



**Calidad de datos**

# Agenda

1. Objetivo de la Sesión
2. ¿Qué es Calidad de Datos?
3. Beneficios de la calidad de datos
4. Plan Nacional de Validación, Homologación y Calidad de Información
5. Definiciones PUM - SIC
6. Creación de descripciones
7. GDSN - Reglas de medición de empaque







# OBJETIVO DE LA SESIÓN

---



Conocer y entender el estándar de GS1: Data Quality Framework, estándar global para calidad de información de productos.



---

# ¿Qué es la Calidad de información?

# ¿Qué es la calidad de datos?

Consiste en brindar información **completa, consistente, exacta, oportuna** y basada en los **estándares de la industria.**





---

# Beneficios de la calidad de datos

# Beneficios de la Calidad de Información

- ☑ Identificación única y no ambigua
- ☑ Captura automática y rápida de información en las diversas etapas del proceso logístico que reduce los errores debido a la digitación
- ☑ Facilita el intercambio de información entre clientes y proveedores
- ☑ Información oportuna acerca de la evolución del mercado
- ☑ Trazabilidad







Plan Nacional de Validación,  
Homologación y Calidad de Información

96%

de los **proveedores** que venden a las cadenas presenta inconsistencias en **LA INFORMACIÓN ENVIADA**







48%

de los **productos** tiene  
**DATOS ERRADOS**

large bowl, combine  
vegetables. In small bowl,  
together remaining ingredients. Pour  
mixture, toss to coat. Refrigerate  
several hours or overnight.  
Makes 8 servings.

7 350034 090007

7 350032 890005

February 1

300001

6

KEEP IN COOL, DRY PLACE.  
BEST WHEN USED BY DATE  
STAMPED ON THE CAP.

Mayor información: [calidadedatos@gs1co.org](mailto:calidadedatos@gs1co.org)

# LOGYCA- COLOMBIA

**FÍSICAS**  
VS  
**logyca** ■  
LOGYCA / COLABORA



El **89%** de los proveedores presentan problemas en las unidades logísticas en al menos uno de los atributos medidos (alto, ancho, largo).

El **14%** de las unidades logísticas medidos tienen problemas en todos los atributos de medida.

El **40%** de las unidades logísticas cumple con las tolerancias máximas y mínimas establecidas en todos los atributos medidos.

