



El Lenguaje Global de los Negocios

Guía para la Gestión de Descripciones



2021, GS1 Colombia

Av. El Dorado 92-32
Bogotá- Colombia

Todos los derechos reservados

Tercera edición, mayo de 2021

www.gs1co.org

Autores:

Rafael Linares
Paola Morales
Sofia Salcedo

Coautores:

Katherine Tabares
Leonel Pava



Actualización	Fecha	Cambio hecho por	Resumen del cambio
Edición 1	2020	Estándares	<ul style="list-style-type: none"> Actualización en el apartado de Tipos de Promoción.
Edición 2	Marzo del 2021	Estándares	<ul style="list-style-type: none"> Actualización en las especificaciones de las descripciones en ofertas, de acuerdo con los resultados en los comités del 2020. Adición de las especificaciones y ejemplos en la sección de promociones.
Edición 3	Mayo del 2021	Estándares	<ul style="list-style-type: none"> Actualización en la normativa: Anexo de la circular externa 011 del 2020 de la Supertintendencia de Industria y Comercio. Eliminación del alcance de la guía para los productos farmacéuticos.

Índice

Prólogo.....	6
Declinación de responsabilidad	6
Introducción	6
Antecedentes.....	7
Beneficios de la implementación del estándar GS1.....	7
Alcance.....	7
Recomendaciones generales.....	9
Atributos de las Descripciones.....	9
Precio por Unidad de Medida - PUM	10
El estándar y otras normativas colombianas	12
Descripciones.....	13
Descripción larga	13
Descripción corta	14
Nombre funcional.....	14
Descripción Adicional	15
Descripción Publicitaria o de Mercadeo.....	15
Ejemplos	16
Productos Consumo Masivo – Sector Alimentos	16
Productos Consumo Masivo – Sector Electro	17
Productos Consumo Masivo – Sector Misceláneos.....	18
Productos Consumo Masivo – Sector Cuidado Personal	19
Productos Consumo Masivo – Sector Ferretero	20
Productos Textil.....	21
Promociones	22
Tipos de Promoción	22
1. Oferta gratis	22
1.1. Artículo promocional	22
1.1.1. Artículo promocional con componentes gratuitos	23
1.1.2. Artículo promocional con cantidad gratuita	23
1.2. Envase multipack.....	25

1.2.1. Multipack con componentes gratuitos.....	24
1.2.2. Multipack con cantidad gratuita.....	25
1.2.3. Multipack promocional construido a partir de un Artículo no promocional	25
1.2.4. Multipack promocional construido a partir de un artículo promocional.....	26
1.3. Cantidad gratuita en uno o más componentes en un paquete surtido.....	27
1.3.1. Paquete surtido creado a partir de Artículos NO promocionales	27
1.3.2. Paquete surtido creado a partir de Artículos promocionales.....	27
2. Precio Especial	28
2.1. Reducción de precio para un artículo promocional.....	28
2.2. Reducción de precio para un Multipack promocional o un paquete surtido promocional creado a partir de un Multipack o paquete surtido.....	29
2.3. Reducción de precio para un Multipack promocional construido a partir de un artículo estándar	30
2.4. Reducción de precio para un paquete surtido promocional creado a partir de un artículo estándar.....	30
3. Tipologías de productos que no se consideran ofertas	31
3.1. Concurso promocional o Cupón	31
3.2. Empaque único.....	32
3.3. Obsequio gratis.....	32
3.4. Muestra gratis	32
Descripciones para Unidades Logísticas	34
Descripción Larga para Unidades Logísticas	34
Descripción Corta para Unidades Logísticas	35
Glosario.....	36
Vocabas	38
Colaboradores – Empresas Aliadas	38
Bibliografía	41

Prólogo

El objetivo de este Guía para la Gestión de Descripciones es proporcionar un documento introductorio simple y de fácil lectura, que defina los criterios básicos para la creación de los diferentes tipos de descripciones, a fin de potenciar la venta, compra, marketing, y suministro de información de los productos. Este documento no contiene descripciones detalladas y, en consecuencia, no reemplaza al GS1 General Specifications ni al GDSN 3.1 Trade Item Implementation Guide, que continúan siendo los documentos de referencia estándar. Los principios y estándares presentados en este documento se aplican a todos los sectores, por lo cual encontrará ejemplos de cada uno de ellos.

Declinación de responsabilidad

“Si bien se ha hecho el máximo esfuerzo para asegurar que los estándares GS1 que aparecen en este documento sean los correctos, GS1 Colombia | LOGYCA / ASOCIACIÓN y cualquier otra parte involucrada en la creación de este documento, por la presente DECLARAN que este documento se otorga sin garantía, expresa o implícita, de exactitud o adecuación según el propósito y asimismo por la presente DECLINAN toda responsabilidad, directa o indirecta,

que pueda surgir a consecuencia de cualquier error o pérdida en relación al uso de dicho documento. Este documento podrá ser modificado con el tiempo, conforme a los desarrollos de tecnología, cambios de los estándares o los nuevos requisitos de índole legal”.

Asimismo, no se puede garantizar ni declarar que los estándares nunca demandarán alguna modificación a causa de anexos del sistema y desarrollos tecnológicos.

Introducción

Una de las grandes problemáticas al momento de presentar un producto en algún canal comercial, ya sea tradicional o Ecommerce, es no prestarle la debida atención y cuidado a la creación de la descripción, la cual no solo apoya la propuesta de valor de una marca sino la optimización en la búsqueda del producto por parte del cliente.

Por esto es necesario el desarrollo de nuevas estrategias que permitan al consumidor leer, conocer, entender e influenciar su decisión de compra, garantizando no caer en las típicas frases breves, en oraciones incompletas o en contenido duplicado.

Por lo anterior la guía para la gestión de descripciones es un conjunto de estándares GS1, que recopila recomendaciones para el uso adecuado y preciso de los datos, características y atributos de un producto al momento de crear

diferentes descripciones, facilitando la comunicación entre dueños de marca y comercio que participan en el proceso, obteniendo mejoras en tiempos y costos, en procesos que anteriormente eran manuales.

Este manual brinda los lineamientos generales, aplicación y parámetros de cumplimiento del estándar GS1, de acuerdo con las necesidades de los comercios del país.

