

el beep al click

Edición 02 / JUN 2026

CADA PRODUCTO CUENTA: CÓMO REDUCIR PÉRDIDAS Y AUMENTAR LA EFICIENCIA EN RETAIL

En retail, no basta con que un producto exista dentro del inventario. El verdadero reto comienza cuando debe estar disponible para el consumidor en el momento exacto de compra. Allí es donde la disponibilidad en góndola —conocida globalmente como **OSA (On-Shelf Availability)**— se convierte en uno de los indicadores más relevantes para medir la ejecución real en el punto de venta.

En el sector agroindustrial y de alimentos, este indicador cobra aún mayor relevancia debido a la alta rotación de productos, sensibilidad logística, tiempos de reposición y riesgos asociados a vencimientos. Cuando un producto no está disponible, el impacto trasciende la



Eventa inmediata: afecta la experiencia del consumidor, la fidelización de marca y la eficiencia de toda la cadena de abastecimiento.

En este contexto, el **Estudio Nacional de Faltantes de Mercadería en Góndola (FMG)**, liderado por GS1 Guatemala, se ha consolidado como una de las iniciativas más importantes para medir la disponibilidad real de productos en el mercado guatemalteco. Actualmente, el estudio cuenta con la participación de seis importantes cadenas de retail del país, convirtiéndose en una plataforma estratégica de colaboración entre industria y comercio.

Diversos análisis del sector demuestran que, ante la ausencia de un producto en góndola, el consumidor suele sustituir la marca, posponer la compra o incluso abandonar la compra. En otras palabras: el producto llegó a la cadena, pero no necesariamente al consumidor.



Por esta razón, la medición de OSA ya no se limita únicamente a identificar espacios vacíos. Una evaluación técnica permite detectar oportunidades de mejora relacionadas con:

- Productos agotados.
- Mercadería existente en trastienda sin exhibición.
- Inconsistencias entre inventario físico y sistema.
- Problemas de reposición y ejecución operativa.
- Diferencias de surtido entre formatos y regiones.

Cada uno de estos hallazgos representa información estratégica para fortalecer procesos comerciales, operativos y logísticos.

A través del estudio FMG, GS1 Guatemala desarrolla procesos estructurados de levantamiento en campo, verificando SKU por SKU la disponibilidad real en góndola, documentando causales de quiebre y respaldando cada hallazgo mediante evidencia y trazabilidad. Esto permite generar indicadores comparables y accionables para cadenas, fabricantes y equipos comerciales.

La evolución del retail también exige mayor visibilidad y confiabilidad de la información en toda la cadena de valor. En este escenario, el uso correcto de estándares GS1, códigos registrados y estructuras de identificación adecuadas fortalece la trazabilidad de productos y reduce inconsistencias operativas.



Asimismo, la migración hacia códigos 2D y tecnologías como GS1 Digital Link está transformando la manera en que fabricantes, cadenas y consumidores acceden a la información. Un solo código puede conectar con datos ampliados del producto, incluyendo trazabilidad, origen, sostenibilidad, información nutricional, reciclaje y certificaciones, impulsando cadenas de abastecimiento más transparentes, eficientes y preparadas para las nuevas exigencias del mercado.

Hoy, las empresas más competitivas son aquellas que logran combinar eficiencia, tecnología y sostenibilidad en sus operaciones. Los estándares GS1 continúan posicionándose como una herramienta estratégica para construir cadenas de valor más conectadas, transparentes y resilientes, ayudando a reducir mermas, optimizar recursos y generar mayor valor para fabricantes, supermercados y consumidores.



**Jhonalí
Guerra**

Coordinadora de Customer Experience y Proyectos
GS1 Guatemala

SOSTENIBILIDAD Y AGRO EN GUATEMALA: UN ENFOQUE FINANCIERO PARA LAS PYMES



El sector agropecuario representa uno de los pilares más importantes de la economía guatemalteca, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que generan empleo y fortalecen el desarrollo económico local. Sin embargo, los retos relacionados con el cambio climático, el acceso limitado al financiamiento y el incremento en los costos de producción obligan a las organizaciones a implementar estrategias de sostenibilidad que no solo protejan el medio ambiente, sino que también aseguren su estabilidad financiera a largo plazo.

