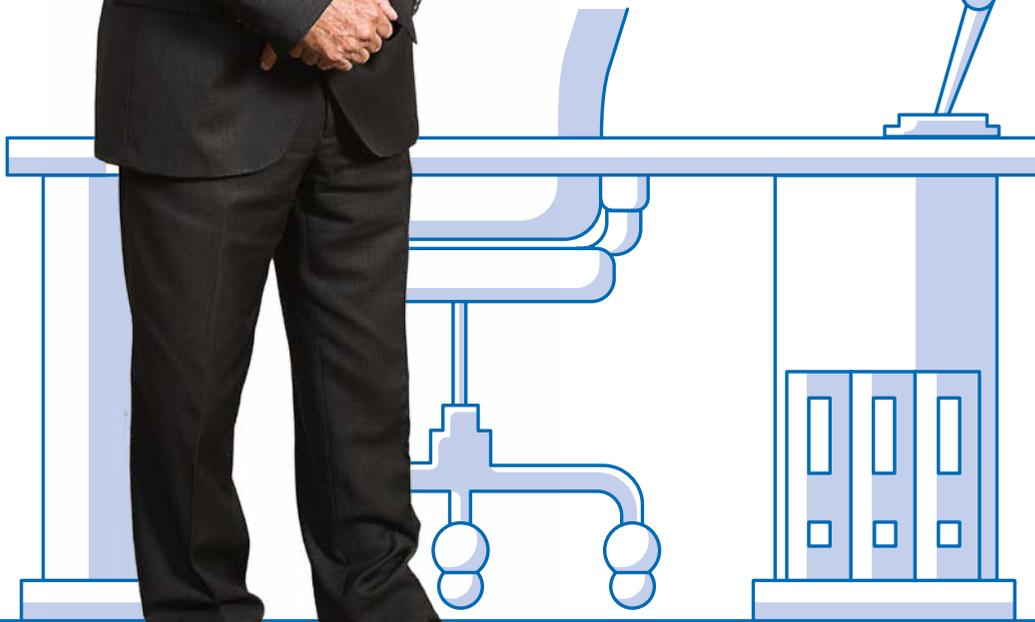


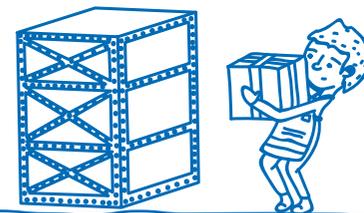
Carta del Presidente



“Durante 2017, avanzamos en el desarrollo de big data y la inteligencia de negocios, con el objetivo de conocer al cliente en profundidad y anticiparnos a sus necesidades. Trabajamos en el desarrollo del canal digital para el fortalecimiento del comercio electrónico y en la omnicanalidad, como piezas claves del crecimiento para lograr una experiencia de excelencia para el cliente, que sea consistente en todos nuestros canales”.

Juan Pablo del Río G.
Presidente





En nuestro 65 aniversario, nos enfocamos en seguir construyendo el Sodimac del futuro. Continuamos avanzando fieles a los tres pilares definidos para el desarrollo de nuestra empresa: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad, teniendo siempre al cliente como foco central, buscando hacer realidad sus sueños y proyectos, y entregarles la mejor experiencia de interacción con la marca.

Con miras al año 2020, nuestro trabajo se centró en cuatro temáticas: productividad y eficiencia; relación con nuestros clientes; desarrollo de negocios e innovación; y gestión de las relaciones con nuestros proveedores, la comunidad y el medioambiente. En todos estos ámbitos, las personas, la tecnología y la infraestructura están siendo habilitadores relevantes.

En el período seguimos sentando las bases de la transformación digital que nos hemos planteado como compañía para ofrecer a nuestros clientes la mejor propuesta de valor que nos permita cumplir y superar sus expectativas.

Avanzamos en el desarrollo de big data y la inteligencia de negocios, con el objetivo de conocer al cliente en profundidad y anticiparnos a sus necesidades. Trabajamos en el desarrollo del canal digital para el fortalecimiento del comercio electrónico y en la omnicanalidad, como piezas claves del crecimiento para lograr una experiencia de excelencia para el cliente, que sea consistente en todos nuestros canales. Abordamos la innovación mediante el desarrollo de iniciativas de I-Lab y desarrollamos prototipos de inteligencia artificial, lo que nos permitió entender mejor la tecnología y sus complejidades.

