

Max Ruiz: “Adobe Commerce apoya la digitalización de empresas peruanas”

Los negocios buscan vender más a través de plataforma digitales. Por ello, quieren digitalizarse haciendo uso de *softwares* para tener más presencia en el comercio electrónico. En ese sentido, Adobe Commerce llega al Perú como una solución digital que ha logrado posicionarse como *partner* estratégico, el mismo que viene apoyando a las empresas en el proceso de digitalización.

En el 2017, Adobe Commerce llega a la Latinoamérica logrando posicionarse en distintos segmentos. En el caso peruano, la empresa observa que el mercado tecnológico está en constante crecimiento donde muchas tiendas y negocios están evolucionando al mercado electrónico.

“Si bien la pandemia aceleró el proceso, la necesidad de expansión digital del mercado peruano cada vez es más grande. De ahí nuestro interés de apoyar a organizaciones de todos los tamaños para que puedan realizar esa transición al mundo digital”, refiere el *field sales manager* para Brasil & Cono Sur de Adobe Experience Cloud, Max Ruiz.

El ejecutivo resalta que gran parte del éxito en la región andina se debe a la oferta de una experiencia integral. “Desde que Adobe compró Magento hemos fortalecido el mensaje de ser una suite completa llamada Adobe Experience Cloud que, si bien resolvemos necesidades de e-commerce, también respondemos a

necesidades relacionadas a la analítica del comportamiento, contenido personalizado, optimización de tráfico omnicanal, gestión de activos digitales entre otras capacidades; logrando experiencias digitales personalizadas en tiempo real”, asegura Ruiz.

Asimismo, afirma que Sudamérica ha sido una de las regiones de mayor crecimiento para Adobe Commerce, la segunda solo después de Brasil. Añade que los segmentos más fuertes para la firma son el retail, manufactura e industria. En ese sentido, destaca el caso de éxito de Hiraoka, una empresa de gran tradición en Perú que, junto con diferentes empresas, están en la búsqueda de la digitalización de sus proyectos B2C y B2B.

Además, en los últimos dos años la empresa se ha consolidado en el mercado peruano y para este año buscan superar el crecimiento de 30% que tuvieron el año pasado.

Para alcanzar esta meta, Ruiz explica que han aumentado de forma importante los colaboradores en el país, además de entender bien cuáles son las necesidades de los clientes y cómo pueden ayudarlos a resolverlas y a evolucionar. “Entender las necesidades de hoy y ayudarles a visualizar también el mañana, ha posicionado a Adobe como un partner estratégico”, concluye.