

# Reporte Anual 2015





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

# Contenido

---

<b>Carta de la Dirección General</b>	<b>2</b>	<b>Atención al Asociado</b>	<b>39</b>
<b>Carta de la Presidencia de GS1 México</b>	<b>4</b>	GS1 en Contacto	40
<b>Carta de la Presidencia de GS1 Global</b>	<b>6</b>	Aliados Estratégicos	41
<b>2015, año de grandes cambios</b>	<b>9</b>	<b>Eventos</b>	<b>43</b>
Ranking internacional	10	Internacionales	44
Historia en números	11	Nacionales	45
Desarrollo de plataformas tecnológicas	12	Foros y exposiciones	46
GS1 México se incorpora al Sector Financiero	14	Fábrica de Negocio	47
Asamblea General y Consejo Directivo GS1 México	15	Tendencias en Acción (TEA)	48
<b>Logros 2015. GS1 México en números</b>	<b>17</b>	<b>Colaboración GS1</b>	<b>51</b>
Código de Barras	18	<b>Un Gran Lugar para Trabajar</b>	<b>55</b>
Syncfonía®	18	Calidad Humana	56
Syncfonía® SECODAT	19	Certificación Great Place to Work	57
<b>Comités y sus Iniciativas</b>	<b>21</b>	<b>Visión a 5 años / Plan Estratégico</b>	<b>59</b>
Identificación	23	Misión, Visión y Valores	60
Comunicaciones electrónicas - GS1 EDI	26	Objetivos 2016	61
Alineación y sincronización de la información	27	Ecosistema digital GS1 México	62
Logística	28	Destino estratégico 2015-2019	63
Buenas prácticas colaborativas	29	Prioridades e iniciativas estratégicas 2016	64
<b>Sectores</b>	<b>31</b>	<b>A todos nuestros asociados</b>	<b>65</b>
Comercio detallista	32		
Contribución en la cadena de suministro	34		
Garantizar el abasto	35		
Cuidado de la salud	36		



## Carta de la Dirección General

### Con toda seguridad puedo decir que 2015 marcó cambios para esta organización.

Los principios que definieron la labor de GS1 México durante ese año pueden enmarcarse de la siguiente manera: el impulso de nuevas plataformas tecnológicas, alianzas, valor agregado a nuestros Asociados, una planeación estratégica a mediano plazo y un excelente ambiente de trabajo.

Tradicionalmente, GS1 México había participado en el mercado del comercio detallista, pero se empezaron a desarrollar estrategias de trabajo en otros sectores como el del cuidado de la salud y el alimenticio, gracias a uno de los servicios mejor diseñados y complementados con el Código de Barras: la Trazabilidad.

Entre los logros a nivel tecnológico que desarrollamos en 2015, destaca la actualización de la plataforma de Syncfonía®, el Catálogo Electrónico más utilizado por las Cadenas Comerciales del país, por lo que apoyamos a nuestros Asociados para que sus productos tengan un mayor alcance ante clientes potenciales.

Nuestro Estudio de Faltantes en Anaquel, también estrenó plataforma digital, con ella es que el Estudio es utilizado por empresas y las principales Cadenas Comerciales. Este servicio también refuerza nuestro compromiso de poner a disposición del consumidor final sus productos predilectos.

El año que concluyó, también nos sirvió para concretar una red de alianzas de trabajo con organismos de gobierno como Profeco, INEGI, la Secretaría de Economía y Asociaciones como ANTAD, ConMéxico y AMEXIPAC. Estos pasos son importantes porque podemos colaborar en el crecimiento de fabricantes, de proveedores y de las Cadenas Comerciales.

El desarrollo de una visión estratégica a 5 años, nos ha permitido concretar esfuerzos en los que GS1 México debe consolidarse como marca, no sólo entre los integrantes de las cadenas de suministro, sino entre el público, quien deberá relacionarnos directamente con el Código de Barras, con el que convive todos los días.

Nada de eso sería posible sin el personal adecuado y sin las condiciones necesarias para laborar, es por ello que se emprendieron acciones a favor de nuestros colaboradores, lo que dio como resultado la certificación de Great Place to Work para GS1 México en 2015.

Todos esos avances nos permiten ver la base sólida con que contamos para celebrar los 30 años de trabajo que cumple la organización en 2016. Los festejos coinciden con la organización de la Asamblea General GS1, México es anfitrión este año, así que recibiremos a integrantes de las 112 oficinas GS1 que hay en el mundo para delinear las estrategias a seguir.

Es la mejor oportunidad para mostrar los avances del comercio mexicano con la adopción paulatina de estándares desde hace 3 décadas, los proyectos que hemos fijado como metas de cara al 2020 y, sobre todo, el por qué en 2015 nos posicionamos en el lugar 14 del ranking mundial de GS1 Global.

**Mario de Agüero**  
Director General de GS1 México



## Carta de la Presidencia de GS1 México

El carácter neutral con el que trabaja GS1 México como impulsor del comercio mexicano, nos ha permitido colocar al Código de Barras como un estándar poderoso.

No sólo es un identificador para almacenar el precio al público de un producto, sino que ha trascendido hacia el control y manejo de la mercancía, garantizando a la industria, a las empresas y a los consumidores, que el uso integral del Código de Barras hace más confiables y eficientes a la cadena de valor.

Pero no es sólo con la presencia de los estándares GS1 en la cadena de suministro que esta organización trabaja en armonía con productores y Cadenas Comerciales, también lo hace a través de eventos en los que se definen los procesos de trabajo entre los protagonistas del comercio detallista.

Fábrica de Negocio, por ejemplo, es un evento que reúne a Cadenas Comerciales en un solo lugar para que empresas Pequeñas y Medianas muestren sus productos y darles así una posibilidad más de exhibirlos en sus anaqueles, e incluso, convertirlos en artículos de “marca propia”.

Tendencias en Acción (TEA) es otro suceso importante para los Asociados de GS1 México. A la edición de 2015 acudieron más de

350 líderes de la industria para conocer los nuevos hábitos de consumo en el mercado mexicano e internacional, pues nunca descartamos la exportación.

Así que, además de mediar los procesos en el comercio local con los estándares GS1, el año que reportamos en este documento, nos dejó la satisfacción de dar un valor agregado a cada una de las empresas que cuentan con una de nuestras Membresías.

Bajo ese contexto, es un honor y una gran responsabilidad presidir esta organización de una labor tan fiel como la de GS1 México.

**Flor Argumedo**  
Presidenta de GS1 México



# Carta de la Presidencia de GS1 Global

Ha sido un año importante y sorprendente para GS1, lleno de acontecimientos importantes y múltiples logros.

Después de un gran año, no tenemos dificultades para saber qué hacer en el futuro. Nuestros objetivos son claros: vamos a incrementar la aplicación de nuestros estándares en los principales sectores. Vamos a evaluar nuevas oportunidades. Aprovecharemos nuestra increíble y diversa red global. Estas estrategias clave son las que nos unifican, estructuran nuestro trabajo y guían nuestras decisiones.

Algunos proyectos y tareas específicas fluyen lógicamente de estos objetivos de alto nivel. Por ejemplo, en el próximo año (2016), vamos a perseguir nuestros esfuerzos en las iniciativas de Calidad de Datos y en particular, dar los próximos pasos con las marcas y fabricantes para garantizar la calidad de información desde sus empresas, y conseguirla al 100% en los servicios de datos maestros.

También hemos identificado las principales ventajas de los estándares GS1, de las estrategias de venta omnicanal, por lo que acordamos que nuestra área de interés será el despliegue de los pilotos y los esfuerzos para alcanzar una identificación única de productos, además de la implementación de nuestro proyecto GTIN + en la Web; y el esfuerzo para desarrollar la logística “Última Milla”.

En nuestra Asamblea General de GS1, hice a los líderes y representantes de nuestras 112 Organizaciones Miembro GS1 (MO'S) tres preguntas:  
¿Entienden la importancia de la identificación única del producto?  
¿Han habilitado los servicios de Calidad de Datos en su país?  
¿Tienen un plan para obtener la información sobre los productos de su país en nuestro servicio de datos globales como la Red Global GS1 de Sincronización de Datos y GS1 Source?

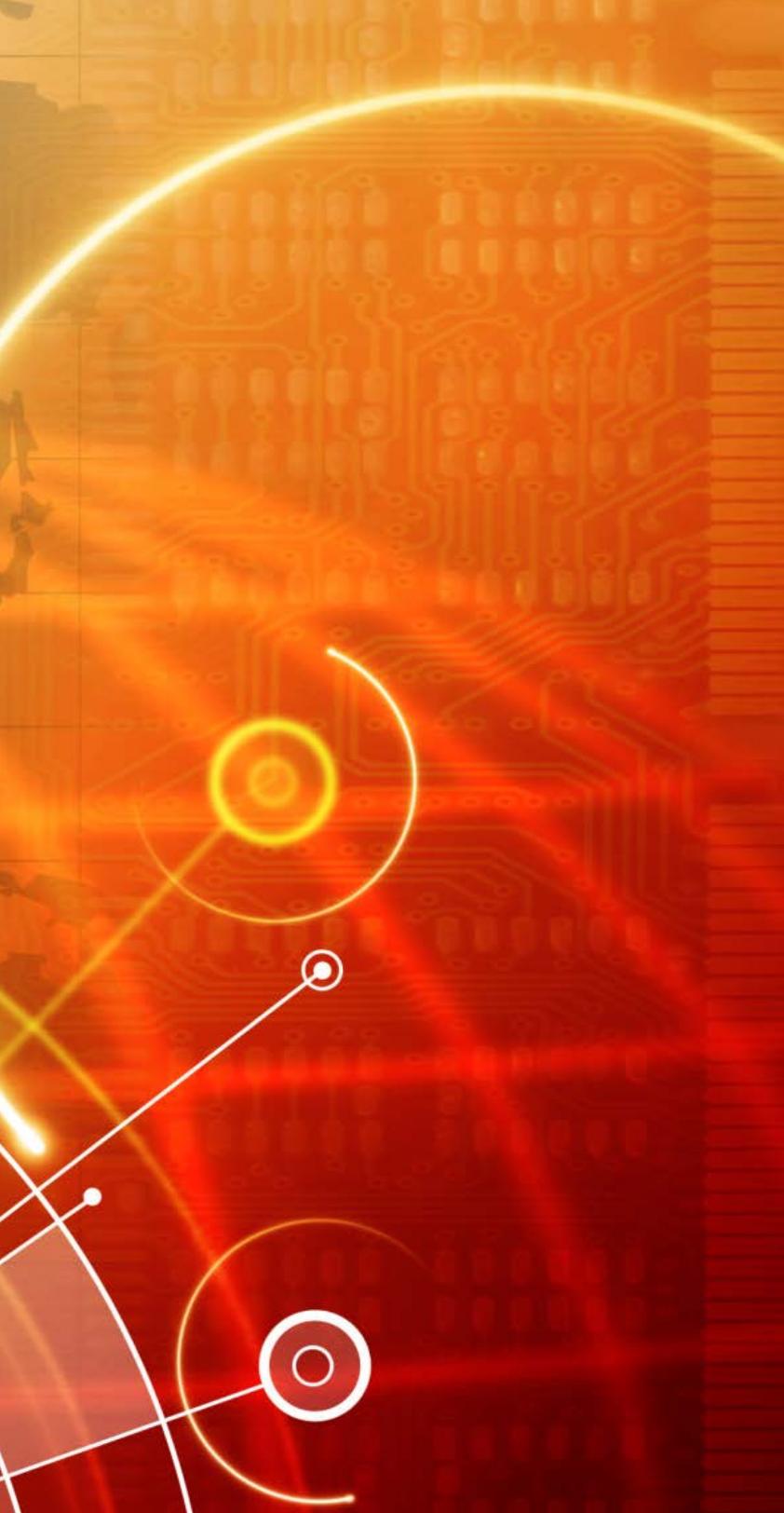
Sus respuestas entusiastas a estas preguntas son inspiradoras. Durante décadas, GS1 ha sido fuerte en el mundo del comercio detallista. Estamos hoy en una encrucijada con el mundo en todos los canales digitales. Yo sé que vamos a hacer frente al desafío: vamos a ser tan fuertes en este nuevo mundo, porque tenemos la gente adecuada en nuestros equipos. GS1 está en una posición única para satisfacer las oportunidades actuales y las demandas de nuestra comunidad de usuarios. Nuestra nueva estrategia está totalmente conectada con las prioridades de la industria y aborda cuestiones importantes que enfrentan las empresas hoy en día.

