador del Comité Técnico Nacional

SALUD

2021 fue un año marcado por el COVID-19, lo que generó desafíos importantes en el sector salud. En este contexto, GS1 México focalizó su estrategia en realizar acercamientos con distintos actores públicos y privados para promover los usos y beneficios de la implementación de **sistemas de trazabilidad de medicamentos** y de **receta médica electrónica** que incluyan los estándares GS1.

Logros:

- Se afianzó la relación con la Mtra. Hanna Woloski, Directora de Desarrollo Institucional de la Secretaría de Salud, donde se presentaron propuestas estratégicas alineadas al Programa Sectorial de Salud, así como específicas dirigidas a la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) y al Consejo de Salubridad General
- Reunión con el Mtro. Pablo Quiroga, Director Ejecutivo del Centro de Innovación de COFEPRIS, con el propósito de incluir a GS1 México en los proyectos de trazabilidad de medicamentos, con especial énfasis en medicamentos controlados y la digitalización de los libros de control farmacéutico, los cuales están programados para el segundo semestre del 2022

2021 fue un año marcado por COVID-19, lo que generó desafíos importantes en el sector salud





CÓDIGO LEI / FINANCIERO

En la industria de banca y finanzas, GS1 México buscó alianzas estratégicas y proyectos colaborativos con actores clave como la Asociación de Bancos de México (ABM) y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) con el propósito de posicionarse como el principal proveedor del Códigos LEI de las instituciones financieras.

Logros:

- Reunión con el Mtro. Sandro García-Rojas Castillo, Vicepresidente de Supervisión de Procesos Preventivos de la CNBV. Esto derivó en una apertura para generar agenda de trabajo con la Comisión y GS1

CARTA PORTE

Ante la liberación del complemento de Carta Porte por parte del Servicio de Administración Tributaria (SAT), GS1 México propuso un estándar de mensaje electrónico para el intercambio de información entre empresas contratantes de servicios de autotransporte y las empresas transportistas, lo que simplifica el llenado de los datos requeridos para su cumplimiento.

Logros:

- Se lograron acercamientos con diferentes cámaras y asociaciones del sector, para que contribuyeran en los grupos de trabajo y en la generación del documento electrónico del complemento Carta Porte
- Se tuvo un encuentro con el equipo de Raquel Buenrostro, Jefa del SAT para presentar el estándar



Principales relacionamientos de GS1 México durante 2021

INFOCODE

- ANTAD
- Asociación Mexicana de Galvanizadores
- Asociación Nacional de Fabricantes de Aparatos Domésticos A.C. (ANFAD)
- Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)
- CANACINTRA
- COFINEC
- CONUEE
- DGN
- Instituto de Investigaciones Jurídicas (UNAM)
- American Chamber of Commerce
- Instituto Mexicano de Normalización y Certificación
- PROFECO
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA -Dirección de Innovación- DGN

PRIMARIO

- AGROALIM
- CANACINTRA
- CNOG
- COMECARNE
- Primeros acercamientos con UNC y Uniones Ganaderas Regionales
- COMEPESCA
- Comité Técnico de SINIGA
- EMEX
- FUMEC
- México Calidad Suprema
- Primeros acercamientos con CICESE
- Reuniones con el Instituto Nacional de Salud Pública
- SADER
- SENASICA

SALUD

- AMELAF
- AMIS
- ANAFAM
- AHM
- Birmex
- COFEPRIS - Centro de Innovación
- COMED
- IATA
- PSICOFARMA
- Secretaría de Salud

CARTA PORTE / FE

- AMANAC
- AMEXIPAC
- ANTP
- CANACAR
- CANAINTEX
- CANAIVE
- CONATRAM
- COCAMIN
- CONMEXICO
- SAT

OTRAS ALIANZAS

- ACTION COACH
- ADN SECCIÓN AMARILLA
- AJR
- ANTAD
- BULÁRCAMA
- CAJANAUTA
- CONALOG
- CPDM
- GLIN CONSULTING
- IMPI
- INEGI
- SENASICA
- SOY LOGÍSTICO

Programas de Profesionalización de Empresas

El desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MiPyMEs) ha sido un sector de gran importancia para GS1 México, por lo que a lo largo del año se realizaron cuatro Programas de Profesionalización en conjunto con las Secretarías de Desarrollo Económico (SEDECO) o similares de Mérida, Estado de México, Hidalgo y Durango, con el objetivo de facilitarles herramientas para su desarrollo y sean más competitivas en un mercado cada vez más demandante.

Participaron:

- **1,058 empresas**
- **1,771 personas**
- **Organismos y empresas como Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), Centro Promotor de Diseño México (CPDM), Agencia Digital ADN de Sección Amarilla, Google, Cajanauta, Action Coach, Inspira, Cubbo y Carvajal.**
- **12 temas impartidos:**

- Mucho más que un código de barras
- Lineamientos fiscales
- Normatividad y su generalidad en materia de etiquetado
Empaque de producto e imagen corporativa
- Reapertura de actividades y las oportunidades de negocio en el sector retail

- Finance RICH / Plan de Negocios
- E-commerce
- ¿Cómo vender a las cadenas comerciales?
- Marketing Digital
- Logística para Pymes
- Exportación
- Google para Pymes



Aliados Estratégicos

La comunidad de empresas proveedoras de soluciones tecnológicas y diversos servicios, sigue consolidándose dentro de GS1 México.

Actualmente contamos con:

17 aliados estratégicos

- **Armor Mexico Imaging Supplies, S.A DE C.V.**
- **Ateb Servicios, S.A. DE C.V.**
- **Avery Dennison, S.A. DE C.V.**
- **Carvajal Tecnología Y Servicios, S.A. De C.V.**
- **Cerca Technology**
- **Comercializadora Paxia, S. De R.I. De C.V.**
- **Comercilizadora Dvz, S.A. De C.V.**
- **Data Bunker Business Solutions, S.C.**
- **Domino Printing Mexico, S.A. De C.V.**
- **Hasse Sistemas Empresariales**
- **Intertek Tesing Services De México, S.A. De C.V.**
- **IQUIA en Microcomputación, S.A. De C.V.**
- **Optimal Solutions, S.A. De C.V.**
- **Ribetec Tecnología En Etiquetas S.A De C.V**
- **SICPA Mexicana, S.A. De C.V.**
- **United Barcode Systems De Mexico, S.A. De C.V.**
- **Zebra Technologies Enterprise De México S. De R.L. De C.V.**

Con la liberación de nuestra nueva página web, se rediseñó el portal de Aliados Estratégicos, que hospeda información relevante de los proveedores para que nuestros asociados cuenten con soluciones y servicios que faciliten la implementación de estándares. También, se creó el nuevo Directorio de Aliados Estratégicos para facilitar su fácil acceso y consulta en la siguiente liga:

<https://www.gs1mexico.org/directorio-aliados-estrategicos>

Sin duda,
nuestros aliados son parte importante de la comunidad GS1, ya que impulsan con sus soluciones el uso de los estándares, participan en proyectos e iniciativas de la asociación, comparten contenido de valor en nuestro blog y newsletter, además de que son actores activos en nuestros eventos y webinars.



EVENTOS RI

Nuestra estrategia 2021 de webinars y capacitación fue estructurada por sectores, por lo que los temas que se estuvieron abordando durante estas sesiones fueron definidos de la misma manera para apoyar el desarrollo de los asociados.

52 webinars

11 aliados impartieron las capacitaciones

8 actores claves

2 instituciones de gobierno

Asistentes

- 6,376 personas
- 4,888 empresas

Por Sector	No. Webinars
Fabricante / Retail	10
Primario	5
Salud	3
Financiero	5
Desarrollo de Asociados	No. Webinars
Comercio internacional	3
Logística	3
Marketing Digital	2
E-commerce	5
Nom's 051 / 035	3
Plan de Negocios	4
Total	43



Participación activa en Fábrica de Negocio 2021

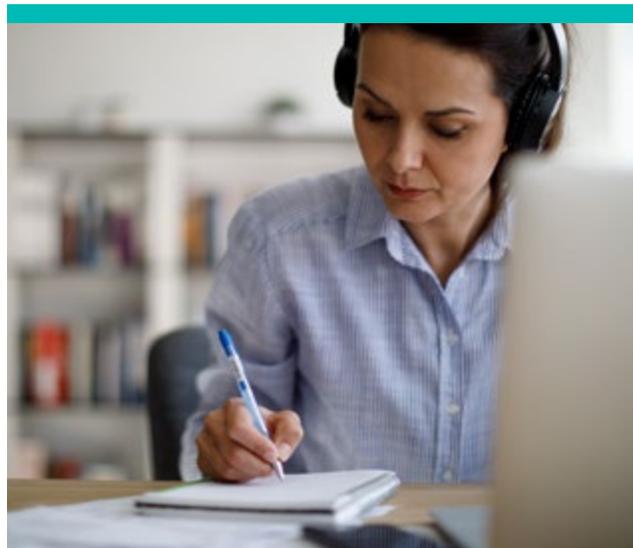
14 Stands Actores Clave y Organismos-

- ANTAD
- AVERY
- COPPEL PAY
- CERCA
- CPDM
- HASSE
- IMPI
- INTERTEK
- RIBETEC
- SENASICA
- UBS
- ZEBRA
- DATA BUNKER
- BIOMETRÍA



Por otra parte, el área de Relaciones Institucionales participó activamente en la conformación de la agenda del evento, contando con la participación de los siguientes organismos y actores clave:

- Cajanauta
- ANTAD
- Agencia Digital ADN
- IMPI
- DATA BUNKER
- ZEBRA
- Bulárcama



Gerencia de Marketing y Comunicación

Actualmente, la nueva normalidad ha obligado a las compañías y a las marcas a adaptar con rapidez sus estrategias de marketing y comunicación a los cambios del mercado. Para GS1 México entender que sus asociados desarrollaron durante la pandemia nuevas costumbres, hábitos y estilos de vida, además de que sus negocios dieron un paso hacia la digitalización para vender más allá de las tiendas y comercializar sus productos en ambientes digitales, marcó un antes y un después en nuestra estrategia.

Hoy las empresas tienen dos opciones: transformarse y enfrentar los desafíos, o no hacer nada y perder las oportunidades. Sin duda el éxito favorecerá a los valientes que aprovechen las crisis para poner en práctica ideas nuevas e implementen la innovación en su organización como un estilo de vida.

Esto dio paso a acelerar dentro de GS1 México la estrategia de marketing y comunicación por sector, donde se desarrollaron mensajes clave acordes a las necesidades de los asociados del retail, manufactura, salud, primario, financiero y moda, que pudieran durante su viaje de compra, del conocimiento a la consideración y a la acción, adoptar nuestras soluciones, profesionalizar sus negocios y llevarlos al siguiente nivel.