# LOGYCA- COLOMBIA

## FÍSICAS

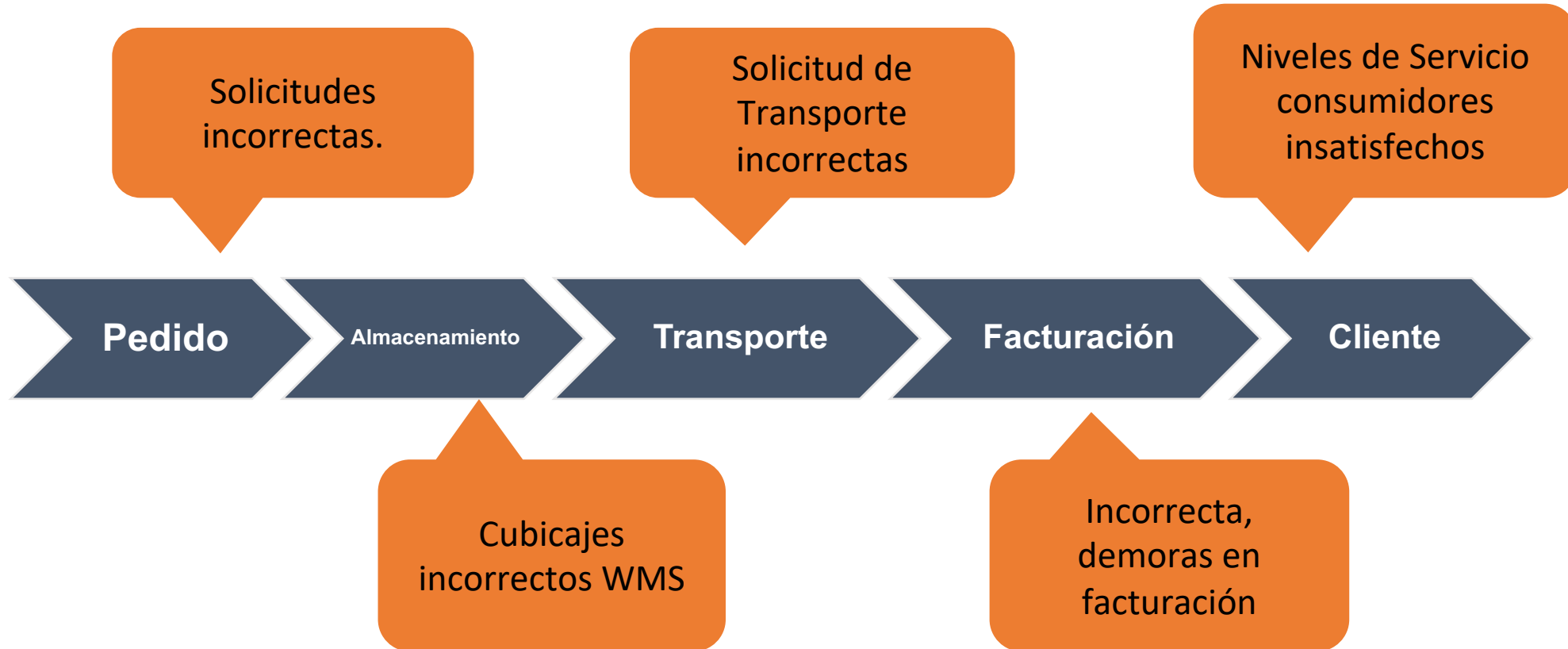


El **29%** de los productos medidos tienen problemas en todos los atributos de medida.

El **45%** de los productos tienen problema en al menos un atributo.

El **26 %** de los productos cumple con las tolerancias máximas y mínimas establecidas en todos los atributos medidos.

