



ANNA SORLI GORRIZ

Administradora de Sorli
y Presidenta de la Fundació Sorli

“Conviene escuchar
y atender los cambios
del consumidor,
porque abren nuevas
oportunidades”

Adaptación a los cambios

Este año hemos seguido trabajando en la adaptación a los distintos cambios sociales y de tendencias que se han producido como consecuencia de la pandemia y a las derivaciones que ésta ha conllevado. Cambios que conviene escuchar y atender porque muchos de ellos han llegado con vocación de permanencia y nos abren nuevas oportunidades, nuevos nichos de negocio y nuevas posibilidades para diferenciarnos dentro del mercado. Hemos observado cómo de conectados están los sectores de la restauración y del retail y lo hemos vivido en primera persona porque en distinta medida operamos en ambos.

Hemos seguido trabajando en la digitalización de la empresa en todos sus ámbitos de actuación, desde el *front office* hasta el *back office*, para que se convierta en un claro elemento de diferenciación y de soporte en la toma de decisiones del día a día y para que nos acerque a nuestros clientes y clientas.

Asimismo, seguimos en la línea de trabajo encaminada a ser percibidos como facilitadores y para ello seguimos poniendo el *focus* en los productos de temporada, en la salud y la nutrición, en nuestra tienda online Sorliclic que sigue en crecimiento y en nuestras redes sociales, donde transmitimos contenidos relevantes y de valor para nuestros seguidores y seguidoras.

✦ “Seguimos poniendo el foco en los productos de temporada, en la salud y la nutrición, en nuestra tienda online Sorliclic -que sigue creciendo- y en nuestras redes sociales, con contenidos relevantes”.

Renovación y transformación

Cada vez estamos más cerca de finalizar el proyecto que hace unos años iniciamos de renovación y transformación de nuestra red de tiendas consiguiendo una imagen más actual y un modelo comercial con el que nos sentimos muy cómodos. A partir de aquí iniciamos con ilusión una nueva fase consistente en un crecimiento paulatino de nuestra superficie comercial, consolidando, como hemos hecho siempre, cada paso que hagamos de ese recorrido.

El eje vertebrador de todo ello sigue siendo nuestro ADN, al cual no hemos renunciado en ningún momento, que nos marca la senda por la cual debemos caminar y en ese sentido, los productos frescos, el producto local, la vocación de servicio al cliente, la proximidad de toda la organización con el equipo, son todos aspectos que cuidamos con mimo, que nos diferencian por su veracidad y autenticidad y con los cuales nos identifican clientes y clientas.

En el ámbito social, La Fundación Sorli, creada en 2.019 para fomentar la formación y la sensibilización de la igualdad de género y la violencia cero en la empresa, sigue marcándonos el paso dentro de Sorli ya que nos obliga como empresa a ser un referente en estos ámbitos y a realizar cambios que sin la existencia de la Fundación, seguro que hubieran llegado más tarde o quien sabe, quizá algunos no se hubieran llegado a producir. La Fundación sigue trabajando con empresas privadas y organismos públicos contribuyendo a potenciar ese cambio que nuestra sociedad tanto necesita.

En definitiva, sentimos que este año hemos seguido avanzando con paso seguro en nuestros proyectos y ya tenemos la mirada puesta en los nuevos retos que nos hemos fijado y que esperamos abordar con la seguridad que nos dan los cimientos que hemos ido construyendo.