La utilización de marketing digital, la publicidad omnicanal, relaciones públicas y contenidos de valor, campañas en Google Adwords, estrategias de social selling estratégico, uso de WhatsApp Marketing, lanzamiento de estudios como la *4^o Edición del Barómetro GS1: Fabricantes PyME de la industria de consumo y el Estudio de Venta Online en PyMEs* en conjunto con la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO), la consolidación de eventos como Fábrica de Negocio, Retail Day y Foro

de Colaboración Industria Comercio, así como el lanzamiento híbrido de InfoCode y Syncfonía+, robustecieron nuestra estrategia de mercadotecnia desde una visión holística, omnicanal y centrada en los asociados.

Es momento de que las empresas mexicanas trasciendan de una generación de riqueza a otra de confianza. La situación actual abre nuevas puertas para revolucionar la forma en que informamos y nos conectamos con el asociado, siendo clave optimizar nuestras estrategias de marketing y comunicación para conquistar nuevos sectores y fidelizar las empresas que hoy ya cuentan con los estándares GS1 y hablan el lenguaje global de los negocios.



Eventos

Foros de Desarrollo Empresarial

Durante 2021 se llevaron de manera virtual **6** Foros de Desarrollo Empresarial virtuales, divididos por regiones Nielsen: Pacífico, Norte, Valle de México, Sureste, Centro y Bajío. Estos eventos tienen como objetivo generar un espacio en el que las empresas encuentren soluciones innovadoras a los retos que enfrentan en su operación diaria, además de brindarles contenido de valor en temas como Etiqueta Nutricional y Generación de Octógonos, Google para Pymes, Última Milla, Marketing Digital, Etc.

Fábrica de Negocio 2021

En año pasado se realizó del 21 al 24 de junio la 7ª Edición de Fábrica de Negocio (FDN2021), la incubadora de retail más grande de Latinoamérica, la cual incluyó una plataforma virtual donde se llevó a cabo el evento. Además, se implementó un anaquel virtual; lo que permitió un proceso de oferta y aceptación de propuestas de compra por parte de fabricantes y cadenas.

Contó con una agenda de **24** conferencias con expertos especialistas por ANTAD, Google, Amazon, Waze, Sección Amarilla, Zebra Technologies y la Asociación de Internet MX, entre otras empresas. Tuvo la participación de 1884 personas únicas asistentes de 933 empresas identificadas.

Foro de Colaboración Industria Comercio 2021

A casi dos años de iniciada la contingencia sanitaria, GS1 México decidió realizar de manera presencial en el Centro Citibanamex, dentro del marco del Logistics World Summit & Expo, la 3ª Edición del Foro de Colaboración Industria Comercio, el lugar

de los inno-líderes, evento que tiene como propósito establecer mejores prácticas de negocio, fortalecer los trabajos de colaboración entre fabricantes y retailers, así como impulsar la implementación de los estándares GS1 y las tendencias tecnológicas y de consumo que revolucionarán los negocios en un entorno omnicanal y de economía digital.

La edición 2021 integra a un selecto grupo de profesionales y visionarios que definen diariamente con trabajo e innovación el rumbo del Retail y el ecommerce en México. Además, dentro del evento se compartirán los casos de éxito de las empresas que mejor han implementado los estándares GS1 y la tecnología en beneficio de la operación comercial, el ecommerce, la logística, la cadena de suministro y la calidad de vida de las personas.

La conferencia inaugural “Tendencias Económicas y de Innovación 2022” fue impartida por el periodista de negocios Rodrigo Pacheco. Posteriormente, se realizó el Cierre de Comités 2021 de GS1 México (Infocode; Syncfonía, Sector Primario; Sector Salud; Retail y Eficiencias Logísticas), para dar paso a Pía Escandón, Industry Manager de Google y su conferencia “El futuro del retail 2021-2025”

Finalmente, Matt Dunsmoor, colaborador de Simon Sinek Inc. y fundador de la consultoría Salt & Pepper 30s, expuso sobre los Infinite Games, una visión enfocada en los negocios o la vida misma, donde los jugadores van y vienen, las reglas cambian y no hay un punto final definido. No hay ganadores ni perdedores en un juego infinito; sólo hay adelante y atrás.

El evento contó con la **Asistencia de 176 personas de 114 empresas únicas.**

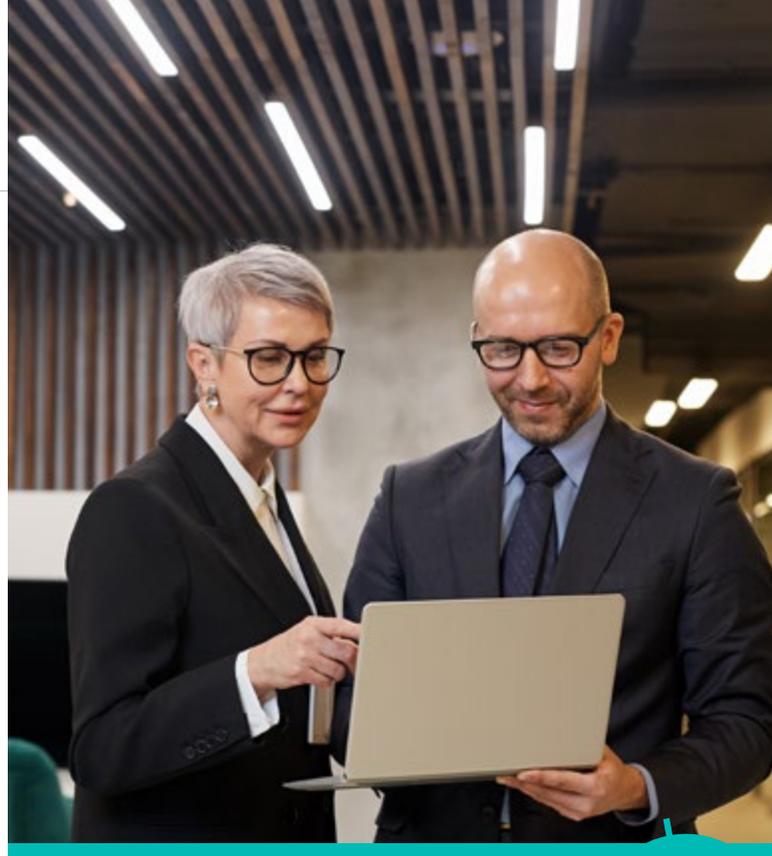
Retail Day Latinoamérica 2021

El crecimiento de la digitalización, el impacto de la pandemia en los cambios en los hábitos de consumo, los retos que están afrontando las compañías de logística, la incorporación de la sostenibilidad en los modelos de negocio y el consumo consciente fueron algunos de los temas que especialistas del sector minorista analizaron durante el evento *Retail Day Latinoamérica 2021 “La normalidad que nos marcará un nuevo rumbo”* que realizó GS1 México en conjunto con Deloitte.

Este año, Retail Day reunió a especialistas y líderes regionales del sector, así como a conferencistas internacionales, quienes debatieron y analizaron temas como el crecimiento de la digitalización, los nuevos hábitos de consumo, los retos que están afrontando las compañías de logística, la incorporación de la sostenibilidad en los modelos de negocio, el consumo consciente y el propósito corporativo.

La agenda contó con la participación del CEO de Deloitte Spanish Latin America, Francisco Pérez Cisneros, una entrevista realizada por Erick Calvillo, Socio Líder de Consumo Deloitte Spanish Latin America a Federico Bernaldo de Quirós González Pacheco, CEO de Grupo Gigante, el panel “Huella de carbono ‘cero’, la revolución de la sostenibilidad”, donde participaron; Juan Carlos Aderman, Vicepresidente de transporte DHL Supply Chain; Ingo Babrikowski, CEO de Estafeta; David Gallardo, Director de Logística de Heineken y David Martínez, Director General de Soy Logístico.

Además, se contó con la participación de Marcos Ordenes, Country Manager South & Central Latam de WAZE, quien fue entrevistado por Paola Cabrera, Gerente de Marketing y Comunicación de GS1 México. Marcos habló sobre la transformación de la movilidad de los consumidores y



cómo se han modificado sus hábitos en la materia, a partir de la contingencia sanitaria. Finalmente, Afdhel Aziz, experto en propósito, capitalismo consciente y emprendimiento social, impartió la ponencia “Ser bueno es lo nuevo: cómo comercializar con un buen propósito” y Hugo Ruiz Murillo, Presidente de GS1 México, concluyó con unas palabras el evento.

Retail Day se realizó de manera virtual y contó con la asistencia de 338 personas de 152 empresas únicas.



Participación en eventos externos

- Expo ANTAD
- ECSE
- Foro de Líderes Logísticos
- The Logistics World Web Summit, en colaboración con GS1 LATAM - Tema: Evolución de la gestión de almacenes con tecnología de vanguardia

Marketing Digital

Actualización de la Página Web GS1 México

Logramos completar uno de los principales objetivos del área de marketing; actualizar nuestro sitio web, adaptándonos a las tendencias y mejores prácticas en la navegación.

La misión era clara; brindar una experiencia de usuario óptima a los asociados, a través del todo el ecosistema digital GS1 México.

Uno de los principales retos que se hicieron notar durante los primeros compases del proyecto fue **identificar todos los recursos y subpáginas del portal anterior**; de esta manera se construyeron los cimientos para un nuevo mapa sitio. Mapa que se convertiría en el alma y esqueleto del nuevo producto.

Una vez concretado cuales serían los elementos y las características de nuestra nueva página web, comenzó el proceso de generación de *Wireframes*. Dichos activos nos dieron una visión más detallada de cómo se vería nuestro sitio web, una vez programada. En este punto, las reuniones de carácter más creativo dieron lugar a una definición final de su nuevo aspecto.

El proyecto de renovación de sitio web siempre se sostuvo de **2 elementos indispensables**: El primero y más importante fue trasladar toda la experiencia hacia un esquema de comunicación segmentada por industria, y ligar cada uno de los productos y servicios de GS1 México a cada uno de ellos. El segundo elemento estaba directamente relacionado con los requerimientos en temas de visualización que la oficina global liberó a mediados de 2021.

Incluimos secciones definidas para cada uno de los sectores que se adecuarán a los requerimientos de los líderes de los sectores dentro de GS1 México.

Es importante mencionar que también habilitamos todas las características necesarias para que el sitio se volviera **fácil de administrar y editar por nuestro equipo de marketing interno, esto sentó las bases para construir una plataforma en constante crecimiento y evolución, soportando los requerimientos de los planes de marketing de 2022.**

Gracias a las iteraciones que se realizaron en la experiencia general de la Página, pudimos incrementar nuestras **visitas generales, anuales en un 19.53%.**

Actualmente seguimos en constante análisis de los componentes del ecosistema digital, con una visión de mejora continua que sin duda soportará la evolución, de cara a los próximos 10 años de actividad.