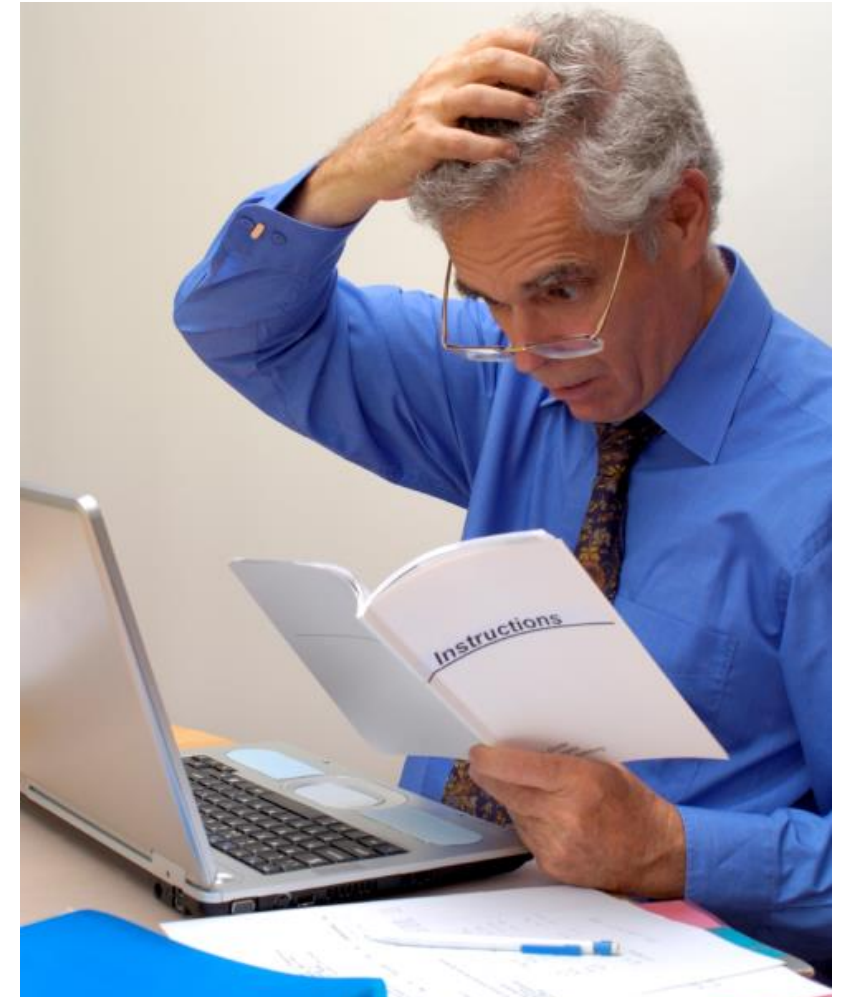
# Impacto Industrial





# Consecuencias de la mala calidad de información

- ✓ La mala calidad en datos se evidencia en el proceso de sincronización, pero afecta **toda la cadena de valor!**
- ✓ Los beneficios de la sincronización se pierden en la medida en que los datos son errados y los socios deben corregirlos.
- ✓ El costo de un mal dato involucra el costo de crearlo (aunque esté mal), el de corregirlo y el de los problemas causados.



# Calidad de información

COMUNICADO GS1 COLOMBIA | LOGYCA

## PLAN NACIONAL DE VALIDACIÓN, HOMOLOGACIÓN Y CALIDAD DE INFORMACIÓN

Estimado:

En el marco del **PLAN NACIONAL DE VALIDACIÓN, HOMOLOGACIÓN Y CALIDAD DE INFORMACIÓN** - en adelante **PLAN** - nos complace informarle el éxito de la iniciativa, en la cual a la fecha llevamos **118.920 productos capturados de 2.478 empresas**. Queremos agradecerle su compromiso y respaldo. Garantizar la calidad de la información que intercambiamos nos beneficia a todos y de manera especial a los consumidores.

Como es de su conocimiento, el **PLAN** es un proceso permanente para el cual todas nuestras organizaciones deben estar comprometidas; los beneficios que nos ofrece dependen de la disciplina de todos. **El Grupo de Trabajo de Consumo Masivo y el Consejo Directivo**, en el cual participan Proveedores y Cadenas en representación de todos los miembros, lideran y apoyan esta iniciativa desde su inicio en el año 2013. Hoy queremos compartir con todos los acuerdos que hemos alcanzado con relación al proceso de codificación de nuevos productos:

A partir del **1° de Julio de 2015**, cualquier nuevo producto y cualquier modificación o retiro de los existentes, deberá ser comunicado a las cadenas participantes del **PLAN** vía un Catálogo Electrónico Certificado, como **LOGYCA / SYNC**, cumpliendo el proceso de Homologación ya conocido por todos, utilizando una de las siguientes opciones:

- a** La primera, homologar cada nuevo producto en algunos de los puntos de captura ubicados en Bogotá, Medellín y Cali.
- b** Segunda alternativa, homologar los procesos de su empresa, con base en lo definido por GS1 Global.