Entregamos valor real. Nuestra cultura global de colaboración y eficiencia es fuerte.

Estoy muy contento por lo que hemos logrado y emocionado por lo que estamos a punto de hacer. Extiendo mi más sincero agradecimiento a nuestros socios y usuarios en todo el mundo. Me siento profundamente orgulloso de nuestros equipos GS1. Están alrededor del mundo y, sin embargo, son como uno solo, ustedes hacen realidad nuestra visión. Ustedes son el poder de GS1, y gracias por ello.

**Miguel Ángel Lopera**  
Presidente de GS1 Global





# Año de grandes cambios

---

Durante 2015 GS1 México, no sólo reportó números positivos en el comercio local, sino que cosechó logros que también le dieron un impulso a la organización a nivel internacional.

# Ranking internacional

La red de GS1 Global está integrada por 112 países que han implementado estándares en sus mercados locales.



En ese espectro, GS1 México consiguió situarse en el lugar número 14 del ranking internacional, emitido desde la sede central en Bruselas, Bélgica.



Ranking GS1	País
1	Estados Unidos
2	Alemania
3	Canadá
4	China
5	Australia
14	México

*“Para nosotros, la aportación más importante de GS1 México en 2015, fue la sincronización con Syncfonía®. Hemos avanzado mucho en la catalogación de productos con nuestros proveedores; definitivamente nuestra operación será más ágil y eficiente”.*

**Raúl Dávila Leal**

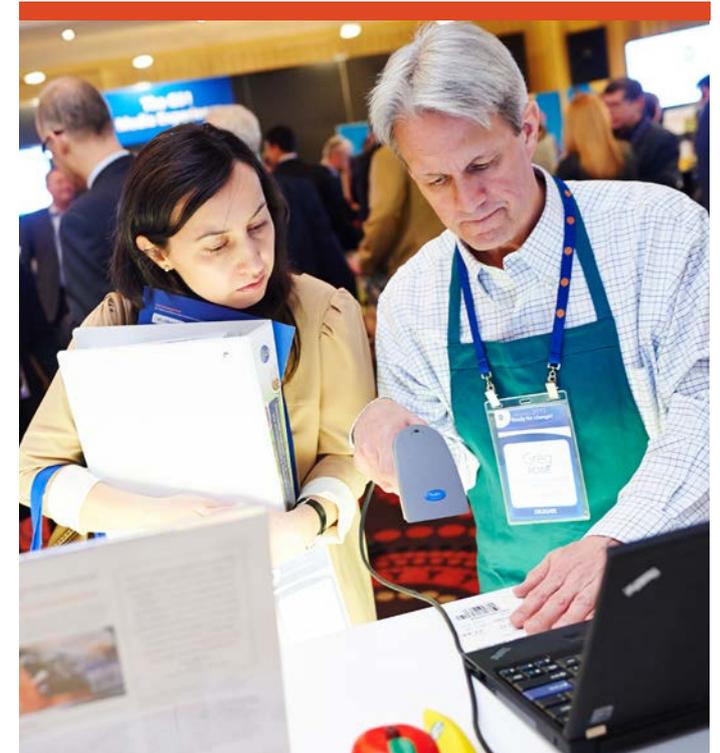
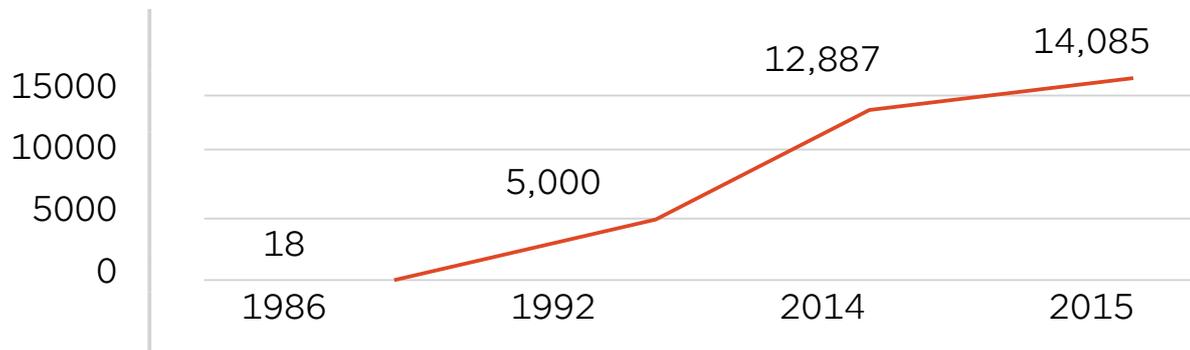
Gestión de Información y Catálogos  
Oficina de Servicios | Femsa Comercio | OXXO



## Historia en números

La historia de GS1 México inició en 1986 con sólo 18 miembros y bajo el nombre de AMECOP (Asociación Mexicana de Código de Producto). A 29 años de distancia, el número de empresas activas es de 14,085.

**Número de empresas asociadas a GS1 México**



*“Dotar al mercado de un catálogo electrónico de calidad mundial y que mejora la productividad para las Cadenas Comerciales, pues reduce los tiempos invertidos en los cambios de información de los productos. Esa fue la principal contribución de GS1 México en 2015”.*

**Eddy García**

Planogramas & Assortment  
H-E-B Mercaderías



# Desarrollo de plataformas tecnológicas

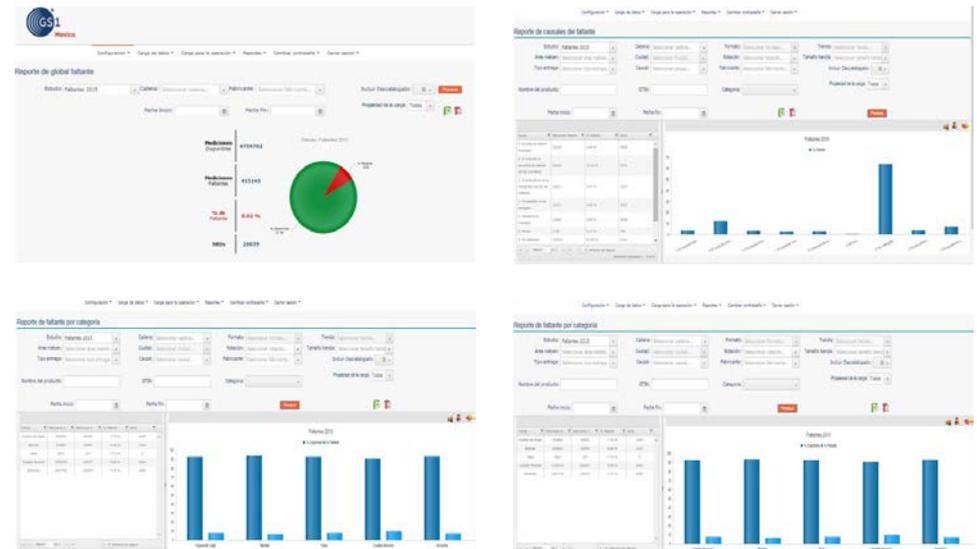
El Estudio de Faltantes en Anaquel y Syncfonía fueron las herramientas que cambiaron de plataforma tecnológica, para mostrar al usuario los datos maestros de sus productos de una forma más ágil, intuitiva y en tiempo real.

## Estudio de Faltantes en Anaquel

Para apoyar a las Cadenas Comerciales y a los fabricantes en su esfuerzo por reducir el porcentaje de productos agotados en los anaqueles, GS1 México lanzó en 2015 la nueva plataforma digital del Estudio de Faltantes en Anaquel, una herramienta confiable y lo suficientemente robusta que garantiza y soporta la estrategia de crecimiento del propio Estudio y de las cadenas de suministro.

La plataforma es de alto nivel, cumple con los estándares de la industria y su tiempo de respuesta es muy ágil.

Además de soportar el crecimiento de la red de información, es lo suficientemente flexible para ajustarse a las necesidades futuras del Estudio de Faltantes en Anaquel y de los mercados en los cuales se requiere su aplicación.



*“En 2015, y como siempre, GS1 México fue de gran utilidad en la estandarización del comercio y, en nuestro caso, para la normalización de los procesos dentro de La Comer”.*

**Juan Carlos Vázquez**  
Gerente de Sistemas de Desarrollo Sima Compras  
Comercial Mexicana



*“Durante 2015 he percibido el trabajo de GS1 México como organizado y siempre con un espíritu de innovación, lo cual contagia a sus socios y nos motiva a realizar cada uno de los proyectos con perseverancia”.*

**Miriam Camacho**

Jefa de Área de Abasto y Datos Maestros  
Tiendas Garcés



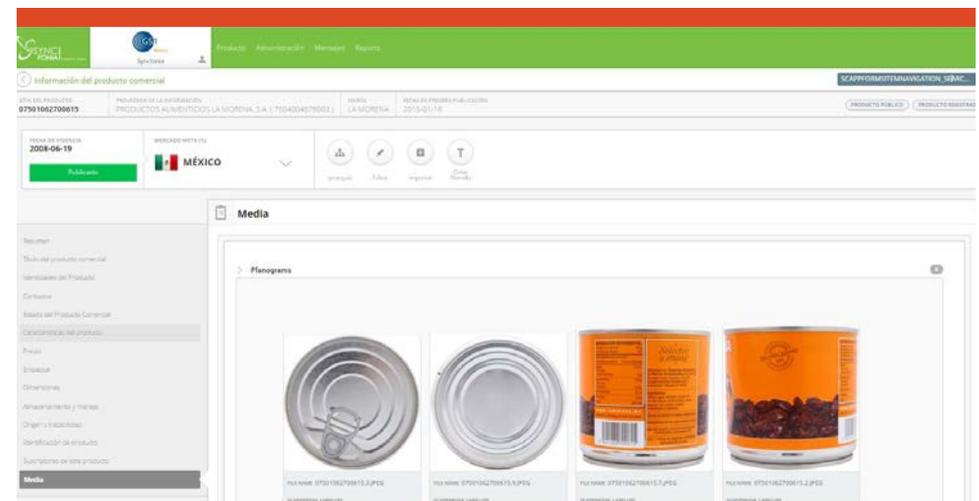
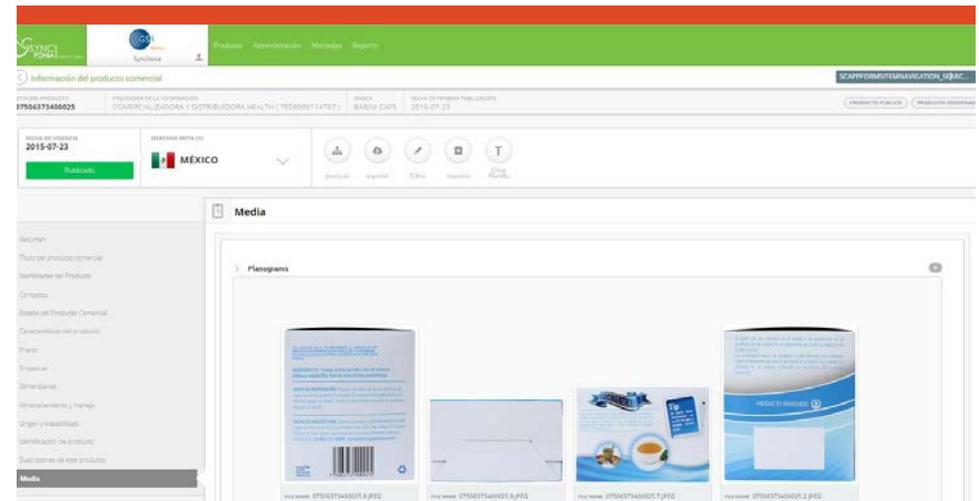
## Syncfonía®

GS1 México liberó la nueva plataforma de Syncfonía® Master Data, un catálogo electrónico que guarda la información de los productos y la comparte fácilmente con los compradores de las Cadenas de Autoservicio de todo el país.

