

Kippel⁰¹

PRO

De La Liga a Mercadona, a la carrera por la transformación digital

En el primer semestre de 2017, compañías como Estrella Galicia, Mercadona o Walmart han avanzado en su estrategia digital para adaptar sus modelos de negocio a las nuevas transformaciones.

25 JUL 2017 — 05:00

POR AMELIA PIJUÁN



Acercar en el campo digital para no quedarse atrás en la carrera por conquistar al consumidor. Esta es la premisa que ha generado algunos de los principales movimientos de empresas consolidadas como Danone, Mercadona, Estrella Galicia o Walmart en su afán por consolidar la transformación digital de su negocio.

Desde salir a la caza de perfiles de ingeniería para darle una vuelta de tuerca a la tienda online de Mercadona; a la creación de una plataforma online por parte del gremio del mueble, pasando por la inversión de cuatro millones de euros de Danone en su fábrica de Tres Cantos (Madrid), los grupos españoles se han puesto las pilas para entrar de lleno en el online.

En este sentido, una de las últimas compañías en mover ficha en este campo ha sido Danone. El gigante francés ha anunciado una inversión de cuatro millones de euros hasta 2020 en una de sus fábricas de España, ubicada en Tres Cantos (Madrid), para su automatización. En esta misma dirección se ha movido Carrefour, que ha decidido instalar su primer centro de I+D en la capital española para impulsar “nuevas técnicas de innovación”.

1/3

<https://www.kippel01.com/pro/de-laliga-a-mercadona-a-la-carrera-por-la-transformacion-digital.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

PRO

La industria de la distribución alimentaria no se ha quedado de brazos cruzados en el primer semestre del año en el país. Mientras Caprabo avanzaba en su estrategia online con la entrega *same day* para plantar cara a rivales como **Deliberry** o **Amazon Prime Now**; la cadena de supermercados **Dia** ha preferido estrechar sus vínculos con **Amazon** para ampliar su servicio de entrega en Barcelona.

El Corte Inglés también se ha sumado a la fiebre por la impresión 3D con Mimic Eyewear

La industria digital también ha seducido a grandes del sector como El Corte Inglés, que el pasado mayo se sumó a la fiebre por la impresión 3D con **Mimic Eyewear**, un proyecto llevado a cabo conjuntamente con la firma de I+D **Horizons Capital**. La nueva iniciativa del grupo de grandes almacenes permite fabricar a medida las gafas de cada cliente a través de un sistema de impresión aditiva 3D.

Y otra entidad que no ha dudado en sumarse a la Red ha sido Ifema. El recinto ferial se ha aliado con Ebay para llevar sus ferias al canal online, empezando con la puesta en marcha de las dos tiendas virtuales de Feriarte y Almoneda. Mercadona, por su parte, se ha lanzado a la búsqueda de ingenieros para apuntar su equipo digital, en el marco de la renovación de su tienda online. Desde el pasado octubre, el área digital de la cadena de supermercados está liderada por Juana Roig, hija del presidente de Mercadona.

Hace un año, Juan Roig reconoció que que el comercio electrónico no era una de sus prioridades al apenas representar un 1% de las ventas de Mercadona, llegando incluso a generar pérdidas para la cadena de supermercados

Fichar talento tecnológico para acelerar en la estrategia digital

En el seno de la transformación digital de estas compañías, ¿qué mejor que reforzar sus equipos con talento tecnológico? Así lo decidió Estrella Galicia, que nombró a **Juan José Delgado**, ex responsable de servicios de marketing para el sur de Europa de Amazon, como nuevo director de estrategia digital.

Otra de las empresas que pescó en las altas esferas de las tecnológicas fueron **Evo Banco** y **LaLiga**. La entidad bancaria sumó como consejero independiente a Javier Rodríguez Zapatero, ex director general de **Google**; mientras que la asociación de clubs fichó a Alfredo Bermejo, ex ejecutivo de **Facebook**, que asumió la dirección de estrategia digital, y a **Joris Evers**, ex director global de comunicación de **Netflix**.

Banco Santander ha sido uno de los últimos en reforzar su división de tecnología digital con talento de Silicon Valley. La entidad bancaria que preside Ana Botín incorporará a partir del próximo 1 de septiembre a **Lindsey Argalas**, ex directiva de la empresa de software **Intuit**. Argalas sustituirá en el cargo a **Peter Jackson**, que el pasado febrero entró en la empresa de medios de pago **Worldpay**.

Digitalización ‘around the world’

2/3

<https://www.kippel01.com/pro/de-laliga-a-mercadona-a-la-carrera-por-la-transformacion-digital.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

PRO

En el ámbito internacional, empresas como Ford, Nike y Walmart también saltaron a las portadas de los medios de comunicación por sus estrategias digitales. En mayo, el fabricante de coches puso al frente de su negocio a **Jim Hackett**, que previamente a ascender a consejero delegado del grupo ocupaba el cargo de presidente de Ford Smart Mobility.

Walmart, por su parte, decidió complementar la formación de sus empleados con la introducción de la realidad virtual en sus cerca de 200 centros *Walmart Academy* de Estados Unidos. La empresa estadounidense tiene previsto introducir en sus centros los dispositivos de Oculus, propiedad de **Facebook**, para finales de año.

El último en rendirse a los gigantes de la industria digital ha sido Nike. La empresa estadounidense ha puesto en marcha una prueba piloto para empezar a comercializar sus productos a través de Amazon tras varios años negándose a entrar en la plataforma de **Jeff Bezos**. El fabricante de moda deportiva también ha comenzado a vender sus artículos en **Instagram**.

3/3

<https://www.kippel01.com/pro/de-laliga-a-mercadona-a-la-carrera-por-la-transformacion-digital.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.