Antecedentes

Esta guía se basa en las pautas y decisiones tomadas en diferentes **Comités Técnicos y Guías Internacionales** entre las cuales resaltan las siguientes:

- Global Data Model: Modelo creado para alinear y aprovechar al máximo los atributos de los productos, buscando **simplificar y armonizar** el contenido (datos maestros) que intercambiamos y así crear una experiencia de compra al cliente sin problemas en todos los canales.
- Comité Técnico de Estándares: Espacio creado para dar alcance a las necesidades de los participantes, entre ellos la ampliación de las descripciones de los productos en los catálogos transaccionales.
- Comité Técnico de Descripciones: Espacio creado para definir longitudes, estructura, recomendaciones, entre otros, además de los tiempos y requerimientos para su implementación en cada compañía.

Beneficios de la implementación del estándar GS1

Implementar esta guía le permitirá:

- Tener una adecuada creación de las descripciones alineada a estándares internacionales implementados por la industria colombiana.
- Ayudar a los clientes a encontrar el producto que necesitan más fácilmente.
- Ayudar a las organizaciones a identificar fácilmente sus productos al momento de realizar las transacciones comerciales con la cadena.
- Reducir la frecuencia de las adiciones "accidentales" a la canasta.
- Aumentar el atractivo visual e informativo de un producto.

Alcance

Esta guía aplica a todos los actores que realicen transacciones comerciales con grandes superficies (comercios). Estas aclaraciones han sido creadas tomando como base los estándares y mejores prácticas internacionales y adaptándolas a las realidades de negocio de los usuarios.

- **Consumo masivo:** Son todas aquellas compañías que fabrican o distribuyen alimentos, bebidas, licores, cigarrillos, productos de aseo personal y del hogar, además de productos no perecederos tales como cosméticos y variedades.
- **Textil:** Por medio del desarrollo del grupo colaborativo textil en el cual se creará la definición y parámetros para el uso de descripciones alineadas al estándar GS1.

Recomendaciones generales

Al momento de crear las descripciones para sus productos, los dueños de marca deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- La letra inicial de la descripción debe ir en mayúscula.
- La marca debe estar en mayúscula sostenida.
- Pueden incluirse caracteres especiales como +, &, *, <, >, ñ.
- Podrán ser utilizados conectores como: de, para, en, sabor a, aroma.
- Las unidades de medida siempre deben ir abreviadas de acuerdo con el sistema internacional de medidas.
- De ser necesario el uso de abreviaturas, estas deben realizarse basadas en el VOCABAS y de derecha a izquierda. La marca nunca debe ser abreviada.

Atributos de las Descripciones

Los tipos de descripciones “Larga” y “Corta” cuentan con una estructura específica, compuesta por los siguientes atributos:

- **3508 Nombre funcional o nombre del producto:** En este espacio colocamos el nombre con el cual conocemos el producto en un máximo de 35 caracteres. Ejemplo: Shampoo, acondicionador, gelatina, jabón, crema, café, etc.
- **3541 Marca:** En este espacio colocamos la marca con la cual el producto es identificado en el mercado con un máximo de 70 caracteres. Ejemplo: JET, COCACOLA, NOKIA, FRUCO, etc. Puede contar con referencias como “TM” marca comercial o “R” marca registrada.
- **3546 Submarca:** Algunos productos pueden contener dos marcas, por lo que se debe manejar un nuevo término. Dado el caso en el que se cuente con marca y submarca, es importante determinar que la segunda proporciona aclaraciones adicionales para la marca, la cual por obligación no debe ser la más grande entre los dos, sino la más reconocida por el consumidor. En caso de tener dudas es importante contar con la aclaración del dueño de marca y los diseñadores quienes son los encargados de colocar los nombres y las descripciones en el producto.
- **3520 Características:** En este espacio incluimos las características que diferencian un producto tales como sabor, estilo, fragancia, tamaño, color, etc. Ejemplo: Naranja, flores tropicales, grande, rojo, etc.
- **3733 Contenido:** En este espacio incluimos el contenido neto del producto. Este campo solo acepta números y es la cantidad en la que la compañía se basará para calcular el PUM. Ejemplo: 500, 200, 3, 12.

- **Unidad de Medida:** La ley 1480 del 2011 estipula que en Colombia se debe utilizar el sistema internacional de medidas. Ejemplo: g, ml, kg.
- ✓ **Nota:** Los primeros 4 dígitos al inicio de cada atributo hacen referencia al BMS ID, esta identificación relaciona al número del campo en el estándar GS1 Global Data Model.

Precio por Unidad de Medida - PUM

El PUM debe facilitar al consumidor la comparación de precios de los productos de similares características, por lo tanto, es la cifra en pesos resultante de dividir el precio total de cada producto entre la cantidad neta de masa, volumen, longitud o área correspondiente. Cuando el producto se vende en paquetes que contienen 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”

¿En qué lugar debe indicarse el PUM?

La indicación del PUM podrá realizarse en los bienes mismos, en sus empaques, etiquetas, adhesivos, envases o en las góndolas o anaqueles en que se exhiba el producto, independientemente de la forma como se proceda en relación con el precio total.

- ✓ **Nota:** De acuerdo con la Circular Externa No 011 del 2020 en el numeral 2.3.3.3 Reglas para la Inducación del PUM, se establece que “para productos preempacados cuya presentación supere los cincuenta (50) gramos o mililitros y productos a granel en almacenes de autoservicio y/o que utilicen cualquier método de venta a distancia” se debe declarar el PUM de forma obligatoria, para consultar el listado de bienes para los cuales es obligatorio esta declaración [haga clic aquí.](#)

¿Cómo se utiliza el PUM en promociones y combos?

De acuerdo con la Circular Externa No 011 del 22 de diciembre de 2020. en el título 2.3.3.3. Reglas para la indicación del PUM, en los literales j y g (En promociones y y paquetes o “combos”), estipula que:

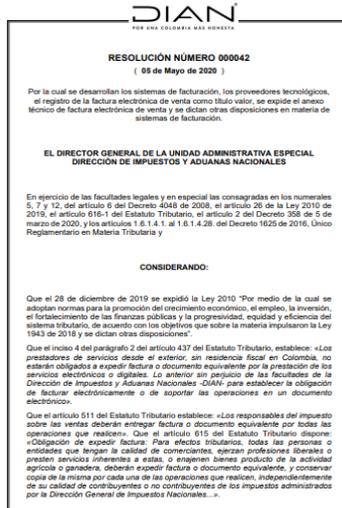
- Cuando la promoción consista en ofrecer extracontenido o extraproducto gratis, la indicación del PUM solo deberá hacerse respecto del producto base, sin incluir el extracontenido o extraproducto.
- Cuando la promoción consista en ofrecer extraproducto del mismo producto a un precio especial, la indicación del PUM se hará sobre el precio anunciado dividido por la sumatoria del contenido total de los productos ofrecidos.