La nueva plataforma está enfocada a procesos de negocio a negocio (B2B) y al consumidor final (B2C), alineada a estándares, tendencias y mejores prácticas.

Syncfonía® Master Data es altamente configurable, capaz de recibir datos de productos, validarlos, almacenarlos y enviar la información a los receptores de datos maestros para su consulta en todo momento.

Con esta herramienta se podrá cubrir, además del comercio detallista, cada uno de los requisitos de los nuevos sectores donde incursionará GS1 México, como: Salud, Alimentación y Electrónica, entre otros.



# GS1 México se incorpora al sector financiero

GS1 México busca incrementar la adopción de los estándares mundiales en un sector nuevo, el de servicios financieros.



Aquí es donde el código LEI (Legal Entity Identifier), toma un valor notable, ya que ayudará a extender los estándares, brindar servicios, promover y posicionar a GS1 México en las empresas del sector financiero.

LEI representa un estándar que identifica a los usuarios del sistema financiero de manera única y que promoverá la transparencia y mejorará la administración de riesgos.

Para poder asignar códigos LEI, en noviembre de 2015, se inició el proceso de acreditación establecido por el Global Legal Entity Identifier Foundation (GLEIF), organismo creado bajo el mandato del Financial Stability Board (FSB) del G-20 para soportar la implementación y uso de los códigos LEI.

De igual forma, se ha trabajado para atender los requisitos establecidos por el Banco de México en su circular 14/2015, mismos que son indispensables para que una organización en territorio mexicano sea reconocida para la emisión de este estándar internacional.

*“Fue un año de mucha colaboración con GS1 México, para hacer que el comercio en nuestro país use los estándares. A partir de 2015, nos integramos su proyecto de Calidad de Datos, y aunque ya utilizábamos el modelo de Altas Bajas y Cambios, nos ayudaron a mejorar nuestros procesos internos y obtener todos los beneficios de Syncfonía®”.*

**Hernán Aguilar Medina**

Gerente de Análisis y Evaluación Comercial  
Abarrotes Sahuayo



# Asamblea General y Consejo Directivo GS1 México

- Controladora Comercial Mexicana, S.A.B de C.V.  
(Presidente del Consejo Directivo)
- Bimbo, S.A.B de C.V.
- Casa Chapa, S.A. de C.V.
- Casa Ley, S.A. de C.V.
- Colgate Palmolive, S.A. de C.V.
- INCORTEC, S.A. de C.V.
- Comercializadora Pepsico México, S. de R.L. de C.V.
- Comercializadora El Oro, S.A.
- Comercializadora Farmacéutica de Chiapas, S.A.P.I. de C.V.
- Conservas la Costeña, S.A. de C.V.
- Danone de México, S.A. de C.V.
- El Palacio de Hierro, S.A. de C.V.
- El Puerto de Liverpool, S.A.B de C.V.
- Herdez, S.A. de C.V.
- Mondeléz México, S.A. de C.V.
- Nadro, S.A. de C.V.
- Nestlé México, S.A. de C.V.
- Nueva Wal-Mart de México, S. de R.L. de C.V.
- Rinplay, S. de R.L. de C.V.
- SC Johnson, S. de R.L. de C.V.
- Sears Operadora de México, S.A. de C.V.
- Tiendas Chedraui, S.A. de C.V.
- Sigma Alimentos Centro, S.A. de C.V.
- Supermercados Internacionales HEB, S.A. de C.V.
- The Coca-Cola Export Corporation Sucursal en México
- Tiendas Garcés, S.A. de C.V.
- Tiendas Soriana, S.A. de C.V.
- Unilever de México, S. de R.L. de C.V.
- Alfredo Alejandro Reyes Krafft  
(Secretario del Consejo Directivo, Consejero Independiente)
- Henry Davis (Consejero Honorífico)
- Santiago Castro (Consejero Honorífico)

---

*“GS1 México, es una de las soluciones para la sistematización de la información y es creador de herramientas para la trazabilidad de los productos, por lo que las principales cadenas comerciales y proveedores hacen uso de sus servicios, que favorecen no sólo al proveedor, sino también al consumidor final”.*

**Lic. Miguel Salomón Álvarez**  
Delegado de Profeco Zona Centro







# Logros 2015

## GS1 México en números

---

Cada vez son más las empresas que, como nosotros, creen en el poder de los estándares para cambiar la forma en que trabajamos y se suman a la red global GS1.

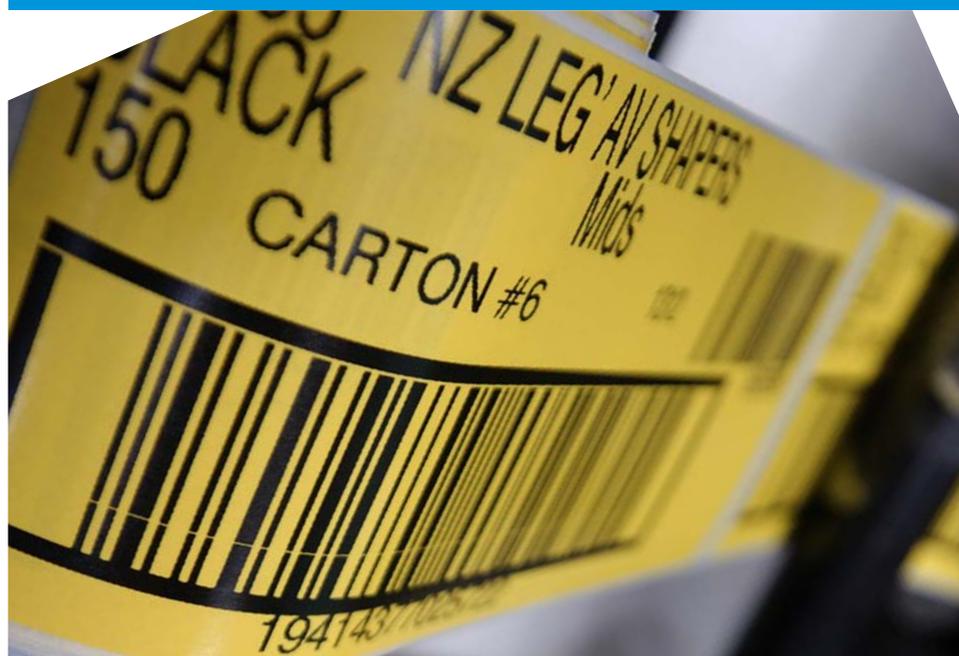
¿Cuántas empresas se Asociaron a GS1 México en 2015?

¿Cuáles son los estándares más activos?

# Código de Barras

El estándar más popular en el planeta es el Código de Barras. ¿Cómo se comportó en México este código de identificación de productos?

Código de Barras	
Meses con más Membresías	Total de Membresías al año
<b>Junio y julio</b>	
295 nuevas Membresías por cada mes	2,642 nuevas empresas con Código de Barras



# Syncfonía®

Syncfonía®, el Catálogo Electrónico de GS1 México, es el más consultado por los compradores de las Cadenas Comerciales de todo el país y a nivel mundial, acaparó el interés de más empresas en 2015, con lo que más productores mexicanos tienen oportunidad de expandir su mercado.

Syncfonía®		
Mes con más Membresías	Total de Membresías al año	Número de productos almacenados en Syncfonía®
<b>Marzo</b>		
301 empresas con Membresía	1,792 empresas activas en Syncfonía®	221,526 productos

Desde una perspectiva global, Syncfonía® se encuentra en el quinto lugar entre los catálogos electrónicos del mundo, de un total de 35, esto gracias a la cantidad de usuarios activos que usan la GDSN (Red Global de Sincronización de Datos, por sus siglas en inglés).

Esto demuestra la gran participación y fortaleza de nuestro mercado en las transacciones electrónicas y el compromiso que representa para GS1 México la correcta aplicación de los estándares.

### Cadenas participantes en Syncfonía®:

Abarrotera el Duero, Abarrotes Sahuayo, Almacenes Ánfora, Arteli, BestBuy, Comercial Mexicana, Chedraui, Croamex, H.E.B., La Gran Bodega, Lowes, OXXO, Soriana y Super Kompras.

# Syncfonía® SECODAT

## Servicio de calidad y comprobación de datos

El área que mantiene un contacto directo y diario con los Asociados es Syncfonía SECODAT®, una especie de laboratorio a donde ingresan miles de productos que son sometidos a verificación de la Lectura correcta de los Códigos de Barras, la Calidad de los Datos y la Captura de Fotografías de productos y de información para almacenar en Syncfonía®.

SECODAT es un servicio que cuenta con la Certificación ISO 9001, es ahí donde surge información diaria y tangible de lo que acompaña a un Código de Barras.



### Servicios de Syncfonía® SECODAT

Verificación de calidad de lectura de Códigos de Barras	41,608 Códigos de Barras verificados
Calidad de Datos	Más de 93,561 productos con maquila y comprobación de datos
Digitalización de imágenes de productos	530,910 imágenes de productos y 59,200 productos fotografiados







# Comités y sus iniciativas

---

Los Comités GS1 tienen la función de proponer y llevar a cabo acciones para el desarrollo de los estándares y sus modelos de operación, la aprobación de proyectos, el impulso de la calidad en los servicios, entre otras.

A lo largo del año 2015 hubo un total de 5 Comités y 7 grupos de trabajo en los cuales tanto clientes y proveedores, con su activa participación, lograron iniciativas enfocadas a fortalecer y aplicar la correcta identificación de los productos, el uso de estándares en nuevas industrias y sectores, la sincronización de datos entre socios comerciales, que ayuden a generar cadenas de suministro más eficientes.

- Más de 631 horas de esfuerzo
- 43 sesiones
- 503 participantes
- 7 grupos de trabajo
- 6 pruebas piloto en campo
- 132 empresas participantes



# Identificación

Este Comité tiene como principal objetivo difundir el uso de los estándares de identificación que fortalezcan los procesos internos de las compañías y, a través de la sinergia de sus integrantes, garantizar una comunicación fluida entre todos los involucrados de la cadena de suministro.

De esta forma, mantener una correcta identificación de los productos, permite contar con una base más sólida de información para apoyar otros proyectos. Dentro del Comité de Identificación, se desarrollaron las siguientes iniciativas:

## Verificación de los Códigos de Barras a través de auditorías en piso de venta

Las auditorías validan la descripción del producto y los datos declarados al consumidor final como el contenido neto, variante (color, sabor, etc.) y funcionalidad. También revisa que el producto no haya sido alterado en sus dimensiones (alto, ancho y profundidad), así como la calidad del Código de Barras que permitirá una lectura fluida en el punto de venta, factores de suma relevancia para la Cadena que comercializa el productor.