La sostenibilidad financiera en las PYMES agrícolas implica la capacidad de mantener operaciones rentables, optimizar recursos y garantizar inversiones responsables. En Guatemala, muchas empresas del agro han comenzado a incorporar prácticas sostenibles como el uso eficiente del agua, la reducción de desperdicios y la implementación de energías renovables. Estas acciones, además de reducir impactos ambientales, generan beneficios económicos al disminuir costos operativos y mejorar la competitividad en mercados nacionales e internacionales.

Otro aspecto clave es el acceso a financiamiento verde y programas de apoyo para proyectos sostenibles. Las instituciones financieras y organismos internacionales cada vez impulsan más iniciativas que premian a las empresas con prácticas responsables, permitiendo mejores condiciones crediticias y oportunidades de crecimiento. Para las PYMES guatemaltecas, esto representa una oportunidad estratégica para fortalecer su liquidez y aumentar su resiliencia frente a los desafíos económicos.

Finalmente, la sostenibilidad en el agro no debe verse únicamente como una obligación ambiental, sino como una herramienta financiera que impulsa la permanencia y expansión de las empresas. Las organizaciones que logren integrar la innovación, la eficiencia y la responsabilidad social en sus operaciones tendrán mayores posibilidades de crecimiento sostenible y de generar valor tanto para sus colaboradores como para las comunidades donde operan.



**Josué
Rodríguez**

Gerente de Administración y Finanzas
GS1 Guatemala



RFID EN AGRICULTURA:

REDUCCIÓN DE CONSUMIBLES Y OPTIMIZACIÓN DE LA CAPTURA DE DATOS

RFID en Agricultura:
Menos consumibles.
Más trazabilidad. Mayor eficiencia.



CÓDIGO DE BARRAS

- Etiquetas impresas
- Materia de impresión
- Reimpresiones frecuentes
- Dependencia de línea de vista
- Mayor generación de residuos

RFID

- Etiquetas reutilizables de larga vida útil
- Sin ribbons ni reimpresiones
- Lectura sin línea de vista
- Lectura múltiple y automática
- Menos residuos, más sostenibilidad

- Reducción de consumibles y costos operativos
- Menor impacto ambiental
- Captura automática y en tiempo real
- Mayor precisión y trazabilidad con estándares GS1
- Interoperabilidad en toda la cadena de suministro

La transformación digital del sector agrícola Guatemalteco está impulsando la adopción de tecnologías que mejoran la trazabilidad, la eficiencia operativa y la sostenibilidad. Dentro de este contexto, la Identificación por Radiofrecuencia (RFID) emerge como una evolución natural de los sistemas tradicionales basados en códigos de barras, especialmente en aplicaciones donde la durabilidad, la variabilidad de los datos y la automatización son factores críticos.

Durante muchos años, el código de barras ha sido la tecnología predominante para la identificación y captura automática de datos en procesos en la agroindustria. Su implementación ha permitido mejorar la trazabilidad de cosechas, contenedores, activos retornables, producción, personal, ganado e inventarios.

Sin embargo, su funcionamiento depende de consumibles recurrentes, incluyendo recibos de papel, etiquetas impresas, ribbons de transferencia térmica y materiales especializados para resistir humedad, exposición solar, abrasión y productos químicos.



Las condiciones ambientales propias de la actividad agrícola suelen acelerar el deterioro de las etiquetas impresas, generando reimpresiones, reposiciones y tareas adicionales de mantenimiento. Como consecuencia, se incrementan los costos operativos, la generación de desperdicios y el riesgo de pérdida o errores de información asociada a la identificación.

La tecnología RFID permite abordar estas limitaciones mediante la incorporación de identificación electrónica capaz de almacenar información y ser escrita y leída mediante radiofrecuencia, sin necesidad de contacto visual directo. Esta característica elimina uno de los principales desafíos operativos del código de barras en entornos agrícolas: la dependencia de la orientación y visibilidad de la etiqueta durante la captura de datos.

Asimismo, la posibilidad de modificar la información del identificador RFID en diferentes puntos de un proceso añade un factor impensable con código de barras.