- Cuando la promoción consista en ofrecer extracontenido del mismo producto a un precio especial, la indicación del PUM se hará sobre el precio anunciado dividido por la sumatoria del contenido total ofrecido.
 - En paquetes (o combos): En el evento en que en el mismo establecimiento o método de venta a distancia se vendan individualmente los productos integrantes del paquete en la misma presentación incorporada en este, además de la indicación del precio total del paquete o combo, deberá indicarse en el paquete el Precio por Unidad de Medida que corresponde a cada uno de dichos productos estando dentro del paquete.
- ✔ **Nota:** *Las anteriores definiciones sobre la indicación del PUM, están alineadas con la Circular Externa No 011 del 22 de diciembre de 2020 de la Superintendencia de Industria y Comercio.*

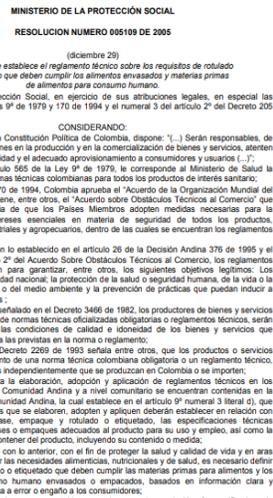
El estándar y otras normativas colombianas

Además del uso del PUM en las descripciones, el estándar se alinea a las siguientes resoluciones colombianas:

- Resolución No. 000042 05 de mayo de 2020 de la DIAN.
- Decreto 1074 de 2015 Sector Comercio, Industria y Turismo.



- Resolución 5109 de 2005 ministerio de la protección social.



- Resolución 2652 de 2004 ministerio de la protección social.



Descripciones

Este atributo es uno de los más importantes al momento de realizar la venta de un artículo comercial, ya que por medio de la descripción el cliente identifica el producto mentalmente.

Es por esto, que no podemos tener solo un tipo de descripción que cumpla con todos los requerimientos, al contrario, es necesario contar con diferentes tipos, de acuerdo con el uso que se le vaya a dar a este atributo.

Descripción larga

Es la descripción comprensible y útil de un artículo comercial basada en la marca y otros atributos como el nombre funcional y la cantidad. Esta se diligencia con la menor abreviatura posible mientras se mantiene una longitud razonable y buena ortografía para facilitar el procesamiento del mensaje. **Longitud máxima: 200 caracteres.**

Especificaciones:

- Campo: Obligatorio
- Jerarquía al que aplica: GTIN 8, GTIN 12, GTIN 13 y GTIN 14
- Sector al que aplica: Todos
- Tipo: Alfanumérico
- BMS ID: 3517
- GDD Name: TradeltemDescription

Estructura en cada sector:

- **Consumo Masivo**
Nombre funcional _ MARCA _ característica _ contenido y unidad de medida
- **Textil**
Nombre funcional _ característica _ MARCA_ cantidad y unidad de medida

Descripción corta

Es la descripción corta pero objetiva de un artículo comercial que podrá ser utilizada en los puntos de venta, específicamente en las tirillas de compra, ya que es la encargada de alimentar el sistema POS. En caso de ser necesario, pueden ser utilizadas las abreviaturas basadas en el VOCABAS. **Longitud máxima: 35 caracteres.**

Especificaciones:

- Campo: Obligatorio
- Jerarquía al que aplica: GTIN 8, GTIN 12, GTIN 13 y GTIN 14
- Sector al que aplica: Todos
- Tipo: Alfanumérico
- BMS ID: 3506
- GDD Name: DescriptionShort

Estructura en cada sector:

- **Consumo Masivo**
Nombre funcional _ contenido y su unidad de medida
- **Textil**
Nombre funcional _ cantidad y unidad de medida

Nombre funcional

Describe claramente “¿qué es el producto?” al consumidor, por lo que hace alusión a la función o uso de este. En el caso de los productos farmacéuticos genéricos coincide con el principio activo, pero en los no genéricos se debe colocar el nombre con el cual se conoce el producto. Este atributo es la base para la construcción de las dos descripciones anteriores. **Longitud máxima: 35 caracteres.**

Especificaciones:

- Campo: Obligatorio
- Jerarquía al que aplica: GTIN 8, GTIN 12, GTIN 13 y GTIN 14
- Sector al que aplica: Todos
- Tipo: Alfanumérico
- BMS ID: 3508
- GDD Name: Funtional Name

Descripción Adicional

Es la descripción amable y completa de un artículo comercial que brinda características adicionales al cliente tales como color, estilo, fragancia y uso. Esta se diligencia con la menor abreviatura posible mientras se mantiene una longitud razonable y buena ortografía para facilitar el procesamiento del mensaje. **Longitud máxima: 500 caracteres.**

Especificaciones:

- Campo: Opcional
- Jerarquía al que aplica: GTIN 8, GTIN 12 y GTIN 13
- Sector al que aplica: Todos
- Tipo: Alfanumérico
- BMS ID: 3504
- GDD Name: additionalTradeltemDescription

Descripción Publicitaria o de Mercadeo

Es la descripción de la **experiencia** que ofrece el producto al consumidor. Se conoce como la redacción creativa o copy la cual a través de un texto busca conectar a la marca con el consumidor, teniendo una intención clara en la atracción del cliente para el incremento en las ventas. Esta descripción se puede utilizar en paginas web, catalogos en línea o demás recursos electrónicos en los que se intercambie la información. **Longitud máxima: 4000 caracteres.**

- Campo: Opcional
- Jerarquía al que aplica: GTIN 8, GTIN 12 y GTIN 13
- Sector al que aplica: Todos
- Tipo: Alfanumérico
- BMS ID: 1498
- GDD Name: tradeltemMarketingMessage

Ejemplos

Los siguientes son ejemplos de cómo se deben crear cada una de las descripciones obligatorias, en algunos de los sectores económicos.

