

Perspectivas España 2019

Consumo



Todo por el cliente

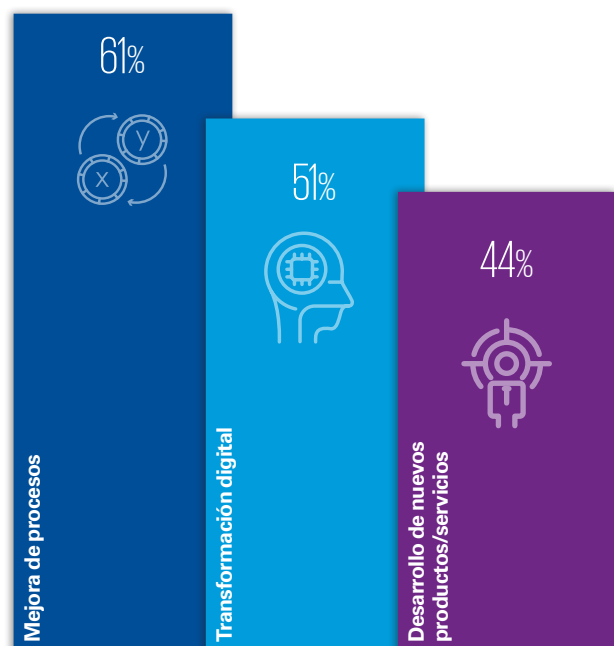
El sector de Consumo y Distribución centra toda su actividad en satisfacer a su cliente que, cada vez más exige no solo al producto ofrecido, sino a la experiencia de compra o a los valores asociados a la marca. Esta evolución del consumidor también afecta a la transformación digital, tanto para conocerle mejor como para ofrecerle un mejor servicio, según el informe *Perspectivas España 2019*.

A pesar de que el sector es poco optimista en cuanto a la situación económica de España, un 78% de ellos espera aumentar la facturación durante este año, centrándose en ser competitivos en el mercado global a través de sus márgenes de surtido (61%). Estas son algunas de las conclusiones de la edición del sector de Consumo y Distribución del informe *Perspectivas España 2019* elaborado por KPMG con la colaboración de la CEOE.

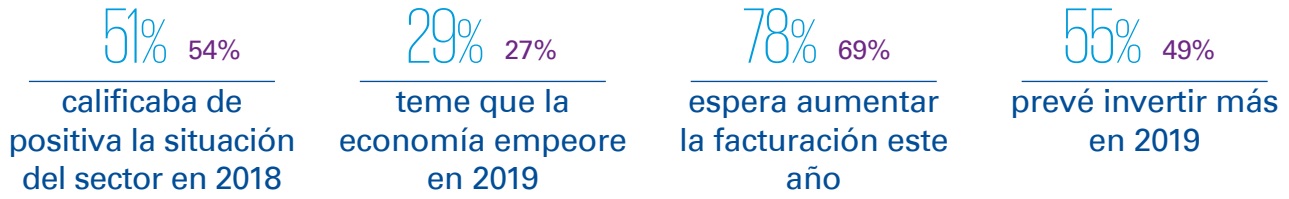
“ La tecnología cada vez tiene una mayor relevancia para la transformación de las compañías de consumo, contribuyendo de forma directa a la mejora de procesos enfocados a aumentar la productividad y al desarrollo de nuevos productos, con el objetivo último de satisfacer las exigencias del consumidor en todos sus actos de compra. ”

Carlos Peregrina
Socio responsable del sector
Consumo de KPMG en España

¿Cuáles son sus prioridades estratégicas para 2019?

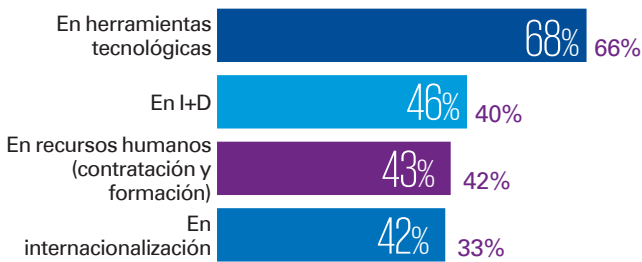


Pendiente de la desaceleración económica

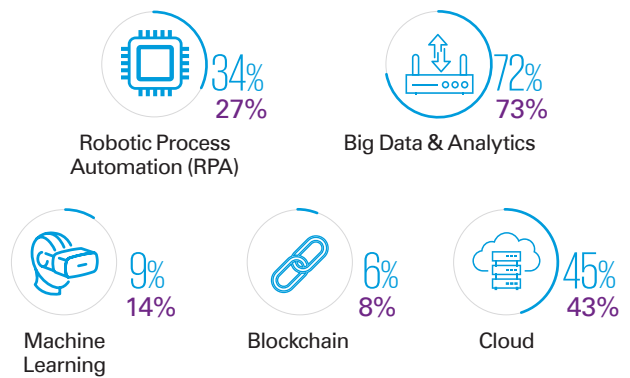


Volcado en la digitalización

¿En qué prevé invertir en 2019?