Activos en redes sociales

2021 fue un año de cambio en la metodología de trabajo para las redes sociales. Buscamos, además de darle su espacio a cada una de las campañas, empezar a crear contenido que fuera de interés para los distintos sectores.

***Pasamos de tener 16,374 personas alcanzadas durante 2020, a llegar a la cifra de 17,032 usuarios impactados en todas nuestras redes sociales (Facebook, LinkedIn, Instagram y Twitter), acumulados para diciembre de 2021.**

Newsletter

Realizamos 25 envíos de Newsletter durante 2021, segmentados a los diferentes sectores, obteniendo un Open Rate del 26%. De esta manera buscamos entregar a nuestros asociados, la información más relevante por industria, mientras difundimos los beneficios de la membresía GS1 México.

Comunicación Carta Porte

Se creó, bajo el esquema de desarrollo del sitio, la nueva página de Carta Porte, la cual busca concentrar la documentación necesaria para facilitar la implementación de este requerimiento dentro de las empresas.

Además, se lanzaron una serie de piezas promocionales que buscaban acercar aún más la información del nuevo estándar.



Actividades

- Invitación Webinar - Carta Porte
- Liberación de Entrada de Blog
- Invitación a mesa de Trabajo Carta Porte
- Liberación de la Página Carta Porte
- Publicación tipo carrusel (Instagram)
- Publicación en todas las redes sociales - Enlace a la Página con Infografía
- Habilitación del Banner desplegable en sitio web



2020

Fuente	Sesiones
Búsqueda orgánica	730,229
Tráfico directo	318,880
Email marketing	41,108
Referencias	27,578
Redes sociales orgánicas	10,932
Búsqueda de pago	4,964
Pagado en redes sociales	841
Otras campañas	54
Total	1,134,586

2021

Fuente	Sesiones
Búsqueda orgánica	794,093
Tráfico directo	380,390
Búsqueda de pago	103,660
Referencias	34,401
Email marketing	21,506
Redes sociales orgánicas	20,362
Pagado en redes sociales	1,224
Otras campañas	515
Total	1,356,151

Campañas de Comunicación y Publicidad

35 Años GS1 México

Se creó una campaña en redes sociales para difundir la celebración de los 35 Años de GS1 México, donde se desarrollaron imágenes para las portadas de nuestras redes, posts, videos y pantallas de fondo para reuniones virtuales. Además, se trabajó un ebook conmemorativo con diversos casos de éxito de nuestros Asociados el cual se difundirá en 202.

Además, los colaboradores y al Consejo recibieron un detalle por motivo de esta celebración.

Sin duda a lo largo de más de 7 lustros, se ha demostrado que toda historia de éxito en el retail y el ecommerce inician con un Código de Barras GS1.

Syncfonía+

La evolución de Syncfonía debía verse reflejada de forma gráfica y conceptual. Es por eso que se realizó un cambio de imagen y rediseño del logotipo para el lanzamiento de la nueva plataforma Syncfonía+, se realizó una agresiva campaña de comunicación para:

- Informar y preparar a los asociados del Catálogo Electrónico para el cambio de plataforma
- Dar a conocer los nuevos beneficios de la herramienta
- Difundir los cursos de capacitación virtual y webinars para el uso correcto de la plataforma

La campaña estuvo conformada por posteos y videos en redes sociales, un evento de lanzamiento donde participó nuestro director Juan Carlos Molina, así como webinars de capacitación y la difusión del curso en línea.

InfoCode -marcas que conectan-

La finalidad de esta campaña fue generar descargas de nuestra app InfoCode a través de la captación de nuevos usuarios.

Para lograr este objetivo, se diseñó una estrategia a través de Influencers, los cuales se encuentran posicionados en distintos nichos y dirigidos a diferentes estilos de vida (alimentación, gourmet, hogar, deporte y tecnología), los cuales presentaron una visión fresca de la app de acuerdo a los intereses de sus seguidores.

Toda la campaña se desarrolló por medio de redes sociales, con Instagram y Facebook Lives, videos, posts y un concurso donde participaron los Asociados de GS1, los cuales presentaron la forma más innovadora para difundir su producto utilizando la InfoCode y donde el jurado estuvo conformado por los Influencers.

Barómetro GS1 2021

Se diseñó una campaña por redes sociales y call center para invitar a que los asociados y medios de comunicación estuvieran presentes de manera virtual en la presentación de la 4º Edición del Barómetro GS1: Fabricantes PyME de la Industria de Consumo, para que posteriormente descargaran este estudio.

Pago Oportuno

Se trabajó la reestructura de la campaña de Pronto Pago en conjunto con el Centro de Atención Empresarial y la Dirección de

Planeación Estratégica y Finanzas, para la definición de los nuevos lineamientos y mensajes que aplican a la nueva versión.

La campaña Pago Oportuno va dirigida a los Asociados que en el mes deban de renovar su membresía obteniendo un beneficio del 10% de ahorro.

Relaciones Públicas

540 publicaciones que materializan 35 años de liderazgo en los negocios

2021 se desarrolló en un ambiente virtual, ya que a pensar que se previa que volveríamos a tener eventos presenciales, la pandemia no lo permitió, lo que hizo que nuestra comunicación y lanzamientos se adaptaran a la nueva normalidad y buscáramos otras maneras de conectar con nuestras audiencias.

Sin duda nuestra estrategia de comunicación y relaciones públicas se consolidó en un entorno omnicanal, donde los medios tradicionales, plataformas digitales e influencers, se mezclaron de una forma homogénea para comunicar, a través de sus publicaciones, nuestros mensajes segmentados por industria y oferta de valor de cara al asociado.

La máxima de que las marcas que en momentos de crisis y contingencias no guardan silencio y que realizan acciones que reflejan bienestar, seguridad, confort y cuidado, hace que se establezcan en la mente y corazón de sus audiencias.

2021 sirvió para reforzar nuestra relación basada en contenido de valor con medios de comunicación, periodistas, influencers y líderes de opinión, además de eficientar nuestras conferencias de prensa entrevistas y reuniones ejecutivas de manera virtual. Esto nos permitió tener presencia mediática

y cobertura editorial a lo largo de año con 540 publicaciones en medios como Mundo Ejecutivo, Reforma, El Sol de México, Expansión, El Financiero, entre otros, que reflejan nuestro liderazgo de 35 años como facilitador del comercio omnicanal y el ecommerce, además de lograr una equivalencia publicitaria (AVE) de más de 18 millones de pesos.

Por otra parte, se consolidó nuestra estrategia de contenidos -comunicados de prensa, artículos editoriales, estudios propios como el Barómetro GS1 y el Estudio de Venta Online PyMEs, infografías, colaboraciones editoriales, testimoniales y videos-, lo que permitió que nuestros asociados conocieran en primera instancia en nuestra página web y redes sociales, la información y lanzamientos de la asociación.

Relaciones con líderes de opinión con Alberto Aguilar, Rodrigo Pacheco y Darío Celis se fortalecieron, además de colaborar de manera cercana con influenciadores digitales como Miguel Ángel Pallares, Uriel Ávila y Paul Lara en proyectos como Ideas de Negocios TV, Stalkeo Empresarial y Global IT, nos permitió reforzar nuestro posicionamiento como referente y líder de pensamiento en los negocios y el comercio electrónico.

2022 será un gran reto en materia de comunicación y contenido de valor, donde la disminución de las restricciones sociales y el fin del confinamiento renovará la forma en que realizamos nuestros eventos y encuentros con referentes de la comunicación, en un entorno híbrido y de más confianza para volver a reunirnos. En este contexto, en GS1 México estaremos preparados para adaptarnos a estas nuevas tendencias y continuar con nuestra labor de proveer contenido de valor que permita continuar con nuestro posicionamiento como el punto de encuentro más colaborativo.





Dirección de Operaciones de Productos y Servicios

Dentro de nuestra estrategia centrada en el asociado, el objetivo de la Dirección de Operaciones de Productos y Servicios es darles 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, lo que permitirá su profesionalización e impulsar su crecimiento.

Durante 2021 se pasó de otorgar una atención generalizada a una segmentada, la cual se vio reflejada dentro del área a través de la asignación de ejecutivos y asesores, lo que permitirá tener un punto de contacto, darle un mejor seguimiento, entender mejor el sector al que pertenecen (retail, manufactura, salud, primario, financiero o moda) y humanizar la relación entre GS1 México y sus más de 26 mil asociados.

Además, se experimentó un proceso de transformación digital dentro del área para mejorar y eficientar los procesos internos. Esto incluyó la incorporación de Zendesk, una plataforma de soporte, ventas e interacción con el cliente, que nos permitió dar un seguimiento puntal a nuestros asociados de manera omnicanal, ya sea a través de la atención en nuestras Oficinas Regionales, una llamada al Centro de Atención Empresarial (CAE), un mensaje por chat, un correo electrónico o cualquier otra interacción que se de con la asociación.

Lograr esto implicó una reestructuración del área, cambio de roles y actividades (*change*

management), renovación de procesos e implementación tecnológica, así como reorientar la estrategia hacia al asociado para ser más eficientes en su atención.

Sin duda, este cambio nos ayudará a acompañar a nuestros asociados a través de su *customer journey*, satisfacer sus necesidades, otorgar un servicio más ágil y resolver sus requerimientos desde la primera interacción. Todo esto bajo los parámetros de atención, cercanía, tiempo y satisfacción.

Cabe destacar que durante 2021 se fortaleció nuestro Programa de Capacitación Virtual GS1 mediante nuestra plataforma digital conocida como LMS (*Learning Management System*) y una oferta de cursos robusta más allá de nuestros estándares y sin importar la ciudad en donde se encuentre el asociado. Esto permitirá tener un mayor del entendimiento de la oferta de valor de GS1 México y facilitar el paso de su negocio al siguiente nivel.



Durante 2021 se pasó de otorgar una atención generalizada a una segmentada, lo que permitirá tener un punto de contacto, dar un mejor seguimiento, entender mejor el sector al que pertenecen (retail, manufactura, salud, primario, financiero o moda) y humanizar la relación entre GS1 México y sus más de 26 mil asociados.

El Centro de Atención a Empresas (CAE) alcanzó en 2021 un 93.1% de satisfacción del asociado

Con el propósito de brindar una mejor atención al asociado, en 2021 se fusionaron las áreas de cobranza, atención y trámites para fortalecer nuestro Centro de Atención a Empresas (CAE). Esto implicó un gran compromiso de los colaboradores de GS1 México para adaptarse a los nuevos procesos, cambio de actividades, la digitalización del área y al entorno pandémico, así como capacitarse en Zendesk y homologar el conocimiento de los ejecutivos para prestar el servicio que requieren las organizaciones.

