

**ENTREVISTA** Pablo Bermúdez, CEO de Hashtag

# “El eje principal de la revolución digital en el Perú será la cultura corporativa”

El CEO de la agencia Hashtag escribirá a partir de hoy el blog “Revolución Digital” en *Gestión.pe*. Destacó que las industrias deben cambiar su mentalidad para seguir vigentes.

**DIETER CRUZADO MENDOZA**  
dieter.cruzado@diariogestion.com.pe

Pablo Bermúdez asesora a empresas que lideran sus sectores, y les recomienda transformarse digitalmente, apoyándose en el potencial del Internet, para hacerle frente a la creciente competencia. Además, adelanta de qué tratará su blog y por qué hay que tomar en cuenta a los nuevos consumidores.

**¿Cómo se encuentra la transformación digital en el país?**  
A diferencia de lo que pasa en el mundo, donde vemos que atravesamos una cuarta revolución industrial, mar-

cada por la confluencia de sistemas digitales, físicos y biológicos, en el Perú algunos sectores comienzan a tomar este camino.

**¿Qué sectores podemos tomar como ejemplo?**

La banca está apostando por la innovación y apoyándose en las fintech (herramientas de tecnología financiera). Asimismo, la agroindustria está automatizando procesos de producción y logística. Por otro lado, el retail debería potenciar su transformación, tomando en cuenta que el comercio electrónico se va a disparar.

**¿Qué pilares caracterizan a la nueva revolución industrial?**  
Nos referimos a una mayor conectividad gracias al Internet de las cosas (IoT), pero también al cuidado de los recursos naturales, un ma-



CÉSAR SALHUANA

**Protagonistas.** Los centennials (generación Z) serán los protagonistas de la transformación digital, indicó Pablo Bermúdez.

**“Los éxitos que permitieron crecer en el siglo XX no garantizan que vayan a funcionar en el siglo XXI”.**

yor uso de energías renovables, nuevas formas de producir alimentos y al almacenamiento en la nube.

**¿Está listo el Perú?**  
A las empresas les digo que los éxitos que les permitie-

**HOJA DE VIDA****Profesión.**

Ingeniero Industrial de la Universidad de Lima.

**Otros estudios.**

Social Business Strategist en Altimeter Academy.

**Hobbies.**

Coleccionar libros, música, ciclista, escritura y poesía.

**EN CORTO**

**Amenaza.** La revolución digital trae nuevos retos, asegura Bermúdez. Los bancos están amenazados por firmas que prestan dinero en la nube a menos tasas sin intermediarios de crédito. Asimismo, los hoteles están preocupados por AirBnB, que da alojamiento seguro y barato.

ron crecer en el siglo XX, pueden no funcionar en el siglo XXI. Si los países desarrollados están invirtiendo tanto, nosotros que estamos en vías de desarrollo tenemos que apostar más.

**¿Qué hay que cambiar?**

El eje de la transformación no es lo digital, porque es un commodity, es la cultura corporativa. Lo que debe cambiar es el ADN de las empresas y de las autoridades.

**¿Cómo entender a los protagonistas del cambio?**

El centro de la transformación serán los centennials nacidos a inicios de este siglo (generación Z), que tienen conciencia de los problemas del país y quieren cambiar el mundo. Ellos buscarán soluciones y se verán beneficiados de los cambios que inició la generación X.

**¿A dónde apuntará el blog?**

Queremos destacar lo que trabajan los hubs de innovación como Silicon Valley, Tel Aviv, Boston y Tokio, y que puede replicarse en el Perú.

**ESTRATEGIA**

## Paraíso refuerza segmento de alta gama y prepara renovación de portafolio

**VANESSA OCHOA FATTORINI**  
vanessa.ochoa@diariogestion.com.pe

Desde hace seis meses, Paraíso se abocó a crear un área dedicada a la Innovación y Desarrollo, la meta era no solo agilizar el plan de lanzamientos en la empresa, sino que también la marca de colchones sea más reconocida en el mercado premium donde hoy participa.

“Si bien la marca tiene el 70% del mercado, y somos líderes en el AB, no nos perciben así, y el objetivo es posicionar a la marca como pre-

mium, en un mercado donde el consumidor es más exigente y prioriza la calidad-precio”, indicó Hadaz Ivcher, directora de Innovación y Desarrollo de la marca.

Por ello, el plan que Paraíso se trazó para este año parte de ser ágiles en lanzamientos y renovar todas las líneas actuales, es decir, lanzar nuevos productos dentro de ellas como el caso de Abrazzo (su línea súper premium), Royal, y Evolution por mencionar algunas. “Pasa por sumar más accesorios e incluso

cambiar la presentación en el punto de venta, que estamos trabajando, el objetivo es ser líderes en toda la industria del descanso”, refirió.

**Lanzamiento**

Y el reciente lanzamiento ha sido Velbed, en el segmento de alta gama, que tiene como valor agregado alcanzar dimensiones reducidas para ser transportado con facilidad y de manera inmediata y menor grosor; con ello buscan ganar espacio dentro de las generaciones actuales.



MANUEL MELGAR

**Objetivo.** Mercados de la región están en la mira de exportación.

**LA CIFRA**

# 200

**mil colchones, de todas las líneas, se producen y venden al mes en la planta de Paraíso.**

“Velbed se convertirá en una línea, que también tendrá colchones para bebés, almohadas, y ahora estamos con tarimas”, refirió la ejecutiva.

Así, puso como ejemplo el lanzamiento de la tarima slim para el segmento millennials y se está evaluando

el lanzamiento de cabeceras. Antes del plan de innovación, Paraíso realizaba mejoras en tecnología que implicaban uno o dos lanzamientos anuales. Con la nueva área, ya se prepara en este primer trimestre el segundo lanzamiento, que estará en el canal moderno en las próximas dos semanas.

“Se trata del colchón oficial de la selección peruana de fútbol, en el marco del Mundial Rusia 2018, de la línea Velbed y en la caja del empaque los rostros de integrantes de la selección”, dijo Ivcher, tras señalar que ya han cerrado convenio con una tienda grande para la venta del producto.

Paralelamente, este año empezarán las exportaciones a Estados Unidos, agregó la ejecutiva.