



El Lenguaje Global de los Negocios

BOLETÍN VERIFIED BY GS1



CGF y GS1 Colombia, GS1 Brasil, GS1 Argentina y GS1 México trabajan para mejorar la calidad de información de los productos, reducir los costos de la cadena de suministro y garantizar la confianza del consumidor



Nos enorgullece presentar la Coalición CoA “The Coalition of Action” del CGF y GS1 Colombia, GS1 Brasil, GS1 Argentina y GS1 México destinada a ayudar a todas las empresas a beneficiarse de Verified by GS1 y GS1 Global Data Model. Trabajando para obtener múltiples beneficios para la industria, como:

- ✓ **Listados simplificados.**
- ✓ **Menor tiempo de comercialización.**
- ✓ **Mayor transparencia para el consumidor.**
- ✓ **Reducción de falsificaciones.**
- ✓ **Garantizar que todos los productos estén representados tanto en el mundo digital como en el mundo físico.**

El proyecto, gestionado con GS1 Colombia, GS1 Brasil, GS1 Argentina y GS1 México, tienen como objetivo mejorar la calidad de la información de los productos, reducir las inconsistencias en los procesos de intercambio de datos y los costos innecesarios para los propietarios de marcas y minoristas.

La ubicuidad y la calidad de los datos digitales está transformando la forma en que los consumidores aprenden sobre las marcas, más aún a raíz del COVID-19. La crisis está acelerando la dependencia de los consumidores al mundo digital y está impulsando un crecimiento más rápido en el comercio electrónico. Todo esto constituye un llamado a la acción para la industria.

The Consumer Goods Forum, junto con GS1 Colombia, GS1 Brasil, GS1 Argentina y GS1 México, hace un llamado a todas las empresas de CPG (bienes de consumo empaquetados) a tomar las medidas necesarias para respaldar esta iniciativa empezando por Colombia.



Trust and efficiency start with a valid ID

Get product identity right
with **Verified by GS1**



The Consumer Goods Forum y GS1 trabajan juntos para potencia tu transformación digital.

- ✓ Los consumidores y socios comerciales exigen más que nunca mayor y mejor información de sus productos.
- ✓ Al mismo tiempo, hay una proliferación de enfoques inconsistentes para el intercambio de datos, lo que resulta en información de productos de baja calidad y costos innecesarios para los propietarios de marcas y minoristas. En última instancia, esto da como resultado una pérdida de ventas y una erosión de la confianza del consumidor, especialmente en el comercio electrónico.

De acuerdo con un estudio realizado por Red Points, muchos consumidores son cuidadosos con las falsificaciones cuando compran artículos de lujo, ropa deportiva y repuestos para automóviles. Sin embargo, ese no es el caso cuando se trata de bienes de consumo empaquetados (CPG), que están diseñados para ofrecer un precio bajo y un período de uso corto. Dadas estas características, los consumidores pasan menos tiempo tratando de encontrar el artículo ideal antes de realizar una compra.

El estudio sobre CPG y las falsificaciones, muestra que muchos consumidores compran productos falsos para ahorrar dinero y muchos también están satisfechos con la calidad de estos. En una encuesta realizada a 2.000 compradores online en los Estados Unidos sobre los hábitos de compra, experiencia con la compra de falsificaciones y sentimiento hacia las marcas en la industria de CPG, se encontraron los siguientes hallazgos:

- ✓ **El 56% de los compradores ha comprado CPG falsificado.**
- ✓ **El 21% dijo que el precio y las reseñas son los factores más importantes a la hora de comprar.**
- ✓ **Al 51% no le preocupan las falsificaciones.**
- ✓ **El 62% compró un artículo falsificado porque era la opción más barata.**

Impacto de las falsificaciones de CPG en la seguridad de los consumidores y la reputación de la marca.



Las categorías de CPG más falsificadas fueron:

14%

Cosméticos.

13%

Productos de limpieza.

10%

Medicamentos ofrecidos en mostrador.

10%

Repostería.

Finalmente, el estudio arrojó que tras preguntarle a los compradores que habían adquirido un producto falsificado si la calidad era satisfactoria y si la compra de una falsificación cambiaba su percepción de la marca. **Los resultados muestran que las falsificaciones cumplieron (35%) o superaron (50%) las expectativas de los compradores.** En general, la mayoría de los compradores estaban satisfechos con los productos de limpieza / artículos de tocador y cosméticos falsos que compraron.

Al mismo tiempo, la mayoría de las personas se formaron percepciones negativas de las marcas después de encontrar productos falsificados. En todas las categorías, el 58% de los compradores manifestaron que las marcas deben hacer más para proteger a los consumidores. Después de eso, el 39% dijo que no volvería a comprar o confiar en la marca.

Esto muestra que un solo producto falsificado es suficiente para que un cliente existente deje de comprar su marca.

¿Cómo aumentar la transparencia al consumidor y reducir la falsificación con la solución de verified by GS1?

Una de las formas de evitar la falsificación es la trazabilidad, pero esa trazabilidad no es efectiva si la información básica del producto que se le suministra desde el inicio a la red de valor esta errónea o está incompleta, Verified by GS1 es el repositorio único de información de los productos a nivel mundial, que servirá como insumo para estos sistemas de trazabilidad en el futuro.

¿Qué dicen los miembros la industria?



“

Marketplaces como eMAG **necesitan información del producto** (no solo el GTIN proporcionado por el dueño de marca) y la necesitamos para todos los productos alrededor del mundo, no solo los de nuestro país de origen.

