

## Noticias

# del boop al click

El boletín trimestral de GS1 Guatemala



## Sostenibilidad en el Retail: Avanzando hacia un futuro responsable

MIGUEL CANCINOS - GERENTE DE PROYECTOS Y TI  
GS1 GUATEMALA

En un mundo cada vez más consciente de los desafíos ambientales, el sector retail está tomando medidas significativas hacia la sostenibilidad. Las empresas están reconociendo la importancia de adoptar prácticas comerciales responsables no solo para preservar el planeta, sino también para satisfacer las demandas de los consumidores preocupados por el medio ambiente. Desde la reducción de residuos hasta la adopción de tecnologías limpias, el retail sostenible se está convirtiendo en la nueva norma.



La sostenibilidad ha echado sus raíces en el retail moderno. Las empresas ya no pueden ignorar la necesidad de abordar problemas como el cambio climático, la degradación ambiental y la escasez de recursos. La creciente conciencia pública ha llevado a una mayor demanda de productos y servicios sostenibles. Los consumidores buscan marcas que compartan sus valores y que se comprometan con la responsabilidad ambiental.

Es por esto por lo que el sector retail está adoptando diversas estrategias para mejorar su sostenibilidad. Desde la adopción de envases ecológicos hasta la optimización de la cadena de suministro, las empresas están tomando medidas concretas para reducir su huella ambiental. La reducción de residuos es un objetivo clave, y muchas marcas están eliminando el plástico de un solo uso y explorando alternativas de empaque más amigables con el medio ambiente.

El empaque sostenible es un área crucial en el retail sostenible. Las empresas están innovando con materiales biodegradables y reciclables para reducir el desperdicio de envases. Grandes y pequeñas empresas están implementando soluciones creativas, como envases reutilizables y sistemas de rellenado, fomentando la reducción de residuos y alentando a los consumidores a pensar de manera más consciente acerca del empaque.

La tecnología juega un papel vital en la promoción de la sostenibilidad en el retail. La implementación de sistemas de gestión de inventario ha permitido una administración más eficiente, reduciendo el exceso de stock y minimizando el desperdicio. Además, las soluciones de pago digital o factura electrónica están reemplazando gradualmente el uso de papel, disminuyendo el impacto ambiental.

La sostenibilidad en el retail va más allá de las operaciones comerciales. Las empresas están demostrando su compromiso con la sociedad y el medio ambiente a través de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Desde donaciones a organizaciones benéficas hasta iniciativas de apoyo a comunidades locales, el retail sostenible abarca una amplia gama de esfuerzos para mejorar la calidad de vida y proteger el entorno.

La sostenibilidad en el retail no solo se trata de lo que hacen las empresas, sino también de cómo empoderan a los consumidores. Las empresas están educando a sus clientes sobre la importancia de las decisiones de compra responsables. Programas de etiquetado ecológico y campañas de concienciación están ayudando a los consumidores a tomar decisiones informadas y a fomentar un cambio positivo.

El sector retail se encuentra en un punto de inflexión, donde la sostenibilidad ya no es una opción, sino una necesidad imperante. A medida que las empresas adoptan prácticas más responsables, están contribuyendo a la construcción de un futuro sostenible y equitativo. El retail sostenible no solo es una respuesta a los desafíos ambientales, sino también una oportunidad para innovar, conectarse con los consumidores y liderar el camino hacia un mundo mejor.

Y por supuesto, los estándares de GS1 desempeñan un papel esencial en la mejora de la eficiencia y la transparencia en la cadena de suministro en el sector retail. Al optimizar los procesos, reducir el desperdicio y promover la trazabilidad, reducir el uso de papel mediante el intercambio electrónico de datos, los estándares de GS1 contribuyen significativamente a la sostenibilidad de las empresas al tiempo que cumplen con las demandas cambiantes de los consumidores y las regulaciones ambientales. En GS1 Guatemala podemos ayudarte para que puedas forjar un futuro sostenible y responsable para tu empresa.





