

Países participantes

14 países participaron en la Investigación 2D Latam 2024. En 2023 fueron 12 participantes y, en 2022, 8.



GS1 Argentina



GS1 Ecuador



GS1 Panama



GS1 Bolivia



GS1 El Salvador



GS1 Paraguay



GS1 Brasil



GS1 Guatemala



GS1 Dominicana



GS1 Colombia



GS1 Honduras



GS1 Venezuela



GS1 Costa Rica



GS1 Mexico

Detalles de la muestra

El margen de error final Latam para fabricantes miembros GS1 fue del 3,4 puntos porcentuales (p.p.) y para minoristas miembros GS1 o no del 8,2 p.p.

821
fabricantes

142
minoristas

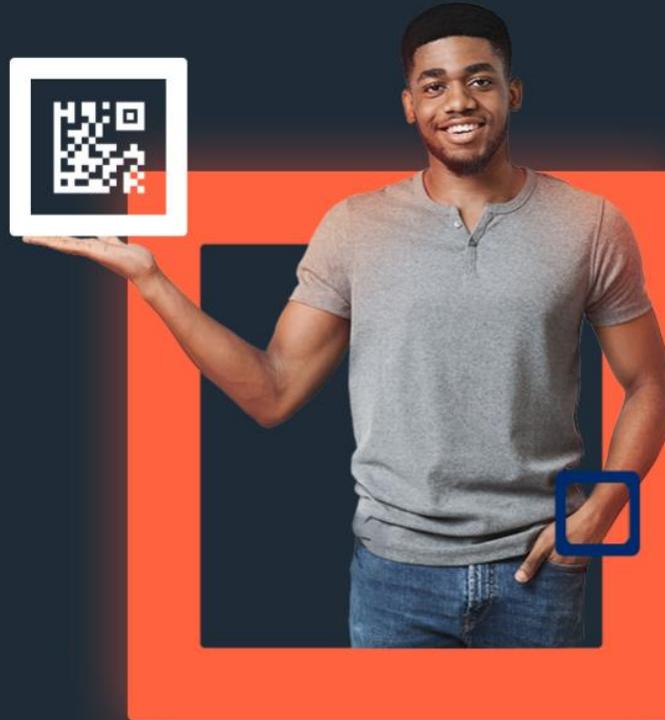
3,4 p.p.
de margen de error
para los fabricantes

8,2 p.p.
de margen de error
para los minoristas

Resultados



Fabricantes GS1 Latam



Fabricantes

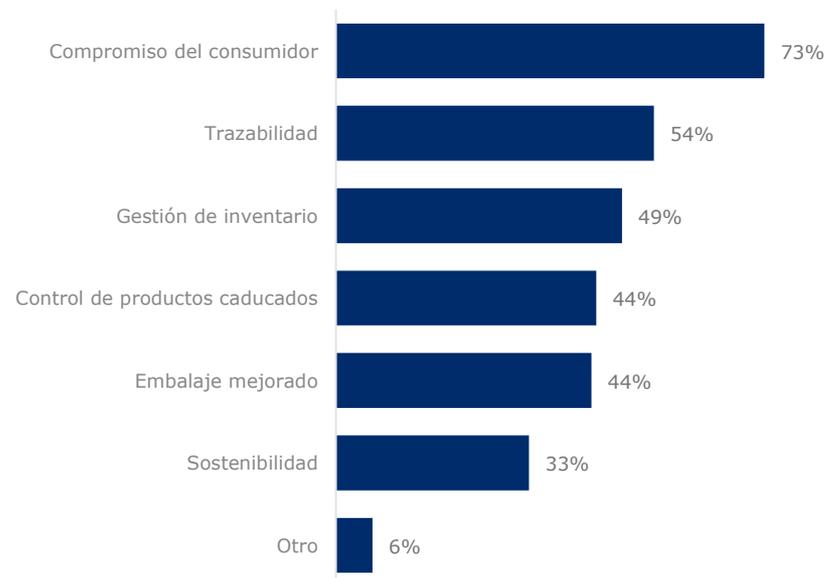
74%

de los fabricantes están interesados en utilizar Códigos 2D

El compromiso del consumidor es la aplicación de Códigos 2D de mayor interés para los fabricantes (73%). Los códigos permiten incluir información adicional en el embalaje del producto, lo que hace posible que los consumidores participen en promociones y acciones de activación escaneando los Códigos 2D.