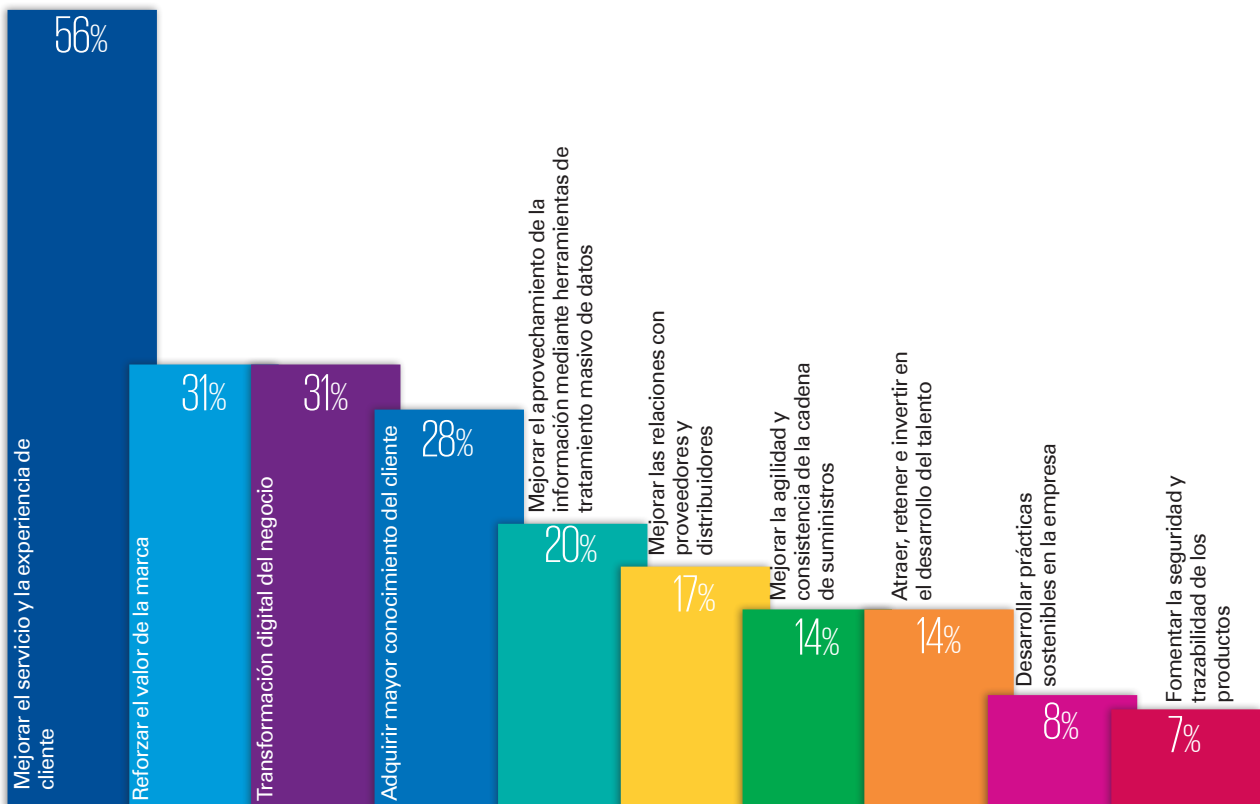


¿En qué herramientas tecnológicas prevé invertir?