Desde la perspectiva de los consumibles, RFID ofrece ventajas significativas. En aplicaciones como canastas de cosecha, tarimas retornables, contenedores reutilizables o activos de larga vida útil, una identificación robusta de RFID permanecerá operativa durante años, reduciendo drásticamente la necesidad de impresión y reemplazo de etiquetas. Esto disminuye el consumo de materiales y otros insumos asociados a la identificación convencional y especializada de acuerdo con los ambientes de trabajo.

Además, RFID facilita la automatización de procesos mediante la lectura simultánea de múltiples activos, mejorando la velocidad de captura de datos y la precisión de los registros. Esta capacidad resulta especialmente valiosa en operaciones agrícolas de gran escala, donde la eficiencia logística y la trazabilidad en tiempo real son elementos clave para garantizar la calidad del producto y el cumplimiento de requisitos regulatorios.

La adopción de estándares globales GS1 permite que las implementaciones RFID mantengan interoperabilidad a lo largo de toda la cadena de suministro, desde la producción hasta la distribución. Así, las organizaciones pueden beneficiarse no solo de una reducción de consumibles y costos operativos, sino también de una mayor visibilidad y confiabilidad de la información.

En un entorno donde la sostenibilidad y la eficiencia son prioridades estratégicas, RFID representa una tecnología habilitadora para una agricultura más conectada, automatizada y preparada para los desafíos futuros de la cadena alimentaria global.

Enrique
Pratdesaba

Director General
Grupo Barcode S.A.



ALIANZAS QUE GENERAN IMPACTO: CONECTANDO SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL

El concepto de ejecutivo aumentado (o CEO aumentado) surge como respuesta a un entorno empresarial cada vez más complejo, dinámico y orientado a los datos. No se trata de sustituir el criterio humano, sino de ampliarlo mediante el uso estratégico de tecnologías como la inteligencia artificial, la analítica avanzada y la automatización. **En este contexto, la calidad de los datos se convierte en un activo clave para ejercer un liderazgo efectivo.**

Un CEO aumentado se apoya en sistemas inteligentes que analizan grandes volúmenes de información y generan recomendaciones en tiempo real. Sin embargo, estas capacidades solo son tan valiosas como los datos que las alimentan. Datos confiables, actualizados y bien gobernados permiten reducir la incertidumbre, minimizar sesgos y fortalecer la toma de decisiones estratégicas, mientras el ejecutivo conserva el juicio, la visión y la responsabilidad final.





Este nuevo modelo de liderazgo exige no solo habilidades tecnológicas, sino también una comprensión profunda del valor del dato. La alfabetización en datos, la gobernanza de la información y la capacidad de cuestionar la fuente y la calidad de los insumos analíticos son competencias esenciales para el ejecutivo aumentado, así como la integración de estas prácticas en la cultura organizacional.

En definitiva, el ejecutivo aumentado combina inteligencia humana, tecnología y datos confiables para liderar con mayor claridad y agilidad. Las organizaciones que inviertan en la calidad de su información y en líderes capaces de aprovecharla estarán mejor preparadas para enfrentar la incertidumbre y generar valor sostenible en la era de la inteligencia artificial.



Ana Maren
Blasberg

Gerente de Comunicación y Alianzas Estratégicas
GS1 Guatemala

BENEFICIOS DEL CÓDIGO 2D EN EL SECTOR AGRO DE GUATEMALA

Innovación y trazabilidad para fortalecer la cadena agroalimentaria

El sector agro en Guatemala representa uno de los pilares fundamentales de la economía nacional, generando empleo, impulsando exportaciones y abasteciendo mercados locales e internacionales. En un entorno cada vez más competitivo y digital, la adopción de nuevas tecnologías se vuelve indispensable para mejorar la eficiencia, la seguridad y la transparencia en la cadena de suministro.

Una de estas innovaciones es el uso de códigos 2D, especialmente los códigos QR con estándares globales como Digital Link, que están transformando la manera en que los productos agrícolas son identificados y compartidos con consumidores, distribuidores y autoridades.



Principales beneficios del 2D en el sector agro

1. Mayor trazabilidad del producto

La trazabilidad es uno de los mayores retos y necesidades del sector agro.

