

# Carta del Gerente General Corporativo

El año 2014 estuvo marcado por la expansión regional. La apertura de nuevas tiendas, la incorporación de Maestro en Perú y los trabajos para poner en marcha nuestros formatos en Brasil y Uruguay, demandaron un gran esfuerzo a nivel corporativo para aprovechar las capacidades y desarrollar sinergias comerciales, logísticas, operacionales y de gobierno corporativo.

Nuestros desafíos son cada vez mayores y nos exigen crecientes competencias y estándares de clase mundial. Para seguir consolidando y profundizando nuestro liderazgo, debemos ser capaces de incrementar la capacidad de escuchar a nuestros clientes y sus expectativas, y construir una cultura de mejoramiento continuo transversal a todas nuestras operaciones que sea capaz de traducir ese conocimiento en propuestas de valor.

“Para seguir consolidando y profundizando nuestro liderazgo, debemos ser capaces de incrementar la capacidad de escuchar a nuestros clientes y sus expectativas, y construir una cultura de mejoramiento continuo transversal a todas nuestras operaciones que sea capaz de traducir ese conocimiento en propuestas de valor”,  
Enrique Gundermann Wylie, Gerente General Corporativo.

Con ese objetivo, durante 2014 continuamos implementando un sistema de gestión de lealtad de clientes NPS, que ya está operativo en todas las tiendas de Argentina, Chile, Colombia y Perú, y que seguiremos poniendo en marcha en 2015 en el resto de la cadena. Esta retroalimentación busca mejorar la satisfacción de nuestros clientes, realizando cambios y mejoras con prioridad en lo que ellos mismos nos piden.

Asimismo, concebimos la impecabilidad operacional como parte integral de nuestra relación con los clientes. En este período seguimos instalando progresivamente en todas nuestras operaciones un modelo de gestión LEAN de eficiencia productiva, focalizado en la búsqueda continua de mejoras en los procesos, reduciendo tareas operativas, lo que contribuirá decisivamente a transformar horas de back office



**Enrique Gundermann W.**  
GERENTE GENERAL CORPORATIVO



en horas de mejor servicio. Entre las áreas en las que se está avanzando, destacan menores tiempos de procesamiento en los centros de distribución, una mayor eficiencia en las tareas de recepción y reposición en tiendas, así como en lo referente a la distribución de la dotación. La búsqueda obsesiva de la productividad seguirá siendo uno de nuestros focos en 2015.

Para alcanzar las ambiciosas metas que nos hemos trazado también debemos poner especial atención en los sistemáticos avances tecnológicos que están revolucionando los hábitos de consumo de los habitantes de la región. La urgencia y velocidad de este cambio nos exige desafiar el modo histórico que tenemos de gestionar nuestro negocio. Debemos abandonar el paradigma del retail físico e integrarlo al mundo digital. En ese marco, estamos desplegando una estrategia de omnicanalidad que apunta a ofrecer a nuestros clientes una experiencia de marca consistente en todos los canales de contacto, con una serie de iniciativas comunes a desarrollar en cada país. Entre ellas destacan la unificación y gestión de toda la información referente a los productos que comercializamos; WIFI gratuito para clientes en tiendas; tienda digital en el punto de venta; retiro en tiendas y despacho a domicilio integral, entre otras.

Estos logros nos enorgullecen, pero a la vez nos demandan nuevos esfuerzos para enfrentar los desafíos que tendremos en 2015. El éxito de nuestra empresa seguirá estando condicionado a la capacidad de servir con devoción y responsabilidad a millones de consumidores en Latinoamérica.