## La incubadora de retail más grande en Centroamérica

ANA MAREN BLASBERG - GERENTE DE DESARROLLO EMPRESARIAL  
GS1 GUATEMALA



Fábrica de Negocio® se ha convertido en un espacio de oportunidad para networking y nuevas oportunidades de negocio con 12 cadenas de la región centroamericana. Este año celebramos la quinta edición del evento, el cual se realizó de manera híbrida del 8 al 10 de agosto. El evento con el objetivo de brindar un espacio para que los proveedores tengan opciones de cobertura y exposición de sus productos al detallista con el objetivo de renovar y mejorar su disposición de productos. Por tercera vez participaron cuatro países de la región Centroamericana logrando romper fronteras con el uso de un formato digital del evento, conectando a proveedores y detallistas en Guatemala, El Salvador, Honduras y Costa Rica.



En esta quinta edición de Fábrica de Negocio®, se tuvo la participación de 12 cadenas comerciales, entre las que se encuentran Cemaco, Supermercado Delco, Corpa Fresh, Consucoop, EBIMALL, GTA (Super del Barrio, SUMA, Multimayoreo y Mi Super Fresh), Guatetrending, Supermercado La Casita, La Colonia Honduras, La Torre, Supermercado Oasis y Tiendas Galo.



CONOCE MÁS  
SOBRE EL EVENTO



Se realizaron más de 115 citas de 15 minutos entre empresas y supermercados de los cuatro países participantes, donde pueden mostrar directamente sus artículos (alimentos y bebidas, textiles, higiene y belleza, mercancías generales, etc.) a los compradores de cada cadena participante, además de recibir retroalimentación para llevarlos a más puntos de venta físicos y digitales. El resultado obtenido es que el 83.1% de las cadenas muestran interés en continuar negociando con proveedores para ingresar a supermercados. El cual ha sido el mejor resultado obtenido comparado a las ediciones anteriores.



Previo al evento se realizaron ocho webinars preparativos con el objetivo en brindar herramientas a los participantes para una cita exitosa ante negociación, preparación de portafolio, toma de fotografía de productos, finanzas, toma de decisiones y manejo de redes sociales.

**PATROCINADO POR:**



**CON APOYO DE:**



Durante el evento de manera paralela a las citas con las cadenas se impartieron 12 conferencias con especialistas y conferencistas internacionales. En el cual se capacitación más de 900 personas con conferencias que brindaron conocimientos relevantes, tendencias del mercado y mejores prácticas para inspirar a los participantes a continuar su desarrollo profesional dentro de sus empresas, su equipo de trabajo y operaciones. Entre los temas que se abordaron se encuentran: panoramas y tendencias económicas, fidelización y valor a sus clientes, trazabilidad cómo herramienta de seguridad, Propuesta de valor, tendencias de marketing digital, innovaciones y calidad de datos que impactan los marketplaces, digitalización de operaciones, comercio exterior para mipymes, impacto de la generación e centenials, EDI para el retail, omnicanalidad y transformación digital y el futuro de las cadenas de suministro. Las cuales se encuentran disponibles para ver nuevamente en la sección de “Pos si te lo perdiste” en el sitio web [www.fabricadenegocio.net](http://www.fabricadenegocio.net)

Adicionalmente, los participantes conocieron nuevas tecnologías y servicios que podrán brindar desarrollo a su empresa con proveedores como Redecon, Edicom, Grupo Barcode, iUngo, Dos Pinos, Cámara de Comercio de Guatemala, Cámara Guatemalteca de Alimentos y Bebidas, Cámara de Industria de Guatemala.

GS1 en la región latinoamericana, cuenta con la visión en continuar desarrollando e innovando durante los en los siguientes años Fábrica de Negocio® para ofrecer mayores posibilidades a los fabricantes en ingresar a nuevos puntos de venta y se enriquezca el retail con productos innovadores.

## AGRADECEMOS LA PARTICIPACION DE LAS CADENAS COMERCIALES



Les invitamos a ver los resultados y resumen de Fábrica de Negocio



Por si te perdiste una de las conferencias digitales, puedes volverlas a ver en el sitio web [www.fabricadenegocio.net](http://www.fabricadenegocio.net)



# Interoperabilidad y automatización de la empresa con “estrategias de primer mundo” Componente clave para asegurar la competitividad comercial.