Con códigos 2D es posible registrar y consultar información clave como:

- Lugar de producción
- Lote y fecha de cosecha
- Procesos de empaque
- Transporte y distribución
- Certificaciones y controles de calidad



Esto facilita el seguimiento del producto desde el campo hasta el consumidor final, fortaleciendo la confianza y mejorando la gestión ante cualquier incidente o retiro de producto.

2. Transparencia para consumidores y compradores

Los consumidores y mercados internacionales demandan cada vez más información sobre el origen y las prácticas de producción de los alimentos. Un código 2D permite compartir información como:

- Origen del producto
- Buenas prácticas agrícolas
- Certificaciones
- Información nutricional
- Recomendaciones de uso y conservación



Con un simple escaneo, el consumidor puede conocer más sobre el producto que está adquiriendo, generando confianza y fortaleciendo la reputación de la marca.

3. Facilita el cumplimiento de requisitos de exportación

Guatemala exporta una amplia variedad de productos agrícolas como café, frutas, vegetales y cardamomo hacia mercados con regulaciones estrictas. Los códigos 2D apoyan el cumplimiento de estándares internacionales al permitir una identificación más precisa y una gestión documental más eficiente, facilitando auditorías y controles requeridos por comprado-



-res y autoridades. Esto puede representar una ventaja competitiva para productores y exportadores guatemaltecos.

4. Mejor gestión de inventarios y reducción de errores

La digitalización de la información mediante códigos 2D mejora los procesos operativos. Entre sus ventajas destacan:

- Menos errores manuales
- Control más preciso de inventarios
- Actualización rápida de información
- Mayor eficiencia logística

Esto permite optimizar tiempos y reducir costos en diferentes etapas de la cadena agroalimentaria.

5. Comunicación dinámica sin cambiar el empaque

Una de las grandes ventajas del 2D es que la información vinculada puede actualizarse sin necesidad de modificar el empaque físico.

Por ejemplo, un productor puede actualizar:

- Campañas promocionales
- Información técnica
- Certificaciones renovadas
- Alertas o recomendaciones

La adopción de códigos 2D no solo representa una mejora tecnológica, sino una herramienta estratégica para impulsar la competitividad del agro en Guatemala. En un mercado donde la información, la transparencia y la trazabilidad son cada vez más valoradas, esta tecnología permite conectar productos, empresas y consumidores de forma más inteligente y eficiente. El futuro del sector agro apunta hacia cadenas de suministro más digitales, seguras y sostenibles, y los códigos 2D se perfilan como un aliado clave para lograrlo.

**Brenda
Peralta**

Coordinadora de Desarrollo Integral para el Asociado
GS1 Guatemala



IMPACTO DE GS1 LATAM EN SOSTENIBILIDAD



Los estándares GS1 son esenciales para mejorar la transparencia y la gestión en las siguientes áreas de sostenibilidad:

- Trazabilidad y transparencia del producto.
- Reducción del desperdicio y promoción de la economía circular.

Las organizaciones miembros de GS1 LATAM han realizado y continuarán realizando esfuerzos enfocados en esta área.

Dentro de las actividades y eventos desarrollados, podemos destacar:

- Premio a la Excelencia, el cual reconoce la innovación en el uso de los estándares GS1 e incluye una categoría específica de sostenibilidad.
- Los proyectos en esta categoría son evaluados por la adopción de estándares GS1 para promover la sostenibilidad, considerando aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.

Se toman en cuenta indicadores como el impacto en la reducción de la huella de carbono, la disminución en el uso de papel y la reducción de la contaminación.

- La migración a códigos 2D (QR y DataMatrix) en etiquetas y empaques permite a las empresas compartir con el consumidor información clara sobre el origen de los productos, su impacto ambiental y las instrucciones de reciclaje. Los códigos 2D con el estándar GS1 Digital Link permiten una trazabilidad inteligente y brindan información en tiempo real para un consumidor más informado.





Acercamiento con organizaciones

Las organizaciones de GS1 LATAM, como parte de sus planes y compromiso de aportar y colaborar con la agenda mundial para un desarrollo sostenible, han fortalecido vínculos con organizaciones y entidades que también enfocan sus esfuerzos y propósitos en el área de sostenibilidad.