En todos los países logramos importantes avances en aumentar la oferta y surtido disponible a través del comercio electrónico. Durante el año, se implementó el sitio transaccional de Sodimac en Uruguay y de Construdecor, en Brasil, poniendo a disposición de los clientes brasileños en una misma plataforma tanto el surtido comercial de la cadena Sodimac como el de Dico. Además, se amplió el área de cobertura en Brasil y los productos pueden ser comprados

y entregados no solo en el estado de São Paulo, sino que también en Minas Gerais, Río de Janeiro y Paraná, estados que concentran el 59% del PIB. Esto significa la posibilidad de atender a 94 millones de personas, que representan el 45% de la población brasileña. En Chile finalizamos el rediseño de Sodimac.com, con un nuevo Check Out y una experiencia de compra mucho más simple y personalizada. Asimismo, se implementó con éxito en el sitio web el ChatBot “Pedro”; se amplió la cobertura de despacho a domicilio a lo largo de Chile de materiales de construcción para compras vía web y para servir mejor a los clientes de Venta a Empresas, se lanzó el Portal E-empresas, una herramienta para gestionar en línea su cuenta corriente con Sodimac, de manera de optimizar el relacionamiento y hacer más eficientes los procesos. En Perú también se siguieron incorporando nuevas herramientas digitales y se trabajó para mejorar la gestión de los asesores con la introducción de la figura del Asesor 2.0. En Colombia se mejoró el App Homecenter y se llegó a cuatro ciudades con una tienda móvil, piloto para acercar la promesa de valor de Sodimac a las urbes que no cuentan con una tienda física.

El servicio Click & Collect (compra online y retiro en tienda) siguió creciendo a un ritmo importante, explicando ya en algunos mercados más del 50% de las transacciones de venta a distancia, siendo uno de los programas con mayor foco y prioridad para la compañía. También se continuaron instalando cajas de autoatención, que ya alcanzan el 100% de las tiendas Homecenter en algunos países.

En todos los países se está avanzando en una serie de iniciativas para implementar la estrategia omnicanal, que están permitiendo habilitar la omnicanalidad en los procesos, las estructuras, los sistemas y finalmente en la cultura y las personas.

Asimismo, adoptamos, implementamos y profundizamos en la metodología Customer Journey para mapear el comportamiento de los distintos tipos de clientes, encontrar puntos de “dolor” en su recorrido y ofrecer soluciones.

Trabajamos fuertemente en fortalecer la productividad y eficiencia mediante la transformación y simplificación de procesos, el mejoramiento continuo, el aseguramiento del flujo de productos de manera rápida y expedita para asegurar su disponibilidad al cliente.

Seguimos invirtiendo en mejorar la capacidad y eficiencia de nuestros centros logísticos, en la robotización de procesos y su digitalización, mejorando además las estructuras internas de back office, para simplificar y hacer más eficientes las operaciones.

Nuestro foco ha sido la actualización de las tecnologías aplicadas a nuestra logística. Dentro de este marco, sin duda, unos de los hitos más importantes del año es la incorporación de sistemas de automatización de última generación a nuestro proceso de despacho a domicilio en el Centro de Distribución (CD) Lo Espejo, en Chile. Con una superficie de 3.000 m², este sistema contiene hoy 7.000 productos, que se procesan con una velocidad y precisión que nos pone a la altura de los grandes competidores globales.

Invertimos en el mejoramiento de nuestro software de control de órdenes, ampliando la cantidad y calidad de los servicios que ofrecemos, logrando mejores tiempos de respuesta a nuestros clientes.

En términos de despacho a tienda, actualizamos nuestro sistema de bodega WMOS a la versión 2017, tomando como piloto el Centro de Distribución de Coronel, convirtiéndonos en la primera empresa en el mundo en implementar dicha versión.

Además, finalizamos la construcción y puesta en operación de nuestro propio patio de contenedores contiguo al CD Lo

Espejo, que cuenta con 20.000 m² y capacidad para 2.000 contenedores de 20 pies, generando importantes ahorros en costos y mejora en los tiempos de ingreso de los productos.

Junto a lo anterior, continuamos mejorando nuestras tiendas desde una perspectiva tanto digital como de sostenibilidad. Estamos incorporando las nuevas tendencias de uso de la tecnología para mejorar la experiencia del cliente. Enfocándonos en la transformación de las tiendas físicas a tiendas digitalmente integradas, mejoramos exhibiciones para facilitar la Inspiración de nuestros clientes, potenciamos categorías de productos, pusimos a disposición de los clientes la visualización de campañas en las tiendas a través de herramientas digitales y video wall.

Durante 2017 inauguramos también seis nuevas tiendas en América Latina, ampliando la cobertura geográfica para estar físicamente más cerca de nuestros clientes. También realizamos importantes remodelaciones y ampliaciones, y seguimos invirtiendo para mejorar las tiendas actuales tanto en eficiencia como en inspiración y exhibiciones, incrementando la propuesta de valor al cliente, y también se siguió trabajando para hacerlas cada vez más seguras para los clientes y trabajadores.