Solo Verified by GS1 puede proporcionar esta solución ”

Vlad Puescu,
Content Platform Director, eMAG



“

Verify By GS1 es muy importante para Google, ya que establece la identidad de un producto y permitirá a las empresas de todo el mundo **verificar que los productos que obtienen de otras partes son los productos que buscan**. También les dará a los consumidores confianza al comprar en línea, mucho más que en la actualidad. ”

Bhanu Narasimhan,
Director, Product Management, Google Shopping and member of the GS1 Management Board.



“

La singularidad y universalidad de **GTIN aborda directamente los desafíos actuales de los datos de la industria** al avanzar hacia el establecimiento de un **"récord de oro"** global de identificadores de productos. Los datos no solo están disponibles a **nivel mundial**, sino que también son **consistentes** a través de las reglas acordadas de la industria. ”

Andrea Schlossarek,
Director Corporate Master Data Management, METRO AG



“

La industria debe asegurarse de que cada producto que compramos y vendemos entre nosotros **tenga una identidad de producto única: un GTIN**. **Verified by GS1 permite la confianza del consumidor**, ya que valida que el producto que están comprando es el producto real. ”

Özgür Tort,
CEO, Migros Ticaret; Co-chair, CGF Board of Directors

En la región, según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE , presentado en 2019, Colombia se ubica en el puesto 25 del ranking mundial de falsificaciones. Además, hace parte de los diez países del mundo que más producen y comercializan medicamentos falsos (incluyendo suplementos y vitaminas), según datos del Instituto Internacional contra la Falsificación de Medicamentos.

Así mismo, un estudio presentado en el marco del evento virtual “Impacto del COVID en el mercado legal de Productos de Consumo Masivo en Colombia” en 2020 que contó con la participación del sector público y sector privado, muestra la incursión del delito de falsificación en el E- commerce.

Los principales hallazgos muestran:

- Alta preocupación por la llegada de estas prácticas ilegales, adulteración y falsificación, a canales digitales, un campo que en la actualidad cuenta con un importante número de usuarios y potenciales clientes para las marcas y en donde los controles de seguridad son menores comparados con los canales físicos.
- El comercio electrónico ha reconfigurado los alcances y la anonimidad de las redes de adulteración, falsificación y contrabando, aquí el nivel de exposición a una flagrancia es mucho menor, y la monetización de las ganancias también resulta favorable, en la medida en que los pagos ya quedan dentro del sistema bancario.
- Los requisitos de entrada exigidos por las plataformas digitales para la comercialización de productos son muy simples y los procesos de corroboración de identidad son bajos, lo cual amplía las posibilidades para que las redes criminales dedicadas a falsificar y adulterar productos accedan sin inconvenientes.



VERIFIED BY GS1

Es una solución global que permite a las cadenas comerciales e e-commerce, verificar la identidad de un producto consultando la plataforma Verified by GS1, en donde los propietarios de la marca identifican de manera única cada producto con un GTIN y 6 atributos obligatorios:

Product ID
950400210014
GTIN

Nombre de la marca
Descripción del producto
URL de la imagen del producto
Código de categoría global
Contenido neto, unidad de medida
Código de país de venta

Los datos del producto en Verified by GS1 son confiables ya que los proporciona el dueño de la marca.

¿Cómo Verified by GS1 ayuda a combatir los productos falsificados?

- ✔ Retailers y marketplaces deben vender los productos adecuados a los consumidores. Para hacer eso, necesitan un catálogo ordenado de productos, basado en la identidad correcta de estos. Sin embargo, los dueños de marca no tienen una única forma de confirmar la identidad de los productos a retailers y marketplace.
- ✔ Verified by GS1 Brinda al consumidor un único espacio donde encontrará la información básica de todos los productos, identificados de forma única con un GTIN.

Ayuda a combatir la falsificación de los productos.





41 de las 58 empresas del Board de CGF participan en la iniciativa DATA IN

El 71% de las empresas miembros del Board de CGF tienen datos en la plataforma de registro GS1. Actualizado el 1 de abril de 2021



¿Cómo hago parte de esta iniciativa?



- 1 Comprenda la necesidad de la información de sus productos e incorpórela a su organización:** GS1 tiene representantes en 19 países de América Latina que pueden apoyarlos. Puede reforzar aún más la adopción de estas iniciativas por parte de los dueños de marca y minoristas locales uniéndose a la comunidad GS1 y colaborando con sus pares y socios comerciales.
- 2 Obtenga un GTIN (código de barras):** asegúrese de que todos sus productos tengan un GTIN GS1 exclusivo proporcionado por su oficina GS1 local.
- 3 Prepare los 7 atributos principales del producto en el alcance de Verified by GS1:** GTIN, nombre de la marca, descripción del producto, URL de la imagen del producto, código de categoría de producto global, contenido neto y unidad de medida, país de venta.
- 4 Cargue sus datos en la Plataforma de Registro GS1:** Las oficinas de GS1 en los diversos países de América Latina le ayudarán a cargar los datos en la Plataforma de Registro GS1 de la manera más eficiente.
- 5 Comience a recopilar los datos y verifique la identidad de los productos:** Todos los miembros de GS1 pueden tener acceso a la Plataforma de Registro GS1 global a través de cualquier oficina GS1 local involucrada.

Contacte al representante de GS1 en su país para más información:

GS1 Argentina
Guido Freijomil
gfreijomil@gs1.org.ar

GS1 Brasil
Marina Pereira
Marina.Pereira@gs1br.org

GS1 Colombia
Laura Castañeda
lvcastaneda@gs1co.org

GS1 México
Jorge Nava
jnava@gs1mexico.org

Si desea hacer parte de esta iniciativa en otros países de la región contacte a:

Marina Thais F. Pereira
 Contacto LATAM para Verified by GS1
Marina.Pereira@gs1br.org

