

Carta del Presidente



“Vimos esta pandemia como una oportunidad para pensar el futuro, evolucionar en nuestra propuesta de valor orientados siempre por el propósito de la compañía, que permea todo lo que hacemos, que es: Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”.

Juan Pablo del Río G.
Presidente

En 2020, vivimos uno de los momentos más duros de los últimos cien años en nuestra región y el mundo por la pandemia. Como en otras emergencias, nos propusimos hacer todos los esfuerzos para apoyar a la población con el abastecimiento de bienes esenciales. No habríamos podido entregar esa ayuda sin el compromiso de nuestros trabajadores, quienes merecen un gran reconocimiento. Pero operamos responsablemente, colocando siempre como prioridad la salud de trabajadores, clientes y proveedores, para lo cual implementamos medidas y estrictos protocolos que cumplieron con los requerimientos de las autoridades e incluyeron resguardos adicionales.

La crisis sanitaria puso a prueba la capacidad de resiliencia en nuestras vidas y también en las empresas. Nos hizo replantearnos y modificar hábitos, innovar, ser más flexibles, lo que significó una oportunidad para acelerar procesos. En nuestro caso nos desafió adicionalmente a escuchar mucho más a los clientes y a tener aún mayor cercanía con nuestros trabajadores, para estar atentos a su situación personal y de sus familias en la pandemia, y recibir sus sugerencias y de las organizaciones sindicales para operar en un contexto tan difícil. Muchas de las medidas que tomamos este año surgieron de ellos.

Vimos esta pandemia como una oportunidad para pensar el futuro, evolucionar en nuestra propuesta de valor orientados siempre por el propósito de la compañía, que permea todo lo que hacemos, que es: Juntos construimos sueños y proyectos de hogar.

En los países en los que estamos presentes, el nuevo escenario nos hizo acelerar distintas iniciativas de

transformación digital y procesos logísticos varios años en nuestro programa. Avanzamos en ámbitos que incluyen estrategia e innovación; toma de decisiones basadas en el viaje de compra del cliente y en datos; desarrollo de una cultura ágil; ampliación de las capacidades tecnológicas; automatización e incorporación de inteligencia artificial en procesos y determinaciones. Es así como seguimos trabajando para integrar las tiendas físicas con los canales digitales, digitalizar cada vez más la oferta de productos y servicios, fortalecer los procesos logísticos y potenciar la interacción con los consumidores, entre otras medidas.

En un período en el que nuestras ventas por Internet crecieron a niveles sin precedentes, vimos cómo los clientes privilegiaron menores tiempos de entrega. Los equipos de operaciones y logística se enfocaron en ampliar capacidades y mejorar los cumplimientos en las entregas, avanzando con servicios para despachos en el menor tiempo posible. Impulsamos nuevas modalidades de retiro en tienda, perfeccionamos y aumentamos espacios de click & collect, habilitando además nuevos servicios de click al auto en diversos países.

Para una mejor experiencia de los clientes, remodelamos varias tiendas en Chile, haciéndolas más atractivas e inspiradoras, como lo son también los dos Sodimac Homecenter abiertos este año bajo el concepto “Figital”, que integra nuestras capacidades físicas y digitales. Estas nuevas tiendas, tan anheladas por las comunidades cercanas, se ubican en la zona Quilín en la Región Metropolitana y en el sector La Portada de Antofagasta. A esto se suma un local bajo la marca Sodimac Express, inaugurado en la zona de Chicureo en la Región Metropolitana. Esta es una nueva propuesta, que en 810 m², acerca a los vecinos la posibilidad de apreciar físicamente productos y recibir asesoría experta, lo cual

combinado con la oferta de Internet, permite entregar un completo servicio mientras se construye una tienda de mayor superficie con los formatos Homecenter y Constructor, que se espera inaugurar en 2023.

Cumpliendo con lo planificado para la puesta en marcha de nuevos proyectos comerciales, cerramos las tiendas Homy en Chile, marca que continuará en productos que se comercializarán al interior de los Homecenter y online, con nuevas propuestas y ambientes de exhibición inspiradores.

Como parte del proceso de consolidación en México, abrimos en San Luis Potosí la sexta tienda en ese mercado, en uno de los estados con mayor crecimiento y potencial de desarrollo. En Brasil, continuamos con la transformación de las tiendas Dico para convertirlas en Sodimac Dico, proceso que ha sido muy bien recibido por los clientes. Sodimac Perú, en tanto, cuenta con nuevo local al norte de Lima,

en el distrito de Comas, una de las zonas con mayor densidad de población de esa ciudad, y transformamos el de Cerro Colorado en la región de Arequipa.

En Argentina, seguimos avanzando para tener una organización cada vez más eficiente, con una estructura flexible y liviana que nos permita capitalizar las oportunidades que ese mercado tiene para el negocio de mejoramiento del hogar.

Lanzamos la app de Sodimac en Brasil y México, con una muy buena acogida de los clientes, y la potenciamos en otros países con la incorporación de servicios para una mejor experiencia de compra en tiendas y la navegación, entre otros beneficios.