Productos Consumo Masivo – Sector Alimentos



Descripción Larga – Hasta 200 caracteres:

Barras de cereal GS1 surtidas x6nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Barras de cereal
- Marca: GS1
- Característica: Surtidas
- Contenido: x6nar

Descripción Corta – Hasta 35 caracteres:

Barras de cereal x6nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Barras de cereal
- Contenido: x6nar

Nombre Funcional – Hasta 35 caracteres:

- Barras de cereal

Productos Consumo Masivo – Sector Electro



Descripción Larga - Hasta 200 caracteres:

Nevera LOGYCA con dispensador de 447.5 l x1nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Nevera
- Marca: LOGYCA
- Características: con dispensador de 447.5 l
- Contenido: x1nar

Descripción Corta – Hasta 35 caracteres:

Nevera x1nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Nevera
- Contenido: x1nar

Nombre Funcional – Hasta 35 caracteres:

Nevera

Productos Consumo Masivo – Sector Misceláneos



Descripción Larga - Hasta 200 caracteres:

Chupete broche BABYCLIP rosado 1m x1nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Chupete broche
- Marca: BABYCLIP
- Características: Rosado 1m
- Contenido: x1nar

Descripción Corta - Hasta 35 caracteres:

Broche chupete x1nar

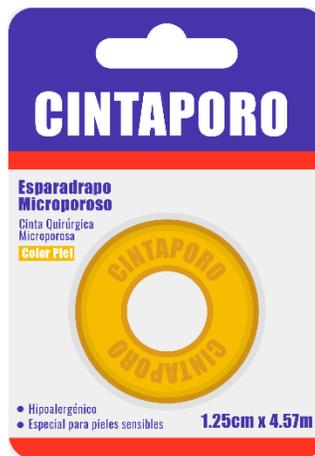
Estructura:

- Nombre Funcional: Chupete broche
- Contenido: x1nar

Nombre Funcional - Hasta 35 caracteres:

Chupete broche

Productos Consumo Masivo – Sector Cuidado Personal



Descripción Larga - Hasta 200 caracteres:

Esparadrado microporoso CINTAPORO piel 1.25cm x4.57m

Estructura:

- Nombre Funcional: Esparadrado microporoso
- Marca: CINTAPORO
- Características: Piel 1.25cm
- Contenido: x4.57m

Descripción Corta - Hasta 35 caracteres:

Esparadrado microporoso x4.57m

Estructura:

- Nombre Funcional: Esparadrado microporoso
- Contenido: x4.57m

Nombre Funcional - Hasta 35 caracteres:

Esparadrado microporoso

Productos Consumo Masivo – Sector Ferretero



Descripción Larga - Hasta 200 caracteres:

Caja de herramientas LOGYCA copas alicate ratchet x100nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Caja de herramientas
- Marca: LOGYCA
- Características: Copas alicate ratchet
- Contenido: x100nar

Descripción Corta - Hasta 35 caracteres:

Caja de herramientas x100nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Caja de herramientas
- Contenido: x100nar

Nombre Funcional - Hasta 35 caracteres:

Caja de herramientas

Productos Textil



Descripción Larga - Hasta 200 caracteres:

Camisa manga corta regular para hombre talla L azul LOGYCA x1nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Camisa
- Características: manga corta regular para hombre talla L azul
- Marca: LOGYCA
- Contenido: x1nar

Descripción Corta -- Hasta 35 caracteres:

Camisa x 1nar

Estructura:

- Nombre Funcional: Camisa
- Contenido: x1nar

Nombre Funcional - Hasta 35 caracteres:

Camisa

Promociones

Las promociones son un método efectivo para captar la atención de los consumidores debido a que logran impulsar las ventas, garantiza un mayor reconocimiento de la marca y mejoran la gestión de almacén e inventarios; esto gracias al aprovechamiento de los productos que han estado en el almacén por tiempo prolongado, lo cual hace posible fidelizar a los clientes que hoy en día prefieren las promociones y descuentos al realizar sus compras.

Una parte fundamental para dar a conocer el tipo de promoción o producto estándar al que se hace referencia, es a través de las descripciones, estas son utilizadas en las góndolas, catálogos virtuales, portafolios en línea y facturación electrónica. De acuerdo con las necesidades de cada de producto se utiliza un tipo de descripción:

- Descripción corta: Sistema POS y tirillas de venta.
- Descripción larga: Góndolas y página web.

Tipos de Promoción

Se consideran tipos de promociones al ofrecimiento temporal de productos con contenido adicional en forma gratuita (oferta gratis) o a un precio reducido (precio especial).

Al realizar estos tipos de promociones las empresas buscan la inclusión de nuevos artículos mediante la venta en conjunto con productos de línea, captando nuevos clientes. Por otra parte, pueden estimular las ventas colocando los artículos a un precio menor haciendo que circule el inventario de los productos que se encuentran por largos periodos de tiempo en almacenamiento o que tienen poco movimiento en las góndolas.

- ✔ **Nota:** Para los siguientes tipos de promociones en los que se hace referenica al artículo comercial estándar, este debe ser comercializado y publicado antes de la configuración de un artículo comercial promocional.

1.1. Artículo promocional

1. Oferta gratis

Es un ofrecimiento temporal de productos con contenido adicional al que usualmente se ofrece, en este caso de forma gratuita.

- ✓ **Nota:** Todos los cálculos para determinar el PUM se realizan con base en el artículo promocional.
- ✓ **Nota:** De acuerdo con Circular Externa No 011, en promociones y paquetes o combos, “Cuando la promoción consista en ofrecer extracontenido o extraproducto gratis, la indicación del PUM solo deberá hacerse con respecto del producto base, sin incluir el extra-contenido o extraproducto”

1.1.1. Artículo promocional con componentes gratuitos

Comparte el mismo formato, contenido neto y características, que el artículo estándar, sin embargo, cuenta con una promoción contenida en sus componentes o material de forma gratuita.

Características de escenario:



- Ambos productos Tienen **el mismo contenido neto = 15g.**
- El artículo promocional incluye un 10% gratis, por lo que **el precio de venta al público se reduce.**
- Comparten las **mismas características y formato.**
- **Precio de venta diferente.**
- *Contenido neto del artículo estándar: 15g*
- *Contenido neto de la promoción: 15g*
- *Base para el cálculo del PUM: 13.5g*

Descripción del artículo estándar:
Salsa LOGYCA súper boloñesa x15g

Descripción de la oferta:
Of.salsa LOGYCA súper boloñesa gratis adicional 10% x13.5g

1.1.2. Artículo promocional con cantidad gratuita

El artículo promocional tiene un contenido neto diferente al contenido del artículo estándar. La diferencia entre los contenidos netos corresponde a la cantidad gratuita.