**Pedro Blanco**  
Gerente de Operaciones



**Nelson Eduardo Bohorquez P.**  
Distribution & Logistic  
Director Middle Américas – Ultralogistik



**Juan Carlos Vargas**  
Gerente General Colombia



**Jimmy Char Navas**  
Vicepresidente Comercial



**Alfredo Fernández de Soto**  
Vicepresidente Financiero y Administrativo



**Ricardo Monsalve**  
Gerente Cadena de Suministros



**Luis Felipe Gutiérrez**  
Gerente General

**Eric Basset**  
Presidente



**Luis Prieto**  
Gerente Comercial



**José Antonio Brito**  
Chief Commercial Officer



**Cielo Aristizábal**  
Gerente General



**Guillermo Botero Nieto**  
Presidente

**Diego Enrique Almanzar Naranjo**  
Gerente (E)



**Mauricio Rubio Buitrago**  
Subdirector Comercial



**Jorge Peláez**  
Gerente Comercial



**William Gómez**  
Subdirector Mercadeo Social

**José Gabriel Loaiza Herrera**  
Vicepresidente Comercial  
y de Abastecimiento



**Andries Govaert**  
Chief Operating Officer



**Samuel Giraldo**  
Gerente Supermercados



**Gustavo Visbal Galofre**  
Gerente General



**Luis Fernando Aguirre**  
Director Ejecutivo Cámara de Proveedores  
y Canales de Distribución

**Eder Alonso Castellanos**  
Gerente General



**Juan Manuel Acuña**  
Gerente General



**Mauricio Quintero**  
Gerente Comercial



**Abel Marcelo Cardona**  
Director de Logística



**Gabriel Ardila**  
Vicepresidente Comercial y Tecnología



---

# Definiciones PUM SIC



# Precio por unidad de medida (PUM)




---

*“Cifra en pesos resultante de dividir el precio total de cada producto pre - empacado entre la cantidad neta de masa, volumen, longitud o área correspondiente. Cuando el producto se venda en paquete que contenga varias unidades, y el precio de la unidad no tenga relación con una magnitud determinada, el Precio por Unidad de Medida se indicará por unidad de producto”*





# Finalidad

- ✓ Proveer información útil al consumidor
- ✓ Promover la comparación de productos:
  -  Entre diferentes marcas
  -  Entre igual marca y diferentes presentaciones
  -  Entre diferentes almacenes o páginas web
- ✓ Promover la competencia
- ✓ Promover la unificación de unidades



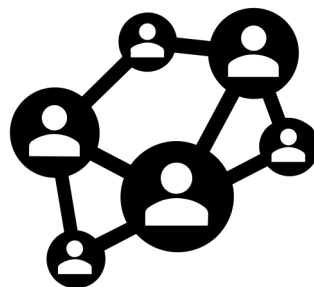
# Obligados a cumplir

## Supermercados



Productos dispuestos en góndolas, estantes o anaqueles, y a la información de los mismos y su precio

## Ventas a distancia



- Por catalogo
- Televentas
- Ventas por internet

## Que venda productos



- Preempacados
- Granel
- Paquetes de varias unidades.

# ¿Cómo se debe indicar el PUM?

---

- En el mismo sistema en que se informe el precio del bien (**etiqueta, lista o fleje**).
- En flejes el tamaño mínimo es de **0,5 cm**.
- Debe ser una sola unidad de medida para toda la categoría.
- Se debe indicar **«Gramo a \$4,05», «Litro a \$1.200,00», «Unidad a \$1.500,00»**.

# ¿Cómo hacerlo?

- “- Tratándose de masa se deberá indicar en kilogramo (kg) o gramo (g).
- Tratándose de longitud se deberá indicar en metro (m) o centímetro (cm).
- Tratándose de área se deberá indicar el PUM en metro cuadrado (m<sup>2</sup>) o centímetro cuadrado (cm<sup>2</sup>).
- Tratándose de volumen se deberá indicar en litro (L, l), mililitro (mL, ml), metro cúbico (m<sup>3</sup>) o centímetro cúbico (cm<sup>3</sup>).
- Tratándose de productos por unidades como pañales, huevos, filtros para cafetera, esponjillas, etc. se deberá indicar en unidad de producto”



Vigencia: del 17 al 30-06-2016 inclusive o hasta agotar stock.