De estos acercamientos con organizaciones y cámaras empresariales, podemos destacar:

- El liderazgo de GS1 Guatemala en el estudio de mermas, en colaboración con WWF (World Wildlife Fund), una de las organizaciones más grandes dedicadas a la conservación del medio ambiente.
- GS1 México ha tenido un papel protagónico en la reducción del desperdicio de alimentos a través de su colaboración con el Banco de Alimentos.
- GS1 Costa Rica y el PNUD destacan por una alianza con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para combatir la contaminación por residuos plásticos, contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- En proyectos con la FAO, GS1 Colombia tuvo un acercamiento para el levantamiento de información e implementación de trazabilidad del algodón. Asimismo, un comité de GS1 LATAM, liderado por GS1 Brasil y GS1 El Salvador, ha desarrollado acercamientos con la FAO y con cámaras empresariales.

Lo anterior demuestra el impacto de los estándares GS1 en la sostenibilidad a través de iniciativas, tecnología de identificación y alineación con objetivos ambientales y sociales en toda la región. Asimismo, la evolución de los códigos lineales hacia códigos bidimensionales refuerza el impacto de GS1 a nivel mundial en la agenda de desarrollo sostenible.

COMERCIO ELECTRÓNICO 2026:

LAS VENTAS DIGITALES SE CONSOLIDAN COMO UN MOTOR DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN GUATEMALA

La era del comprador silencioso: Cuatro de cada diez internautas guatemaltecos, según censo realizado por el estudio, sostienen una parte clave del comercio electrónico.

Con un 28% de los usuarios comprando semanalmente, el comercio electrónico se consolida en la rutina diaria y obliga al retail tradicional a una evolución contrarreloj.

Guatemala, 3 de junio de 2026. El comercio electrónico en Guatemala continúa consolidándose como una herramienta estratégica para el crecimiento empresarial y la transformación del consumo. Así lo revela el Séptimo Estudio Nacional de Comercio Electrónico 2026, elaborado por la Cámara de Comercio de Guatemala, que evidencia un ecosistema cada vez más maduro, rentable y competitivo.

El comercio electrónico en Guatemala ha roto la barrera de lo complementario. Lo que inició hace años como un canal alternativo para paliar crisis o captar clientes esporádicos se ha transformado, de acuerdo con el Séptimo Estudio, en una unidad de negocio rentable.

“El estudio, presentado hoy de forma oficial por la Cámara de Comercio de Guatemala (CCG), en conferencia de prensa revela la radiografía de un mercado que no solo maduró a paso firme, sino que ya compite bajo métricas de sostenibilidad y alta transaccionalidad”, indicó Josué López, gerente general de la Cámara de Comercio de Guatemala (CCG).





Las redes sociales siguen liderando como canal de ventas digitales

Aunque las plataformas propias de eCommerce ganan terreno con un sólido 38.3%, las redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) continúan liderando el ecosistema como el principal embudo de conversión, concentrando el 45.8% de la participación total.

Dónde compran los guatemaltecos online:

- Redes Sociales: 45.8%
- Sitios web: 38.3%
- Marketplace: 6.7%
- Aplicaciones de Delivery: 3.3%

Un consumidor instalado en la rutina digital

La época en la que el guatemalteco probaba el ecosistema online con desconfianza ha quedado atrás. Actualmente, el 37.4% del público objetivo digital realiza compras en línea; una métrica que demuestra que 4 de cada 10 usuarios conectados al internet en el país califican como compradores activos.

La confianza se mide en frecuencia y los hábitos diarios lo confirman: El 28% de los consumidores digitales adquiere productos o servicios en línea al menos una vez por semana, mientras el 17% realiza transacciones de manera mensual.



Sin embargo, el hallazgo más revelador demuestra que el 43.9% de las empresas participantes en el comercio digital reporta ventas online superiores a Q1 millón anuales.

Asimismo, el estudio de la CCG estableció que el promedio de facturación a través de internet alcanza los Q646,591 anuales por empresa.

Aunque las tarjetas de crédito y débito lideran entre los métodos de pago, el efectivo continúa siendo relevante. Asimismo, el envío a domicilio se consolida como la modalidad de entrega preferida, mientras que la confianza en las tiendas locales sigue siendo un factor determinante en la decisión de compra, debido a la rapidez en las entregas.