En Brasil, 2017 fue un año especialmente marcado por el lanzamiento del nuevo formato Dicico Multi y la apertura de otras dos tiendas Sodimac, dando así continuidad a la estrategia de expansión y evidenciando la firme voluntad de la compañía de proporcionar nuevas experiencias de compra en ese mercado. Con una excelente respuesta en ventas y flujo de clientes, el nuevo formato de tienda Dicico Multi se basa en el concepto de tienda de vecindad ofreciendo todo lo que se necesita para hacer reformas y mantenimiento



del hogar. La primera de estas tiendas fue abierta en junio, en el barrio São Miguel Paulista, al este de São Paulo, y en diciembre se inauguraron dos Dico Multi, una en la capital paulista y otra en Diadema, ciudad del Gran São Paulo.

En Argentina junto con avanzar en materia de e-commerce y omnicanalidad, se está trabajando para retomar las aperturas con la construcción de dos nuevas tiendas en los próximos dos años. La primera se ubicará en la zona sur del Gran Buenos Aires y está programada para noviembre 2018, y la segunda se abrirá el siguiente año en Mendoza.

Durante 2017 se siguió avanzando para la puesta en marcha de operaciones de Sodimac en México, iniciando la tramitación de los permisos para la apertura de las primeras tres tiendas (de las aproximadamente 20 proyectadas para los próximos cinco años), situadas en Ciudad de México y en el Estado de México, las cuales están siendo diseñadas con nuestro tradicional patio constructor, que implica una novedad en el mercado mexicano debido a la facilidad de compra que este tipo de tiendas otorga a los profesionales de la construcción. En paralelo, se tomaron definiciones comerciales, operacionales y logísticas, y se avanzó en el reclutamiento del personal de apoyo que se hará cargo de las diferentes áreas operativas de la cadena en formación.

En paralelo, en el marco de nuestra política de sostenibilidad, hemos seguido avanzando decididamente para reducir nuestros impactos y generar valor para nuestro entorno. En particular cabe destacar los avances en 2017 en la incorporación de energías renovables no convencionales (ERNC). Sodimac colocará paneles solares en 58 instalaciones en Chile -el 80% del total- entre 2017 y 2019 que evitarán la emisión anual a la atmósfera de unas 20 mil toneladas de CO2. Además, en el marco del acuerdo de la compañía matriz SACI Falabella con Acciona Energía, se abastecerán con ERNC 32 tiendas de la cadena a lo largo de Chile.

Otro ámbito prioritario fueron los programas de capacitación y de desarrollo integral de los trabajadores. Sodimac se consolidó en diversos países como una de las mejores empresas para trabajar según el ranking Great Place to Work (GPTW), destacando el 6° lugar obtenido en Argentina, el 7° en Uruguay y el 9° en Perú.

A nivel regional también se realizaron numerosas acciones de voluntariado en beneficio de la comunidad y para ir en ayuda frente a diversas catástrofes naturales. Para celebrar el 65 aniversario, se lanzó en Chile la campaña Construyendo Sueños de Hogar, aportando con recursos y voluntariado para hacer realidad 96 proyectos de mejoramiento de infraestructura, espacios públicos o comunitarios en todo Chile, con la participación de 1.510 voluntarios y un impacto directo que benefició a 29.674 personas. En el plano interno, dentro de esta misma iniciativa, se apoyó con proyectos a 143 trabajadores para mejorar sus hogares y calidad de vida. En Perú, se realizaron múltiples iniciativas para ir en ayuda de trabajadores de la empresa, sus familias y la comunidad afectada por los efectos adversos del Fenómeno del Niño, con inusitadas lluvias que causaron graves daños a la población. En Uruguay también se apoyó a las víctimas de las inundaciones de Maldonado y en Chile a los afectados por graves incendios.

Asimismo, continuamos consolidando a la Gran Feria para Maestros Especialistas como el principal espacio en Latinoamérica donde los especialistas de la construcción se dan cita una vez al año para actualizarse en todos los conocimientos e innovaciones del rubro.

En 2017 Sodimac fue reconocida en Chile como la segunda institución después de Bomberos en la que más confían los chilenos según el estudio I-Creo, hecho que nos enorgullece y nos desafía a seguir mejorando.

No puedo terminar esta carta sin agradecer a nuestros proveedores, que son nuestros socios estratégicos y en particular quiero transmitir mi profundo agradecimiento a todos los trabajadores de Sodimac que se esfuerzan diariamente para que podamos ayudar a mejorar la calidad de vida de millones de familias en Chile y Latinoamérica.



Juan Pablo del Río G.
Presidente