# CON EL Ahorrón ganamos todos



Caldo KNORR, verdura, carne, gallina o zapallo con choldo, 6 u (disponibles 59.900 u) la u \$ 2,083

\$12<sup>50</sup> c/u

Café ARLISTÁN, liviano, 100 g (disponibles 2.700 u) el kg \$ 330,000

\$33



\$10<sup>00</sup> c/u



CASANCREM, clásico, 300 g (disponibles 4.300 u) el kg \$ 96,667

\$29



Galletitas EXPRESS, clásicas, 324 g (disponibles 18.900 u) el kg \$ 57,099

\$18<sup>50</sup>



Queso SANCOR, corazón de horma, pategrás o fontina, 240 g (disponibles 2.300 u) el Kg \$ 162,500

\$39 c/u

¡Combinalo COMO QUIERAS!



Detergente líquido ALA, multiacción, o progress, doy pack, 1,5 L (disponibles 15.800 u) el L \$ 39,933

\$59<sup>90</sup> c/u



Cerveza BRAHMA, 1 L (disponibles 27.500 u)

LLEVANDO PRODUCTOS 2 \$25 c/u

Si llevás una u \$ 28,90



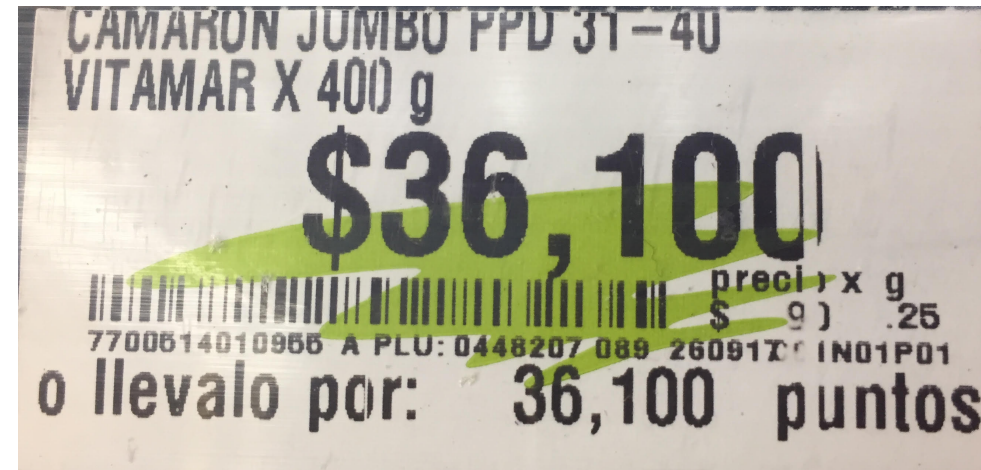
Shampoo o acondicionador SUAVE, varias fragancias, 930 cm<sup>3</sup> (disponibles 32.100 u) el L \$ 32,258

\$30 c/u



# Casos especiales

Para productos glaseados o en medio líquido o congelado, el PUM se toma solo sobre el peso neto escurrido o drenado.





# Casos especiales

Para productos que se vendan en paquetes que contengan varias unidades y la unidad no tenga relación con una magnitud determinada.







Creación de Descripciones

## Gramática recomendada

- ✓ Como en toda oración comenzamos con la **letra inicial de la primera palabra en Mayúscula**.
- ✓ La **MARCA** siempre va en mayúscula.
- ✓ Cuando el producto, con su nombre, marca, características, contenido y unidad de medida no lo alcanzamos a definir en 40 caracteres utilizamos **abreviaturas** que ya están estandarizadas dentro un manual llamado **VOCABAS**.

## Longitud máxima permitida

Descripción larga

40

Descripción corta

18

# Gramática recomendada

---

Debemos tener en cuenta para utilizar el VOCABAS los siguientes criterios:

- Nunca abreviar la marca del producto.
- Eliminar los prefijos y palabras como: de, para, en, sabor a, aroma a, etc.
- En última instancia abreviar el nombre del producto si y solo si este es demasiado largo o es una palabra compuesta.
- Todas las palabras abreviadas a excepción de las unidades de medida como g, ml, l, Kg., etc., deben llevar punto al final.