El segundo tema más mencionado es la trazabilidad (54%), que es la posibilidad, que ofrecen los Códigos 2D, de rastrear la trayectoria del producto a lo largo de la cadena de suministro, desde el campo o la industria, hasta el consumidor final. Finalmente, la investigación destaca el interés de los fabricantes por utilizar Códigos 2D para la gestión de inventarios (49%), permitiendo un mayor control y precisión, además de, en consecuencia, reducir los costes por errores.

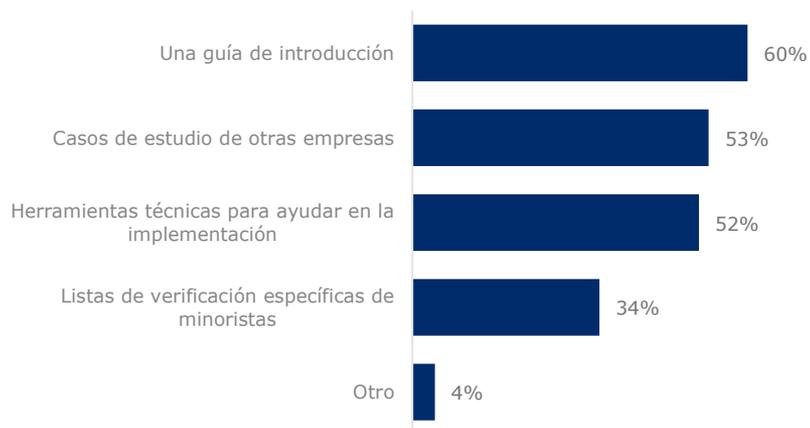
Interés de uso actual de Códigos 2D¹



¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

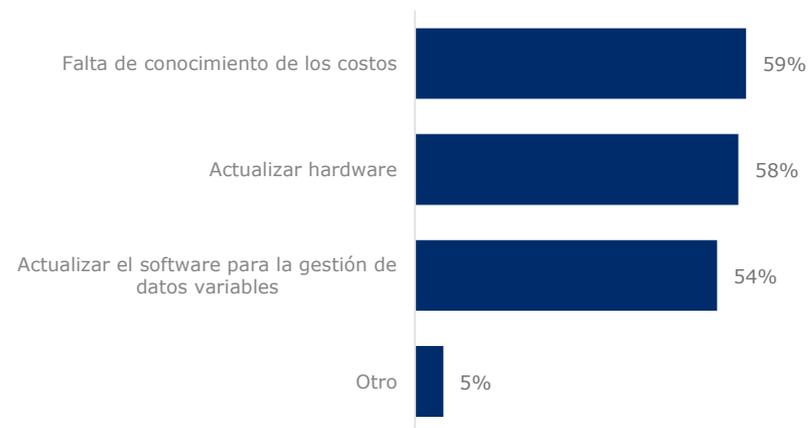
Fabricantes

Facilitadores para la migración a Códigos 2D¹



Una guía de introducción, casos de estudio y herramientas técnicas son citados por entre el 50% y el 60% de los fabricantes como medidas que ayudarían en la adopción de Códigos 2D, lo que indica que el apoyo a estas industrias debe realizarse a través de diferentes enfoques.

Desafíos para migrar a Códigos 2D¹

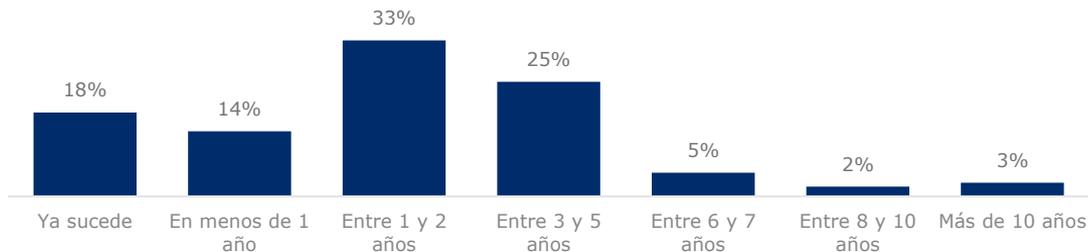


Los fabricantes señalan, en proporciones similares, preocupaciones sobre los costes y la actualización de hardware y software. Queda claro que es necesario demostrar a este sector cómo la adopción de Códigos 2D es una inversión, que garantiza ganancias operativas para las industrias, fortalece sus asociaciones con distribuidores y minoristas y el bienestar de los consumidores.