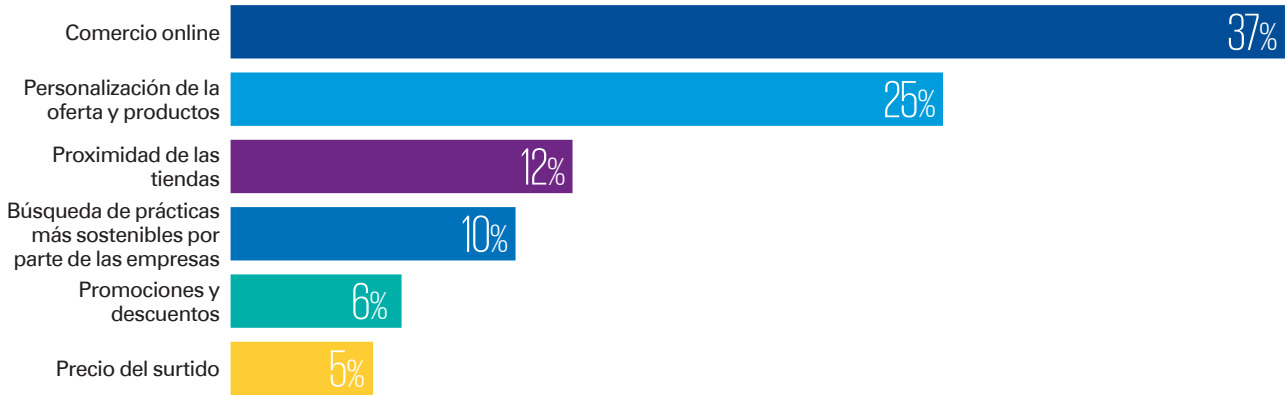
Con foco 100% en el cliente

¿Cuáles son las principales prioridades para el sector en 2019?



Apostando por el comercio online y las redes sociales

¿Qué factores cree que marcarán la evolución del comportamiento de los consumidores en los próximos años?

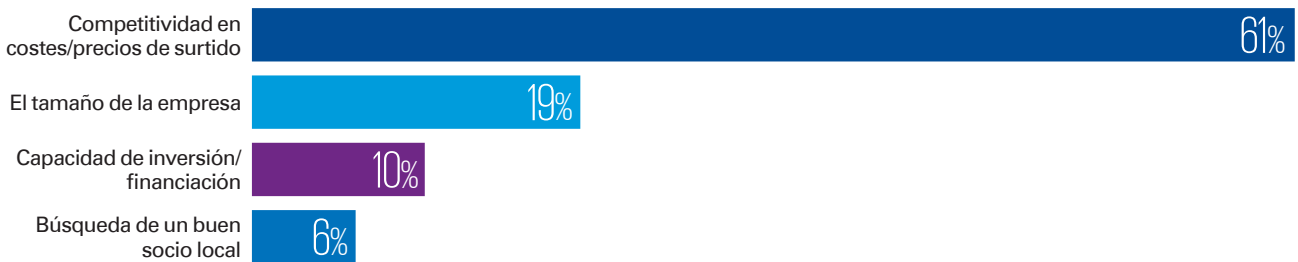


¿Qué medio considera como más relevante en la comunicación con el consumidor?



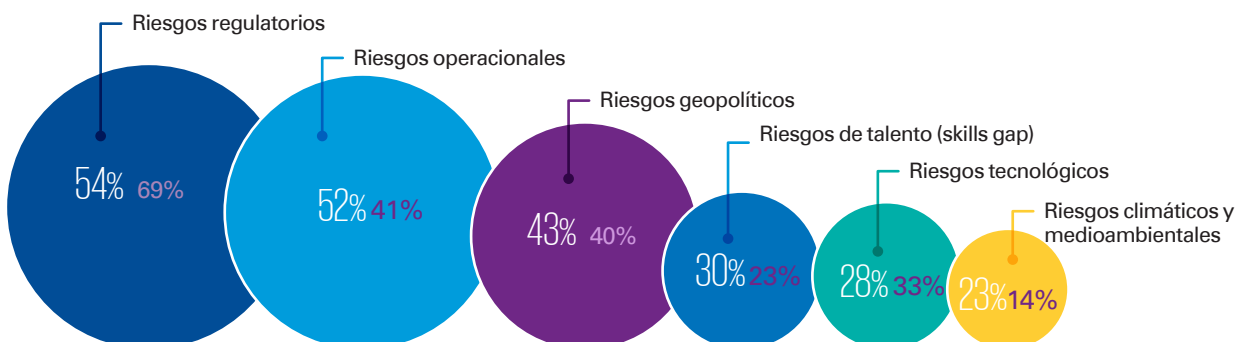
Un mercado competitivo en costes y surtidos...

¿Cuál considera que es el factor más importante a la hora de competir en un mercado global?



Y no exento de grandes riesgos

¿Cuáles diría que son los principales riesgos para su negocio?



Para más información, contacte con

Carlos Peregrina

**Socio responsable del sector Consumo
de KPMG en España**

E: cperegrina@kpmg.es

Francisco Pérez

Gerente del sector Consumo

E: fperez2@kpmg.es



© 2019 KPMG, S.A., sociedad anónima española y miembro de la red KPMG de firmas independientes, miembros de la red KPMG, afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza.

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.