Los últimos ejercicios de auditoría mostraron que el 20% de los productos que se comercializan en el piso de venta presentan una falta a las Reglas de Asignación del Código de Barras por parte del productor.

### Auditorías

Participaron las Cadenas Comerciales Chedraui, Comercial Mexicana, Soriana, HEB, Super Kompras y Walmart.

30,246 Códigos de Barras validados

El 80% no presentó inconsistencias

El problema trasciende cuando los errores por mala asignación del Código de Barras pueden representar una pérdida de hasta el 1% de las ventas de la Cadena Comercial.

**\$62,000**

*Puede ser el costo por el re etiquetado de 100,000 unidades, sin considerar los costos indirectos como operativos, logísticos, almacenamiento, etc.*

Por este medio informamos que alineados a los estándares globales y con el fin de evitar el riesgo de una sanción por inobservancia a la Ley Federal de Protección al Consumidor, Normas Oficiales Mexicanas (NOM's) y/o la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, es importante que a partir del 01 de enero del 2016 se fortalezca el control de recibo y exhibición de los productos, procurando exista una diferenciación por marca, variante, contenido neto y/o dimensiones, asegurando una correcta aplicación de las reglas de asignación del código de barras.

## ¿El producto es diferente?

- 01 Detección de la incidencia, restricción del acceso a piso de venta
- 02 Notificar a GS1 sobre la incidencia, enviando evidencia del reporte. Suspensión temporal de OC
- 03 GS1 contactará al Productor y realizará la difusión del caso entre el resto de las cadenas comerciales
- 04 Con la asesoría de GS1, el Productor realizará corrección y enviará el producto para comprobación de datos
- 05 GS1 notificará la resolución del caso para la reactivación del producto.

Con estas medidas, buscamos proteger el prestigio e imagen de los establecimientos y sobre todo mantener una transparencia y responsabilidad social hacia el consumidor.



### ¿Sabías que...

...el **20%** de los productos que se comercializan en el piso de venta **presentan una falta** a las Reglas de Asignación del código de barras? Esto puede **representar hasta el 1% de las ventas de la cadena**. Por otra parte, el costo por **re-etiquetado** de 100,000 unidades puede **ascender a los \$62,000**, sin considerar los costos operativos, logísticos, almacén, etc.

PROFECO, puede asignar multas por **falsedad de información al consumidor**, que van desde sanciones de **\$2'600,449.22**, inmovilización del producto e inclusive la suspensión del establecimiento.

## Difusión del uso del GTIN-14

El Número Global de Artículo Comercial (GTIN-14, por sus siglas en inglés) es utilizado mundialmente para la identificación de unidades de expedición (cajas, palets, corrugados, etc.). Ayuda a mejorar la fluidez y comunicación dentro de la cadena de suministro.

Conscientes de esto, se determinó como una prioridad comunicar los beneficios que puede brindar el estándar de GTIN-14 para las operaciones logísticas, siendo este un elemento esencial para proyectos como el Recibo de Confianza.

Y es justo en este proyecto en el que se ha comprobado que el uso del GTIN-14 puede reducir los tiempos logísticos de recepción hasta en un 20%.

## Identificación de frutas y verduras

La identificación de frutas y verduras ha dejado de ser una tendencia para convertirse en una necesidad. Conscientes de la relevancia que cobra la Trazabilidad en el sector, a partir de 2015 se continuó con el proyecto en colaboración con Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) y la Produce Marketing Association (PMA), para homologar la identificación empleada por las Cadenas Comerciales por medio de un Código PLU/DataBar (de 4 ó 5 dígitos, usado en frutas y verduras frescas e impreso en etiquetas pequeñas) estandarizado por producto y variedad.

Las incidencias, son cualquier caso en que un producto presente una inconsistencia en información, variante (modelo, estilo, tipo, sabor, color, aroma, talla), contenido neto y dimensiones. Para mayor detalle consulte las Reglas de Asignación de GTIN emitido por GS1 México, o llame a un asesor de GS1 al número: 01800 504 5400 o 5249 5249.

**A finales de 2015, la ANTAD emitió un comunicado para solicitar a sus empresas miembro adoptar los estándares GS1.**

## GS1 México realizó un análisis sobre el uso del Código en frutas y verduras en 3 Cadenas Comerciales con los siguientes resultados:

51% de los productos vienen empaquetados

47% de los productos están identificados con un Código de Barras

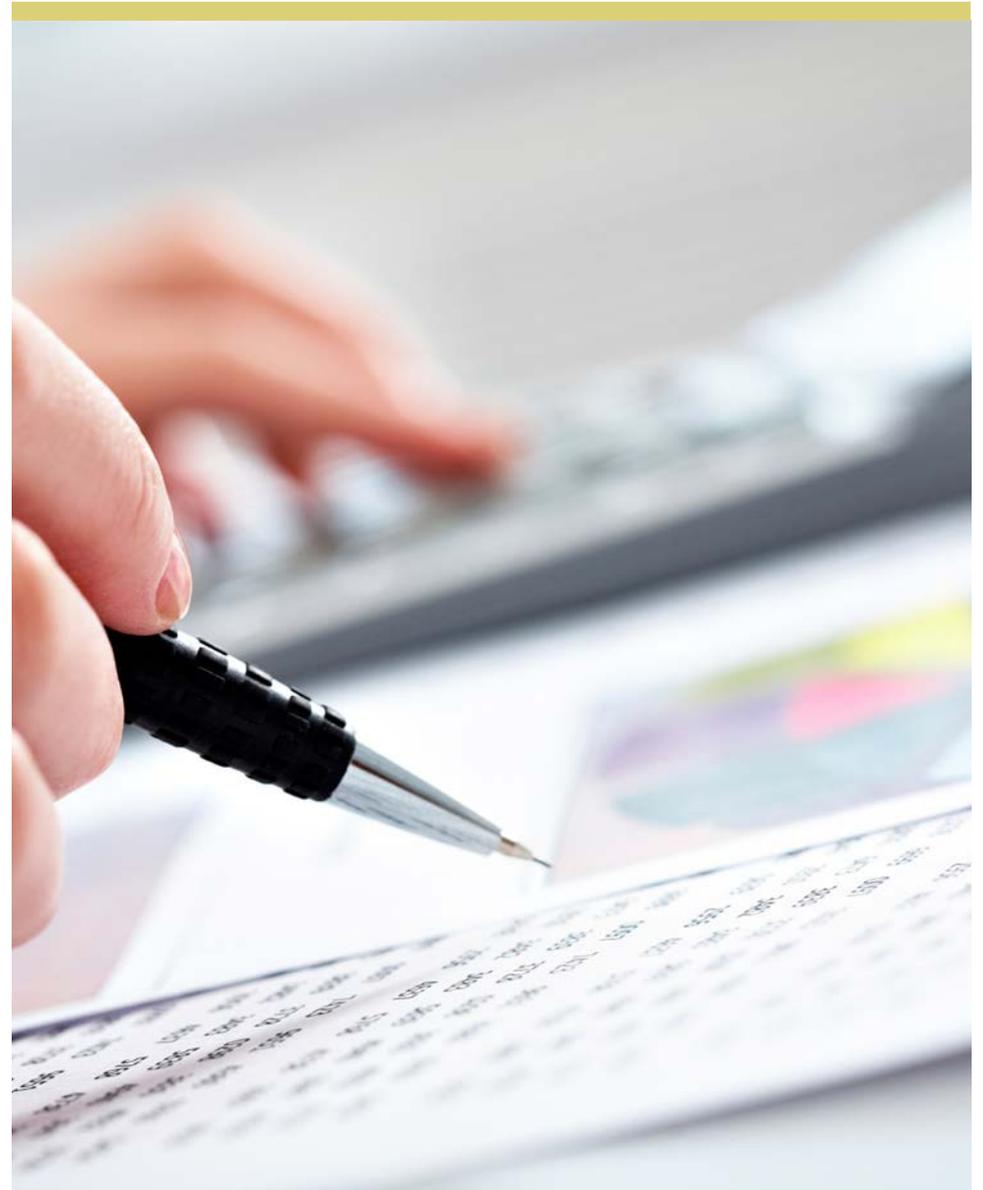
12% de los productos están identificados con un PLU

8% de los productos están identificados con un DataBar\*

### Beneficios en el punto de venta

- **Tiempo de cobro por producto**  
10 segundos (al buscar el Código del producto)
- **Tiempo de cobro por producto**  
4 segundos al contar con un código PLU
- **Tiempo de cobro por producto**  
1 segundo al escanear un DataBar o GTIN

*\*DataBar es un Código utilizado para productos perecederos que permite almacenar información como su peso, número de lote y fecha de caducidad.*



# Comunicaciones electrónicas - GS1 EDI

Como resultados de este Comité, que tiene la finalidad de impulsar el uso de transacciones electrónicas, se desarrollaron cuatro proyectos importantes durante 2015.

## Transacciones electrónicas

Se carecía de un inventario completo de Formatos para todas las transacciones electrónicas en sus diferentes versiones. Hoy se cuenta con el 100% de ellos para agilizar los procesos como Órdenes de Compra, Reportes de Ventas, entre otros. Disponibles en la página Web de GS1 México.

## Order to Cash - O2C

Durante el año se diseñaron nuevos Formatos para las publicación de transacciones en EDIFACT, XML y ANSI X12 Order to Cash - O2C. Para concretarlos se requería de una estrategia y modelo para México que permitiera integrar procesos desde el Pedido hasta el Pago (Order to Cash). Se realizó el primer seminario en la materia con varios representantes de la industria y el comercio en México, impartido por Anders Grangard, Director eCom para GS1 Global.



## Factura electrónica estandarizada

Durante varios años, se buscó en México un modelo de factura electrónica estándar en el sector detallista. Tras varios intentos, se hizo un análisis puntual de las problemáticas identificadas, con todos los actores involucrados (industria, comercio, tecnología, autoridad), conformando la primera mesa multidisciplinaria. En conjunto con la Asociación Mexicana de Proveedores Autorizados de Certificación (AMEXIPAC), 2015 cerró con el registro del Proyecto de Addenda Homologada ante la Dirección General de Normas (DGN), con el propósito de generar una NOM MX.

## Relación con el SAT

Durante 2015, GS1 México se afianzó como el foro para discutir y comunicar temas relevantes en materia fiscal para el sector detallista, conformando mesas de trabajo para la revisión de temas como:

- Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios (IEPS) para retail
- Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios (IEPS) para proveedores
- Nuevos documentos digitales 2015-2016
- Propuesta de cambios al ANEXO 20

Capacitación fiscal a personas morales y físicas, en IEPS, Prestador de Servicios de Recepción de Documentos Digitales, entre otros.

*Todos los formatos creados para las transacciones electrónicas mencionadas en esta sección, están disponibles en el sitio web [www.gs1mexico.org](http://www.gs1mexico.org)*

# Alineación y sincronización de información

La finalidad de este Comité es desarrollar modelos de operación que sigan los estándares GS1 para el control y administración de datos maestros de los productos comerciales y su tránsito por la cadena de suministro.