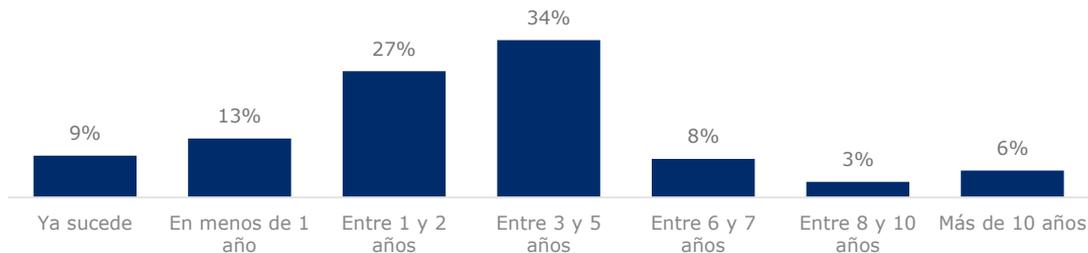
¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Fabricantes

Plazo para que los Códigos 2D sean escaneados por el comercio



Plazo para que los Códigos 2D sean exigidos por el comercio



El 18% de los fabricantes afirma que los Códigos 2D ya son escaneados en el comercio minorista/mayorista/punto de venta/caja; sin embargo, la mitad de esta porción entiende que ya son exigidos en el comercio. En cuanto al futuro, las industrias centran sus expectativas en cuándo el comercio escaneará los Códigos 2D dentro de un a dos años, mientras que estiman que la exigencia comercial de los códigos sólo se produciría dentro de tres a cinco años.

Fabricantes que incluyen Códigos 2D en sus productos

Incluyen Códigos 2D en sus productos



Tipos de Códigos 2D implementados¹



Los QR Codes con fines de marketing corresponden al tipo de Código 2D más adoptado por los fabricantes, lo que está relacionado con su interés en promover el compromiso del consumidor. Cabe destacar, por otro lado, el uso de QR Codes y DataMatrix bajos los lineamientos del estándar GS1.

¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Finalidad principal de los Códigos 2D¹

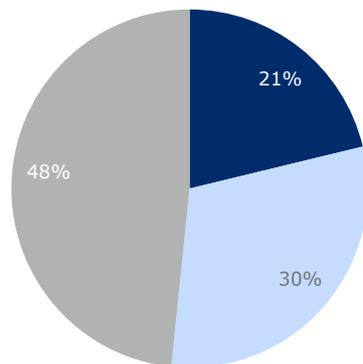


Entre los fabricantes que incluyen Códigos 2D en sus productos, el compromiso del consumidor es, por un amplio margen, la finalidad principal de los códigos. Esto indica que, del total de industrias que muestran interés en los Códigos 2D, aquellas que quieren una mayor interacción con sus clientes son las que, en la mayoría de los casos, adoptan los códigos.

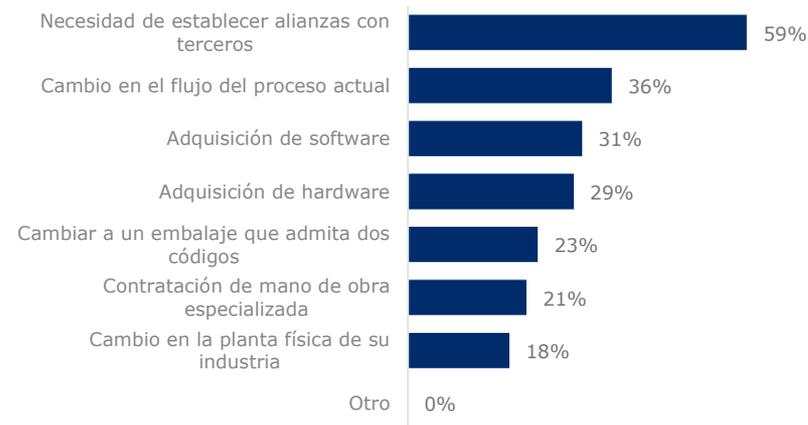
Fabricantes que incluyen Códigos 2D en sus productos

¿Hubo impactos en el proceso de producción como resultado de la migración a Códigos 2D?

■ Sí ■ No ■ No lo sé/No estoy seguro



¿Cuáles fueron los impactos?¹



El 21% de los fabricantes que incluyen Códigos 2D en sus productos han visto impactos en su proceso de producción como resultado de la migración al uso del código. Sin embargo, el 48% no pudo responder a la pregunta, lo que indica que la proporción de quienes notaron cambios podría ser aún mayor. De quienes sintieron estos impactos, el 59% tuvo la necesidad de establecer alianzas con terceros, como agencias gráficas y de diseño.

¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Fabricantes que incluyen Códigos 2D en sus productos

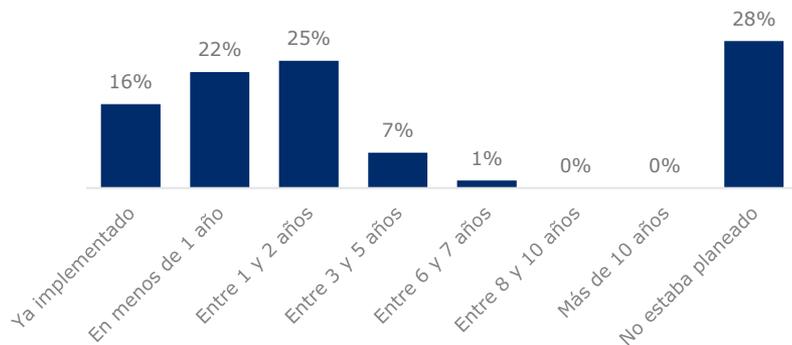
Porcentaje de productos que tienen Códigos 2D

■ Entre 75% y 100% ■ Entre 50% y 75% ■ Entre 25% y 50% ■ Entre 0% y 25%

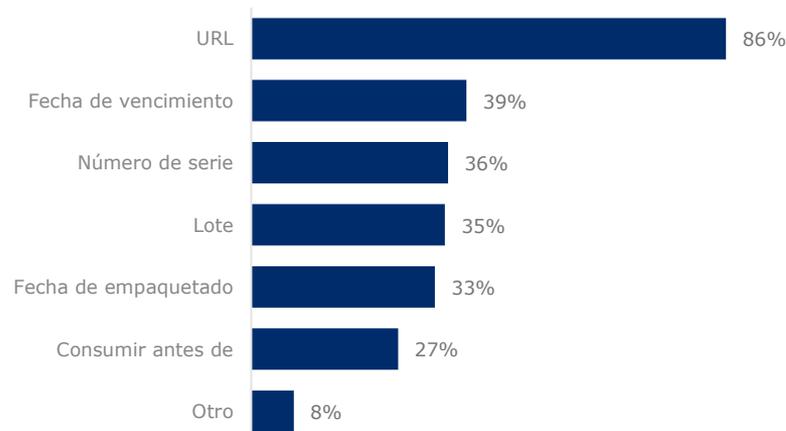


Más de la mitad de los fabricantes utilizan Códigos 2D en más de la mitad de sus productos. En particular, el 35% de las industrias aplican el código a más del 75% de sus productos.

Plazo para implementar datos adicionales a la identificación del producto



Datos adicionales a la identificación del producto que se implementan¹



La preocupación de los fabricantes por el compromiso del consumidor también se refleja en los datos adicionales a la identificación del producto más comúnmente presentes en los Códigos 2D: la URL para acceder al sitio web del producto y/o empresa (86%). Le sigue la fecha de vencimiento (39%), lo que refleja el cuidado que estas industrias tienen con la seguridad del consumidor final.

¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

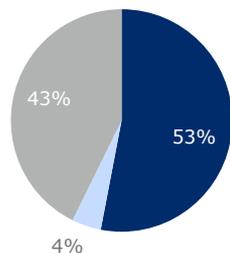
Fabricantes que no incluyen Códigos 2D en sus productos

No incluyen Códigos 2D en sus productos

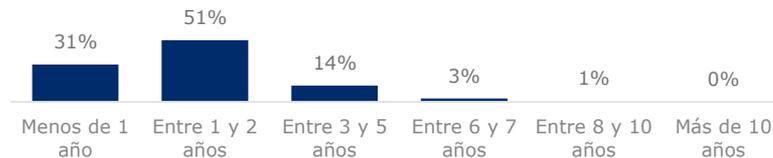


¿Planeas incluir Códigos 2D en tus productos en el futuro?

■ Sí ■ No ■ No lo sé/No estoy seguro



¿En cuánto tiempo?



¿Qué información pretendes añadir a los Códigos 2D?