El celular domina la experiencia de compra

El smartphone se mantiene como el principal dispositivo utilizado para comprar en línea, lo que reafirma la importancia de contar con plataformas optimizadas para dispositivos móviles, procesos de compra sencillos y experiencias ágiles para el usuario.

“Este volumen de venta está directamente apalancado por el dispositivo que define nuestra era: El teléfono inteligente que obliga a las empresas a migrar hacia plataformas digitales ágiles y con sistemas de pago simplificados”, expresó María Canahuí, coordinadora de comercio electrónico de la Cámara de Comercio de Guatemala (CCG).

El ecosistema híbrido: Innovación con rostro local

Guatemala presenta una identidad de consumo única que los analistas denominan "mercado híbrido". A pesar de la robustez de las herramientas de cobro y de que las tarjetas de crédito y débito lideran la preferencia, el pago en efectivo pos-entrega mantiene una relevancia notable en la última milla.

De igual forma, frente a la agresiva competencia de gigantes tecnológicos e internacionales, el consumidor local está priorizando y premiando a las tiendas guatemaltecas. ¿Los motivos?



Tres factores críticos donde el comercio local lleva ventaja: la confianza de marca, la velocidad en los tiempos de envío a domicilio (modalidad favorita de entrega) y el soporte postventa para gestionar devoluciones de forma sencilla.

Evolución estructural, no coyuntural

Uno de los mitos que este Séptimo Estudio derriba de manera definitiva es que el éxito del eCommerce era un remanente inercial de la pandemia de 2020. Los datos históricos demuestran que un alto porcentaje de las empresas líderes en el sector ya operaban comercialmente en el entorno digital antes del confinamiento.

“Esto confirma que el auge actual no responde a un evento aislado o transitorio, sino a una transformación estructural del tejido empresarial y a una maduración técnica que llegó para quedarse”, dice María Canahuí. Es decir, el comercio electrónico en Guatemala ya no está comenzando. Está evolucionando”. Y en esa evolución, las empresas que no asuman la omnicanalidad como prioridad estratégica tendrán una desventaja competitiva.

“Estos resultados demuestran que el comercio electrónico ha dejado de ser una apuesta complementaria para convertirse en un pilar de crecimiento para empresas de distintos tamaños y sectores”, agrega Canahuí.

Un crecimiento estructural y sostenido

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es que el auge del comercio electrónico no es un fenómeno coyuntural derivado de la pandemia. Muchas empresas ya operaban digitalmente antes de 2020, lo que confirma que el crecimiento actual responde a una evolución estructural del mercado y a una mayor adopción tecnológica por parte de empresas y consumidores.

“El comercio electrónico en Guatemala ya no está comenzando. Está evolucionando”



Para obtener más información, del 7mo Estudio de Comercio Electrónico en Guatemala, visite el sitio web www.comercioelectronico.com.gt o contacte por medio de comercioe@ccg.gt +502 2417 2700 EXT 431 y [redes sociales](#) como Departamento de Comercio Electrónico CCG.

AGRO INTELIGENTE:

