

Como parte de su estrategia de transformación cultural y digital centrada en sus clientes y consumidores, Gloria anuncia una alianza con BEES, la plataforma global de e-commerce co-creada por AB InBev y utilizada por Backus en el Perú. La suma de esfuerzos busca acelerar la modernización y desarrollo del canal tradicional en el país.

A través de esta plataforma, bodegueros y minoristas clientes de Gloria, podrán acceder a diversos productos del portafolio y gestionar sus pedidos de manera eficiente y amigable. Así, conocerán las tendencias de consumo, con información en tiempo real, lo que les permitirá responder a sus necesidades e impulsar sus negocios.

“Hoy iniciamos la transformación digital de Gloria junto a nuestros clientes. Gracias a esta alianza de largo plazo con BEES, ofrecemos una nueva manera de atención al canal tradicional. Nuestros clientes podrán gestionar sus pedidos en forma más eficiente y capturar todo el valor de la amplia cartera de productos Gloria. Además, tendrán acceso a información clave para la toma de decisiones y podrán crear un vínculo mucho más estrecho con nuestros gestores de ventas. Iniciamos un proceso que nos permitirá estar muy cerca de nuestros clientes”, explicó Valeria Flen, Gerente General de Leche Gloria.

La plataforma seleccionada por Gloria es de fácil uso y permitirá a los

Gloria inicia proceso de transformación digital tras alianza con BEES

CON ESTE ACUERDO CON BEES, Gloria da el primer paso hacia la transformación digital de la compañía y apunta a modernizar el canal tradicional en el Perú.

Sobre Leche Gloria

Leche Gloria, la empresa líder en el mercado lácteo peruano, produce alimentos de calidad para nutrir a las familias de todo el país desde hace 80 años. En sus plantas elabora con los más seguros estándares un amplio portafolio de marcas preferidas por los consumidores en categorías como lácteos, derivados lácteos, bebidas, panetones, conservas de pescado, entre otros. Con un enfoque en la innovación y el cuidado al medio ambiente, la compañía se ubica entre las más admiradas y ha permitido construir una de las marcas peruanas más valiosas y de mayor recordación en nuestro país.



En la fotografía: João Dahne, Vicepresidente de Transformación Digital de BEES, Valeria Flen, Gerente General de Leche Gloria, Claudio Rodríguez, Director Ejecutivo de Leche Gloria, Osman Viloria, Director de Transformación Digital para Suramérica de BEES.

clientes acceder a planes de fidelización, programas de beneficios y promociones personalizadas a través de sus celulares. Además, podrán acceder a pedidos sugeridos lo cual fomentará el crecimiento del negocio.

“Estamos muy emocionados de acompañar a

Gloria en su transformación digital e iniciar una nueva etapa en Perú junto a BEES. Compartimos la creencia de un potente ecosistema digital como catalizador del crecimiento de los pequeños y medianos socios comerciales de manera sostenida. Nuestro objetivo de transformar el canal tradicional va

de la mano con el poder de adaptación y evolución de miles de emprendedores”, agregó João Dahne, Vicepresidente de Transformación Digital de BEES.

El portafolio de Gloria estará presente en BEES inicialmente en Lima, Arequipa y Chiclayo con miras a expandir esta

Sobre BEES

BEES está transformando el modelo tradicional de ventas, ubicando a los clientes en el centro de todo, haciendo sus vidas más simples y sus negocios más rentables. La aplicación móvil y plataforma web está presente en 19 mercados en todo el mundo como aliado tecnológico que facilita la experiencia de compra. En BEES encontrarás cervezas, gaseosas, aguas y mucho más.

presencia a nivel nacional próximamente. El uso de la plataforma se complementará con capacitaciones en temas de gestión de ventas, digitalización, analítica, entre otros. En el Perú, el aplicativo ya se encuentra disponible a través de Google Play y AppStore.

Cabe destacar que BEES tiene presencia en 19 mercados, incluyendo países tan importantes como Brasil, Canadá, China, Estados Unidos, México y Reino Unido. Cuenta con más de dos millones y medio de usuarios activos al mes y recibe casi dos millones de pedidos semanales.

Como compañía líder en el país, Gloria seguirá impulsando innovación en todos sus procesos para consolidarse como un aliado importante para cada integrante de su cadena de valor, llevando nutrición de calidad a más familias peruanas.