# Descripción larga

Ésta descripción está dividida en cuatro partes:

1. **Nombre del Producto:** En este espacio colocamos el nombre con el cual conocemos el producto + Principal funcionalidad o principal componente
2. **MARCA:** En este espacio colocamos la marca con la cual el producto es identificado dentro del mercado. Siempre va en Mayúscula sostenida
3. **Características:** En este espacio incluimos las características que diferencian un producto con igual nombre de otro tales como sabor, estilo, fragancia, tamaño, color, etc.
4. **Contenido y Unidad de Medida:** En este espacio incluimos lo que contiene el producto y su unidad de medida.

Ejemplos:

Toallas goteos TENA  
mujer super x30art





Ésta descripción está dividida en dos partes:

1. **Nombre del Producto:** en este espacio colocamos el nombre con el cual conocemos el producto + Principal funcionalidad o principal componente .
2. **Contenido y Unidad de Medida:** en este espacio incluimos lo que contiene el producto y su unidad de medida.

**Ejemplos:**

Toal.goteos x30art

## Nombre Funcional

Ésta descripción está compuesta por dos partes:

1. **Nombre**
2. **Principal Contenido o Funcionalidad**

**Ejemplos:**

- Toalla goteos



**Descripción Larga:** Cj hojuela platano NATUCHIPS verde x9art

**Descripción Corta:** Cj hjla.plat.x9art

**Nombre funcional:** Hojuela platano

**Marca:** NATUCHIPS



**Descripción Larga:** Hojuela platano NATUCHIPS verde x135g

**Descripción Corta:** Hojuela plat.x135g

**Nombre funcional:** Hojuela platano

**Marca:** NATUCHIPS



---

**GDSN**  
**Reglas de medición de**  
**empaque**



# Educación al consumidor

---

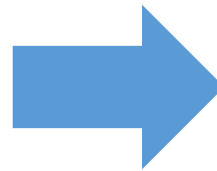
## Internacionalmente los parámetros están establecidos

- ✓ Mejores prácticas para la gestión del sistema de Calidad de Información
- ✓ De acuerdo con las necesidades de mercado, la conformidad puede ser demostrada a través de:
  - Auto declaración
  - Certificación de una tercera parte generada con base en un proceso de inspección y auditoría

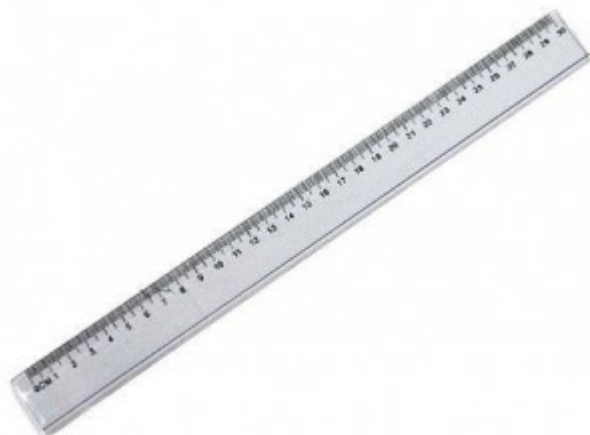




# Buenas practicas



# ¿Con qué medimos?



# Determinación del frente del producto

Es el **lado con la superficie más grande** que es usada por los fabricantes para vender el producto al consumidor.

*Ej: El lado con la marca del producto y donde el nombre se lee correctamente.*



*No se debe tener en cuenta la orientación en el anaquel ni temas de mercadeo para determinar el frente del producto.*



# Ejemplo



Identificar:

