

# MTS apuesta por la innovación y avanza en proyectos para potenciar la experiencia del cliente

En una profunda transformación cultural se encuentra MTS, la matriz de la red ferretera con más de 140 locales a lo largo del país, y que está apostando por instalar a la innovación como la base de su forma de satisfacer a los clientes de la red, para así seguir potenciando el crecimiento y competitividad de sus más de 48 empresas socias.

Hace 28 años, MTS surgió como un modelo de negocios innovador, resultado de la decisión de distintas pequeñas y medianas ferreterías de formar una empresa en conjunto para potenciar sus diferentes modelos de negocios frente a los grandes actores del retail que ingresaban en ese minuto, pero sin tener que renunciar a la propiedad de su negocio y a sus enfoques comerciales particulares. De esa manera, los miembros de esta red han podido mantenerse independientes y competitivos ante la concentración del sector, aprovechando el conocimiento y relación con sus consumidores, y la diversidad de sus estrategias comerciales.

Hoy, que el sector del retail

**La matriz de la red ferretera se encuentra en una evolución cultural hacia la innovación, trabajando junto a startups para rentabilizar los datos que extrae de su actividad, potenciar sus procesos logísticos, de reparto y comercio electrónico, y elevar la sostenibilidad de su operación.**



enfrenta profundas transformaciones, la apuesta es nuevamente la innovación. “Queremos sacar el máximo potencial a nuestro modelo de negocios, que nos permita sumar nuevas capacidades, metodologías y alianzas estratégicas. Nuestra intención es ir más allá de la excelencia

operacional, queremos desafiar al modelo, siempre poniendo el foco en sorprender y agregar valor al cliente de la red”, afirmó Pablo Montané, gerente general de MTS.

Con este fin, en marzo de 2021 ficharon a Víctor Hugo Muñoz, quien ha liderado áreas de innovación

en diversos rubros como energía y telecomunicaciones. Además de supervisar la implementación de la estrategia como Líder de Innovación Corporativa, su foco ha estado en la alineación cultural del equipo para formar un ecosistema interno de innovación, para lo cual ha trabajado en iniciativas de capacitación y sensibilización, en conjunto con eClass. ¿El objetivo? Que Red MTS dé un salto cualitativo en un breve plazo.

El siguiente paso fue sumarse al Centro de Innovación y Emprendimiento de la Universidad de los Andes y medir su estado de avance mediante la metodología del ránking Most Innovative Companies (MIC), y así identificar brechas y oportunidades. “Queremos ser reconocidos como un actor relevante dentro del ecosistema de innovación local y formar redes de colaboración con incubadoras, aceleradoras, startups y venture capital”, explica Víctor Hugo Muñoz.

Dentro de los proyectos en que ya están trabajando se encuentra el análisis avanzado de los distintos

datos que obtienen de sus actividades y su optimización con herramientas de Big Data, para detectar oportunidades de lanzar nuevos productos o servicios, eficientar procesos e identificar oportunidades de mejora para ofrecer una mejor experiencia para los clientes de la red. Para ello, se han unido con la startup Xompass, especialista en inteligencia de datos para industrias y comercios.

En paralelo, han puesto foco en la optimización de sus procesos logísticos, repensando de forma innovadora el abastecimiento a sus socios y el reparto a los clientes finales. Para ello, han formado una alianza con Blue Express, uno de los actores relevantes en el reparto de última milla en el país.

Finalmente, otra línea en la que buscan innovar es con la profundización de sus objetivos en materia de sostenibilidad, a fin de diferenciar a la red por su compromiso con reducir y mitigar los impactos de su operación y generar un vínculo de aporte sostenible a la comunidad.