■ Sólo el GTIN
■ GTIN + Datos adicionales en los próximos 1 a 2 años
■ GTIN + Datos adicionales en los próximos 3 a 5 años
■ No lo sé/No estoy seguro

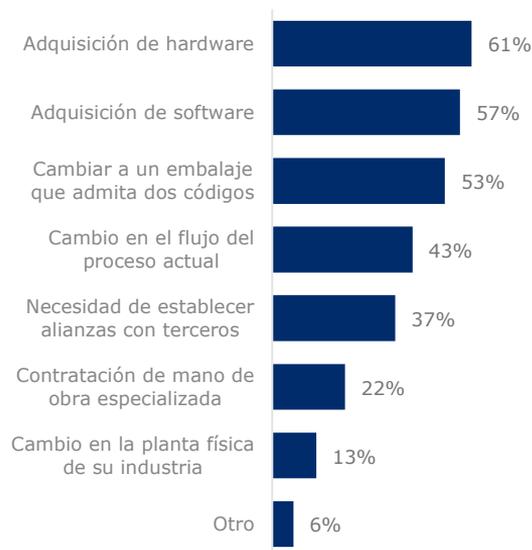


De los fabricantes que no incluyen Códigos 2D en sus productos, más de la mitad tienen intención de adoptar los códigos. De aquellas industrias que planean migrar, el 82% espera utilizar Códigos 2D dentro de dos años y casi la mitad de ellas pretende incluir, además del GTIN, datos adicionales a la identificación del producto a sus códigos dentro de este período.

Fabricantes que no incluyen Códigos 2D en sus productos

¿Cuáles cree que serían los impactos?¹

60%
cree que habría impactos en el proceso de producción como resultado de una migración a Códigos 2D



Es de destacar que, mientras solo el 21% de los fabricantes que incluyen Códigos 2D en sus productos afirman que hubo un impacto en el proceso de producción como resultado de una migración al uso de los códigos, este porcentaje es del 60% para las industrias que no incluyen Códigos 2D en sus productos. Esto indica que los fabricantes tienden a sobrestimar las implicaciones, en términos de cambios en el proceso de producción, de migrar a Códigos 2D. Además, quienes no utilizan Códigos 2D subestiman la necesidad de establecer alianzas con terceros.

¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Minoristas Latam



Minoristas

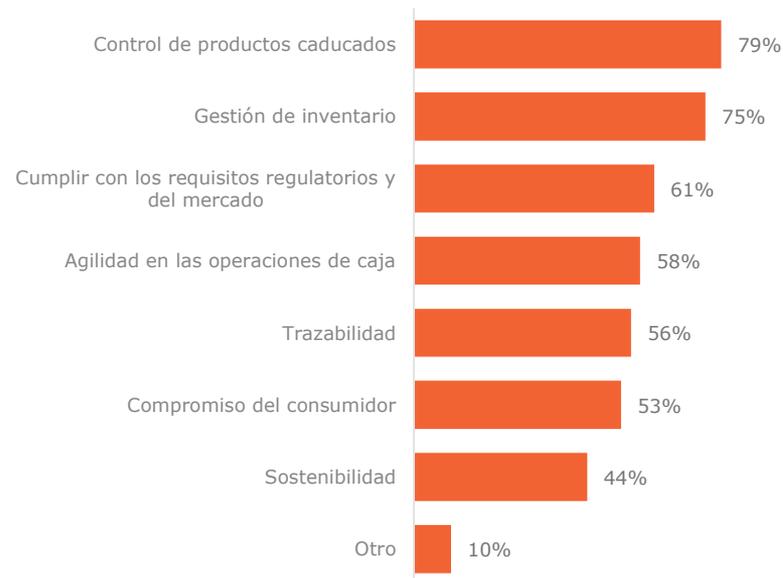
88%

de los minoristas están interesados en utilizar Códigos 2D

Casi nueve de cada diez minoristas dicen estar interesados en utilizar Códigos 2D. Para los interesados, la seguridad del consumidor aparece como la principal preocupación, ya que el 79% de estos minoristas quieren obtener un mayor control sobre los productos caducados a través de los códigos.

Además, los minoristas buscan mejorar sus operaciones mediante los Códigos 2D: al 75% le gustaría hacer más eficientes sus inventarios. Finalmente, el cumplimiento de los requisitos regulatorios y de mercado, la posibilidad de agilizar las operaciones en el punto de venta y las ganancias en trazabilidad (seguimiento del recorrido del producto entre los eslabones de la cadena de suministro) aparecen con porcentajes similares, en torno al 60%.