Características de escenario:

- **Diferente contenido neto**
- Comparten las **mismas características y formato.**
- Artículo promocional es vendido al mismo precio que el artículo estándar.
- *Contenido neto del artículo estándar: 500g*
- *Contenido neto de la promoción: 600g*
- *Base para el cálculo del PUM: 500g*

Descripción del artículo estándar:

Pasta LOGYCA tradicional x500g

Descripción de la oferta:

Of.pasta LOGYCA tradicional gratis adicional 20% x500g

1.2. Envase multipack

- ✓ **Nota:** Para comprender la diferencia entre multipack y paquete surtido, consulte el glosario que se encuentra al final de la guía.

1.2.1. Multipack con componentes gratuitos

El artículo promocional que contiene unidades gratis, es un paquete multiple que comparte formato, contenido neto y características del multipack estándar.

Características de escenario:

- Ambos productos tienen **el mismo contenido neto 300ml (1200ml botellas).**
- En el Multipack promocional el cliente únicamente paga por 3 unidades y recibe 4.
- En el Multipack estándar el cliente paga por 4 unidades.
- Comparten las **mismas características y formato.**
- **Precio de venta diferente**
- *Contenido neto del artículo estándar: 1200ml*
- *Contenido neto de la promoción: 1200ml*
- *Base para el cálculo del PUM: 900ml*



Descripción del artículo estándar:

Bebida gaseosa SOLECITO toronja 300ml por 4 und x1200ml

Descripción de la oferta:

Of.bebida gaseosa SOLECITO toronja gratis lata x300ml x900ml

1.2.2. Multipack con cantidad gratuita

El artículo promocional declara una cantidad gratuita adicional que el multipack estándar. El multipack promocional tiene un contenido neto mayor, la diferencia entre los dos contenidos netos corresponde a la cantidad gratuita.



Características de escenario:

- En el Multipack promocional el cliente únicamente paga por 12 nar y recibe 3 nar adicionales.
- En el Multipack estándar el cliente paga por 12 nar.
- Comparten las **mismas características y formato**.
- **Diferente contenido neto**
- Artículo Promocional es **vendido al mismo precio** que el artículo estándar.
- *Contenido neto del artículo estándar: 12nar*
- *Contenido neto de la promoción: 15nar*
- *Base para el cálculo del PUM: 12nar*

Descripción del artículo estándar:

Cerveza DOÑA BIRRA rubia 100ml x12nar

Descripción de la oferta:

Of.cerveza DOÑA BIRRA rubia gratis 3 botellas de 100ml x12nar

- ✓ **Nota:** De acuerdo la Circular Externa No 01, quedan excentos “los combos, anchetas o paquetes compuestos por 5 o más productos diferentes” y se declaran por número de artículos (nar).

1.2.3. Multipack promocional construido a partir de un Artículo no promocional

El multipack estándar no se encuentra en el mercado. La naturaleza de este multipack es promocional, el cual se compone de artículos estándar.

Características de escenario:



- El cliente paga por dos (2) unidades a precio normal y recibe tres (3) a cambio.
- **NO existe un Multipack estándar** con las mismas características y formato.
- *Contenido neto de la promoción: 360g*
- *Base para el cálculo del PUM: 240g*

Descripción del artículo estándar:

Este escenario no tiene descripción del artículo estándar, debido que esta presentación siempre es considerada un tipo de promoción.

Descripción de la oferta:

Of.jabon PETUNIA barra pague 2 lleve 3 x240g

1.2.4. Multipack promocional construido a partir de un artículo promocional

El multipack estándar no se encuentra en el mercado, la naturaleza de este multipack está diseñado para ser promoción en el cual los productos que contiene son de característica promocionales.

Características de escenario:



- No existe un Multipack estándar con las **mismas características y formato**.
- *Contenido neto de la promoción: 800ml*
- *Base para el cálculo del PUM: 600ml*

Descripción del artículo estándar:

Este escenario no tiene descripción del artículo estándar, debido que esta presentación siempre es considerada un tipo de promoción.

Descripción de la oferta:

Of.crema TITA gratis 200ml x600ml

1.3. Cantidad gratuita en uno o más componentes en un paquete surtido.

1.3.1. Paquete surtido creado a partir de Artículos NO promocionales

El paquete surtido promocional contiene artículos comerciales que no son promocionales, la naturaleza de este paquete surtido está diseñado para ser una promoción.

Características de escenario:



- NO existe un paquete surtido estándar con las mismas características y formato.
- Primera unidad estándar contenido neto 400ml.
- Segunda unidad estándar contenido neto 150ml.
- Contenido gratuito adicional 50ml.
- El paquete surtido promociona dos atomizadores, de los cuales **50ml del contenido está distribuido entre ambos o solo un atomizador**
- *Contenido neto de la promoción: 600ml*
- *Base para el cálculo del PUM: 550ml*

Descripción del artículo estándar:

Este escenario no tiene descripción del artículo estándar, debido que esta presentación siempre es considerada un tipo de promoción.

Descripción de la oferta:

Of.desodorante EVIAN gratis 50ml x550ml

1.3.2. Paquete surtido creado a partir de Artículos promocionales

El paquete surtido promocional que contiene artículos comerciales que son promocionales, la naturaleza de este paquete surtido está diseñado para ser una promoción.



Características de escenario

- No existe un paquete surtido estándar con las **mismas características y formato**.
- Paquete surtido de varios artículos promocionales.
- *Contenido neto de la promoción: 450ml*
- *Base para el cálculo del PUM: 300ml*

Descripción del artículo estándar:

Este escenario no tiene descripción del artículo estándar, debido que esta presentación siempre es considerada un tipo de promoción.

Descripción de la oferta:

Of.kit capilar MAGIC HAIR gratis 150ml x300ml

2. Precio Especial

Es un ofrecimiento temporal de productos en una promoción especial de “precio bajo” que no especifica cantidad gratuita. Este tipo de promoción requiere un GTIN diferente.



Nota: De acuerdo con Circular Externa No 011, en promociones y paquetes o combos “Cuando la promoción consista en ofrecer extraproducto del mismo producto a un precio especial, la indicación del PUM se hará sobre el precio anunciado dividido por la sumatoria del contenido total de los productos ofrecidos.”