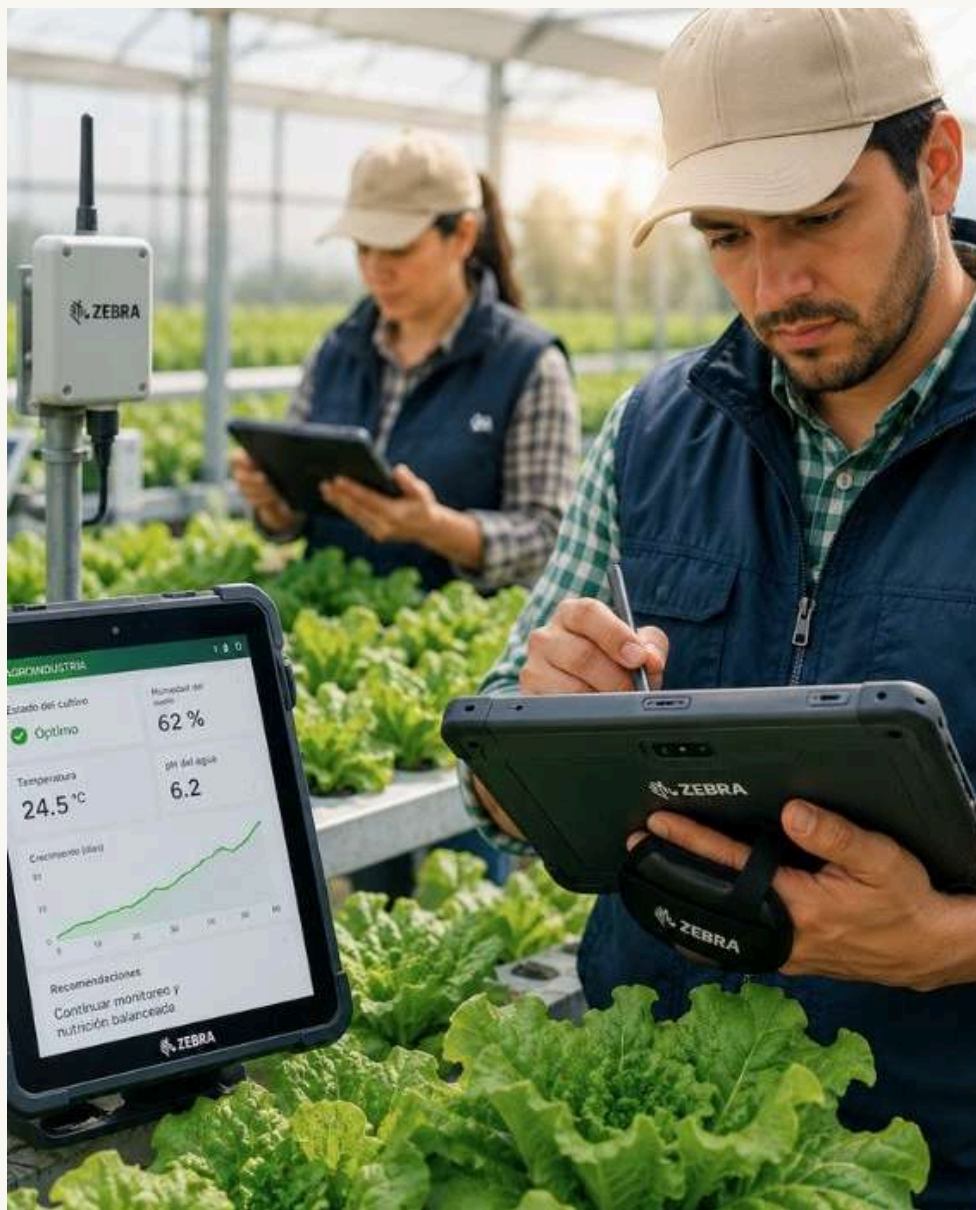
SOSTENIBILIDAD QUE SE MIDE EN TIEMPO REAL

La sostenibilidad ya no depende únicamente del uso eficiente del agua o de reducir desperdicios. Hoy, las agroindustrias más competitivas están utilizando tecnología para tomar decisiones en tiempo real, optimizar recursos y producir más con menos impacto ambiental. En este nuevo escenario, la digitalización del campo se ha convertido en una herramienta clave para lograr operaciones agrícolas más sostenibles, trazables y rentables.

Tecnología que conecta el campo con los datos

Cada cosecha genera información valiosa: temperatura, humedad, trazabilidad, tiempos de operación, control de inventarios y movilidad del personal. El reto está en capturar esos datos correctamente y convertirlos en acciones inteligentes.

Aquí es donde soluciones como las tabletas robustas, computadoras móviles y dispositivos RFID de Zebra Technologies permiten llevar la operación agrícola a otro nivel. Equipos diseñados para ambientes exigentes que ayudan a mantener conectadas las operaciones incluso en condiciones extremas de polvo, humedad o calor.



3 tendencias que están impulsando el agro sostenible

1. Trazabilidad en tiempo real

Con tecnología RFID y captura móvil, las agroindustrias pueden monitorear productos desde la cosecha hasta la distribución, reduciendo pérdidas y desperdicios.

