

• ESPECIAL •

Por Hugo Flores

64
ESPECIAL • LÍDERES DE LA INNOVACIÓN

DANICA MUSIC

SUBGERENTA DE INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE SODIMAC CHILE

“LA IA TIENE UN ENORME POTENCIAL EN EL SECTOR COMERCIO”

DE ACUERDO CON DANICA MUSIC, MANTENER Y PROMOVER LIDERAZGOS Y DESARROLLAR ALIANZAS CON EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR CHILENO SON DOS PILARES EN SU ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN. ESTA ÚLTIMA TIENE TRES FOCOS: POTENCIAR LA EXPERIENCIA DE CLIENTES EN TIENDA, FORTALECER LA EFICIENCIA EN LOS PROCESOS QUE IMPACTAN AL CLIENTE Y AUMENTAR LA CONVERSIÓN.

Adaptarse constantemente a los cambios en los hábitos de consumo y ser *client centric* son dos de los mayores desafíos que enfrentan las empresas del sector retail. Para superar esos retos, se vuelve medular introducir innovación en diversos procesos. Eso lo entiende bien la cadena de tiendas para el mejoramiento del hogar Sodimac.

“En la estrategia de innovación hemos definido focos basados en donde podemos generar mayor impacto, con un énfasis importante en nuestras tiendas físicas. Estos focos son: experiencia

de clientes en tienda, eficiencia de cara a los procesos que impactan al cliente y aumento de conversión”, resalta Danica Music, subgerenta de Innovación y Digitalización de Sodimac Chile.

Con esos focos en mente, la ejecutiva señala que la empresa trabaja en arraigar el concepto de que la innovación es un proceso que va más allá de una buena idea y que hay que invertir tiempo en ella a fin de realmente generar valor. “Para apalancar todo este esfuerzo, diseñamos un proceso en Sodimac Chile con el rol clave de ‘habilitadores’. Se trata de líderes de innovación en la

empresa que son representantes en sus ámbitos de *expertise*. Estos líderes se encuentran en todas las áreas de la compañía: de esta forma, podemos permear las metodologías de innovación y multiplicar el impacto con un alcance exponencial”, detalla.

Además del fortalecimiento del liderazgo, Music señala que otro gran pilar para promover la innovación de Sodimac Chile son las alianzas con el ecosistema emprendedor local, especialmente con las startups. “Buscamos soluciones a nuestros dolores internos con aliados a través del modelo de

LÍDERES DE LA INNOVACIÓN



FOTO: SODIMAC CHILE

venture client, lo que nos permite potenciar nuestra velocidad y flexibilidad con un modelo de cocreación con startups”, comenta la ejecutiva.

PROYECTOS Y OPORTUNIDADES

En años recientes, la empresa ha impulsado distintos proyectos de

innovación. Un caso destacado por Music es el servicio de venta online asistida (VOA) desarrollado con la startup Videsk. VOA ayuda a los clientes a través de la asesoría de un vendedor experto que está a distancia, pero en tiempo real. “Este servicio los apoya en encontrar un producto, saber sus

características o los guía con el proyecto que tienen en mente, entre otras materias. VOA está disponible en Sodimac.com, la app, WhatsApp y en todas las tiendas físicas del país y es un complemento a la labor de los vendedores”, señala.

La subgerente de Innovación y Digitalización de Sodimac Chile también destaca un proyecto de inteligencia artificial (IA) que se trabajó con la startup Zippedi para gestionar labores rutinarias y potenciar la experiencia de los clientes. El resultado es un robot, que los trabajadores bautizaron como “Tito”, que automatiza procesos para detectar si hay errores en los precios exhibidos, validar si existen quiebres de stock y recopilar una serie de datos por código de producto y área de la tienda. Esa información permite a los equipos de las tiendas contar al inicio de cada jornada con datos clave para organizar su labor diaria, realizando una reposición de productos más eficiente y focalizada. Dado su exitoso desarrollo, esta solución de IA comenzó también a implementarse en la operación de Sodimac en Colombia, menciona la ejecutiva.

¿Qué oportunidades existen en el sector retail para seguir desarrollando innovación? “Definitivamente, la IA tiene un enorme potencial en el sector comercio, que debemos aprovechar al máximo. La vemos como una herramienta muy valiosa que nos permite mejorar la experiencia de los clientes, tanto en tienda como en el mundo online, además de optimizar procesos internos para ser más ágiles y eficientes”, dice Music.

Para la ejecutiva de Sodimac Chile, la logística tiene también enormes desafíos y oportunidades. De hecho, destaca que su compañía trabaja hoy de manera intensa en la automatización de sus centros de distribución, proceso que se vio exigido en pandemia cuando “se incrementaron los despachos a tasas nunca antes vistas”. **F**