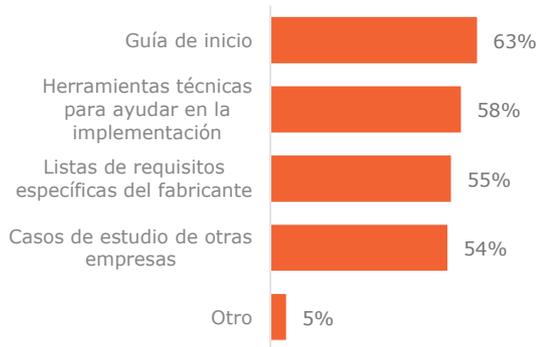
Interés de uso actual de Códigos 2D¹



¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

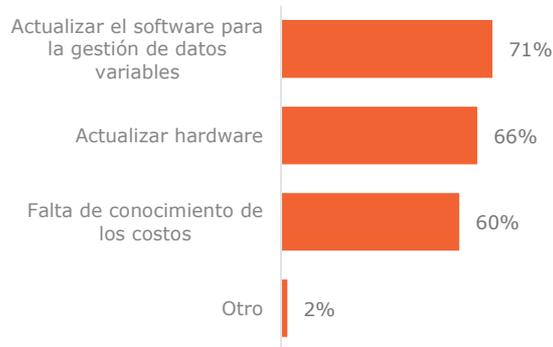
Minoristas

Facilitadores para la migración a Códigos 2D¹



Al igual que los fabricantes, los minoristas atribuyen una importancia similar a diferentes formas de apoyo en la migración a Códigos 2D, lo que indica que, también con este eslabón de la cadena de suministro, se necesitan múltiples enfoques para facilitar la adopción de los códigos.

Desafíos para las empresas al migrar a Códigos 2D¹



Una vez más, los minoristas presentan respuestas similares a los fabricantes y señalan porcentajes elevados, además de cercanos entre sí, de tres posibles obstáculos en la implementación de los Códigos 2D. Esto sugiere que la cadena de suministro en su conjunto tiene una percepción confusa del proceso de migración a Códigos 2D, lo que podría, por lo tanto, beneficiarse de una mejor comunicación al mercado de los beneficios del estándar.

¿Qué datos de productos de marca propia o procesados en tienda gestionan en sistema?¹



Los datos más comúnmente administrados en el sistema para productos de marca propia o procesados en tienda son la fecha de vencimiento (74%), seguida de la fecha de producción (58%). Ambos porcentajes reflejan, una vez más, la preocupación de los minoristas con el consumidor final.

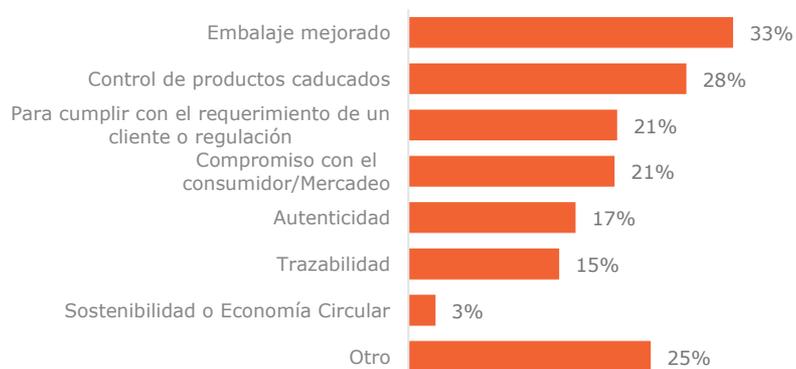
¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Minoristas que imprimen o utilizan Códigos 2D

