



Carta del Presidente

“Los resultados del año, con un aumento de ventas de casi 11%, son realmente excepcionales para la coyuntura que enfrentamos”.

Durante 2015, logramos sortear con éxito un escenario complejo en los distintos mercados en los que estamos presentes. La desaceleración de las economías de la región nos obligó a redoblar los esfuerzos para buscar mayores eficiencias, innovar y desarrollar nuevas sinergias que nos permitieran seguir creciendo de manera rentable y sostenible, buscando siempre satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Quisiera agradecer a los equipos corporativo y de los seis países de la región que trabajaron arduamente para obtener resultados que son realmente excepcionales para la coyuntura que enfrentamos. En el período, logramos un aumento de ventas de casi 11%, alcanzando ingresos equivalentes a US\$5.331 millones.

Fue un año de numerosos avances que nos permitieron seguir profundizando nuestro liderazgo como la principal cadena latinoamericana de mejoramiento del hogar.

En Chile, abrimos tres tiendas (dos Sodimac y una Imperial), con mejoras relevantes en indicadores de productividad y satisfacción de los clientes. En el período se logró un incremento de 30% en los niveles de servicio, esfuerzo que permitió obtener el Primer Lugar del Premio Nacional de Satisfacción de Clientes de ProCalidad en la categoría mejoramiento del hogar.



En Perú, en tanto, el foco estuvo puesto en la integración con Maestro, que se ha ido desarrollando de acuerdo al plan establecido. Se integraron las oficinas de apoyo a tiendas y tenemos un solo equipo que está trabajando para ejecutar la estrategia definida. En el caso de Maestro, se está potenciando su carácter especialista, mediante una oferta más completa hacia el segmento de contratistas y especialistas. Sodimac, por su parte, mantendrá su foco en el mejoramiento del hogar, con una propuesta de valor integrada para familias y profesionales. En conjunto, ambas marcas nos permitirán abordar mucho mejor las necesidades específicas del mercado peruano. En paralelo, estamos unificando los sistemas e integrando las operaciones en una única red logística y de abastecimiento, lo que nos ha posibilitado ser más eficientes en el bodegaje y distribución. Para ello hemos acelerado el desarrollo de nuestro nuevo centro de distribución que atenderá a ambas cadenas, lo que nos generará importantes ahorros en el gasto anual de abastecimiento de tiendas. En medio de un proceso de integración la empresa siguió manteniendo un muy buen clima laboral, ubicándose en un décimo lugar en Great Place to Work (GPTW).

En Colombia, Sodimac continuó extendiendo su presencia geográfica con la apertura de dos nuevas tiendas. También se desarrollaron importantes inversiones para incrementar la capacidad logística con la puesta en marcha de un moderno centro de distribución, que tiene una superficie superior a los 68 mil m², y se incorporó un avanzado sistema de administración de bodegas.

Sodimac Argentina tuvo un excelente crecimiento en ventas y mejoras en eficiencia, y nuevamente destacó como una de las mejores empresas para trabajar del país, ocupando el tercer lugar en el GPTW, su mejor ubicación histórica, hecho que nos enorgullece.

En Brasil y Uruguay, nuestros mercados más recientes, abrimos en cada uno de ellos las dos primeras tiendas Sodimac. De esta forma, empezamos a hacer tangible la oferta de valor de nuestra marca, con muy buena recepción de los clientes y también de los proveedores,

que están aprovechando plenamente el potencial para crecer junto con Sodimac a nivel local y regional. Además, en este primer año de operaciones, Sodimac Uruguay se ubicó en un sobresaliente cuarto lugar en GPTW.

Adicionalmente, en todos los países continuamos fortaleciendo los canales virtuales y su integración con las tiendas físicas, y completamos la primera parte de la implementación de una nueva plataforma de comercio electrónico para responder de mejor forma al rápido crecimiento de las ventas y a las fuertes alzas de demanda durante campañas promocionales.

El año 2016 que se inicia también será, sin duda, desafiante, pero tenemos el mejor equipo humano para enfrentarlo. Nuestro compromiso es seguir introduciendo mejoras e innovaciones que nos permitan servir cada vez mejor a nuestros clientes, y aportar al desarrollo y calidad de vida en cada uno de los países donde estamos presentes. Solo en sintonía con sus expectativas y necesidades podremos seguir creciendo y consolidándonos como la empresa líder de nuestro rubro en Latinoamérica.