[MARIO CHÁVEZ BOCANEGRA - GERENTE DE SISTEMAS Y PROYECTOS EN INDRESE.COM](mailto:MARIO.CHAVEZ.BOCANEGRA@INDRESE.COM)

[PARTNER REPRESENTANTE DE EDICOM PARA GUATEMALA Y CENTROAMÉRICA](#)


Son muchos los emprendimientos y empresas que incesantemente se ven forzadas a buscar alternativas que les permitan atender a su clientes o proveedores con la precisión, ritmo, asertividad y momento oportuno para abordarlos, prospectar sus servicios o productos, detectar necesidades, despachar, cotizar, facturar y reciclar el sus procesos comerciales de manera precisa, con el menor número de recurso humano que de manera oportuna repita esos ciclos operativos que al final de la lucha diaria, permitan dar zancadas importantes en crecimiento comercial al final del año. Rápidamente se piensa en lo imprescindible que en las últimas décadas el procesamiento computacional y su atinada selección de sistemas de gestión como la adopción de lo que llamaré “peldaños tecnológicos” a los CRM, ERP, WMS, sistemas contables, sistemas de gestión de inventarios, herramientas de marketing digital, aplicaciones de redes sociales, tiendas en línea, puntos de venta digitales, y muchos más que el empresario ha incorporado de manera mandatoria a sus operaciones diarias. La Automatización y el comercio electrónico B2C (business to consumer) dirigido y asistido por computadora y servicios en la nube se convirtió en un tema muy relevante y actual, sobre todo después de la pandemia de COVID-19 más la obligatoriedad de socios comerciales y gobiernos a imponer procesos digitales como la Contabilidad Electrónica y la Factura Electrónica en Latinoamérica.

Todos estos “peldaños” o componentes imprescindibles se convierten en instrumentos de una orquestación que sí o sí, deben marcar la reflexión de ejecutivos y gerencias generales a revisar internamente su nivel de aprovechamiento, en relación directa a la actividad puntual de sus funcionarios y permear a que el personal disponible, esté enfocado en atender las partes de la gestión que las máquinas aun no logran atender, igualmente las áreas de oportunidad que aún no son cubiertas, atendidas por pocas o nulas plataformas tecnológicas.

A lo largo de mi carrera informática he observado cómo los empresarios tienden a seguir admirando eternamente a la distancia, a las grandes empresas de toda la vida; como Apple y su entrega al concepto de excelencia en calidad, precios altos y distinción; Amazon y sus sistemas tan eficientes de gestión que prácticamente operan sin inventario propio, ofreciendo precios accesibles a muchos; UPS y DHL con su nivel impresionante de precisión, cobertura y crecimiento, por mencionar algunos pocos; ignorando que esos “secretos del éxito” están ya alcance de sus manos y apunta a la interoperabilidad.

Hoy día estamos en un proceso de transformación mundial; el abaratamiento de los servicios en “la nube”, el contrastante encarecimiento del desarrollo de software, y la diversificación de interconectividad de aplicaciones, se ha potenciado muchísimo, coronándose con la aparición de las distintas soluciones de Inteligencia Artificial en los negocios. Todo esto representa un renacer digital de precisión y eficiencia que permite llegue al alcance de prácticamente cualquier persona. Sin embargo, este es el momento en que debe reenfocarse también al perfeccionamiento de nuestra interacción e interoperabilidad con el socio comercial, debe retomarse a reaccionar de manera integrada entre clientes y proveedores aplicando la tecnología que siempre ha estado entre nosotros de manera casi furtiva desde hace más de 49 años; y que fue casi exclusiva para grandes empresas: hablo del “EDI como Intercambio Electrónico de Documentos estándar





estándar B2B” (business to business), señalo con énfasis la palabra “estándar” pues la alta conectividad que hoy menciono ha tenido tendencias, influencias, formatos y características que apuntan directamente a la tecnología y como segundo plano al “de qué” se está intercambiando electrónicamente con la contraparte. Si bien vemos la aparición de miles de aplicaciones y sistemas interconectados con casi cualquier cosa, es urgente recordar que apegarse a estándares internacionales permite eliminar fronteras de compatibilidad idiomas que apuntan a definir sin ambigüedad los documentos, su intención oficial, mercancías que se comercian y mucho más específicamente a los “campos de datos” que se intercambian de manera reconocida y documentada. Internacionalmente ese trabajo ya ha sido desarrollado con gran madurez y experiencia a través de comités gestionados y organizados por entidades como Naciones Unidas, GS1, ISO, ANSI, ISIN, W3C, IATA, entre otras; que cubren distintas áreas de especialización. Esas organizaciones han plasmado guías de conocimiento comercial de empresarios de todo el mundo, definiendo especificaciones técnicas relacionadas a unificar y converger esas aplicaciones de negocio.