Este cambio ha generado una mejor percepción de GS1 México por parte de los asociados, al reconocer que reciben una atención integral, más allá de realizar la cobranza por la renovación de su membresía, sino que además cuentan con el seguimiento y acompañamiento para resolver sus trámites, obtener información de valor para solucionar sus problemas y un ejecutivo designado para atender sus requerimientos.

Actualmente, el CAE alcanzó un 93.1% de satisfacción del asociado gracias a su atención y resolución de problemas, lo cual como organización nos impulsa a mejorar de manera continua y buscar mejores alternativas para otorgar una experiencia de usuario relevante en el uso de nuestras soluciones.



Más de 8 mil asesorías y más de 2 mil empresas capacitadas por nuestras Oficinas Regionales

Durante 2021, nuestras tres Oficinas Regionales (Norte, Occidente y Centro) impartieron en conjunto 8,031 asesorías y capacitaron a 2,043 empresas en el uso de los estándares GS1 como el Código de Barras, Catálogo Electrónico Syncfonía, Calidad de Datos, Order to Cash (O2C), Trazabilidad, entre otros.

280 cursos virtuales a cargo de las Oficinas Regionales Norte, Occidente y Centro

Asistentes

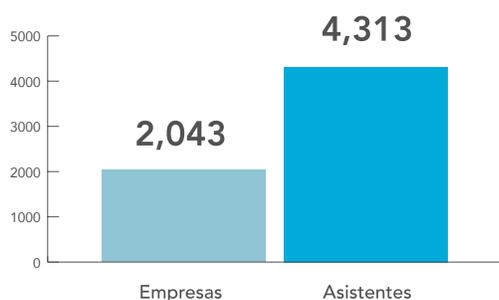


Gráfico. Registros por empresa y por participante.

Asistentes por Curso

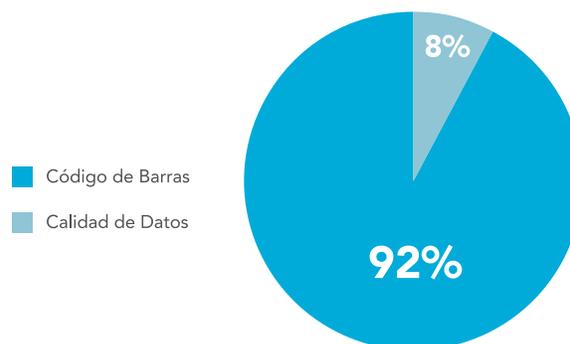
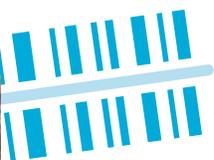


Gráfico. Registros por tipo de curso.



Por otra parte, se dio continuidad a lo largo del año a la colaboración con los gobiernos locales, a través de la relación y convenio con distintas Secretarías Estatales o Municipales, así como organismos e instituciones locales para realizar proyectos productivos e impulsar la competitividad, desarrollo y crecimiento.

Esto es clave, ya que se convierten en un brazo que nos ayuda a llegar de manera física y virtual a las micro y pequeñas empresas de todos los puntos del territorio nacional, además de fortalecer la comunicación y percepción de nuestros beneficios con los asociados de cada región.

Relación con Oficinas Estatales

Secretaría	Estado
Secretaría de Desarrollo Económico	CDMX
Secretaría de Economía y del Trabajo	Chiapas
Comisión Estatal de Mejora Regulatoria	Chiapas
Secretaría de Desarrollo Económico*	Estado de México
Secretaría de Fomento y Desarrollo Económico*	Guerrero
Secretaría de Desarrollo Agropecuario	Hidalgo
Secretaría de Desarrollo Económico y del Trabajo	Morelos
Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico	Oaxaca
Secretaría de Competitividad, Trabajo y Desarrollo Económico	Puebla
Secretaría de Desarrollo Sustentable	Querétaro
Secretaría de Desarrollo Económico	Tlaxcala
Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario*	Veracruz
Dirección de Desarrollo Económico del Municipio de Xalapa	Veracruz
Secretaría de Desarrollo Industrial y Comercial	Campeche
Secretaría de Economía Delegación Quintana Roo	Quintana Roo
Secretaría de Desarrollo Económico	Quintana Roo
Secretaría para el Desarrollo Económico y la Competitividad*	Tabasco
Instituto Yucateco de Emprendedores	Yucatán
Centro Pymexporta Yucatán	Yucatán
Secretaría de Economía*	San Luis Potosí
Secretaría de Desarrollo Económico*	Durango
Secretaría de Desarrollo Económico	Chihuahua
Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior (COFOCE)	Guanajuato
Secretaría de Desarrollo Económico*	Sinaloa
Secretaría de Economía*	Sonora

Tabla. Secretarías con convenios de colaboración y/o ventanillas de trámites
*Convenios con subsidio para pago de membresías

En el tema de subsidios, se lograron obtener por parte de las Secretarías de Desarrollo Económico (SEDECO) o similares de la región, \$516,225 para la adquisición y renovación de membresías de Código de Barras, lo que muestra la

colaboración que existe entre GS1 México y las dependencias económicas de los estados, así como el valor que ven en la implementación de nuestros estándares para profesionalizar a las empresas locales y llevarlas al siguiente nivel.

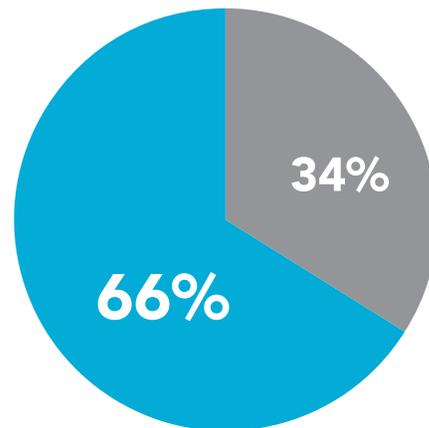
Más de 70 mil productos trabajados en SECODAT

En comparación con 2020, durante el 2021 se incrementaron en un 15% los productos trabajados dentro de nuestro Servicio de Comprobación de Datos (SECODAT) al trabajar a través de documentos, Se paso de 61,060 a 70,748 productos trabajados en 2021.

De estos artículos, el 66% (46,695) corresponden a unidades de consumo y 34% (24,053) son de unidades de expedición (cajas, displays y pallets).

Productos Maquilados 2021

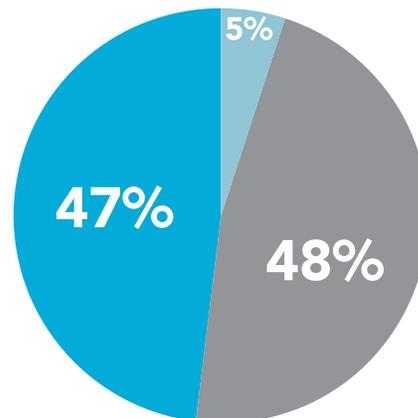
■ Unidades de Consumo
■ Unidades de Expedición



Debido a la pandemia, se mantuvieron los distintos tipos de catalogación de productos, los cuales se realizan a través de documentación, lo que permite que no sea necesario que se presenten las mercancías de manera física y esto no frene las relaciones comerciales entre proveedores y cadenas.

Catalogación Final, a Distancia y Preliminar (unidades de consumo)

■ Preliminar
■ Final
■ A Distancia

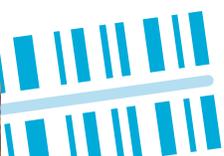


Además, durante 2021 la carga de trabajo en las Oficina Regionales (Norte, Occidente y Centro) tuvo un incremento significativo, debido a su reapertura.

Con el objetivo de lograr una correcta implementación, se impartieron capacitaciones online con contenido específico para la oficina de proyectos y el equipo de TI, así como para los líderes, sponsors y equipos de trabajo de los distintos proyectos.

A continuación, compartimos datos sobre las horas invertidas, personas habilitadas, espacios creados y demás acciones para la puesta en marcha de estas herramientas:

- **34 horas** de trabajo en conjunto -PMO y proveedor de las herramientas- para la habilitación del software
- **22 horas** capacitación por la PMO para el uso básico y avanzado de Jira & Confluence
- Habilitación de **25 líderes** en un nivel básico general para la gestión de sus proyectos
- **Habilitación del Equipo Directivo** para el uso de las herramientas como Rol de Sponsors
- Alta de **44** colaboradores identificados con necesidad de acceso a las herramientas
- A partir de marzo 2021, se brindaron aproximadamente **más de 35 sesiones- horas** de trabajo individuales y colectivas para la **captura de planes de trabajo, resolución de dudas y el uso** de las herramientas en general
- Se configuraron **49 espacios** de trabajo para la gestión de proyectos
- Se cuentan con **24 espacios** de trabajo personal de los colaboradores



Gestión y Administración de Proyectos

Establecer una PMO en GS1 México tuvo como propósito gestionar los proyectos en relación a sus objetivos estratégicos. La tecnología e innovación son herramientas fundamentales, lo cual se reflejó en la adopción de los softwares de Jira & Confluence para el trabajo y gestión de manera 100% digital, así como la formación de un equipo de cuatro integrantes para la Oficina de Proyectos a inicios del 2021.

A lo largo del año, se dio continuidad al desarrollo de proyectos derivados de la estrategia de GS1 México. Para facilitar la implementación se designaron seis frentes que engloban las principales iniciativas:

Categorías de Iniciativas Estratégicas

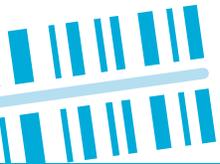


Dominios Digitales



De esta manera, a lo largo del año se ejecutaron **39** proyectos, unos derivados de la estrategia y otros emergentes, resultado de las necesidades detectadas. Dentro de estos, 4 proyectos fueron catalogados de alto impacto y su ejecución se reflejó directamente en la medición del Balance Score Card (BSC).

Relación con Asociados 	Productos y Servicios 	Operaciones Internas 	Dominios Digitales 
Campanñas de Comunicación Segmentadas	EDI para PyMEs	GS1 Academy	Huella Digital
Capacidades de Cabildео	InfoCode	Implementación Procesos Clave	Portal Cloud
Página Web	Syncfonía	Change Management	Social Listening



Para ejecutar los proyectos se contó con un presupuesto de \$62,131,418, el cual fue ejercido de manera exitosa.

Sin duda fue un año de muchos retos al implementar nuevas formas de colaboración y herramientas de trabajo, así como el seguimiento formal de la metodología de gestión, etc. No obstante, con la ayuda de todos los colaboradores que trabajaron de manera directa e indirecta con la PMO, concluimos de manera exitosa los proyectos.

Con miras al futuro cercano, la PMO desea robustecer las prácticas de gestión con el fin de adoptar metodologías ágiles que permitan optimizar el flujo de trabajo y gestionar de mejor manera los riesgos, oportunidades e interdependencias entre proyectos.