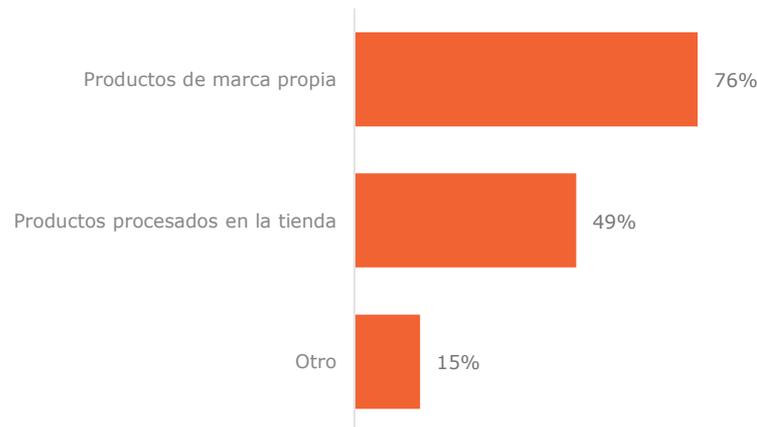
Imprimen o utilizan Códigos 2D



Finalidad principal de los Códigos 2D¹



¿Para qué tipos de productos?¹



Uno de cada cinco minoristas imprime o utiliza algún tipo de Código 2D en los procesos de tienda. Estos minoristas utilizan principalmente códigos en productos de marca propia y valoran ofrecer más información a los consumidores a través de embalajes mejorados (33%) y garantizar la seguridad del consumidor mediante el control de productos caducados (28%). Finalmente, entre los "Otros" objetivos de los minoristas con Códigos 2D se encuentran la facturación a través de QR Codes y la creación de planogramas.

¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Minoristas cuyo sistema escanea Códigos 2D

Tienen sistema capaz de escanear Códigos 2D



¿Escáneres fijos o escáneres portátiles?

■ Ambos ■ Solo escáneres fijos ■ Solo escáneres portátiles ■ No lo sé/No estoy seguro

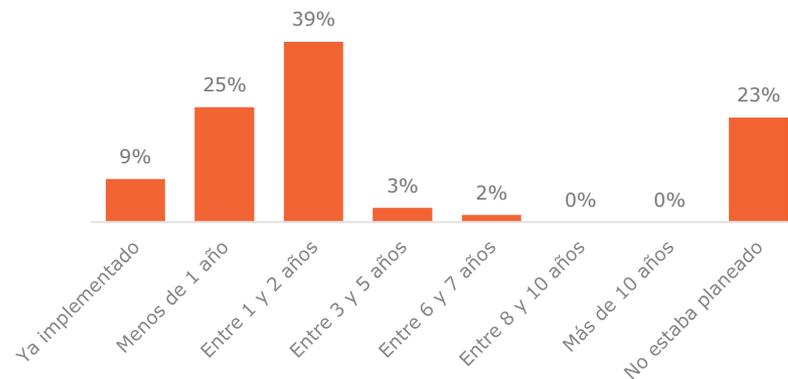


Porcentaje de tiendas capaces de escanear Códigos 2D

■ Entre 75% y 100% ■ Entre 50% y 75% ■ Entre 25% y 50% ■ Entre 0% y 25%



Plazo para comenzar a utilizar más recursos disponibles para la tecnología 2D



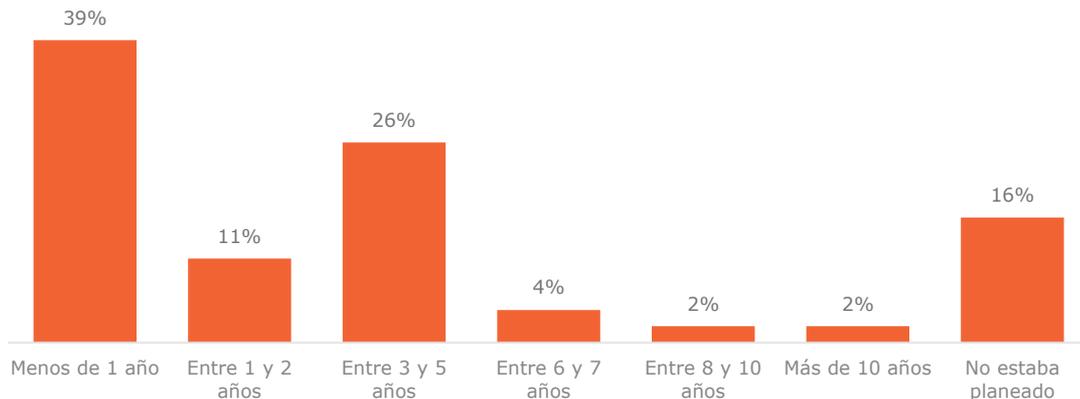
Una parte representativa de los minoristas ya dispone de un sistema capaz de escanear Códigos 2D (30%). De estos establecimientos, la mayoría (54%) cuenta con escáneres tanto fijos como portátiles (*handheld*) y el 60% tiene la capacidad de escanear Códigos 2D en más del 75% de sus tiendas. Existe, por tanto, un escenario en el que el comercio minorista parece razonablemente preparado para la migración a los Códigos 2D. Además, el 64% de quienes ya cuentan con estos sistemas pretenden ampliar su uso de la tecnología 2D en un plazo de dos años.