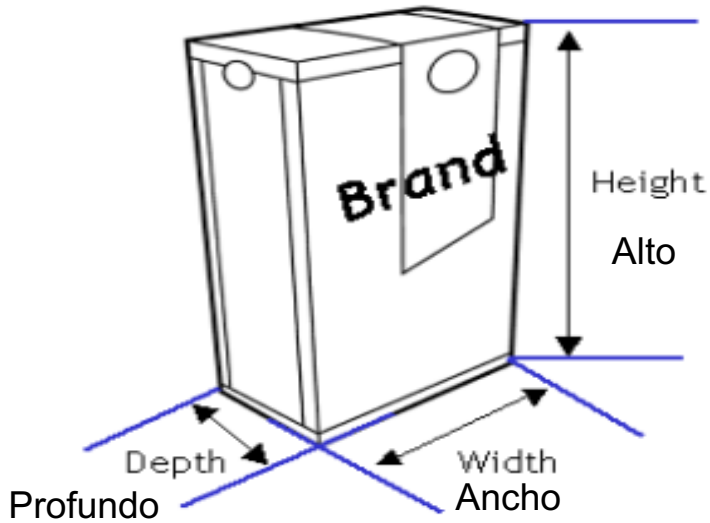
1. Marca
2. Declaraciones
3. Contenido del producto

# ¿Si tengo más de un posible frente?

Para empaques con más de un posible frente, el lado más alto se considera como el frente.



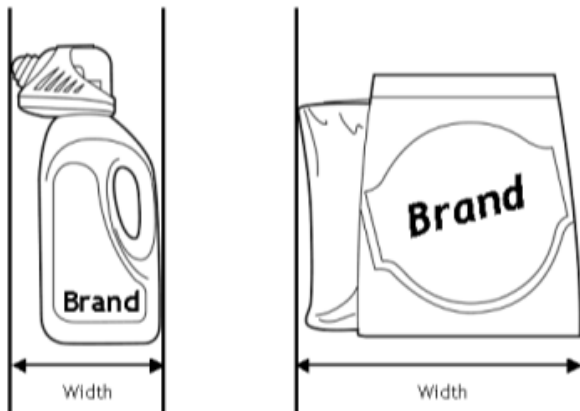
# Determinación alto, ancho y profundo.



**Alto:** Desde la base a la parte superior

**Ancho:** De derecha a izquierda

**Profundidad:** Del frente a la parte trasera



Siempre se **debe medir la distancia máxima**, incluyendo cualquier porción saliente.

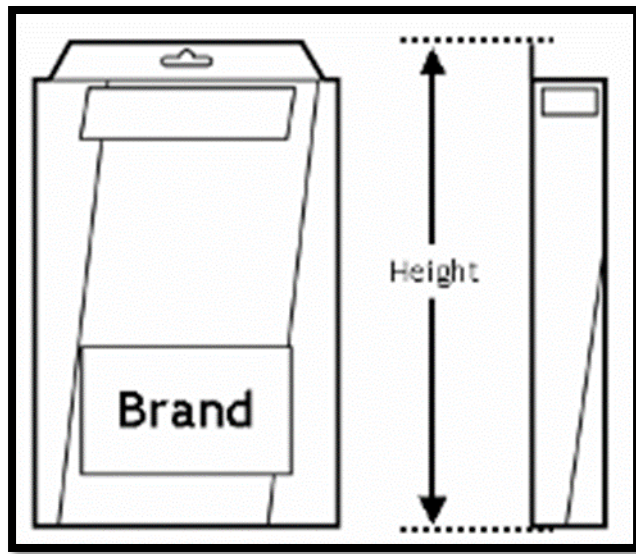
PROFUNDO





# Artículo colgante rígido.

Un artículo colgante es un artículo de consumo que es presentado de manera suspendida en un empaque que debe ser colgado. Si el artículo tiene un orificio para ser colgado este debe ser medido de esta misma manera.



De igual forma deben estar incluidas las partes sobresalientes del empaque del producto.





# Empaque flexible

- Empaque o parte de un empaque cuya forma puede cambiar.
- Las medidas se toman dejando descansar el producto sobre una superficie plana con el producto distribuido.
- Los orificios para colgar el producto no son relevantes en la orientación para definir el frente del producto y las dimensiones del producto no dependen de la forma en que se exhibe o se “mercadea” el producto.