Generalmente ingenieros más jóvenes que desconocen de esos organismos internacionales desaprovechan o desaprueban esas guías de especificaciones, pues lo contrastan con los últimos desarrollos tecnológicos de comunidades libres o empresas de tecnología privada, confundiendo la aplicación comercial con una “tendencia” tecnológica del momento. Esto último desvía la interoperabilidad “estándar” que puede lograrse entre socios de negocios y abrir el espectro que permea llegar a mercados más grandes, con clientes y proveedores de perfil internacional.

Definitivamente esta no es una propuesta a los empresarios a “complicar” desarrollos de lo que hoy se ve “práctico a corto plazo”, sino más bien, a acercarse a las organizaciones antes mencionadas para apegarse a catálogos, formatos, listas de categorización de servicios o productos, buenas prácticas de identificación, serialización, etc., especificaciones que permiten que una mediana empresa profile su tecnología de datos a la compatibilidad que aplican las grandes empresas multinacionales. Adicionalmente muchos o casi todos los desarrollos programáticos para conectar o equivaler a estas transnacionales puede adquirirse de manera muy rápida como Software como Servicio (SaaS) pues existen numerosas empresas que con mucha velocidad ofrecen esos adaptadores tecnológicos que conectan compañías de todos los tamaños y rubros.

La automatización de tareas basadas en la integración de aplicaciones de manera “estándar” es una forma de optimizar información de las empresas y sus procesos de negocio que involucran el uso de diferentes sistemas o plataformas. Consiste en conectar las aplicaciones entre sí para que puedan intercambiar datos y realizar acciones de forma automática, sin intervención humana. Esto permite mejorar la precisión, eficiencia, la calidad y la seguridad de los procesos, así como reducir los costes y errores humanos. Estas prácticas son las que mencionaba aplican las grandes compañías mundiales, donde destaca el sector logístico, empresas de cargo, almacenadoras, cadenas de supermercados, tiendas en línea, industria de fabricación, importadores y exportadores en general. Cabe mencionar que los estándares no son rígidos, sino contemplan también la flexibilidad a la información cambiante del mundo de hoy.

Invito entonces a gerentes generales y gerentes de operaciones a conocer e involucrarse en el “cómo” se registra, cataloga e intercambia la información de los “peldaños tecnológicos” dentro de sus empresas, buscar un acercamiento a esas organizaciones y mejores prácticas, para que los esfuerzos tecnológicos no sólo apunten sólo al B2C, sino también al B2B de primer mundo.

# Captura la Esencia de tu Negocio con nuestro servicio de Fotografía Comercial

MARCO AGUILAR - GERENTE DE ESTPANDARES Y NEGOCIOS  
GS1 GUATEMALA

En el competitivo mundo de los negocios de hoy en día, la imagen lo es todo. Transmitir la personalidad y los valores de tu empresa de manera efectiva puede marcar la diferencia competitiva.

- Mejora de la presentación:** Las fotografías de alta calidad resaltan los detalles y características de tus productos de manera mucho más efectiva que las imágenes de baja calidad. Una presentación atractiva puede aumentar la percepción de valor de tus productos y atraer la atención de los clientes potenciales.
- Profesionalismo:** Las fotografías profesionales transmiten un nivel de profesionalismo y cuidado en la presentación de tus productos. Esto puede construir confianza en tu marca y dar la impresión de que te tomas en serio la calidad de tus productos.
- Diferenciación:** Una fotografía comercial de alta calidad puede ayudar a tus productos a destacar entre la competencia. Una presentación única y llamativa puede hacer que tus productos sean más memorables para los consumidores.
- Marketing efectivo:** Las imágenes atractivas y emocionantes capturan la atención de los consumidores y pueden utilizarse de manera efectiva en campañas de marketing en línea y fuera de línea. Las redes sociales, sitios web, anuncios impresos y más se benefician de imágenes llamativas.
- Aumento de ventas:** Las imágenes de productos de calidad pueden influir en la decisión de compra de los clientes. Al mostrar tus productos de manera atractiva, puedes generar un interés más fuerte y aumentar las posibilidades de conversión de los usuarios en compradores.
- Consistencia de marca:** Un servicio de fotografía comercial puede ayudar a mantener la consistencia visual de tu marca. Las imágenes cohesivas en términos de estilo, color y enfoque pueden ayudar a fortalecer la identidad de tu marca.
- Información detallada:** Las fotografías de alta resolución permiten a los clientes examinar los productos en detalle. Esto es particularmente valioso para productos que tienen características específicas que necesitan ser resaltadas.

