

GESTIÓN INTERNA 4.0



CONTEXTO:

CCU es uno de los principales actores en cada una de las categorías en las que participa, incluyendo cervezas, bebidas gaseosas, aguas minerales y envasadas, néctares, vino y pisco, licores, entre otros bebestibles.

Internamente manejamos diversas estrategias de gestión para nuestros productos. Es importante considerar esta diversidad al momento de integrar nuevas soluciones tecnológicas disruptivas que nos permitan alcanzar una gestión más ágil y eficiente.

CATEGORÍAS:



Información y Data:

Soluciones disruptivas que **faciliten la comunicación interna y el manejo de la información, permitiendo el acceso oportuno a información relevante y actualizada (volúmenes de venta, inventario, precios, etc.)** con énfasis en la experiencia para el usuario interno. Dentro de los desafíos de información, están los relacionados a **manejo de inventarios, en donde esperamos soluciones innovadoras para su gestión en nuestro e-commerce y nuevos canales digitales**, asegurando disponibilidad y entrega de producto tanto en canales B2C (consumidores) como B2B (clientes). Esperamos contar con información disponible en tiempo real, que nos permita evitar quiebres de stock, pérdida de pedidos on-line o la realización de entregas incompletas, entre otros.



Inteligencia de Mercado:

Soluciones tecnológicas que apoyen en la **determinación de la mejor estrategia comercial** (producto, precio, participación de mercado, volumen de ventas, promociones, canales, etc), considerando información interna, de la industria, del mercado y de los consumidores (preferencias, elasticidad, etc.). Vivimos tiempos de cambios e incertidumbre, y esto se refleja en volatilidad económica y en nuevos patrones de conducta en el mercado. **Buscamos herramientas y tecnologías que puedan orientarnos para diseñar la mejor estrategia comercial y una óptima gestión de ingresos**, considerando el uso de grandes volúmenes de información y datos disponibles. Queremos descubrir soluciones que nos permitan estimar, por ejemplo: la elasticidad de la demanda, es decir, la sensibilidad que los consumidores tienen frente a cambios en los precios, o que nos permitan estimar que SKU deberíamos promocionar con más fuerza sin canibalizar otros productos de CCU, etc.



Logística y Distribución:

Soluciones basadas en tecnología para una **gestión inteligente en el abastecimiento y la distribución de productos en los distintos canales de venta** (cargas, rutas, vehículos, frecuencias, entre otros aspectos). La distribución es core en nuestro negocio, y gracias a una buena gestión nos es posible estar presente en todos los rincones de los países en que tenemos actividades comerciales. **Buscamos tecnologías que puedan apoyarnos a llevar a cabo nuestras tareas de distribución con la mayor precisión, eficiencia y alcance posible.**



Fuerza de Ventas:

Herramientas y soluciones tecnológicas para **potenciar el trabajo de nuestra fuerza de ventas en terreno**, logrando mejores tiempos en el procesamiento de órdenes de compra, optimizando las rutas de visita y su frecuencia, entre otros aspectos. Los vendedores son nuestros ojos en terreno, por lo que también buscamos herramientas tecnológicas que les permitan **capturar data en el punto de venta que pueda ser analizada y convertida en información accionable.** Finalmente, buscamos soluciones tecnológicas que permitan o **habiliten desarrollar el proceso de venta a distancia o de manera remota.** Un aspecto a destacar es que, las soluciones que se presenten deben considerar la complejidad de operar con múltiples distribuidores/clientes en modelos B2B.