En el Comité de Alineación y Sincronización de Información se desarrollaron las siguientes iniciativas:

## Proyecto “Catalogación de Información Preliminar”

Permitió realizar un piloto con la industria, teniendo como finalidad la de cargar datos de una versión no final del artículo o producto, con apego a estándares como las Reglas de Asignación y a las tolerancias permitidas. Este sistema, representa para los fabricantes un ahorro significativo en la creación de productos “dummie” (costos que van desde los \$15,000 hasta los \$70,000). Por su parte a las Cadenas Comerciales les permite tener información de un producto que está aún en etapa de desarrollo, pero con la certeza de tener toda la información con meses de anticipación.

## Ampliación de campos de información en Syncfonía®

Al cierre del año se registraron 8 nuevas Cadenas Comerciales que detectaron el valor agregado que les otorga usar la herramienta. La inclusión de nuevos actores generó la necesidad de agregar atributos o campos de información, para lograr un universo de 72 que se usan hoy en día para el sector comercio detallista. Entre los campos que fueron agregados se pueden mencionar los siguientes: Electrónica y Línea Blanca, Alimentos y Bebidas (información alérgica, ingredientes), Moda y Aparador.

## Información nutrimental en etiquetas de productos

A partir del 1 de enero de 2016, la Norma NOM-051-SCFI/SSA1-2010 sobre las especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas, obliga a fabricantes a mostrar sobre la etiqueta y en el frente comercial de sus productos las cantidades de nutrientes básicos que aportan al consumidor final. De estas reuniones se estandarizaron los campos a comunicar, como lo son las cantidades de: azúcar, sodio, los carbohidratos y grasas saturadas que contiene cada producto. Esto con el fin de informar de una manera precisa al consumidor final, mejorar los hábitos de consumo y la salud general de la población mexicana.



# Logística

Asegurar que los productos estén disponibles en los anaqueles de las tiendas y supermercados es fundamental para la industria. Ese objetivo requiere cadenas de suministro con procesos seguros y eficientes, por lo que este Comité promueve el uso de estándares y mejores prácticas entre los protagonistas de esta industria.

## Recibo de confianza

En 2015 se generó el “Modelo Operativo para el Proceso de Recibo de Confianza”, que integró el uso de estándares GS1 y prácticas operativas que deben adoptar tanto los proveedores, como las Cadenas Comerciales para mejorar la eficiencia de las cadenas de suministro y mostrar el flujo de las operaciones electrónicas, desde la recepción de la Orden de Compra hasta la entrega de mercancías. La finalidad es mostrar la interacción entre socios comerciales, sin provocar cambios significativos en las operaciones de cada compañía, sino mostrar cómo deben integrarse los Códigos de Barras y los mensajes electrónicos en su flujo por la cadena de suministro.

Este trabajo conjunto dejó como resultado tres proyectos piloto en el que participaron dos Cadenas Comerciales y dos gigantes de la industria alimenticia:

- Walmart - Herdez
- Arteli - Danone (Perecederos)
- Arteli - Herdez (Secos)

Estos pilotos permitieron demostrar que el uso de estándares de identificación y comunicación GS1, permite disminuir en un 20% el tiempo de operación de la recepción de productos en los Centros de Distribución.

Así se liberó el modelo “Recibo de Confianza”, en el que se incluyen los puntos críticos que deben ser considerados antes de su implementación.



# Buenas prácticas colaborativas

Este Comité tiene como objetivo concretar alianzas estratégicas con organismos empresariales que difundan entre sus agremiados los estándares GS1 para el fortalecimiento del comercio mexicano.

En 2015 la red de colaboradores de GS1 México se extendió hacia la ANTAD (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales) y ConMéxico (Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo).

Ambas Asociaciones desarrollarán mecanismos para promover los servicios, estándares e iniciativas de GS1 México, entre las empresas que agrupan.



## Iniciativas y acuerdos adquiridos

- ANTAD y GS1 México se comprometieron concretar la conexión entre Syncfonía® y la plataforma digital ANTAD.BIZ.
- Se acordó continuar la medición de implementación de estándares a través de Global Scorecard.
- 6 de 45 empresas de ConMéxico (13%) participan de manera activa en el Estudio de Faltante de Productos en Anaquel.
- ConMéxico promoverá el envío de XML por parte del proveedor en los procesos de factura electrónica.
- Se decidió fortalecer eventos como Fabrica de Negocio (antes Congreso GS1 México) y TEA, con beneficios para las empresas y el comercio mexicano.
- Con APICS Capítulo México se acordó diseñar e impartir cursos de Prácticas Colaborativas a empresarios mexicanos.
- Otro objetivo del 2015 fue desarrollar en conjunto con “The Consumer Goods Forum” temas de colaboración.
- Establecer un vínculo de colaboración con el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE).





# Sectores

---

En tres décadas, GS1 México ha desarrollado los estándares que apoyan los procesos dentro del comercio detallista, pero en 2015 se inició un trabajo fuerte en otros sectores como el cuidado de la salud, sector primario, transporte y logística, así como en el financiero.

# Comercio detallista

Durante 2015 se desarrolló con 15 Cadenas Comerciales el proyecto de Alineación y sincronización de la información a través de Syncfonía®, el Catálogo Electrónico de GS1, y es un solo ejemplo del trabajo realizado junto a los líderes de este sector.

## Masificación en Alineación y sincronización de información

Abarrotes Sahuayo (antes Grupo Corvi) fue el primer mayorista en implementar el modelo de Altas, Bajas y Cambios a través de Syncfonía®. Esto significa que su equipo de compradores visualiza de manera automática los cambios que sus proveedores realizan en su listado de productos almacenados en el Catálogo Electrónico.

En 2015 Chedraui también se sumó a este modelo automático. Ambas Cadenas Comerciales reportan una considerable reducción en los tiempos para visualizar el Alta de un nuevo producto, en el monitoreo de la disponibilidad de los artículos. Se trata de un caso de éxito para la industria, pues permite realizar Órdenes de Compra precisas con información y productos actualizados de manera instantánea.

Otros detallistas y mayoristas que se han sumado al proyecto de Alineación y sincronización de información de GS1 México son Abarrotera del Duero, Almacenes Anfora, Arteli, BestBuy, Comercial Mexicana, Croamex, La Gran Bodega, Lowes, Soriana, Super Kompras y Supermercados Internacionales HEB.

Por su parte, tiendas OXXO comunicó en noviembre a todos sus proveedores la necesidad de usar la plataforma de Syncfonía®. Además, el equipo de GS1 México realizó la maquila de datos para poco más de 3,500 Códigos de Barras GTIN directamente en cinco Centros de Distribución de esta Cadena.

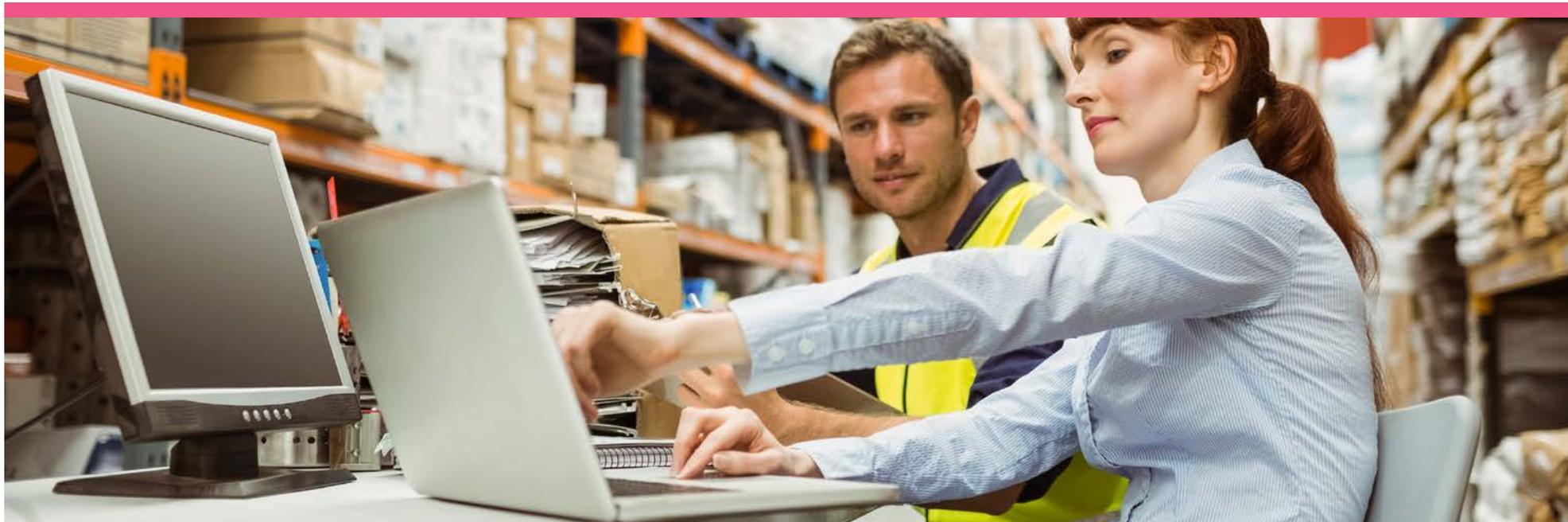


## Masificación del Código de Barras

La correcta aplicación de las Reglas de Asignación de Códigos de Barras para la identificación de productos y de Unidades Logísticas o de expedición, es un tema que involucra a GS1 México y a las Cadenas Comerciales para evitar errores dentro de la cadena de suministro.

Cadenas Comerciales como Abarrotes Sahuayo, Comercial Mexicana, Chedraui, Supermercados HEB y Tiendas Garcés emitieron comunicados internos a su personal, y permitieron a GS1 México la aplicación de campañas informativas dirigidas a sus proveedores para reforzar la correcta identificación de sus productos con Códigos de Barras GS1.

Durante 2015, Walmart también implementó el uso de Códigos GTIN-14 (para la identificación de Unidades de Expedición) en sus procesos internos, apoyándose del Catálogo Electrónico para descargar información confiable de esas Unidades de Logísticas.



# Contribución a la cadena de suministro

“Ganar – Ganar”, es un concepto relacionado con los procesos colaborativos entre socios comerciales y que, en nuestro país, según un estudio de Accenture y GS1 México publicado en 2012, existe la intención de contar con esquemas colaborativos, pero no se han desarrollado suficientes acciones para soportar esta visión.

En 2015, GS1 México, por medio de su estudio para medir capacidades colaborativas y la Respuesta Eficiente al Consumidor Final (ECR) llamado Global Scorecard (GSC), ayuda a las PyMEs a identificar oportunidades de mejora en sus procesos para generar estrategias colaborativas y enfocadas al consumidor final.

Desde los inicios del Global Scorecard, en The Consumer Goods Forum y The Global Commerce Initiative, se planteó la necesidad de identificar las recomendaciones de la cadena de valor de futuro para reconocer las necesidades del negocio actual y futuro, implementación de mejores prácticas y estándares.

## Eventos de capacitación y networking

**Durante 2015, GS1 México impartió cursos especializados en temas como Logística y Retail, dirigidos a empresarios mexicanos de negocios pequeños y medianos.**

1	Aguascalientes	9	Culiacán
2	Chihuahua	10	Tuxtla Gutiérrez
3	Guadalajara	11	Monterrey
4	Veracruz	12	Oaxaca
5	Torreón	13	León
6	Villahermosa	14	Mérida
7	Querétaro	15	Hermosillo
8	Puebla		

# Garantizar el abasto en el comercio detallista

El abasto de productos en todo momento es un tópico importante para GS1 México, por lo que en 2015 se emprendieron ejercicios de medición con el Estudio de Faltante de Productos en Anaquel, el cual identifica las causas por las que un artículo comercial no se encuentra disponible para el público en tiendas y supermercados.