El servicio de fotografía comercial está diseñado para elevar tu marca, aumentar tu visibilidad y ayudarte a destacar en un mercado competitivo. Si estás listo para transmitir la esencia de tu negocio a través de imágenes, GS1 Guatemala puede ser tu aliado en el crecimiento de tu organización.



Jolly Beans

300 G







**Estimado Asociado:**

## Queremos conocer su opinión acerca de la situación actual de la industria en Guatemala.

GS1 Guatemala, en colaboración con Cámara Guatemalteca de Alimentos y Bebidas, GS1 México y Psyma Latina, agencia de investigación de mercados, impulsan esta investigación para construir un panorama general de lo que vive hoy la industria y cada una de las empresas. El objetivo es dar a conocer los resultados y ayudar a mejorar la situación actual, por lo que agradecemos su participación en una breve encuesta la cual es completamente anónima.

¡Ayúdanos a construir información de valor para la industria en Guatemala!

Expresa su opinión en unas breves preguntas. Sólo haz clic aquí para comenzar:

[\*\*INICAR ENCUESTA AQUI\*\*](#)

Las personas que participarán serán los primeros en recibir y de manera exclusiva el informe de resultados en octubre 2023.

Atentamente,



Deseas conocer las ediciones anteriores del estudio Barómetro de la industria del retail, con gusto las puedes descargar realizando click en el siguiente botón

[\*\*EDICIONES ANTERIORES DEL ESTUDIO\*\*](#)

# La importancia de la codificación de activos fijos

JOSUÉ RODRIGUEZ - GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

GS1 GUATEMALA

La codificación es un proceso crucial en la gestión financiera y contable de una organización, esto se refiere a asignar un código único y específico a cada uno de los activos fijos de la empresa, lo que facilita su identificación, captura, seguimiento y control a corto mediano y a largo del tiempo. Algunas razones importantes por las cuales la codificación de activos fijos es esencial son las siguientes:

**Identificación precisa:** La codificación proporciona una manera eficiente de identificar, capturar y diferenciar entre los diferentes activos fijos de la empresa, los más comunes, mobiliario y equipo, maquinaria, equipo de cómputo, entre otros. Cada activo recibe un código único, lo que evita confusiones y errores en la gestión y seguimiento de los activos, ya que estos van alimentados con la información necesaria para poder identificarlos a detalle.

**Control y seguimiento:** La codificación permite un control efectivo de los activos fijos a medida que se compran, venden, trasladan, asignan o dan de baja. Facilita el seguimiento de la ubicación física de los activos, su estado de conservación, el responsable asignado y la fecha de adquisición, fecha de mantenimiento, proveedor al que se adquirió, documento con que se respalda la adquisición, si están asegurados, entre otros detalles relevantes.

**Auditoría facilitada:** En los procesos de auditoría interna y externa, la codificación de activos fijos simplifica la verificación y cruce de la información de los registros contables con los activos físicos reales, esto hace que la revisión y soporte de la información sea de una manera rápida y precisa. Esto contribuye a la precisión de los informes financieros y a la detección temprana de diferencias entre lo contable y lo físico.

**Optimización del uso:** Al tener un registro organizado de los activos fijos y el uso que se da a estos, la empresa puede tomar decisiones de manera oportuna con más información sobre asignación de recursos, mantenimiento y reemplazo. La codificación permite identificar activos subutilizados o inactivos, lo que puede conducir a una mejor optimización de los recursos.

**Cumplimiento de la norma:** Existe la obligación legal de mantener un registro preciso y actualizado de los activos fijos. La codificación facilita el cumplimiento de estos requisitos legales y normativos.

**Valuación precisa:** En la preparación de los estados financieros, es esencial tener una valoración precisa de los activos fijos, y conocer su el valor actual de estos, así como la forma que se están depreciando. La codificación ayuda a mantener un registro coherente de los valores y a reflejar con precisión la depreciación acumulada, lo que afecta directamente a la salud financiera de la empresa.





