

Falabella busca devolver el golpe: potencia Fazil, su aplicación de compras exprés

Esta semana, se sumará a la plataforma la oferta de mejoramiento del hogar y tiendas por departamento. A mediano plazo se abrirá a comercios de terceros.

G. ORELLANA

—Con rapidez reaccionó Falabella a la alianza entre Cornershop y Cencosud que fuera anunciada la semana pasada y que pone al grupo controlado por Horst Paulmann en una posición privilegiada dentro de la plataforma de compras online creada por Juan Pablo Cuevas, Daniel Undurraga y Oskar Hjertsonsson. La misma que, de acuerdo con la Fiscalía Nacional Económica (FNE), concentró el año pasado entre el 70% y 80% de las ventas online de supermercado en el país.

Atendiendo a este escenario competitivo —al que se suma la aplicación que prepara Walmart—, el grupo Falabella decidió potenciar su plataforma Fazil, que fue lanzada en marzo de este año, que



● **¿Qué ha pasado?** Hace unos días se selló la alianza entre Cornershop y Cencosud, mientras Walmart anunció el lanzamiento de una app propia. Falabella no se quedó atrás y decidió potenciar su plataforma Fazil.

● **¿De qué manera?** En los próximos días se sumará a la plataforma Fazil la oferta de tiendas por departamento y mejoramiento del hogar.

● **¿Cuál es la propuesta?** Fazil promete despachos en 90 minutos, además de poder seguir en línea el movimiento de las compras.



En los próximos días se incorporarán algunas tiendas Falabella del sector oriente. FOTO: ANDRÉS PÉREZ

promete despachos en 90 minutos y cuyo mix, hasta ahora, abarca principalmente compras de supermercado.

En los próximos días, se incorporará a Fazil la oferta de Falabella Retail y de Homecenter, que en una primera instancia estará disponible para tiendas seleccionadas de Falabella Retail y Sodimac del sector oriente en la Región Metropolitana. La meta es expandirlo a más locales y a más regiones del país en el corto plazo.

Para los próximos meses, además, está previsto que se incorporen a la aplicación productos y servicios de diversos comercios como restaurantes, farmacias y tiendas de mascotas.

“Para nosotros es fundamental atender a nuestros

clientes a lo largo de todos sus requerimientos de compra, y reconocemos que el cliente de hoy valora la conveniencia y, por lo tanto, contar con un canal de *delivery* rápido que le acerque nuestra oferta de productos y grandes marcas, le hará sin duda la vida más fácil”, dijo Johann Ramberg, gerente general corporativo de Tottus.

● **¿GUERRA DE APPS?** Para Marcel Goic, director del Centro de Estudios del Retail (Cerret) de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, esto responde a que el canal móvil se ha ido consolidando como un componente importante de una estrategia omnicanal.

“En este sentido, la participación y uso de aplicacio-

Países

Fazil opera por ahora en Chile y Perú. En Chile, por ahora lo hace en tres regiones, pero el plan es crecer.

EN CIFRAS

90

minutos, es el compromiso de despacho de Fazil, la plataforma de Falabella.

500%

ha aumentado el número de usuarios que utilizan la aplicación Fazil desde su lanzamiento en marzo.

3

son las regiones del país donde está presente este servicio: Coquimbo, Valparaíso y Metropolitana.

nershop? Según Goic, el desarrollo tecnológico ha demostrado ser vertiginoso y son múltiples los casos de líderes que han sido reemplazados por otras innovaciones.

“Cornershop ha desarrollado una *expertise* que por el momento se ha especializado en el mercado supermercadista. La lógica de compra en otras categorías es distinta y no necesariamente se puede expandir a otras categorías. Hoy en día los *retailers* deben apuntar a armar una batería de soluciones”, concluyó. ●