## Estudio de Faltante de Productos en Anaquel

El principal objetivo del Estudio de Faltante de Productos en Anaquel es iniciar y fortalecer las relaciones de colaboración entre los actores de la industria, y así brindar información estratégica que les permita tomar decisiones e implementar soluciones inmediatas con respecto al tema de agotados en anaquel.

En ese sentido, es que a finales de 2015 se realizó un ejercicio en tiendas de la Cadena Comercial Chedraui con productos de las marcas Unilever y Procter & Gamble con el objetivo de validar la metodología del Estudio que se ejecutó durante ese año. Los hallazgos fueron positivos para ambas partes, se rectificó la importancia e impacto de la eficiencia en el área de recibo en la satisfacción del consumidor final.

El Estudio de Faltante de Productos en Anaquel se realiza durante 52 semanas ininterrumpidas y, hasta diciembre de 2015, reportó que el porcentaje de productos faltantes en la industria en el país fue del 8.22%.

### Estudio de Faltante de Productos en Anaquel

Principales causas del desabasto en 2015	Porcentaje
Códigos No Catalogados	66%
El producto se encuentra en tránsito del Centro de Distribución hacia la tienda	12%
Otra exhibición no primaria	5%

#### Marcas participantes en el estudio

Coca-Cola, Unilever, Nestlé, Colgate, Jumex, Bdf, Productos de Uva, Mercantil Cuahutitlán, Industrial Carredana, Frabel, Conagra, P&G, Fábrica de Chocolates, Imperial, Comercializadora Cantú, SC Jhonson, Productos Prácticos de Madera, S.A. de C.V., Ragasa Industrias, S.A. de C.V., Fibras Fix S.A. de C.V., Paramount Farms Mexico, S. de R.L. de C.V., Productos Galeno S. de R.L., Gavelle, Salchichas y Jamones de México, Carmen Okhuysen, Sunstar, Sedicosa, Mercancías Solubles, Productos Salazar, Vinos y Licores Mundiales, Ameco Internacional, Fábrica de Mermeladas, No Sabe Fallar (Bic), Pan Webers.

#### Cadenas comerciales participantes en el estudio

Al Súper, Calimax, Casa Ley, Controladora Comercial Mexicana, HEB, Merco, Chedraui, Súper San Francisco de Asís, Súper Kompras (Tiendas Garcés), Walmart México y Centroamérica, Súper Willy's (COMA) y Soriana.

# Cuidado de la salud

Del 21 al 23 de abril, la capital del país fue sede del 27º Congreso de Healthcare, al cual asistieron 227 personas.



Como resultado, GS1 inició relaciones de colaboración con Hospitales del Gobierno de la Ciudad de México y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) con el objetivo de desarrollar un modelo que mejore el control de medicamentos, los inventarios, la administración a los pacientes, y el desarrollo de Trazabilidad.

Entender el mercado del sector del cuidado de la salud fue una de las prioridades de GS1 México en 2015, reconociendo sus necesidades, áreas de negocio, mensajes acordes a los actores involucrados en cada punto de la cadena logística de los medicamentos y/o dispositivos médicos, además de las personas involucradas que pueden apoyar para un mejor desplazamiento de los estándares GS1 en el sector salud.

Desde 2005, cuando se desarrolló la primera iniciativa sobre la cadena de valor del futuro en Ámsterdam por parte de la industria del consumo, se estableció mirar a otro nivel, este salto de nivel se basaba en el cambio del consumidor en relación a nuevas formas de comunicación y al desarrollo de tecnología desde las redes sociales hasta el Internet en los dispositivos móviles, como los cambios más visibles.

Con este programa, se ha mostrado desde 2006 el interés por cuestiones como la sustentabilidad y para 2009 la importancia que tendrá la salud y el bienestar dentro de la población, desde productos hasta servicios, para los siguientes cinco años. En 2012 se mostró como tendencia proyectada al año 2022 la conciencia en la salud, enfocada al crecimiento del mercado privado para productos de salud y servicios, problemas de salud y productos saludables.

En este contexto global, GS1 ha estado impulsando la adopción e implementación de los estándares para mejorar la seguridad del paciente y la eficiencia de la cadena de suministro. Desde el 2005 formó el grupo global de usuarios de Healthcare, para identificar los requerimientos del mercado, los actores involucrados en el sector salud y con base en ello contextualizar los estándares GS1 a la industria.

De este modo la estrategia de GS1 está enfocada en proveedores del cuidado de la salud como son: hospitales, farmacias, cuidado en el hogar, entre otros. Y su extensión implica el compromiso de las organizaciones en defensa de los pacientes como gobierno y agentes reguladores.

La iniciativa de GS1 Healthcare se fundamenta en imaginar un mundo en donde además de escanear el Código de Barras de un medicamento, se pueda confirmar que el paciente obtiene el producto adecuado, con la dosis correcta en tiempo correcto, el expediente del paciente presente, la marca, dosis y número de lote de los fármacos y dispositivos médicos, y donde los productos sean retirados de manera precisa y rápida en cualquier punto de la cadena de suministro y los fabricantes puedan monitorear en tiempo real las demandas y adaptar la producción adecuadamente, ante una contingencia sanitaria.

En el caso de México han existido esfuerzos aislados por dotar a la población de seguridad en los medicamentos que se le suministran, ya sea por su origen o la correcta administración de los mismos. Ante esta oportunidad, GS1 México está interesado en posicionar el uso de estándares en el sector del cuidado de la salud, de manera tal que permita mejorar la seguridad del paciente y optimizar la cadena de suministro para combatir la falsificación, controlar la cadena de suministro con miras a una trazabilidad asertiva, monitorear en tiempo real la demanda del producto y adaptar la producción a partir de la demanda que son requerimientos de la industria nacional.







# Atención al Asociado

---

Con 14,085 empresas Asociadas, GS1 México ha desarrollado mecanismos para atender adecuadamente a cada una, capacitar a sus representantes y brindarles el mejor servicio.

# GS1 en contacto

A continuación, presentamos los números que se reportaron en 2015 cada uno de los canales de atención disponibles.

## Capacitación GS1 University

Número de cursos impartidos sobre estándares GS1	1,035
Número de talleres impartidos sobre Logística y Retail	15
Número de asistentes	14,470
Número de empresas que participaron	3,825
Sedes	47 con presencia en todo el país
Número de recorridos por el Centro de Conocimiento GS1 México	63
Número de personas atendidas durante los recorridos del Centro de Conocimiento GS1 México	1,607

## Redes sociales

Número de contactos en Facebook	11,513
Tiempo promedio de respuesta a mensajes de contactos	25 minutos
Número de seguidores en Twitter	12,952
Tiempo promedio de respuesta a mensajes de seguidores	20 minutos

## Atención directa

Número de llamadas atendidas	42,345
Número de llamadas de salida	37,345
Número de correos electrónicos atendidos	4,905
Chats atendidos	1,223
Solicitudes de Asociados atendidas	15,004
Correos electrónicos informativos enviados	1,033



# Aliados estratégicos

Otro método de atención hacia los Asociados de GS1 México es el programa Aliados Estratégicos, el cual tiene como objetivo brindarles soluciones tecnológicas para que puedan incorporar los estándares GS1 en los procesos de sus empresas.

Los Aliados Estratégicos son proveedores de tecnología, que tienen la posibilidad de incrementar su número de clientes y llegar a nuevos mercados, gracias a este Programa. También tienen la posibilidad de ser protagonistas en los eventos de GS1 México.

## Números del programa en 2015

Número de empresas que renovaron su participación	42
Número de empresas nuevas	15
Número total de empresas en el programa	57
Número de Soluciones Validadas por GS1 México	12



[www.gs1.org](http://www.gs1.org)

[www.gs1.org](http://www.gs1.org)

[www.gs1.org](http://www.gs1.org)

[www.gs1.org](http://www.gs1.org)



# Eventos

---

Anualmente, GS1 México organiza y participa en eventos nacionales e internacionales para difundir el uso de estándares globales en el comercio mexicano y, con ellos, impulsar la actividad empresarial.

2015 representó un año en el que la organización rompió récords de asistencia.

# Internacionales

## 27ª Conferencia de Salud GS1 Global

Del 21 al 23 de abril, se realizó en la Ciudad de México la Vigésimoséptima Conferencia de Salud GS1 Global (27th Global GS1 Healthcare Conference), un evento clave para el intercambio de información entre la comunidad del sector sanitario. Tanto agentes de gobierno como del sector privado presentaron el progreso de los esfuerzos internacionales para poner en práctica los estándares GS1 que mejoran la seguridad del paciente, seguridad de la cadena de suministro y la eficiencia.

En los tres días de actividades, se pronunciaron voces importantes de farmacéuticas como Pfizer hasta organismos sanitarios como la Federación Europea de Industrias y Asociaciones Farmacéuticas (E.F.P.I.A., por sus siglas en inglés) para difundir el uso de servicios como Trazabilidad en las cadenas de suministro de fármacos y de estándares como DataMatrix.

Al evento acudieron representantes del Hospital St. James, en Irlanda; del Centro Hospitalario Point-à-Pitre, en Francia; el Hospital Bernhoven, en Países Bajos; y de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitario (Cofepris) del gobierno mexicano.

## Foro Regional América Latina GS1 2015

México participó en el Foro Latinoamericano de GS1 2015 (10 al 12 de noviembre) en República Dominicana, donde se presentó la estructura y el aporte del catálogo electrónico Syncfonía® al orden que existe en el comercio detallista en nuestro país.

Ante representantes de miembros GS1 en Latinoamérica como Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Cuba, Perú, Uruguay, entre otros, Mario de Agüero, Director General de GS1 México, presentó el funcionamiento de Syncfonía® y su impulso a la Calidad de Datos en los productos comerciales, para desarrollar mejores transacciones de compra-venta entre fabricantes y Cadenas Comerciales.

GS1 México también participó en el programa de capacitación “Consumer Safety & Traceability”, impartida por Diane Taillard, Director Consumer Safety & Traceability de GS1 Global, donde se realizó un análisis para saber si el mercado latinoamericano es apto para enfocar los procesos de Trazabilidad en seguridad alimentaria.



# Nacionales

## Primer encuentro del Sector de Alimentos y Bebidas

GS1 México participó activamente en este encuentro organizado por el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE) al que asistieron más de 160 presidentes y directores del sector de Alimentos y Bebidas. IESE Business School, la escuela de posgrado en dirección de empresas de la Universidad de Navarra, también tuvo una importante presencia, con respecto al tema principal del Encuentro que fue incrementar el porcentaje de empresas mexicanas del sector que exportan sus productos, el cual se estima en 1%.

## Order to Cash por el director de eCom de GS1 Global

Anders Grangard, Director eCom de GS1 Global, impartió el curso O2C (Order to Cash) ante 61 representantes de 27 empresas mexicanas para mostrarles los alcances de esta iniciativa, que tiene como objetivo reducir los errores en facturación electrónica y sus costos asociados; reducir el ciclo de operación que va desde la Orden de Compra hasta el Pago y alinear y simplificar el uso de Códigos de Barras con la documentación electrónica.

## Taller Vertical Multidisciplinario GS1 México

El 3 de abril de 2015 GS1 México recibió la visita de 30 alumnos de cuatro diferentes carreras universitarias del Tec de Monterrey Campus Querétaro, quienes tuvieron la oportunidad de conocer y poner en práctica la aplicación de los estándares GS1 en las instalaciones del Centro de Conocimiento, ubicado en las oficinas centrales de Naucalpan, en el Estado de México.

## Curso de Prácticas Colaborativas impartido por APICS

En febrero y noviembre de 2015, APICS Capítulo México impartió dos cursos: Prácticas Colaborativas, con información generada por GS1 México a 43 empresarios mexicanos, con el objetivo de reforzar la integración de áreas intra e inter de las compañías y mejorar sus procesos logísticos mediante un concepto básico, la colaboración.