“Cuando la promoción consista en ofrecer extracontenido del mismo producto a un precio especial, la indicación del PUM se hará sobre el precio anunciado dividido por la sumatoria del contenido total ofrecido.”

2.1. Reducción de precio para un artículo promocional

El artículo promocional se vende a un precio menor que el artículo estándar con el que comparte las mismas características e igual contenido neto.

Características de escenario:

- Ambos productos tienen el mismo contenido neto.
- La cantidad gratuita no está indicado en el paquete.
- El artículo promocional tiene un costo menor para el consumidor
- Comparten las mismas características y formato
- **Precio de venta diferente**
- *Contenido neto del artículo estándar: 60g*
- *Contenido neto de la promoción: 60g*
- *Base para el cálculo del PUM: 60g*



Descripción del artículo estándar:

Queso LA BUCHE cabra x60g

Descripción de la oferta:

Pr. esp. queso LA BUCHE cabra x60g

2.2. Reducción de precio para un Multipack promocional o un paquete surtido promocional creado a partir de un Multipack o paquete surtido

El paquete surtido o multipack promocional se vende a un precio menor que el paquete surtido o multipack estándar con el que comparte las mismas características e igual contenido neto.

Características de escenario:



- Ambos productos tienen el mismo contenido neto.
- El artículo promocional tiene un costo menor para el consumidor.
- La cantidad gratuita no está indicada en el paquete.
- **Precio de venta diferente**
- *Contenido neto del artículo estándar: 516ml*
- *Contenido neto de la promoción: 516ml*
- *Base para el cálculo del PUM: 516ml*

Descripción del artículo estándar:

Leche DOÑA LECHE multipack x516ml

Descripción de la oferta:

Pr.esp.leche DOÑA LECHE multipack x516ml

2.3. Reducción de precio para un Multipack promocional construido a partir de un artículo estándar

Es un multipack promocional creado a partir de la agrupación de artículos estándar no promocionales.



Características de escenario:

- No existe un multipack estándar con las mismas características y formato.
- **El artículo promocional tiene un costo menor para el consumidor.**
- Se le cobra menos al comprar el multipack Promocional que al comprar individualmente los componentes dentro del multipack.
- La cantidad gratuita no está indicada en el paquete, solo se establece "oferta especial"
- *Contenido neto de la promoción: 70g*
- *Base para el cálculo del PUM: 70g*

Descripción del artículo estándar:

Este escenario no tiene descripción del artículo estándar, debido que esta presentación siempre es considerada un tipo de promoción.

Descripción de la oferta:

Pr.esp.azúcar LUTON precio económico x70g

2.4. Reducción de precio para un paquete surtido promocional creado a partir de un artículo estándar

El artículo comercial promocional es un paquete surtido. El paquete de surtido estándar no existe, por lo que los artículos comerciales estándar son los productos que están incluidos en el paquete surtido.

Características de escenario:



- No existe un paquete surtido estándar con las mismas características y formato.
- El artículo promocional tiene un costo menor para el consumidor.
- Se le cobra menos al comprar el paquete surtido promocional que al comprar individualmente los componentes dentro del paquete surtido.
- La cantidad gratuita no está indicada en el paquete, solo se establece “oferta especial”
- *Contenido neto de la promoción: 2nar*

Descripción del artículo estándar:

Este escenario no tiene descripción del artículo estándar, debido que esta presentación siempre es considerada un tipo de promoción.

Descripción de la oferta:

Pr.esp.detergente BLANCO EXTRA Mega oferta x2nar



Nota: El tercer y cuarto escenario, pueden contener artículos que son promocionales, pero se presentan al consumidor como "Precio bajo" o “Precio especial”.

3. Tipologías de productos que no se consideran ofertas

De acuerdo con la Guía GDSN no se consideran los siguientes escenarios como tipo de promociones para ser identificados en el modelo, por tal razón no es obligatorio la creación de sus descripciones.

Productos NO considerados Promoción

- Cupón.
- Muestra gratis.
- Empaque único.
- Regalo gratis.

3.1. Concurso promocional o Cupón

Este tipo de promoción no requiere un cambio en el GTIN para sus unidades de consumo promocionales.



Características de escenario:

- Los cupones no representan una disminución en el precio del artículo comercial.
- Se accede a un beneficio por medio del cupón para la adquisición del artículo comercial.

3.2. Empaque único

El empaque único es particularmente común para eventos especiales y celebraciones de temporada.

Características de escenario:



- El artículo promocional tiene un empaque diferente al producto estándar.
- La presentación especial se crea para fechas o eventos especiales como productos de temporada.
- La diferencia en la presentación no representa una oferta gratis o una reducción en el precio.

3.3. Obsequio gratis

El artículo comercial incluye un obsequio el cual no puede ser vendido por separado al consumidor.



Características de escenario:

- El obsequio no representa una reducción en el precio del artículo comercial estándar.
- El producto se crea como obsequio y no se puede vender por separado, debido a su naturaleza.

3.4. Muestra gratis

El artículo comercial nace como muestra gratuita de un producto estándar, por tal razón no tiene precio en el mercado.

Características de escenario:



Muestra Gratuita
prohibida su venta

- La muestra gratis no representa una disminución en el precio del producto estándar.
- Para los productos que contienen muestra gratis, este no representa un contenido adicional en el contenido neto* del producto, debido a su naturaleza.
- Si excede las dimensiones que se anuncian en el estándar GTIN Management Standard** se puede comunicar la promoción con muestra gratis.