Innovación de cara al futuro

Durante 2021, el área de Innovación realizó un Taller de Ideación con los miembros del equipo directivo, el cual tuvo como finalidad que vivieran la experiencia de correr el proceso de innovación y generar proyectos innovadores que la Asociación pueda implementar en 2022.

El taller fue impartido por Edgar Barroso, consultor de la compañía Cutter Consortium México, quien guio durante 2 meses al equipo directivo para desarrollar las ideas y formalizar una propuesta de producto y/o servicios basados en metodologías ágiles; esto dio como resultado 4 propuestas de proyecto:

- Comunidad 360
- Fábrica Empresarial
- Plan de Inteligencia de Negocios
- Recibo Digital - Junna

Proyectos de Ideación

Comunidad 360°

Portal interactivo autoadministrable entre asociados, proveedores y soluciones de herramientas que ofrece información de valor, metodologías, mejores practicas, etc.

Fábrica Empresarial

Plataforma en donde estarán presentes los diferentes actores del ecosistema de GS1 con el objetivo de apoyar a la comunidad empresarial mediante la promoción y difusión de los diferentes productos y servicios, soportados por un "ejecutivo comercial / generador de demanda"

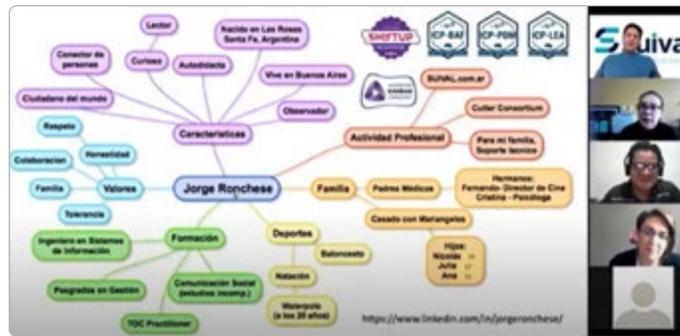
Plan de Inteligencia de Negocios

Plataforma que proporcionará reportes sobre ventas, cadenas de distribución y tendencias de consumo a sus distintos segmentos de asociados.

Recibo Digital - Junna

Plataforma en la nube que sirva de canal para compartir un recibo digital entre stakeholders que se conecte con las terminales punto de venta de las diferentes cadenas comerciales.

Por otra parte, el consultor Jorge Ronchese impartió un seminario y taller Agile, donde nuestros colaboradores se adentraron en las metodologías y gestión ágil de los proyectos, lo que permitirá gestionarlos de manera eficiente en los siguientes años.



Para el segundo semestre del año, invitamos a nuestros colaboradores a proponer ideas para generar el eslogan de innovación para GS1 México, teniendo como resultado:

“Innovación es nuestro código”

Además, trabajamos en un plan de dinámicas para fomentar la cultura de innovación y participación dentro de la organización, con una respuesta sumamente satisfactoria por parte de los colaboradores de GS1 México.

Plan de dinámicas Innovación



Para finalizar con las actividades de innovación, cerramos con la participación de Víctor Castañeda, experto que nos ayudó a romper paradigmas e integrar a nuestro ADN el hábito de atrevernos a hacer las cosas y pensar fuera de la caja.





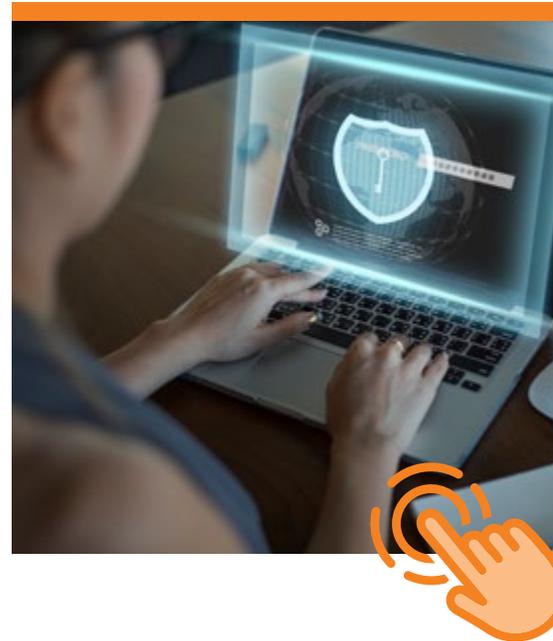
Dirección de
Tecnologías de
la Información y
Transformación
Digital

Proyecto de Seguridad de la Información

Uno de los activos más valiosos es la información de la Asociación, por lo que es importante contar con una estrategia y una cultura para resguardarla.

Esta iniciativa es impulsada por el Comité de Seguridad de la Información (CSI), y tiene como objetivo promover una cultura de Seguridad de la Información entre todos los colaboradores de GS1 México, así como adoptar Mejores Prácticas apegadas a reconocidos marcos de referencia Internacionales, como CIS, NIST e ISO 27001.

Una de esas Mejores Prácticas, es la revisión periódica mediante pruebas de la seguridad de los aplicativos, infraestructura de red, servidores y equipos, denominadas “Pentest”, las cuales permiten detectar y eliminar totalmente vulnerabilidades críticas, que pudieran exponer la información administrada por la Asociación.



20 controles de seguridad implementados en el marco CSI-Nivel 2

Con este Proyecto de adopción de Mejores Prácticas para la Seguridad de Información, se logró la implementación de 20 controles de seguridad en marco CIS-Nivel2, entre los que podemos enumerar los siguientes:

- 1. Formalización CSI del Comité de Seguridad en febrero de 2021**
- 2. Liberación del Manual de Gobierno de Seguridad de Información**
- 3. Publicación de 6 procedimientos de Seguridad**
- 4. Primera Encuesta de seguridad de Información**
- 5. 3 Webinars en seguridad de información**
- 6. Campañas de concientización y certificación de colaboradores en Seguridad de la Información**
- 7. Adecuaciones en Infraestructura para Teletrabajo**
- 8. Eliminación de vulnerabilidades críticas en aplicativos**
- 9. Robustecimiento de niveles de monitoreo y SLAs con herramientas tecnológicas**

Migración de infraestructura a modalidad Cloud en la Nube AWS

Durante 2021, la disminución gradual del uso de Infraestructura en el Data Center de Naucalpan, fue uno de los principales objetivos de la Dirección de Tecnologías de la Información y Transformación Digital.

Así se inició con la migración gradual de servidores tradicionales a la nube de Amazon Web Services (AWS) bajo nuevos formatos que manejan las tecnologías Cloud, destacando Cómputo Elástico (EC2), Almacenamiento en Bloques (EBS), Base de Datos (RDS), etcétera.

Esta migración significó un trabajo conjunto entre las áreas de Transformación Digital y de Plataformas, con sustento en un plan de modernización de tecnologías, que adicionalmente permite mejorar la disponibilidad de la infraestructura y de aplicativos.



Esta migración a la nube, en conjunto con acciones operativas que se realizan año con año, nos permitieron en 2021, consolidar los siguientes objetivos:

1. Mantener una disponibilidad de Infraestructura Tecnológica (Internet, Servidores, Telefonía, Red) en un 99.87%
2. Consolidar la actualización de red y servidores optimizados en seguridad para nuevas versiones de aplicativos
3. Alcanzar un equipamiento con Laptops para el 100% de los colaboradores habilitado para trabajo híbrido
4. Conseguir una baja de equipos 2021 y anteriores, aplicando las Mejores Prácticas de seguridad (en proceso)
5. Obtener un crecimiento de enlace de internet a 1 GB, para optimizar la telefonía en la nube para el Centro de Atención Empresarial (CAE), y para las óptimas condiciones de videoconferencias y del trabajo híbrido (en oficinas y remoto)
6. Consolidar la portabilidad de números telefónicos a telefonía en la nube
7. Desarrollo y operación de Chef GS1, la App para agendar citas con el servicio de Comedor

Adecuaciones y mejoras en Plataformas, Productos y Servicios

Dos años de confinamiento, y los retos para la Dirección de TI y TD no sólo fueron garantizar las óptimas condiciones para realizar el trabajo vía remota, sino hacer más eficientes las plataformas, los productos y servicios que ofrece GS1 México a sus Asociados.

Dentro del amplio esquema de mejoras y adecuaciones que se lograron durante 2021, podemos mencionar las siguientes:

Migración del Catálogo Electrónico Syncfonía

Robustecer a Syncfonía como Catálogo Electrónico de Productos, significó mudarlo a la plataforma de Riversand, una labor que representó la migración de:

**+800 mil
productos**

**+2 millones
imágenes**

Esta migración permitió avances significativos para GS1 México y su Catálogo Electrónico, como - la atracción de nuevos sectores de la industria, con modelos de Datos Personalizados para cada uno, un análisis de datos con reportes simplificados y

una reducción de 100% en costos por configuraciones (self service)

Con esta migración, podemos reportar que el Catálogo Electrónico Syncfonía alcanzó una cifra récord de más de 5 millones de productos totales con una fuente homologada de datos homologada.

Upgrade CRM Siebel

El CRM de GS1 México también pasó por una actualización en 2021. Durante cierto tiempo trabajamos bajo la versión 8.15 de Siebel, y dimos un salto hacia la versión 20.12.

Esta mejora nos permitió mejorar la productividad, con un 99.63% de disponibilidad registrada en 2021.

Este upgrade, nos permite lograr un ahorro en costos de hasta un 90%, y en un 99% en cuanto al tiempo para actualizaciones futuras. Nuestro CRM está listo para trabajar en la nube, en el futuro nos permitirá una eliminación de infraestructura on premise.

Por si fuera poco, la versión que adoptamos, permite que Siebel sea escalable, es decir, se pueden agregar servidores con una eficiencia a un 80% con mayor rapidez.

Upgrade ERP SAP

Otra actualización que se desarrolló en 2021, fue la de nuestro sistema de Gestión, SAP Business One y su versión 10, que se adoptó para dejar atrás la versión 9.3. Además de significar un ahorro en costos por la vigencia tecnológica, este upgrade le asegura a la Asociación una reducción de riesgos por fallos, y le garantiza una infraestructura modernizada.

A su vez, también nos coloca con ventaja por una reducción de 30% en costos y en un 35% en cuanto al tiempo para la construcción de futuras integraciones.