**17 Cursos** de capacitación impartidos en 2015 en temas como Calidad de Datos, Transacciones Electrónicas, Prácticas Colaborativas, Recibo de Confianza.



# Foros y exposiciones

A lo largo del año, GS1 México estuvo presente en 11 eventos nacionales organizados por organismos de gobierno y del sector privado para mostrar los beneficios que aportan los estándares a los fabricantes mexicanos y al comercio en general.

## GS1 México en eventos nacionales de la industria

Evento	Mes
Expo ANTAD	Marzo
Logistic Summit	Marzo
Congreso Internacional de la Carne	Abril
PMA Fresh Connections	Mayo
Asamblea CNOG	Mayo
LXX Convención ANADIM	Julio
Expo ANAM	Julio
Semana Nal. del Emprendedor	Septiembre
Expo PyME DF	Octubre
Expo Pyme Morelos	Octubre
Expo SAT	Noviembre

## Eventos internos

**Además de los eventos externos dirigidos a empresarios mexicanos asociados a GS1 México, también se desarrolló un plan de capacitación para los colaboradores de la organización; además de los comités y reuniones de trabajo para la planeación y ejecución de acciones de cada año.**

Comités

CPFR

Healthcare Conference

Global GDSN Training

Soy logístico (2 desayunos)

Fábrica de Negocio

Reunión anual de SEDECOS

Curso Order to Cash

TEA



# Fábrica de Negocio

La incubadora de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) para el comercio detallista más grande del país es Fábrica de Negocio, que tiene la finalidad de reunir a proveedores con las ocho principales Cadenas Comerciales del país para conocer los procesos de cada una para conseguir nuevos proveedores de mercancías.

Fábrica de Negocio (evento antes llamado Congreso GS1) se realizó el 1 de julio en el World Trade Center México y reportó la asistencia de 1,249 representantes de más de 780 empresas Asociadas, que también tienen contacto con organismos de gobierno como ProMéxico, Profeco y la Secretaría de Economía, para impulsar su desarrollo empresarial.

## ¿Cómo venderle a las Cadenas Comerciales?

Las principales Cadenas Comerciales están presentes en Fábrica de Negocio para conocer nuevos productos y, algunas de ellas, reportaron haber comprado hasta un 40% de los artículos que les fueron presentados durante ese día de actividades.

Las Cadenas Comerciales que participaron en el evento en 2015 fueron Abarrotes Sahuayo, Almacenes Anfora, Chedraui, Comercial Mexicana, HEB, Soriana, Tiendas Garcés y Walmart.



## Ventajas para representantes PyMES

En un mismo lugar reciben asesoría y consejos en cuanto a la administración y reclutamiento de sus Recursos Humanos.

Las principales cadenas comerciales están presentes para conocer sus productos.

Encontrarás tecnología que te hará más competitivo en el mundo de los negocios hoy en día.

Podrás escuchar y conversar con expertos y empresarios que se enfrentaron a las mismas dificultades que tienes actualmente.

Fábrica de Negocio tiene las herramientas y estrategias que necesitas para impulsar tu empresa.

**13%** Incrementó la asistencia con respecto al año anterior

# Tendencias en Acción (TEA)

Es el evento anual de networking en donde se dan cita altos ejecutivos de los sectores Detallista y de Bienes de Consumo para construir relaciones de negocio y reforzar vínculos; así como funcionarios de distintas entidades y organismos del sector público Federal.

En la edición 2015 se realizó el 20 de octubre y el acto principal corrió a cargo del estratega sueco-australiano, futurista y de innovación, Anders Sormann-Nilsson que ayuda a ejecutivos y líderes empresariales a decodificar tendencias y hábitos de los consumidores actuales.

## TEA 2015

Número de asistentes	350 altos ejecutivos de 161 empresas
Número de asistentes el año anterior	195 invitados
Conferencistas	<b>Ricardo Zamora</b> , Communications and Public Affairs, Google México <b>Carlos Ponce Beltrán</b> , Subprocurador de Telecomunicaciones de Profeco. <b>José María Pertusa</b> , CMO at Linio & Internet Entrepreneur
Sede	Museo Soumaya, Ciudad de México



# 55%

Incrementó la asistencia con respecto al año anterior

## Fábrica de Negocio



## Tendencias en Acción







# Colaboración GS1

---

GS1 México trabaja por y para las empresas, para consolidar cadenas de consumo eficientes y mejorar la disponibilidad de productos comerciales en los anaqueles de todo el país, para beneficio de la población mexicana.

Para concretar esa labor, es que la organización también se ha forjado una actitud de trabajo colaborativo y en 2015 se lograron convenios que detallamos a continuación.

### **Centro Promotor de Diseño Mexicano (CPDM)**

En julio de 2015 se firmó este convenio con el principal objetivo de conjuntar esfuerzos, recursos técnicos y humanos para ampliar la oferta de servicios y apoyar de manera estratégica a las PyMEs mexicanas con la adopción de estándares internacionales y mejores prácticas, ofrecer herramientas para la mejora de procesos operativos y administrativos, y favorecer a su competitividad y formación. Este convenio incluye costos preferenciales para inscripciones de Membresías de Código de Barras GS1 México, para las empresas integrantes del CPDM.

### **Agroalim**

En enero de 2015, GS1 México y el Clúster Alimentario de Nuevo León (Agroalim), firmaron un convenio el cual permite implementar y estandarizar el esquema de Trazabilidad en los procesos industriales de sus socios, así como el desarrollo, implementación o adecuación de estándares incluidos que lo conforman. Durante la firma del convenio, Mario Gorena, presidente de Agroalim, manifestó que la Trazabilidad debe considerarse como una necesidad para permanecer en el mercado, ya que cada vez más clientes exigen ese proceso, no solo para exportar sino también un control sanitario en el territorio nacional.

### **Pharma Conventions (ASPID)**

Uno de los grandes y más significativos retos del 2015 para GS1 México ha sido el sector salud, por ello se estableció en 2015 una relación con ASPID, con el objetivo de lograr mayor inclusión, penetración y posicionamiento de los estándares GS1 en la industria farmacéutica.

### **INEGI**

El 22 de julio de 2015, GS1 México y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) firman el convenio de colaboración en el programa "INEGI a la Mano". Ambos organismos se comprometen a trabajar conjuntamente en los estudios y proyectos que se programen, para la mejor captación, procesamiento y utilización de la información estadística y geográfica; optimizar herramientas desarrolladas por el INEGI para el análisis de la información para uso público.

### **Banco de Alimentos Estado de México**

Como parte de su labor social, en 2015 GS1 México brindó capacitación gratuita en el uso e implementación del Código de Barras para el control de insumos, realizó diagnósticos en temas logísticos, proporcionó soporte y vinculación con socios estratégicos del Banco de Alimentos del Estado de México, organismo que ayuda a comunidades en extrema pobreza. El objetivo para 2016 es que el Banco integre los estándares de GS1 en sus procesos de control y distribución de alimentos.

### **Intertek**

GS1 México e Intertek acordaron una relación de colaboración que permita promover conferencias, talleres o programas creados por ambos organismos, con la finalidad de fortalecer a los empresarios mexicanos en materia de estándares GS1 y en temas como regulaciones o mejores prácticas en el etiquetado de productos, que es el área de experiencia de Intertek.

## Red de trabajo colaborativo

GS1 México participa y colabora de manera continua en diversos proyectos, eventos, exposiciones, foros profesionales, congresos, entre otros, que permiten fortalecimiento y consolidación de sus Relaciones Oficiales como búsqueda de influencias y como elemento de comunicación relacional, en las siguientes instituciones:

Gobierno	<p>Instituto Nacional del Emprendedor, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, ProMéxico, Procuraduría Federal del Consumidor, Secretaría de Salud, Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.</p> <p>Secretaría de Desarrollo Económico de Aguascalientes, Secretaría de Desarrollo Económico de Baja California, Secretaría de Fomento Económico de Colima, Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de Jalisco, Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del Estado de Michoacán, Secretaría del Trabajo, Promoción y Desarrollo Económico de Nayarit, Secretaría de Desarrollo Económico de Sinaloa, Secretaría de Economía de Zacatecas, Secretaría de Economía del Estado de Sonora, Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato, Secretaría de Desarrollo Económico, Medio Ambiente y Recursos Naturales de Baja California Sur, Secretaría de Fomento Económico Yucatán, Secretaría de Desarrollo Industrial y Comercial Campeche, Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo de Tabasco, Secretaría de Economía de Chiapas, Secretaría de Desarrollo Económico de Quintana Roo, Secretaría de Competitividad, Trabajo y Desarrollo Económico de Puebla, Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico de Tlaxcala, Secretaría de Economía del Estado de Morelos, Secretaría de Desarrollo Económico (Instituto Hidalguense de Competitividad Empresarial), Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca, Secretaría de Desarrollo Sustentable de Querétaro, Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Durango, Secretaría de Desarrollo Económico del Edo. de Guerrero (pymexporta), Secretaría de Desarrollo Económico del Edo. de México, Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario de Veracruz, Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad de Coahuila, Secretaría de Desarrollo Económico de Chihuahua, Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo León, Secretaría de Desarrollo Económico de San Luis Potosí, Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo de Tamaulipas.</p>
Cámaras y asociaciones	<p>Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas, Asociación Nacional de Ejecutivos de Organismos Empresariales y Profesionales, Asociación Mexicana de Internet, Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, Asociación Mexicana de Proveedores Autorizados de Certificación, Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica, Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, Clúster Alimentario de Nuevo León, Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana, Centro Promotor de Diseño México, Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia, ConMéxico.</p>
Organismos privados	<p>Banco Santander y APICS Capítulo México.</p>
Academias	<p>Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Instituto Politécnico Nacional, Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas.</p>



Cumplimos **30 años** codificando  
el comercio en México

Guaje Global  
de los Negocios

www.gs1mexico.com





# Un excelente lugar para trabajar

---

GS1 México está conformado por personas de diversas disciplinas e instituciones educativas, pero con un común denominador: el talento y compromiso para hacer que los servicios que ofrece la organización generen valor a sus asociados.

# Calidad humana

El Área de Recursos Humanos y Desarrollo Organizacional impulsó en todas las áreas un balance de vida y trabajo para los colaboradores, el bienestar integral y el buen clima laboral, a través de prácticas como:

- Horarios flexibles que permitieron ofrecer un balance de vida entre lo laboral y personal entre cada colaborador
- Comedor con menús balanceados, para beneficio en la salud
- Fomento a actividades culturales y recreativas
- Actividades de integración que beneficien e impulsen el trabajo en equipo y la colaboración
- Servicio Médico que impulsa los programas de bienestar de los colaboradores dentro y fuera de las áreas de trabajo
- Fomento al desarrollo y capacitación para tener colaboradores más competitivos y con mejores habilidades
- Desarrollo organizacional. Fomento a actividades organizacionales que mejoran el clima laboral e incluyen a la familia
- Ambiente de equidad, inclusión y amabilidad para fomentar la inclusión de todas las personas
- Implementación de políticas que brindan objetividad y lineamientos de trabajo claros
- Implementación de un sistema integral de ética respaldando prácticas sanas y el reforzamiento de nuestros valores

## Liderazgo en prácticas de Seguridad en el trabajo

Las oficinas centrales de GS1 México, ubicadas en Naucalpan, Estado de México, se encuentran en un edificio seguro y confortable que se apega a las normas nacionales e internacionales de seguridad y se han adoptado medidas para resguardar la integridad de los colaboradores de la organización:

- Protocolos y sistemas de seguridad
- Brigadas de evacuación, contra incendio y primeros auxilios
- Capacitación técnica en seguridad

## Estructura

La organización cuenta con una estructura de 110 plazas autorizadas por el Consejo Directivo de GS1 México, y al cierre de 2015 están cubiertas 108 de ellas.