Nota: **En el GTIN Management Standard indica que, si el proveedor declara el ajuste del contenido neto, se debe crear un nuevo GTIN específicamente para la nueva unidad de consumo.*

***Siempre que las dimensiones del artículo comercial promocional superen el límite estándar GS1 del 20% y por ende afecte su volumetría, se genera un cambio en el GTIN.*

Descripciones para Unidades Logísticas

Descripción Larga para Unidades Logísticas

Para crear la descripción larga de una unidad de consumo, por ejemplo una caja, se utiliza la siguiente estructura: **Longitud máxima 200 caracteres.**

- Campo: Obligatoria
- Jerarquía al que aplica: GTIN 14
- Tipo: Alfanumérico
- BMS ID: 3517
- GDD Name: TradeltemDescription

Estructura en el sector:

- **Consumo Masivo**
Empaque _ Nombre funcional _ MARCA _ característica _ contenido
GTIN_ contenido y unidad de medida

Consideraciones:

De acuerdo con la siguiente estructura:

1. Empaque 2. Nombre 3. MARCA 4. Características 5. Cont. GTIN 6. Contenido y unidad de medida



Ejemplo 1:

Caja Mermeladas LOGYCA sabor fresa 50gx15nar

Ejemplo 2:

Cj. Mermeladas LOGYCA sabor fresa 50gx15nar

- **Empaque:** Representa el tipo de embalaje, en este caso una caja. Cambiará dependiendo del embalaje que se utilice para la unidad logística, ya sea una canastilla, bolsa, bulto, etc.
- **Nombre:** Es el nombre funcional del ítem contenido o artículo comercial en la unidad logística.
- **Marca:** En este espacio colocamos la marca con la cual el producto es identificado en el mercado.
- **Característica:** En este espacio se incluyen las características que diferencian un producto tales como sabor, estilo, fragancia, tamaño, color, etc. Ejemplo: Naranja, flores tropicales, grande, rojo, etc.

- Contenido del GTIN: Es el contenido del GTIN13.
- Contenido: Cantidad de artículos comerciales contenidos en la unidad logística con su respectiva unidad de medida, es decir, la cantidad de GTIN's 13 agrupados en el embalaje.

Descripción Corta para Unidades Logísticas

Para crear la descripción corta de una unidad de consumo, por ejemplo una caja, se utiliza la siguiente estructura. **Longitud Máxima 35 caracteres**

- Campo: Obligatoria
- Jerarquía al que aplica: GTIN 14
- Tipo: Alfanumérico
- BMS ID: 3506
- GDD Name:ShortTradeltemDescription

Estructura en el sector:

- **Consumo Masivo**
Tipo de empaque _ Nombre funcional_ contenido y unidad de medida

Consideraciones:

De acuerdo con la siguiente estructura:

1. Tipo de empaque 2. Nombre 3.Contenido y Unidad de medida



Ejemplo 1:

Caja Mermeladas x15nar

Ejemplo 2:

Cj.Mermeladas x15nar

- Empaque: Representa el tipo de embalaje, en este caso una caja. Cambiará dependiendo del embalaje que se utilice para la unidad logística, ya sea una canastilla, bolsa, bulto, etc.
- Nombre: Es el nombre funcional del ítem contenido o artículo comercial en la unidad logística.
- Contenido: Cantidad de artículos comerciales contenidos en la unidad logística con su respectiva unidad de medida, es decir, la cantidad de GTIN's 13 agrupados en el embalaje.

Glosario

- **Artículo Comercial:** Cualquier artículo (producto o servicio) sobre el cual es necesario obtener información predefinida y al que se le puede colocar un precio, ordenar o facturar en cualquier punto de la cadena de valor.
- **Consumo Masivo:** Los productos de consumo masivo se definen como productos de alta demanda. Son aquellos requeridos por todos los estratos de la sociedad, lo que motiva a la competencia entre las empresas de este sector por la captación de clientela, intentando diferenciarse ofreciendo alternativas, precios o agregados.
- **Electrodoméstico:** Un electrodoméstico es una máquina o aparato que permite realizar y agilizar algunas tareas domésticas de rutina diaria. Ayudan a preparar y cocinar alimentos, sirven para la limpieza del hogar y pueden ser utilizados por las instituciones, industrias y negocios, entre otros. Además de aquellos que preparan nuestros alimentos, también se consideran como electrodomésticos los televisores, móviles y equipos de sonido.
- **GS1 Global:** Es la organización que se encarga de la implementación de soluciones y estándares globales para mejorar la eficiencia y visibilidad de las cadenas de abastecimiento de todos los sectores en el mundo
- **GTIN:** Sigla que significa Número Global de Artículo Comercial, que utiliza la Estructura de Datos GTIN 8, GTIN 12, GTIN 13 o GTIN 14.
- **Industria textil:** Es aquella área de la economía que se encuentra enfocada a la producción de telas, fibras, hilos y los productos derivados de éstos.
- **Marroquinería:** Se conoce como marroquinería a la fabricación de artículos de cuero. El término también alude al conjunto de los productos que se elaboran con este material.
- **Medicamentos OTC:** Los medicamentos OTC o de libre venta son aquellos que el consumidor mediante una decisión consciente puede adquirir sin receta médica para aliviar padecimientos frecuentes y síntomas que son fáciles de reconocer por parte del paciente.

- **Número de Identificación GTIN 8:** Compuesto por 8 dígitos es utilizado para identificar artículos comerciales y aplicaciones especiales, los cuales no cuentan con el espacio de impresión requerido para las medidas de un código de barras debido a su tamaño.
- **Número de Identificación GTIN 12:** Compuesto por 12 dígitos es utilizado para identificar artículos comerciales, localizaciones y aplicaciones especiales como los cupones.
- **Número de identificación GTIN 13:** Compuesto por 13 dígitos es utilizado para identificar artículos comerciales, localizaciones y aplicaciones especiales.
- **Organización Miembro GS1:** Un miembro de GS1 Global es el responsable de administrar el Sistema GS1 en su país (o área asignada) así como de supervisar el correcto uso del sistema por parte de sus compañías miembros.
- **Paquete multiple (Multipack):** Identifica una unidad de consumo compuesta por dos o más artículos que también se venden por separado, que se han unido en un nuevo artículo comercial. Los artículos comerciales son todos iguales (homogéneos).
- **Paquete surtido:** Identifica una unidad de consumo compuesta por dos o más artículos que también se venden por separado, que se han unido en un nuevo artículo comercial. Los artículos no son iguales (heterogéneos).
- **Producto:** Es una cosa o un objeto producido o fabricado de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de los individuos.
- **VOCABAS:** Manual de uso recomendado para las abreviaturas en las descripciones de los productos.

Vocabas

Para el uso de las abreviaturas en las descripciones se recomienda el uso del VOCABAS, puede acceder al documento mediante el siguiente enlace:

https://miembroslogyca.com/wp-content/uploads/2020/09/Vocabas_V_0.0.3.pdf



Nota: El VOCABAS se usa exclusivamente cuando en la descripción se sobrepasa el máximo de caracteres.