Mejoras a la app GS1 Mx Móvil Fase 2

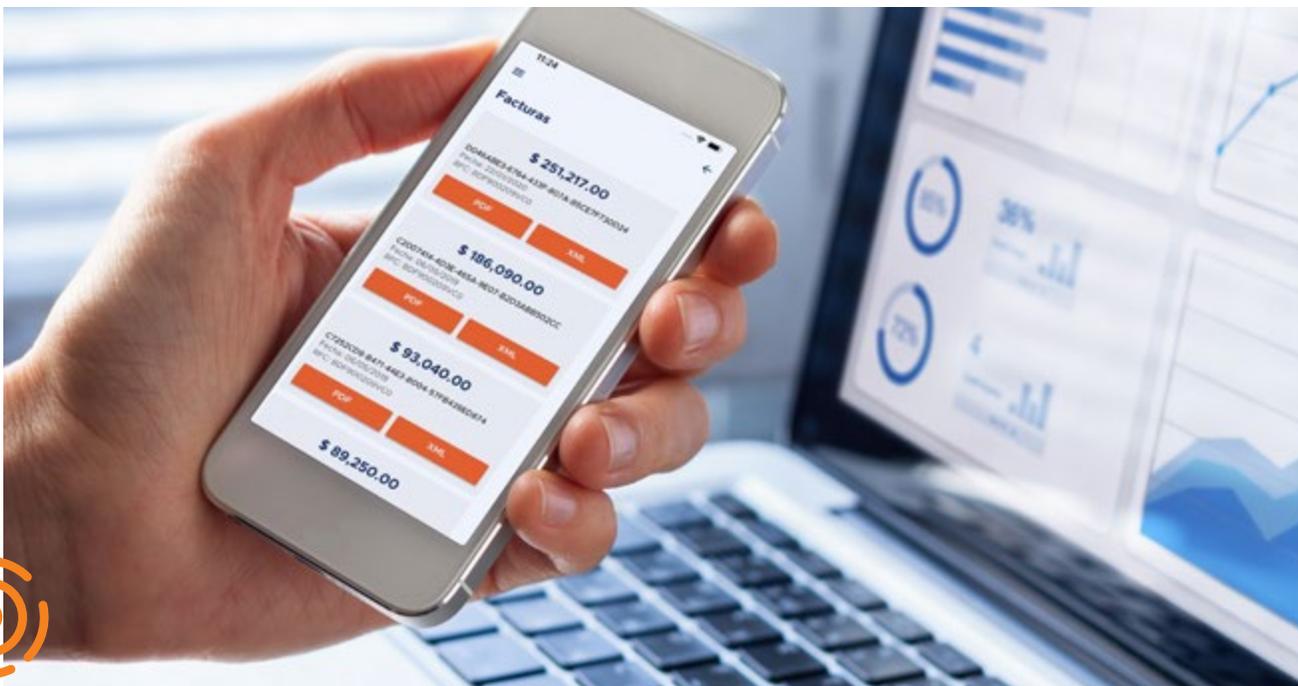
El desarrollo de la app GS1 MX Móvil representa grandes retos para mantener contacto con el Asociado y sus trámites ante GS1 México.

En 2021 se corrió la segunda fase del roadmap de la App de la Asociación, lo que nos permitió robustecerla y mejorar su usabilidad, con lo que alcanzamos los siguientes hitos:

1. 550 instalaciones
2. + de 14 mil impresiones
3. 2.5 sesiones activas a la semana por usuario
4. +400% de actividad que en 2020
5. + de 500 pagos realizados desde la app

Estas mejoras, también trajeron consigo 6 nuevas funcionalidades, para hacerla más amigable y capaz ante el usuario final:

- Notificaciones push para la autofacturación y el vencimiento de la vigencia de Membresías
- La programación de Citas en Secodat
- La elaboración de Trámites como el Cambio de Razón Social, Cambio de Domicilio Fiscal, Ajuste de Rango y la Solicitud de GTIN-8
- Inscripción a Cursos en la plataforma de Capacitación
- Acceso a SIRCO Móvil, para la Generación de Códigos GTIN-13
- Verificación de usuarios mediante Autenticación Biométrica



Conexión Red Global GS1 3.0

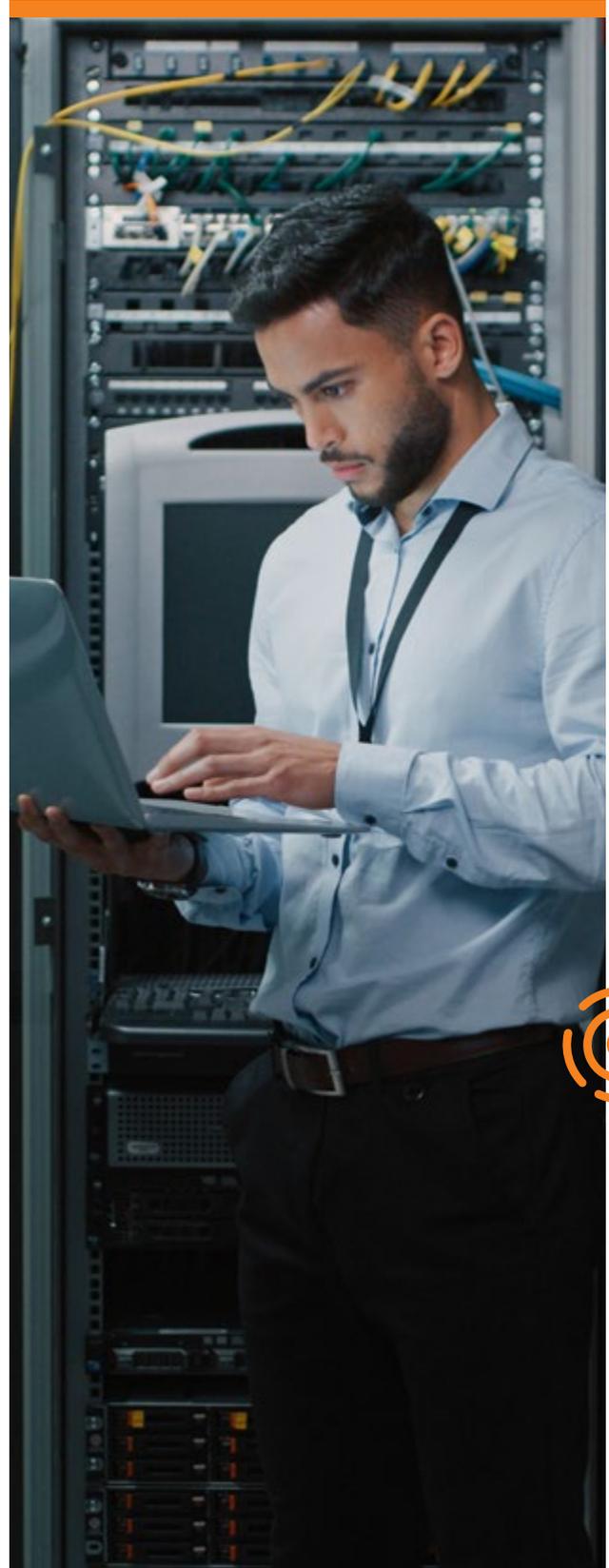
Otro de los grandes retos en 2021, fue la integración con la Red Global GS1 3.0, la más grande en el mundo pues integra Datos de millones de productos, con lo que garantizamos la participación de GS1 México en los programas de Data Completeness y Data Quality Global.

Dicha conexión no sólo permite que GS1 México esté alineado a las más recientes tecnologías de GS1 Global, sino que nos coloca en una ventaja competitiva, con una futura visibilidad hacia retailers, e-tailers, apps, marketplaces y nuevas tecnologías de comercio.

Otros retos

Además de actualizaciones, soporte y renovación de plataformas, también se desarrollaron en 2021 hasta 15 proyectos para la mejora continua, entre los que se encuentran:

1. 7 nuevos desarrollos de automatización o robustecimiento tecnológico
2. + de 10 proyectos de mejora a plataformas existentes
3. Reducción de hasta 40% en tiempo de ejecución de procesos
4. 10 nuevos tableros inteligencia de negocios
5. Roadmap mejoras HADA SECODAT
6. Plataforma Seguridad APIs



Nuevas plataformas para el servicio y atención de Asociados

La Atención al Asociado fue un factor importante para atender durante 2021, por lo que se emprendió una transformación que implicó una mejora en la atención telefónica y la apertura de nuevos canales de servicio.

La integración de una nueva plataforma de entrada y salida de llamadas como Aircall, con una de gestión de atención como Zendesk, para la generación de tickets, respuestas por chat y correo electrónico, nos permitió obtener los siguientes resultados sólo en el último trimestre de 2021:



- 16,000 tickets generados
- 329 chats atendidos
- 3,000 correos atendidos
- Mejor calidad de audio en llamadas con modalidad de home office
- Alta disponibilidad en la Nube
- Registro automático del 100% de solicitudes en Siebel, agilizando la atención de los agentes

Esta integración de nuevas tecnologías para la atención del Asociado, nos permitieron mejorar la fidelidad de audio en las llamadas, incluso en la modalidad de trabajo remoto; así como la afinar la administración del tiempo de los agentes de primer y segundo nivel, para cubrir más y nuevas funciones.

La integración con Zendesk nos permitió gestionar sólo en el último trimestre de 2021:

8,500

llamadas entrada

3,100

llamadas de salida

Habilitación de WhatsApp

Con poco más de 90 millones de usuarios en México, WhatsApp se ha convertido en una vía de comunicación instantánea y efectiva, no sólo entre particulares, también entre clientes y empresas. En 2021, también se consolidó la apertura de WhatsApp como un nuevo canal de atención para los Asociados de GS1 México.

Además de WhatsApp, también se habilitó:

- 1 nuevo Centro de Soporte con atención 24x7
- 1 nuevo Centro de Soporte para Syncfonía
- 1 plataforma de AnswerBots

Todas estas integraciones nos permitieron lograr:

91.4% de Tickets resueltos desde el primer contacto

93.1% De Satisfaction Score

0 Quejas en Q4 2021

Seguimiento del Asociado con su Huella Digital

Conocer el paso a paso de las actividades, trámites, solicitudes y consultas que hace el Asociado de GS1 México durante toda su relación con la Asociación, era de vital importancia, por lo que se emprendió el Proyecto de Huella Digital de los Asociados.

Para lograrlo se realizó una integración importante, por medio de la tecnología de Hull.io, entre nuestro CRM con Siebel y HubSpot, la suite de nuestros sitios web y medios de contacto con Asociados y potenciales nuevos Asociados. Así, conseguimos una alineación de atributos para segmentación de contactos.

Este esfuerzo representa la base inicial para facilitar el manejo de contactos, de acuerdo a segmentación, de las interacciones con el sitio web de GS1 México, además de facilitar la generación de segmentos para campañas de marketing.





Adopción del G Cloud Hub

Durante 2021, la organización implementó un ecosistema de componentes en la Nube con Amazon Web Services (AWS), en una arquitectura abierta que permite el rápido despliegue de aplicaciones. Los cimientos para la transformación digital de GS1.

Antes de esta implementación, GS1 México no tenía contemplado integrar las imágenes del Catálogo Electrónico Syncfonía en alta disponibilidad. De haberlo hecho de la manera tradicional, sin AWS, implicaría adquirir y configurar infraestructura por un monto, aproximado, de \$50,000 dólares.