**Planificación presupuestaria:** Con un seguimiento claro de la vida útil y el estado de los activos, la empresa puede realizar una planificación adecuadamente para el mantenimiento, reparación y cambio de los activos en función de su vida útil. Esto contribuye a la planificación presupuestaria a largo plazo y anticiparse a cualquier eventualidad.

En resumen, la codificación de activos fijos es fundamental para la eficiencia operativa, la gestión financiera precisa y el cumplimiento legal en una organización. Permite un control efectivo y un seguimiento detallado de los activos a lo largo de su ciclo de vida, lo que a su vez ayuda a tomar decisiones informadas, oportunas y a mantener una contabilidad precisa, ayudando a poder reducir costos al momento de realizar la toma de un inventario, actuar de manera oportuna a cualquier eventualidad que se den con los activos, y anticiparse de manera adecuada para que no se afecte la liquidez de la organización al momento que sea un activo que este en el proceso productivo de un producto.

## Programa de Desarrollo Gerencial

### Compras en la cadena de abastecimiento 21 de Septiembre

**Contenido:**

- Abastecimiento estratégico
- Costo total de adquisición
- Uso de herramientas
- KPI's del sector
- Compras centralizadas vs descentralizadas.
- Selección de proveedores
- Estrategias de negociación
- Diseño de un plan anual

**Más información e inscripción** 



**Lic. Andres Sliwa**

### Nuevas tendencias de mercadeo en la cadena de valor 26 de Octubre

**Contenido:**

- Introducción a la Investigación de Mercado
- Buenas prácticas para la toma de decisiones
- Estrategias omnicanales
- Hábitos de consumo
- Data Storytelling
- Tendencias en el sector retail
- Marketplaces integrados
- Conexión Cliente-Marca

**Más información e inscripción** 



**Licda. Perla Ciccone Estrella**

Inversión por módulo	Q. 400.00	asociado	Incluye: • Certificado de asistencia • Envío de material en digital
	Q. 475.00	No asociado	
• Precio especial al cancelar el programa completo • Duración de cada módulo: 4 horas			



Trabajando juntos por promover la reducción de la merma en el sector de producción y distribución de alimentos en Centroamérica



Les invita a la presentación de resultados de

XIX Estudio Nacional de Disponibilidad en góndola

**FMG | 2023**

**II Estudio de mermas en el Sector Retail en Guatemala**

**Miércoles, 20 de septiembre 2023**

**15:30 hrs**

**Grand Tikal Futura Hotel, Salón Menta.**

*Calzada Roosevelt 22-43, Zona 11, Guatemala.*

Con la participación de:



Con el apoyo de:



**REGÍSTRATE**



\*Evento sin costo\*

## ¡ECR #CatManNetwork ha programado 6 nuevos seminarios web!



Cada seminario web se centrará en uno de los 6 temas candentes para la gestión de categorías (CM) identificados por el Grupo Directivo #CatManNetwork de ECR.

1. Colaboración para CM - 19 de SEP 2023
2. Shopper Insights centrado en la Generación Z - 19 de OCT 2023
3. CM omnicanal - 12 de DIC 2023
4. Tecnología y herramientas para CM: FEB febrero de 2024, fecha por confirmar
5. Sostenibilidad y CM - ABR 2024, fecha por confirmar
6. Visión de categoría: MAY 2024, fecha por confirmar



**Registrar aquí:**

- Horario: 7:30 hrs Guatemala - 2 horas cada seminario
- [Link registro: https://attendee.gotowebinar.com/register/1732962699974178912](https://attendee.gotowebinar.com/register/1732962699974178912)
- Este enlace permite registrarse para los primeros tres seminarios
- Después de registrarse, recibirá un correo electrónico de confirmación con información sobre cómo unirse al seminario

SIGUENOS





# Identificación de productos, simbologías y aplicaciones comerciales



Martes,  
19 SEPTIEMBRE, 2023



10:00 a.m. - 11:30 a.m.



REGISTRATE



## Experimenta innovación y formación

Tour Virtual 360° Centro Logístico

La confianza y la eficiencia comienzan con una identificación válida.



SIGUENOS



Todo el contenido es copyright © GS1 AISBL 2023.  
GS1 es una marca registrada de GS1 AISBL.