Nuestra rotación anual acumulada es del 4.5%.

# Certificación Great Place to Work® 2015

Gracias a las condiciones antes mencionadas y el buen ambiente de trabajo, en 2015 GS1 México fue una de las organizaciones en el país certificada como un Buen Lugar para Trabajar.

Great Place to Work®, organismo internacional que recolecta información de más de 10 millones de empleados en 50 países, representando alrededor de 6000 organizaciones que varían en tamaño, industrias, madurez y estructura.

Esta selección destaca que los colaboradores consideren que un Excelente Lugar para Trabajar es aquel donde confían en las personas para las que trabajan, sienten orgullo por lo que hacen y disfrutan de las personas con las que trabajan.

De acuerdo con Great Place to Work®, la confianza es el eje fundamental de los excelentes ambientes de trabajo, que se genera a través de la credibilidad con los líderes, el respeto con el que los empleados sienten que son tratados, y la justicia con la que esperan ser tratados. El grado de orgullo respecto a la organización y los niveles de conexión auténtica y camaradería que sienten los colaboradores son componentes esenciales.

GS1 México cumplió con todos los altos estándares requeridos para obtener la acreditación Great Place to Work® 2015. Así aseguramos que el personal, además de ser altamente calificado, ofrecerá la mejor actitud de servicio y sus conocimientos para beneficio de las empresas asociadas a la organización.







# Visión. Plan Estratégico 2015-2019

---

El año pasado marcó el arranque en la ejecución de la estrategia 2015-2019 de GS1 México, la cual fue desarrollada y aprobada por el Consejo Directivo en 2014.

# Misión, Visión y Valores

Los nuevos enunciados estratégicos clarifican el propósito de la organización, la brújula interna que guía sus acciones y los resultados futuros a los que aspira. Las declaraciones de Misión, Valores y Visión definen las pautas para formular y ejecutar dicha estrategia.



## Misión

Facilitamos el comercio electrónico a través de la implementación de estándares globales GS1, impulsamos su adopción y creamos soluciones, en un entorno neutral, colaborativo y no lucrativo.

## Visión

Ser el referente de la optimización del comercio electrónico y fuente de información confiable para el beneficio de las empresas y los consumidores.

## Valores

Respeto: “Valoramos a los demás, acatamos su autoridad y consideramos su dignidad, dando un trato amable”.

Confianza: “Basamos nuestras relaciones en la apertura y en la transparencia”.

Excelencia: “Vamos más allá de sólo cumplir con nuestra obligación y excedemos expectativas”.

Orgullo: “Tenemos la pasión y lealtad por colaborar en GS1 México”.

Equidad: “Todos somos igual de importantes independientemente de la posición y función que desempeñamos”.

## **GS1 México**

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

**T +52 (55) 5249 5249**  
**E [info@gs1mexico.org](mailto:info@gs1mexico.org)**

**[www.gs1mexico.org](http://www.gs1mexico.org)**



01 800 504 5400



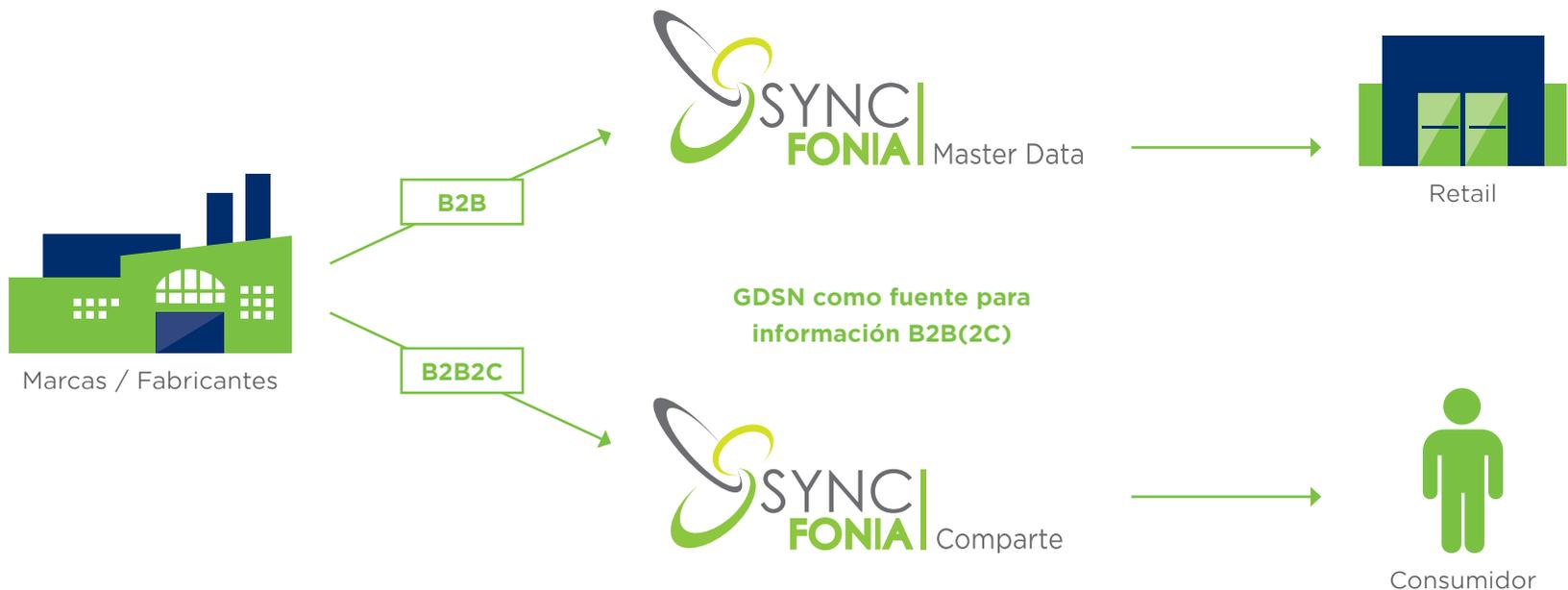
GS1\_Mx / GS1Mexico

# Objetivos 2016

En 2016, GS1 México enfocará sus esfuerzos, recursos y tiempo en proyectos orientados a mantener el impulso y optimización del comercio electrónico en nuestro país:

1. Ecosistema Digital de GS1 México
2. Transacciones electrónicas (actualización, difusión y adopción)
3. Catálogo electrónico Syncfonía® y Calidad de Datos (nuevos campos, vigencia y mantenimiento de la información)
4. Estudio de Faltante de Productos en Anaqueles (incrementar su uso y valor)
5. Código de Barras (asegurar cumplimiento del estándar, ampliar en sector actual y nuevos sectores)

Un elemento relevante para alcanzar la visión de GS1 México es participar en el mundo digital, asegurando que la información genuina de los productos provista directamente por los fabricantes/dueños de las marcas, llegue al consumidor final, detallistas, proveedores de aplicaciones de internet, etc. a través de los teléfonos móviles o internet, siendo GS1 México la fuente confiable de esos datos.

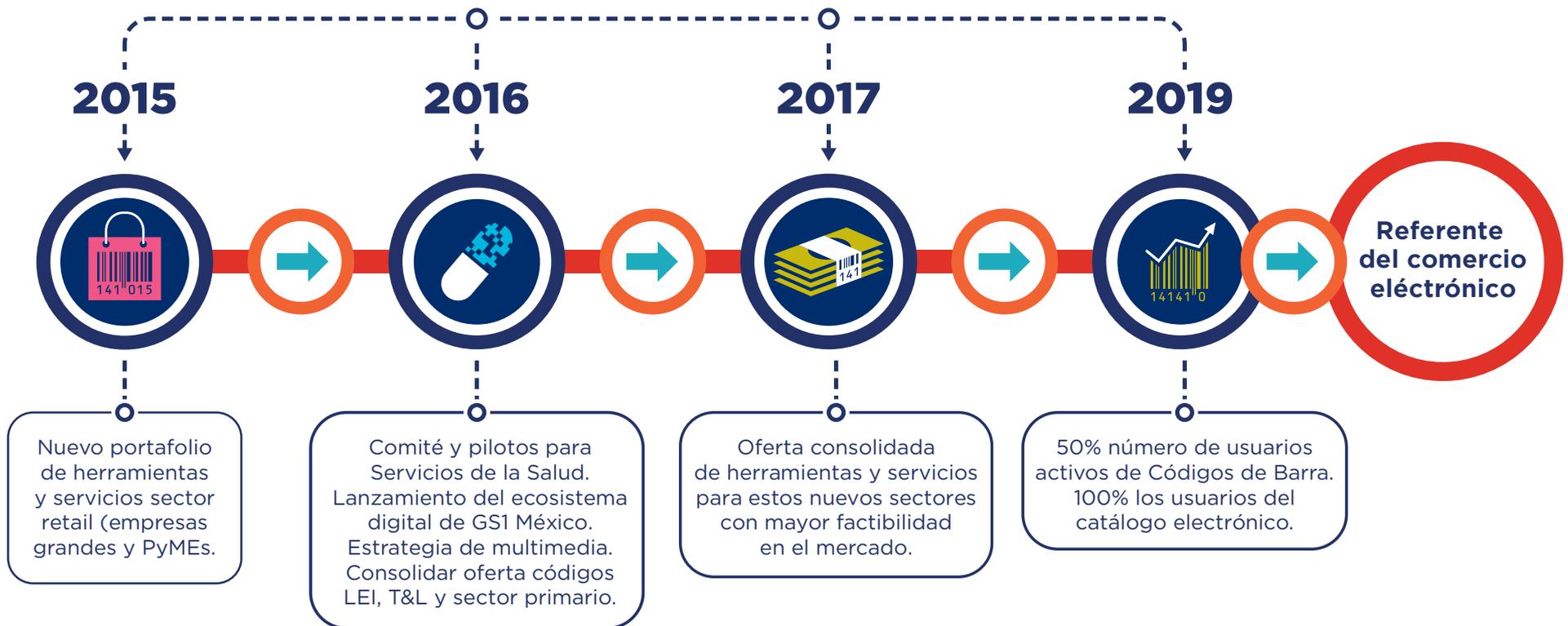




# Destino estratégico 2015-2019

Las metas estratégicas 2016 de GS1 México están enfocadas a contribuir al plan estratégico de la organización. En la perspectiva de Satisfacción del Asociado: generar la propuesta de valor a la membresía y costo-beneficio por su membresía.

En la perspectiva de Salud Financiera: generar los ingresos para ser una organización sana, cumplir eficientemente con el presupuesto y las inversiones en proyectos para conseguir el remante deseado.



# Prioridades e iniciativas estratégicas 2016

Finalmente en la perspectiva de Adopción de Productos y Servicios: Incrementar el número de usuarios de los estándares de GS1, forjar proyectos con empresas tractoras y otorgar un servicio de excelencia.

Para facilitar la comunicación y gestionar el desempeño de las iniciativas estratégicas 2016, GS1 México trabajará en 4 pilares, los cuales están

señalados en el mapa estratégico de la organización:

- Adopción de productos y servicios
- Posicionamiento de Marca
- Innovación y desarrollo
- Organización



# A todos nuestros Asociados:

El 2015 fue un año de crecimiento para el comercio en México gracias a ustedes.  
¡Continúa utilizando los **estándares GS1** y sigue siendo parte de esta red global!