Con la habilitación de un ecosistema de nube fue posible habilitar, en solo 2 días, un repositorio que a la fecha tiene más de 2 millones de imágenes. Este repositorio tiene un costo mensual de consumo de poco menos de \$300 dólares.

+2 millones de imágenes de Syncfonía hospedadas en la Nube

Representa un beneficio para 18 Cadenas Comerciales, al acceder a esta cantidad de imágenes, con una infraestructura en alta disponibilidad que les permite incluso integrar las URL de las imágenes a sus soluciones de forma directa, lo que puede representar un ahorro de recursos para las cadenas.

AWS también benefició el backend de InfoCode v2.0, pues mejoró su capacidad de operar a 2 mil transacciones por minuto, con un costo por consumo de poco más de \$500 dólares.

La integración de nuestros servicios con AWS permitió a 5 aplicativos importantes para GS1 México:

- Portal de Inscripciones
- API de conexión a Cadenas
- InfoCode v2.0
- Integración Siebel - Zendesk
- Hospedar las Imágenes del Catálogo

Evolución del Portal de inscripciones

Con AWS se consolidó una evolución tecnológica para el Portal de Inscripciones, con una mayor trazabilidad de la solicitud desde Zendesk.

Esta evolución integra la nueva segmentación en 3 niveles de industrias desde Siebel, nuestro CRM, por lo que se evita la reclasificación manual.

También se asegura una mayor seguridad al acceder con un correo electrónico y token de seguridad con expiración.

Así, el nuevo Asociado nace directamente en Zendesk y se le asignará un agente de manera automática, de conformidad con la nueva estrategia de atención en primero y segundo nivel.

Además, se consolidó una integración de costos con nuevo motor de pagos Conekta (menor costo por transacción), y facilita la identificación de referencias de pagos.

Es importante destacar que también se mejoran los tiempos de proceso de conciliación, de transferencias a GS1 México en sólo 24 horas y se concreta la autofacturación.

El 30% de los tickets atendidos por el CAE corresponden al proceso de inscripción, ahora tendrán trazabilidad en Zendesk.

Plataformas integradas al Portal de Inscripciones:

- Oracle | Siebel
- Zendesk
- SAP Business One
- Conekta
- Firmamex



Proyectos para la Transformación Digital de GS1 México

2021 permitió desarrollar Proyectos para la mejora atención de los Asociados, para la trazabilidad de sus consultas y requerimientos, y el fortalecimiento de los productos y servicios GS1 en la Nube, pero también se corrieron proyectos para la mejora de procesos internos, y facilitar las labores de nuestros compañeros, que resumimos a continuación.

Monitoreo de la conversación sobre GS1 México y el Código de Barras

La adopción de Digimind como herramienta de Social Listening, significó un nuevo canal de identificación de necesidades y oportunidades expresadas por los Asociados en foros públicos en internet y en redes sociales.

Con esta herramienta, GS1 México identificó:

- 20,117 menciones de Código de Barras en medios digitales
- 50% de incremento de nuevos aliados, influencers y medios de comunicación con mayor impacto en medios digitales
- 1 nuevo canal de identificación de necesidades y oportunidades de los asociados

Habilitación de la PMO digital

Enero de 2021 significó un cambio para la Gestión de Proyectos en GS1 México, con la habilitación de la PMO Digital, con el soporte de dos herramientas clave de Atlassian: Jira y Confluence.

Con la nueva PMO Digital, se gestionó el desarrollo de 38 Proyectos cerrados al 100% para diciembre de 2021.

Gracias a esta plataforma, perteneciente a la Oficina de Proyectos de GS1 México, los Líderes de Proyectos se beneficiaron con:

- La reducción de 20 horas en la documentación y autorización de cada proyecto
- Una Reducción de 5 horas en la actualización del Gantt de cada proyecto
- Mejora la comunicación inter áreas respecto a información de proyectos

En una sola plataforma, tanto la PMO, como los Líderes de Proyectos, sus sponsors y el equipo directivo de GS1 México, pueden visualizar las Actas Constitutivas, de Cierre e Incidencias de cada proyecto. Lo que permite una comunicación precisa entre todos los interesados de cada proyecto.

Automatización de la Maquila de datos con SecoDATA

Con componentes de Machine Learning y OCR, se desarrolló SecoDATA, un asistente virtual en dispositivos fijos que permite extraer texto desde fotografías, para llenar los campos de Maquila Básica y Extendida, al interior de nuestro Servicio de comprobación de Datos (Secodat).

Este asistente digital, tiene la capacidad para maquilar la información de 100 mil productos al año, y facilita el trabajo de los colaboradores GS1, en dos sentidos:

- 60% en reducción de tiempo captura de datos en 22 campos de maquila básica y 58 campos en maquila extendida
- 90% mejora en precisión de captura de texto

Gestor de Gastos con AMEX y Reembolsos

Integrado a los sistemas de SAP Business One, se desarrolló un Gestor de Gastos con tarjetas American Express, para servicios como la compra de Despensa, el pago de Taxis de plataformas digitales, y también para los reembolsos de viáticos y gastos similares.

La plataforma identifica el gasto, dispara un proceso de autorización y registro de cada facturación. Esto significa que el área de contabilidad ya cuenta con un asistente digital para la automatización de la identificación y autorización de Pagos con AMEX y Reembolsos (viáticos).



Biblioteca digital de contratos

La firma de contratos por vía remota fue posible en 2020 gracias a la plataforma de Firmamex, que la organización adoptó en 2020 con la llegada del confinamiento, causado por la pandemia de Covid-19. Pero también se identificó la necesidad de contar con una Biblioteca Digital de Contratos, con todas las medidas de seguridad para evitar vulnerabilidades a los Contratos y Órdenes de Compra celebrados por GS1 México con sus colaboradores y proveedores de servicios.

Esta biblioteca tiene cuatro características:

- Es dinámica y fácil de usar
- Tiene el soporte de Firmamex, para el cumplimiento de la NOM-151
- Permite la consulta de usuarios externos, con perfiles autorizados, para la realización de auditorías
- Garantiza una mayor seguridad en el resguardo de Contratos y Órdenes de Compra de GS1 México



Dirección de Planeación Estratégica y Finanzas

Para la Dirección de Planeación Estratégica y Finanzas, la 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, además de detectar necesidades de la industria y validar que contamos con una imagen positiva ante la opinión pública.

Cumplir con un grado de percepción de utilidad en el asociado y cubrir los gastos directos a lo largo del tiempo, son las variables de decisión para asignar recursos financieros y humanos a cada iniciativa, dándole un tiempo de maduración para dar resultados, evaluarlos, continuar o corregir su rumbo.

En este contexto, contar con un área de Planeación Estratégica para establecer la hoja de ruta a seguir para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios del entorno y disrupciones como una crisis sanitaria o problemas en la cadena de valor, nos ha permitido tomar mejores decisiones de cara al cumplimiento de nuestra estrategia 2020-2025 y reestructura de la organización.

Además, al digitalizar y fortalecer nuestra Oficina de Proyectos (PMO), ha facilitado la

administración y ejecución de los proyectos, además de aplicar de manera eficiente los recursos, manejar un lenguaje común y gestionar mejor su desarrollo. Esto nos permitirá construir en el presente, con la vista en el futuro, productos, servicios y procesos centrados en nuestros asociados, con un mayor grado de innovación y componentes tecnológicos.

Por otra parte, integrar a nuestras áreas de Asuntos Corporativos y de Efectividad Operativa a la Dirección, fortalecen ampliamente el marco legal y operativo sobre el que ejecutamos nuestra estrategia.

Para la Dirección de Planeación Estratégica y Finanzas, la utilidad y valor son los elementos que definen las inversiones de GS1 México, siempre con el propósito de realizar proyectos que transformen la experiencia de asociado.





Gerencia de Planeación Estratégica: información precisa para optimizar la toma de decisiones que guían el rumbo de GS1

En un escenario donde la única constante es el cambio, la Gerencia de Planeación Estratégica se encarga del desarrollo, medición y cumplimiento de los planes estratégicos con un enfoque neutral y que agregue valor al ecosistema de GS1, además de integrar dos áreas importantes:

- Estudios e Investigación. Generación de información de valor e inteligencia de negocio centralizada para la toma de decisiones internas y de la industria, así como el cumplimiento de objetivos, misión y visión organizacional. Entre los estudios que ha realizado se encuentran el Barómetro GS1: PyMEs de la Industria de Consumo, el Estudio de Venta Online en PyMEs en colaboración con la AMVO y el Barómetro de la Innovación Organizacional.
- Efectividad operativa. Valida la operación diaria de la organización para ser más

eficientes, evalúa los procesos a través de KPI's que miden si alcanzamos los estándares de calidad y mejora continua, además de asegurarse de contar con un manual de políticas y procedimientos vigentes.

Por otra parte, la propuesta de valor de la gerencia es generar las preguntas correctas y obtener las respuestas correctas en el tema de estrategia y funcionalidad operativa, a través de información objetiva y accionable alineada a cuatro pilares organizacionales:

1. Asociados
2. Procesos
3. Organización, cultura y desarrollo
4. Finanzas

Cada uno de estos elementos se manejan desde el enfoque “causa y efecto”, el cual involucra que toda decisión o acción que tomemos ejerza un impacto positivo en la satisfacción de los asociados, a la par de que nos llevan a alcanzar los objetivos de la organización. Esto se traduce en indicadores clave de desempeño (KPIs), derivadas del Balance Score Card (BSC), para medir el éxito de la estrategia o ver si tenemos que realizar cambios durante su ejecución.

Dentro de los logros organizacionales, se encuentra el cumplimiento, de acuerdo a nuestros pilares estratégicos, en más del 98% de las metas planteadas por GS1 México en el BSC 2021. Además, logramos un 86% dentro de la medición de nuestro NPS (Net Promoter Score), un indicador que se utiliza en los programas de experiencia del cliente y que sirve para determinar la lealtad de nuestros asociados y nivel de recomendación con otras empresas.

39 proyectos que marcaron la innovación y crecimiento de GS1 en 2021

Oficina de Proyectos e Innovación

Digitalización de la Oficina de Proyectos

Con el fin de eficientizar los procesos de comunicación para el trabajo remoto y evolucionar con mejores prácticas, la Oficina de Proyectos se transformó para trabajar de forma 100% Digital. Para lograr esta tarea, se eligieron las herramientas digitales Jira y Confluence, la cuales permitieron la eficiente administración y gestión de los proyectos bajo una metodología predictiva.

Confluence

Software de colaboración en equipo. Principalmente usado para la gestión documental y de interacción.

Jira Software

Herramienta en línea para la administración de tareas de un proyecto, el seguimiento de errores e incidencias y para la gestión operativa de proyectos.



