



Marc Rodríguez Chuet

MANAGING DIRECTOR DE EXERTIS IBERIA



“El arte de escuchar el mercado es la clave. La solución siempre parte de una buena escucha del cliente. A partir de aquí, en Exertis Iberia, nos ponemos en marcha para buscar/localizar y negociar las marcas/productos que el cliente nos ha solicitado. De esta manera, conseguimos ser los primeros en implantar productos y soluciones. Lo que nos ayuda a ser cada vez mejores...”

En esta entrevista, Marc Rodríguez Chuet, Managing Director de Exertis Iberia, nos habla sobre la exitosa trayectoria de la compañía, que ha consolidado su liderazgo en la distribución global de tecnología. Con más de tres años de crecimiento continuo en Iberia, Exertis ha alcanzado resultados récord, manteniéndose fiel a su estrategia de inversión y expansión en la región. Rodríguez Chuet destaca cómo la empresa sigue aprovechando oportunidades en segmentos de alto crecimiento, como los wearables de salud y la conectividad. Además, subraya la importancia de estar siempre cerca del cliente, escuchando sus necesidades para ofrecer soluciones personalizadas que añadan valor real. Exertis también apuesta por la innovación y la automatización para mejorar su eficiencia operativa, manteniendo la flexibilidad y adaptándose a un entorno tecnológico en constante evolución. Con una visión clara hacia el futuro, la compañía se posiciona para seguir siendo un actor clave en los próximos años, tanto para clientes como proveedores.

¿Cuál es la posición actual de Exertis en el mercado global de distribución de tecnología? ¿Cómo se ha desempeñado la empresa en comparación con años anteriores en términos de crecimiento y rentabilidad?

Exertis como grupo es y será un líder mundial en la distribución de productos de electrónica de consumo.

Exertis Iberia sigue en su desarrollo y su ambición de ser un player importante en Iberia. Actualmente seguimos los planes de inversión y retorno de inversión planteados hace 3 años, obteniendo resultados de récord para el Iberia.

¿Qué segmentos del mercado tecnológico están experimentando mayor demanda en este momento? ¿Cómo está Exertis aprovechando estas oportunidades?

Las áreas de negocio de los wearable de salud, así como de conectividad están teniendo una evolución muy interesante. Aunque lo que mejor funciona es siempre escuchar el mercado y buscar adelantarse a las necesidades y deseos del usuario final.

¿Qué medidas está tomando Exertis para mejorar la eficiencia operativa en sus procesos logísticos y de distribución? ¿Cómo están utilizando herramientas digitales o automatización en estos procesos?

Exertis Iberia busca dar soluciones a medida de las necesidades del cliente. Buscar innovar en soluciones que los clientes no requieren o necesitan hace perder tiempo. En Iberia buscamos ser flexibles y alineados con las necesidades del cliente. El método VUCA (VICA en España) es muy interesante para poner en práctica estrategias adaptadas al terreno.



En este sentido, ¿qué esfuerzos están haciendo para mejorar la experiencia del cliente y adaptarse a sus necesidades cambiantes en un entorno tecnológico en rápida evolución?

El mejor esfuerzo que se puede realizar es estar cerca del cliente y aprender a escuchar. No buscar imponer soluciones o inventar servicios o soluciones innecesarias. Pienso que el mercado requiere simplificar procesos e incrementar el valor del ser humano.

Qué mejor manera de mejorar la experiencia del cliente que escucharlo cara a cara y buscar responder a su necesidad.

¿Cómo está Exertis asegurando que su oferta de productos y servicios siga siendo



relevante y competitiva para sus clientes actuales y futuros?

El arte de escuchar el mercado es la clave. La solución siempre parte de una buena escucha del cliente. A partir de aquí, en Exertis Iberia, nos ponemos en marcha para buscar/localizar y negociar las marcas/productos que el cliente nos ha solicitado. De esta manera, conseguimos ser los primeros en implantar productos y soluciones. Lo que nos ayuda a ser cada vez mejores.

¿Cuáles son las prioridades estratégicas de Exertis para los próximos 3 a 5 años? ¿Cómo planean mantenerse competitivos en un mercado tecnológico en constante evolución?

Nuestra prioridad es y será crecer y ser siempre el partner que aparta novedades de éxito. En resumen, queremos ser un partner con cara y ojos y sobre todo oídos para escuchar la necesidad y para desarrollar negocio, tanto del cliente como del proveedor.

