

Mensaje del Gerente General Corporativo



“En 2017 trabajamos para imprimir mayor velocidad a la transformación digital sin sacrificar excelencia. Para mantener nuestro liderazgo del mercado es importante que aceleremos la ejecución de nuevas propuestas de valor”.

Enrique Gundermann W.
Gerente General Corporativo Sodimac.



En un año complejo y exigente, trabajamos en dos ejes: profundización y transformación digital.

Cuando hablamos de profundizar nos referimos a todas las iniciativas y el esfuerzo que desarrollamos para seguir optimizando y hacer más eficiente nuestro negocio tradicional, mientras que la transformación digital la concebimos como el uso de la tecnología para generar nuevos modelos de negocio que mejoren exponencialmente la experiencia de compra de nuestros clientes.

Avanzar decididamente hacia la transformación digital de Sodimac es nuestra gran oportunidad de crecimiento. Sabemos que para continuar creciendo debemos innovar, tenemos que ser capaces escuchar con profundidad los anhelos y sueños de nuestros clientes para traducirlos en nuevos productos y servicios, combinando estratégicamente nuestra red de activos físicos (tiendas) con nuevas tecnologías, capacidades

y procesos, para que nuestros clientes vivan una experiencia de compra omnicanal extraordinaria.

Evolucionar a una estrategia digital no significa abandonar las tiendas, sino hacerlas más eficientes y modernizarlas. La práctica de experimentar físicamente los productos para después materializar la compra en internet (showrooming) aumenta. Esto nos exige modernizar y mejorar los estándares de nuestros locales para atender a un cliente que necesita acceder a más productos y servicios en un proceso de compra más seguro, rápido, eficiente, lúdico y personalizado.

En 2017 trabajamos para imprimir mayor velocidad a esta transformación digital sin sacrificar excelencia. Para mantener nuestro liderazgo del mercado es importante que aceleremos la ejecución de nuevas propuestas de valor. El cliente sigue cambiando y no se detendrá a esperarnos. Cada día es mayor





el número de clientes que sólo ha vivido en la era digital y maneja las lógicas propias de la cultura digital. Estos clientes conversan, opinan, critican y alaban nuestras acciones. Tienen los medios y buscan participar en el diseño de nuevos productos y servicios. Exigen tener una voz en el rediseño de procesos y prácticas. Los nuevos clientes acceden a la información en movilidad, en cualquier momento y en cualquier lugar. Exigen honestidad, transparencia e igualdad en sus relaciones con las organizaciones.

Hoy debemos estar con el NPS en la mano, escuchando a los clientes y abiertos al cambio. En el escenario actual ya no basta con detectar y satisfacer, en este contexto tenemos que anticiparnos utilizando la data de nuestros clientes de manera sistemática y responsable. Si somos capaces de entender a este nuevo cliente, de relacionarnos con él de manera apropiada y establecer relaciones afectivas y duraderas, habremos construido una importante diferenciación en el mercado, adquiriendo una gran ventaja competitiva difícilmente remontable para nuestros competidores. A eso estamos abocados.

Nuestro principal desafío es cultural, es abandonar el espacio donde nos sentimos cómodos porque hay una historia de 65 años que nos avala y asumir que estamos cambiando y para siempre.

En este proceso, la gestión de personas se transformó en un factor clave para el cambio, la transformación digital y el salto hacia un nuevo sistema de trabajo en red. La transformación digital no es solo un tema tecnológico, sino una cuestión de visión, estrategia, cultura organizacional y rediseño de procesos.

Estamos realizando cambios profundos en la capacitación para involucrar y empoderar a nuestra gente, incorporando nuevas

herramientas de trabajo en la red e innovación en procesos claves, así como estrategias para atraer a nuevos talentos que multipliquen nuestros años de experiencia en el retail. También buscamos ampliar el espacio para la colaboración individual y de equipo, esto aumentará el entusiasmo por pertenecer a la empresa y profundizará nuestra capacidad de alcanzar las metas que nos hemos planteado.

Agradezco a los proveedores que están trabajando con nosotros en iniciativas de I-Lab para generar nuevas propuestas de valor para nuestros clientes, y mi reconocimiento especial a cada miembro de nuestra organización que con su esfuerzo diario hace una diferencia para que las empresas constructoras, profesionales de la construcción, dueñas y dueños de casa sigan confiando en nosotros para construir y mejorar sus hogares y hacer realidad sus sueños.

Enrique Gundermann W.
Gerente General Corporativo Sodimac.