Área de Asuntos Corporativos

Dentro de las responsabilidades del área de Asuntos Corporativos se encuentran:

- Legal. Preservar el marco legal de la actividad de la asociación, para mantener el cumplimiento de las leyes aplicables y las mejores prácticas corporativas.
- Gobierno Corporativo. Coordinador de Órganos de Gobierno Corporativo (Asamblea General de Asociados, Consejo Directivo y Comité de Gobierno Corporativo), de conformidad con las facultades y funciones que le confieren los estatutos sociales de la asociación.
- Cumplimiento normativo. Liderar, planificar e implementar un programa efectivo de ética y cumplimiento, desarrollando y supervisando sistemas de control para prevenir riesgos legales, violaciones de políticas internas, contratos y compromisos adquiridos.

A lo largo del año se realizaron las siguientes actividades en el rubro de cumplimiento normativo:

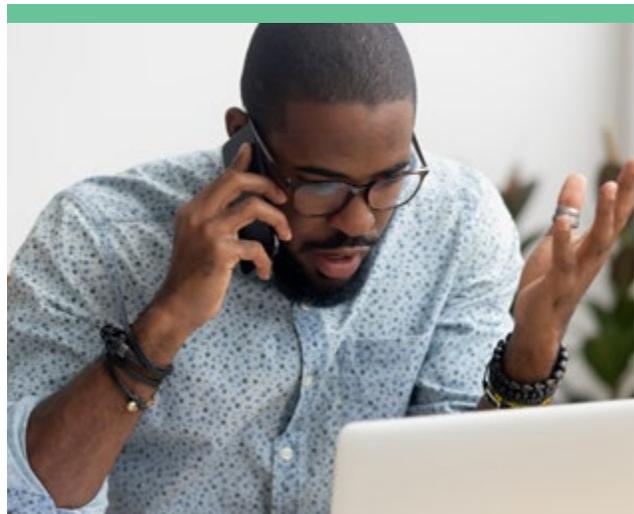
- Se instauró un nuevo sistema de Quejas y Denuncias junto con la consultora Deloitte
- Se desarrolló nuestro Código de Ética y Decálogo.
- Se constituyó el Comité de Ética y sus estatutos
- Se desarrolló la Política de uso adecuado, confidencialidad y protección al denunciante del sistema de quejas y denuncias
- Se creó el Sistema de sanciones
- Se elaboró la Política de conflicto de interés

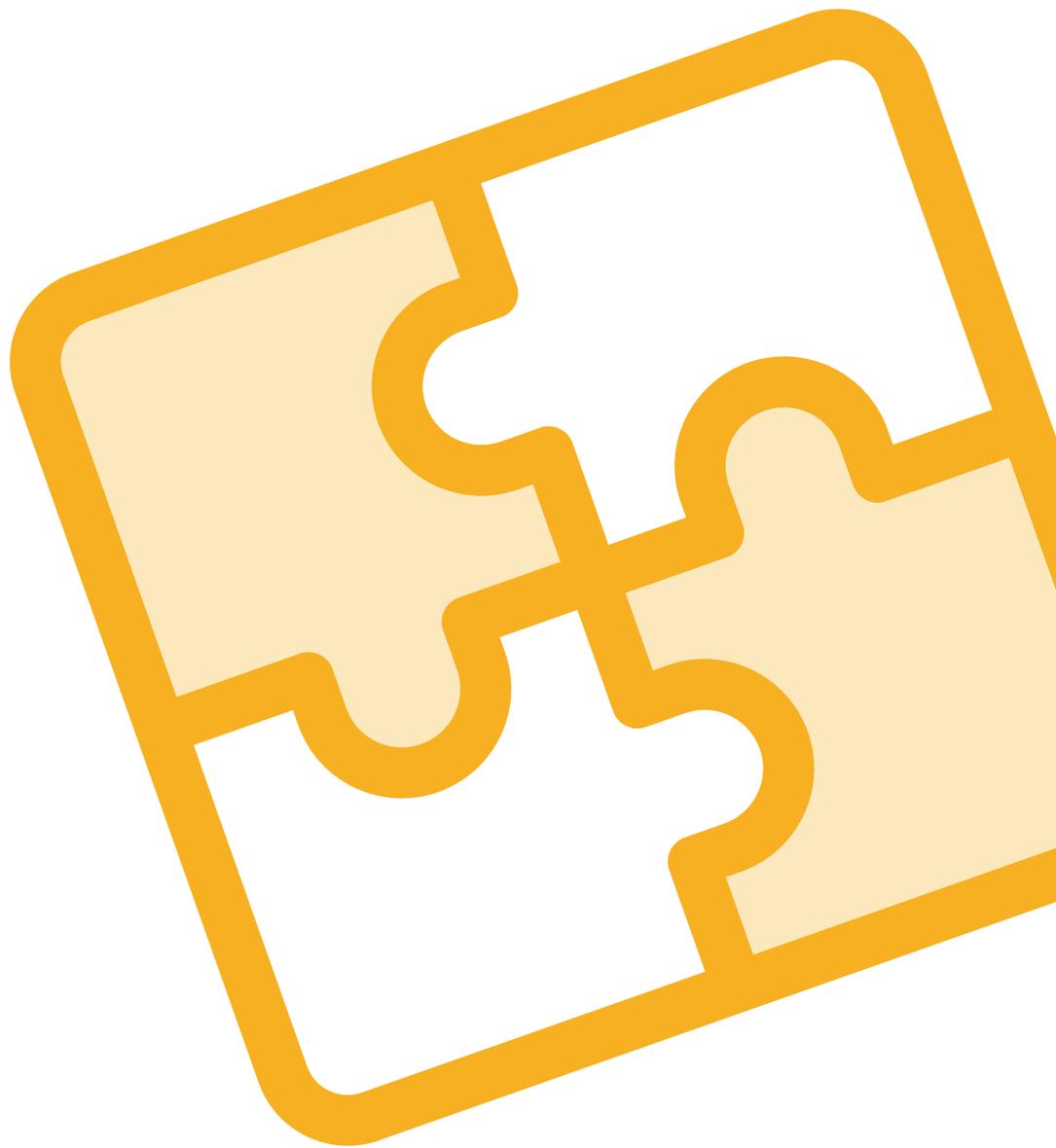
De esta manera, en GS1 México reafirmamos nuestro compromiso de realizar todas nuestras actividades apegadas al cumplimiento de:

- La regulación externa que nos rige (Leyes, Normas, Reglamentos Aplicables, etc.).
- La normatividad interna vigente (Misión, Visión, Valores, Buenas Prácticas Corporativas, Regulación Interna y Compromisos Adoptados Voluntariamente).

Lo anterior, se realiza en concordancia con los más altos estándares éticos, ya que resultan de vital importancia al ser el motor que da vida a nuestra organización. Además, guía a nuestro capital humano a hacer lo correcto en el desempeño de sus actividades y funciones. El éxito de GS1 México depende en gran medida de la integridad y profesionalismo de sus colaboradores.

A lo largo de nuestra evolución como organismo empresarial, nuestros valores fungen como los pilares que sostienen nuestras acciones y son fuente de inspiración para actuar con respeto, equidad, confianza, orgullo y excelencia, elementos importantes de nuestra cultura corporativa.





Subdirección de Talento y Capital Humano

Para GS1 México, desarrollar a su capital humano es clave para alcanzar los objetivos la estrategia 2020-2025, al ser la columna vertebral de la organización, el disruptor de la innovación, el primer contacto con nuestros asociados y el factor clave para alcanzar el éxito de nuestros proyectos.

En GS1 buscamos que nuestros colaboradores agreguen valor en cada una de sus actividades, lo que implica que no solo las competencias necesarias propias de su cargo, sino permear la misión, valores, propósito, innovación y ambición digital en cada uno de ellos.

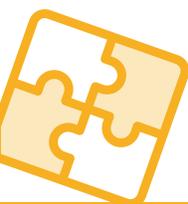
En 2021, la Subdirección de Talento y Capital Humano contribuyó a una directriz muy importante para GS1, desarrollar a sus colaboradores para contar con las habilidades necesarias en su trabajo diario y promoverlos para cubrir las posiciones que requiere la asociación. Esto permitió promover al **10.48%** de nuestro personal, donde destaca la posición del Director de Operaciones de Productos y Servicios.

Sin duda la pandemia ha evidenciado grandes retos en el tema de reclutamiento y selección de personal, por lo que a la par de realizar una correcta búsqueda de talento, es necesario adaptarse al cambio y desarrollar una capacitación holística que fortalezca los conocimientos y habilidades del capital humano; esto en un entorno donde la digitalización y el trabajo remoto modificó la forma de entrenarse y obtener conocimiento, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Por otra parte, la estrategia de *on boarding* ha sido clave en la nueva normalidad para anclar al capital humano a nuestro propósito, así como facilitar su adaptación a los procesos internos e integración a la organización, en un momento donde la mayoría de los contactos se dieron de manera virtual.

Cabe destacar nuestro programa de Detección de Necesidades de Capacitación (DNC) en 2021, el cual hizo tangible el interés de GS1 de invertir en la preparación de sus colaboradores en instituciones educativas de prestigio y con consultores expertos, siempre con el propósito de cumplir con excelencia su posición y alcanzar los objetivos de la organización.

Uno de los proyectos más importantes en el tema de capacitación durante 2021 fue el inicio de GS1 Academy, un sistema de formación y habilitación para todos los colaboradores de GS1 México, con el fin de que cuenten con los conocimientos y las habilidades suficientes para ofrecer servicios óptimos a nuestros asociados, así como mantener alineados a todos los colaboradores a los objetivos estratégicos.



La pandemia
ha evidenciado grandes
retos en el tema
de reclutamiento y
selección de personal,
es necesario adaptarse
al cambio y desarrollar
una capacitación
holística.



Esta iniciativa de entrenamiento en línea proveyó a todos los colaboradores de la organización de soft *skills* que permitirán, en el futuro próximo, conseguir nuevos asociados, mejorar las métricas del servicio, eficientar la comunicación, resolver conflictos y construir una dinámica de equipo más fuerte.

Al concluir de manera satisfactoria el curso, los colaboradores recibieron una insignia por cada habilidad aprendida. Además, en 2022 se impartirán las competencias de Innovación, Transformación Digital, PMO y Estándares, lo que fortalecerá el desarrollo del capital humano de GS1 México, elemento clave para continuar con nuestro liderazgo como facilitador del comercio omnicanal y el ecommerce.

Los temas que integraron GS1 Academy en 2021 fueron:

- Liderazgo
- Servicio al Cliente
- Resiliencia
- Comunicación Efectiva
- Enfoque a Resultados

Datos relevantes

10.48% de nuestro personal fue promovido

44 cursos del Plan Maestro de Capacitación

13,557 horas de capacitación

6,557 horas - Plan Maestro de Capacitación.

7,000 horas - GS1 Academy

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

Bld. 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