Minoristas cuyo sistema no escanea Códigos 2D

22%¹

de los minoristas no tiene actualmente ningún sistema en tienda que sea capaz de escanear Códigos 2D

Plazo para actualizar el sistema de las tiendas para que tengan la capacidad de escanear Códigos 2D



Uno de cada cinco minoristas afirma definitivamente que no tiene un sistema para escanear Códigos 2D. En cuanto al plazo de actualización de la infraestructura de las tiendas para permitir la lectura de los códigos, dos de cada cinco minoristas pretenden realizar la inversión en menos de un año, mientras que uno de cada cuatro estima que la adaptación requeriría entre tres y cinco años y, finalmente, el 16% no tiene planes de modernizar sus sistemas.

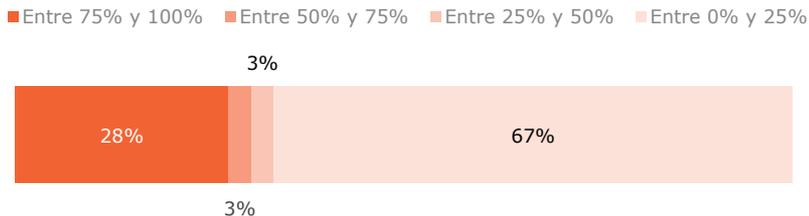
¹El 30% no sabía o no estaba seguro y el 18% no se declaró.

Minoristas que escanean Códigos 2D

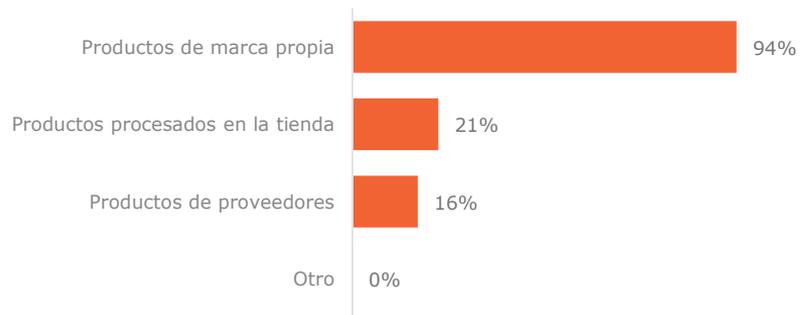
Escanean Códigos 2D



Porcentaje de productos disponibles para la venta que utilizan Códigos 2D



¿Para qué tipos de productos?¹



A pesar de los porcentajes significativos de minoristas que imprimen Códigos 2D o que tienen sistemas capaces de escanear estos códigos, todavía hay un espacio considerable para que los Códigos 2D realmente viajen a través de toda la cadena de suministro y sean escaneados en los puntos de venta para, por ejemplo, evitar que los consumidores compren productos caducados. Este potencial de crecimiento de los Códigos 2D en el comercio minorista se refleja en la gran proporción de los establecimientos que escanean Códigos 2D en los que menos del 25% de los productos disponibles para la venta cuentan con el estándar (67%). Además, cuando se escanean Códigos 2D, en la gran mayoría de los casos (94%) la lectura se produce en productos de marca propia.

¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Minoristas que no escanean Códigos 2D

66%¹

de los minoristas no está escaneando actualmente ningún tipo de Código 2D

6%

de los minoristas que no está escaneando Códigos 2D ha intentado escanear los códigos en el pasado y ha dejado de utilizar esta función

5 de los 6

de los minoristas que han intentado escanear los Códigos 2D en el pasado y han dejado de utilizar esta función tiene planes de habilitar la función y utilizarla nuevamente en los próximos 12 meses

Muy pocos minoristas que no escanean Códigos 2D han utilizado esta función en el pasado (6%). Sin embargo, de los seis minoristas que pasaron por esta experiencia, cuatro pretenden volver a utilizar la función de lectura de estos códigos en sus escáneres.

¹El 19% no se declaró.

Minoristas que bloquean productos caducados con 2D

8%

de los minoristas tiene un software de punto de venta capaz de bloquear productos caducados escaneando Códigos 2D

¿Para qué tipos de productos?¹



Menos de uno de cada diez minoristas dispone de un software de punto de venta capaz de impedir la venta de productos caducados mediante la lectura de Códigos 2D. Esto demuestra que, a pesar de toda la preocupación expresada por los fabricantes y los propios minoristas por controlar la venta de los productos caducados, el uso de Códigos 2D para este fin aún no es tan intenso como podría ser.

¹Los porcentajes suman más del 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