Sodimac siguió liderando la innovación del mejoramiento del hogar con iniciativas que potenciaron la experiencia de compra. Implementamos VOA (venta online

asistida) en Chile, que permite asesorar a los clientes con un vendedor Sodimac a través de la web, por medio de una videollamada. A esto se sumó ADO (asesoría en decoración online), un nuevo servicio que democratiza el diseño en el hogar con asesoría personalizada por videollamada de decoradores expertos para adecuar las viviendas a la nueva realidad de vida y trabajo.

Permitiendo automatizar tareas de chequeo de stock y precios, así como la correcta ubicación de productos en las góndolas de las tiendas, se siguieron incorporando robots a la operación. Asimismo, se desarrolló un piloto para el uso de tecnología con robots para la recolección de productos y disminuir los tiempos de entrega a los clientes que realizan compras online con retiro en tienda.

Si bien nuestra operación permitió entregar bienes esenciales a la población, tenemos muy claro que nuestro aporte no se circunscribe a mantener el abastecimiento.

Las grandes empresas debemos colaborar y actuar responsablemente en toda la cadena de valor, y nos esforzamos en ese sentido con acciones bien concretas.

Mantuvimos las capacitaciones a los maestros y maestras, ahora en formato digital. En Colombia, se realizó la primera Gran Feria de la Capacitación virtual, y tuvo lugar también en Brasil el primer Encuentro del Profesional de la Construcción, todo lo cual marcó un hito en el acceso a la formación de los especialistas de la construcción. Hubo además una asistencia sorprendente a la Gran Feria de Capacitación Online organizada anualmente en Chile y Perú, la que este año fue 100% digital.

Continuamos en Perú con el programa "Construyendo Juntos Empleabilidad" para dar herramientas a las personas para su inserción laboral. Dimos asesoría y espacio a microemprendedores en Chile para ayudarlos en la crisis, a los que sumamos como proveedores con





el fin de que ampliaran sus clientes y vendieran sus productos en nuestro Marketplace.

En lo social, apoyamos a las comunidades junto a nuestros distintos aliados, aportando con viviendas definitivas y alimentos para familias vulnerables, productos para el abrigo de personas en situación de calle, y equipos, materiales y suministros médicos para centros hospitalarios, entre otras iniciativas.

La formación integral a nuestros trabajadores es fundamental para la empresa y hubo una especial preocupación para no interrumpirla por la emergencia sanitaria, para lo cual se reconvirtieron a versiones e-learning numerosos cursos. En nuestro compromiso por ser una compañía inclusiva, diversa y que no discrimina, Sodimac obtuvo en Perú el primer lugar en los resultados Great Place to Work de Diversidad e Inclusión.

Continuamos promoviendo además relaciones fluidas y transparentes con nuestros trabajadores. Valoramos el aporte de nuestras organizaciones sindicales, en especial su apoyo para enfrentar de forma mancomunada la pandemia, siempre sobre la base del diálogo, colaboración y confianza.

La pandemia no nos hizo olvidar nuestro compromiso por el cuidado del medioambiente y promover una mayor conciencia entre proveedores, clientes, trabajadores y la comunidad en general.

En Brasil, logramos nuevas alianzas para seguir potenciando la disposición de residuos, tales como latas de pintura, lámparas fluorescentes, pilas, baterías y productos electrónicos. En nuestra meta de rebajar las emisiones directas en 30% al 2021 y ser carbono neutral al 2030 en Chile, recibimos por segundo año consecutivo el sello de Excelencia del Programa Huella Chile del Ministerio

de Medio Ambiente, única empresa de retail que lo ha obtenido. Perú mostró también avances muy significativos en su quinta medición de la Huella de Carbono.

Tuvimos que cerrar lamentablemente en Chile nuestra Red Nacional de Puntos Limpios por algunos meses ante la crisis sanitaria, aunque la reabrimos de forma segura para usuarios y operarios. Hoy es la red privada más importante del país con 18 puntos abiertos a la comunidad.

Como todos los años, pero en forma especial en esta ocasión, quiero agradecer a nuestros proveedores por el trabajo conjunto que permitió asegurar bienes esenciales a la población en un 2020 muy desafiante en aprovisionamiento.

Fue un año en el que recibimos diversos premios y reconocimientos en los diferentes países en reputación

corporativa, confianza, experiencia de clientes, innovación, responsabilidad hacia la comunidad y como uno de los mejores lugares para trabajar, entre otros. Todos ellos nos llenan de orgullo, pero también nos desafían a seguir mejorando.

Estamos esperanzados de que en la región y el mundo dejaremos paulatinamente atrás la crisis en 2021. En el período post pandemia, volcaremos todas nuestras capacidades para aportar a la reactivación económica, social y medioambiental en los países en los que estamos presentes. Seguiremos esforzándonos por mejorar y acompañar a los clientes en un mundo en permanente transformación.

Juan Pablo del Río G.
Presidente