

Fuente

Fecha

Semana Económica

18/Feb/2019

## DIGITALIZACIÓN

## CONSUMO MASIVO DIGITAL

Las empresas de consumo masivo se digitalizan para ofrecer una mejor experiencia al cliente final. La tendencia responde a la necesidad de adaptarse a "un consumidor más empoderado, con mucho mayor acceso a información y capacidad de comparar productos y sus atributos", afirmó Mariano Zegarra, socio de advisory de KPMG.

**Backus es una de las empresas que sigue la tendencia con la reciente apertura de canales online.** En diciembre del 2018 la empresa lanzó BeerHouse, plataforma de venta de cervezas premium. "Para el primer semestre queremos atraer al menos 10.000 clientes. Para el segundo, pensamos expandirnos a otras provincias del país", señaló Lissette Agois, directora de tech sales de Backus.

Los distribuidores necesitarán adaptarse progresivamente al cambio en los modelos de negocio de las empresas de consumo masivo, que empiezan a enfocarse en el cliente final mediante el canal online, en lugar de depender de sus distribuidores. "Uno de los objetivos centrales de esta digitalización es conocer mejor a los clientes finales y entender sus necesidades para proveerles una mejor experiencia", comentó Zegarra.

Alicorp, por su parte, viene llevando a cabo la transformación digital a través de la adopción de metodologías ágiles y la incorporación de tecnología de punta. Con ello busca lograr mayor eficiencia en todos sus procesos. Además, la empresa implementa soluciones digitales y analytics a nivel regional, a cargo de la reciente área de estrategia y transformación digital. (PP/PB)