**Empaque Flexible:** Mismas reglas de medición de los productos de consumo

**Incluye:** bolsas, empaques de papel, plástico, películas transparentes y combinaciones de estos materiales.

# Productos cilíndricos

Para estos productos existirán **dos dimensiones que serán iguales**, y esto estará definido de acuerdo a la determinación del frente del producto.

ANCHO = PROFUNDO



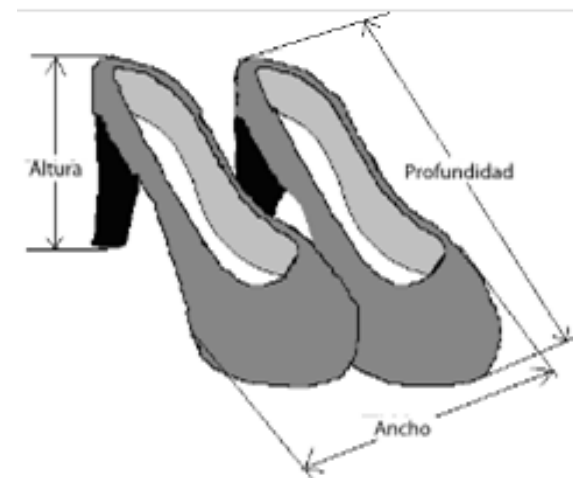
ALTO

ANCHO = PROFUNDO



ALTO

# Casos particulares



# Unidades logísticas

## ✓ Alto – Ancho – Profundo

### Determinar la Base Natural

**Alto:** Base a la parte Superior

**Ancho:** Lado mas corto

**Profundo:** Lado mas largo

Se debe tener clara esta diferenciación con el fin de evitar confusiones entre una caja no detallista y una caja detallista.





# Pesos

---

## PESO NETO

Usado para identificar el peso neto del artículo. El peso neto excluye todos los materiales de empaque y aplica para todos los niveles incluyendo la unidad de consumo.



## PESO BRUTO

Usado para identificar el peso bruto del artículo. El peso bruto incluye todos los materiales de empaque del artículo. A nivel de pallet, incluye el peso del pallet.



# ¿Quieres saber más?

---



# logycaX

**Contáctenos:**

**EQUIPO EDUCACIÓN**

Celular: 316 454 4460

[educacion@logyca.org](mailto:educacion@logyca.org)

# Programas de Certificación Profesional 2020



**LOGÍSTICA  
PARA MYPES**

## **CURSOS**

- Diseño de la red de valor.
- Gestión de compras eficientes para tu empresa.
- Gestión de inventario y portafolio.
- Distribución: Entrega de productos.



**COLABORACIÓN  
ORGANIZACIONAL Y  
REDES DE VALOR**

## **CURSOS**

- Fundamentos de la colaboración.
- Herramientas para la colaboración en las redes de valor.



**IDENTIFICACIÓN DE  
PRODUCTOS EN EL  
MUNDO LOGÍSTICO**

## **CURSOS**

- Identificación de producto con códigos de barras.
- Información estratégica de productos para la venta.
- Gestión de producto con código electrónico.
- Gestión de identificación para recaudo de facturas.



**Otros cursos**

- Factura electrónica
- Logística agrícola sostenible
- Fundamentos de logística
- Logística del futuro

logycaX y edX

se unen para dar **apoyo a las  
MYPES** en **tiempos difíciles.**

¡Acceda a los cursos de las mejores  
**universidades del mundo!**

Mas información: [logycax@logyca.org](mailto:logycax@logyca.org)





# ¿Dudas e inquietudes?

---



# ¿Te gustó la sesión?

Cuéntanos...



A grayscale background image showing a business handshake in the center. In the foreground, a person's hands are visible, one holding a pen and the other holding a small object, possibly a key or a small tool. The overall scene is dimly lit, suggesting an office or meeting environment.

logyca ■

¡GRACIAS!

---