Colaboradores – Empresas Aliadas

EMPRESA	NOMBRE
Almacenes Exito S. A.	Lina Vargas
Almacenes Exito S. A.	Johanna Londono Rodriguez
Almacenes Exito S. A.	Andres Felipe Toro Patino
Almacenes Exito S. A.	Sandra Girleza Vargas Agudelo
Almacenes Flamingo S.A.	Lina Maria Rivera Marin
C.I. G&Lingerie S.A.S.	Victor Miguel Perez Monsalve
C.I. G&Lingerie S.A.S.	David Gomez Patiño
C.I. G&Lingerie S.A.S.	Jose Tabares
C.I. Hermeco S.A.	Angela Maria Muñoz Sepulveda
C.I. Hermeco S.A.	Jairo Ivan Torres Riveros
C.I. Hermeco S.A.	Johana Marín Botero
C.I. Hermeco S.A.	Leidy Laura Torres Chalarca
C.I. Hermeco S.A.	Daniela Yepez
Cencosud Colombia S.A.	Andres Diaz
Cencosud Colombia S.A.	Juan Carlos Ortega Roncallo
Cencosud Colombia S.A.	Luisa Fernanda Rey Gallego
Ci Distrihogar S.A.S.	Blanca Acevedo
Ci Distrihogar S.A.S.	Iader Augusto Madrigal Munera
Ci Distrihogar S.A.S.	Claudia Lucia Franco Mejia
Ci Distrihogar S.A.S.	Jorge Echeverry
Crystal S.A.S	Gustavo Adolfo Sanin Soto
Crystal S.A.S	Juliana Andrea Salazar Ospina
Crystal S.A.S	Julian David Bedoya Londoño
Crystal S.A.S	Mónica Ramírez Mesa
Cueros Velez S.A.	Camilo Velez
Cueros Velez S.A.	Deisy Yaneth Benítez Castañeda

Cueros Velez S.A.	Yenifer Camila Garcia Salazar
Distribuidora De Textiles Y Confecciones S.A.	Claudia Maria Aristizabal Serna
Global Products S.A.	Karelis Benavides Machado
Nalsani S.A.S.	Sandra Gaitan
Ritchi S.A.S	Ivonne Baez
Sher S.A.	Mauricio Pulgarin Cuervo
Stilotex S.A.S	Angela Amaya
Stilotex S.A.S	Daniel Simhon
Stilotex S.A.S	Yamile Lopez Herrera
Supertiendas Y Droguerias Olimpica S.A.	Andres Sanchez Gomez
Supertiendas Y Droguerias Olimpica S.A.	Diana Barranco

Supertiendas Y Droguerias Olimpica S.A.	Pilar Fernandez
Supertiendas Y Droguerias Olimpica S.A.	Alejandra De La Hoz
Supertiendas Y Droguerias Olimpica S.A.	Gina Orellano
Supertiendas Y Droguerias Olimpica S.A.	Carolina Gaviria
Belleza Express	Deisy Navarro
Congelados Agricolas S.A. Congelagro S. A	Gineth Sánchez
Don Maiz	Daniel Robayo
Don Pollo	Germán Garcia
Edicom	Miguel Botta
Eterna	Yuly Méndez
Grupo Éxito	LINA VARGAS
Grupo Éxito	Sandra Vargas
Gsk	Luis Tapias
Haceb	DIEGO JIMÉNEZ
Haceb	Xavier Grimaldo
Haceb	ANDRÉS CHAPARRO
Icontec	Jaime Restrepo
Innovatech	Robinson Naranjo
Inversiones Agroindustriales Cosecha Fresca	Sandro Sanabria
Jeronimo Martin	Sebastián Sabogal
Kellogg´S	Sergio Sánchez
Loreal	Wilson León
N/A	CARLOS BONILLA
N/A	Nelly García
Olimpica	Diana Barranco
Oxxo	MANUEL VALDIVIESO
Oxxo	Diana Garcia
Oxxo	GERMAN HIGUERA
P&G	Paola Toro
Prebel	Amaranto Amapola
Quala	María Del Carmen Soto
Servicios Nutresa	HUGO VÉLEZ

Servicios Nutresa	María Camila Peláez
Servicios Nutresa	ANDRÉS PÉREZ
Tecnoquímicas	Álvaro Caicedo

Bibliografía

- aeseg. (s.f.). Medicamentos Genéricos . Obtenido de <https://www.aeseg.es/es/preguntas-frecuentes-medicamentos-genericos>
- Colombia, G. (s.f.). GS1 Colombia. Obtenido de <https://www.gs1co.org/nosotros/gs1global.aspx>
- Farma, A. (s.f.). Productos OTC. Obtenido de <https://www.arrasfarma.com/blog/productos-otc/#:~:text=Dentro%20de%20todos%20los%20productos,y%20consumidos%20por%20los%20pacientes.>
- Gardey, J. P. (2017). Definición de blíster. Obtenido de <https://definicion.de/blister/>
- Gardey, J. P. (2019). DEFINICIÓN DE MARROQUINERÍA. Obtenido de <https://definicion.de/marroquineria/>
- Global, G. (s.f.). Guia de Identificación GS1.
- GS1, C. (s.f.). Preguntas código de barras. Obtenido de <https://www.gs1co.org/PreguntasFrecuentes/preguntas-codigo-de-barras.aspx>
- MARTÍNEZ, C. R. (22 de agosto de 2016). Qué son los productos de consumo masivo y sus mejores prácticas. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/productos-de-consumo-masivo-comercio-ventas/#:~:text=Los%20productos%20de%20consumo%20masivo%20se%20definen%20como%20productos%20de,ofreciendo%20alternativas%2C%20precios%20o%20agregados.>
- Producto. (08 de Marzo de 2018). Obtenido de <https://www.significados.com/producto/>
- Prucommercialre. (s.f.). ¿Qué es un artículo comercial? Obtenido de <https://www.prucommercialre.com/que-es-un-articulo-comercial/>
- Raffino, M. E. (9 de diciembre de 2019). Industria Textil. Obtenido de <https://concepto.de/industria-textil/>
- Wikipedia. (s.f.). Electrodoméstico. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Electrodom%C3%A9stico#:~:text=Un%20electrodom%C3%A9stico%20es%20una%20m%C3%A1quina,industrias%20y%20negocios%2C%20entre%20otros.>
- wikipedia. (s.f.). Global Trade Item Number. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Global_Trade_Item_Number