2. Operaciones más eficientes

La movilidad empresarial permite registrar información directamente en el campo, eliminando errores manuales y mejorando la toma de decisiones.

3. Automatización inteligente

El uso de datos en tiempo real permite optimizar riego, fertilización y logística, disminuyendo el consumo innecesario de recursos.

En Redecon creemos que la sostenibilidad también se construye con tecnología. Porque el futuro del agro no solo consiste en producir más, sino en **producir mejor**.



Carmen
Lee

Marketing Development
REDECON



REDECON



GS1 es una marca registrada de GS1 AISBL
Todos los derechos reservados © GS1 AISBL 2026

FDN

FÁBRICA DE NEGOCIO®

5y6
AGOSTO
2026

Donde las oportunidades se encuentran y los negocios crecen.



¡YA PUEDES

SOLICITAR

TU CITA!

REUNIONES

1 a 1



15
MINUTOS

CONECTA | PRESENTA | CRECE

CADENAS PARTICIPANTES

cropan fresh

gta
grupo de tiendas asociadas

GUATETRENDING

La Casita
Supermercados
(El Super y Puntos de Distribución)

LA COLONIA
El Súper de Nicaragua

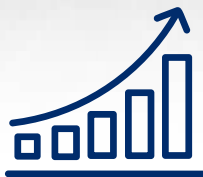
LATORRE

Oasis
SUPERMERCADOS

Solicita cita



Proveedores y
soluciones para tu
negocio



Tendencias e
innovación
comercial



Networking y
alianzas
estratégicas



Capacitaciones
que inspiran y
potencian

PATROCINADORES



GRUPO
BARCODE

edicóm

MCL
Certificación y Captura de Datos



REDECON



WEBINARS PREPARATIVOS

Camino a FDN 2026

ACTIVIDADES

- | | | | | |
|---|---|-----|-----------|--------------------------------|
| 1 |  | JUN | JUEVES 04 | Lo que compra el Retail |
| 2 |  | JUN | JUEVES 10 | Haz que tu producto se vea pro |
| 3 |  | JUN | JUEVES 25 | Tu marca debe conectar |
| 4 |  | JUL | JUEVES 02 | Has número sin estrés |
| 5 |  | JUL | JUEVES 14 | Ordena para crecer |
| 6 |  | JUL | JUEVES 23 | El QR ya vende |
| 7 |  | JUL | JUEVES 30 | Tu código abre puertas |



WEBINAR
PRÁCTICO



20
MINUTOS



VIRTUAL



GRATUITO

REGÍSTRATE AQUÍ
ESCANEA EL QR



 9:00 am

CONECTA, APRENDE
Y HAZ QUE TU
NEGOICO CREZCA





Ministerio de
**Relaciones
Exteriores**



EL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y GS1 GUATEMALA

tienen el honor de invitarle al seminario virtual:

ACCESO AL MERCADO MEXICANO

Estrategias, normativa y
oportunidades para exportadores
guatemaltecos de alimentos y
productos higiénicos



17
de junio de 2026

09:00 horas

Formato virtual/Zoom
Escanea el siguiente código
QR para para inscribirte



**PROGRAMA DE DESARROLLO
GERENCIAL EN CADENA DE VALOR**

**LIDERAZGO Y GOBERNANZA:
CLAVES DE ÉXITO PARA PYMES
Y EMPRESAS FAMILIARES**

En este módulo aprenderás herramientas de liderazgo y gobernanza para fortalecer la toma de decisiones, asegurar la sostenibilidad y potenciar el crecimiento de Pymes y Empresas Familiares.



Lic. Ricardo Mewes
Conferencista

18 JUN 2026 | 08:00 AM - 11:00 AM | **VÍA ZOOM**



Escanea el código QR
para más información

Inversión:

Asociado **Q400** | No asociado **Q475**

www.gs1gt.org

2245-9595



**Identificación de productos,
simbologías y aplicaciones comerciales**

16 JUN 2026 | 10:00 A.M.- 11:30 A.M. | **VÍA ZOOM**

Inscríbete sin costo y conoce cómo los estándares GS1 potencian tu negocio.
¡Aprovecha esta capacitación exclusiva para asociados!

REGISTRATE



ACTIVIDADES
JUN 26