

Sodimac
Chile





Sodimac Chile Avances relevantes en un año complejo

Eduardo Mizón, Gerente General Sodimac Chile



“Este 2020 nos desafió a trabajar nuestras metas sobre un escenario incierto y muy cambiante, que nos presentó constantemente altas exigencias para la sostenibilidad de nuestro negocio, como parte de un nuevo ecosistema digital y cultural. Conforme a ello, aceleramos nuestra transformación digital, fortaleciendo los procesos de e-commerce y aceleramos cambios en nuestra distribución logística-comercial, potenciando el desarrollo del negocio con la mejor tecnología junto a un continuo reentrenamiento de los equipos para profundizar la escucha activa a nuestros clientes y transformar el aprendizaje obtenido en una mejor propuesta de valor”.

En 2020, se realizaron una serie de innovaciones y se aceleró el proceso de transformación de la empresa, manteniendo como base los tres pilares corporativos: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad. Se buscó responder a las necesidades de las familias que pasaron mucho más tiempo en sus hogares, así como profesionales y empresas en el marco de la pandemia. Asimismo, se ejecutaron diversos programas de apoyo a la comunidad y se priorizó la seguridad de clientes, trabajadores y proveedores.

Durante 2020, se generaron importantes avances con miras a servir mejor a nuestros clientes. El año fue muy relevante para el desarrollo de la agenda digital y se impulsaron numerosos proyectos e iniciativas, tanto en materia tecnológica y logística, como también comercial.

La pandemia y las restricciones de movimiento en el primer semestre empujaron la venta por internet a niveles sin precedentes. Esto más allá de ser un desafío logístico, planteó también la necesidad de acelerar todos los desarrollos del sitio web, lo cual significó una mejora significativa en la experiencia de compra digital.

En términos comerciales, se avanzó en la estrategia de aumento de surtido a través del Marketplace, sumando más de 500 nuevos sellers y sobre 35 mil nuevos productos.

En 2020 se abrieron tres nuevas tiendas: Sodimac Homecenter Quilín, Sodimac Homecenter Antofagasta La Portada y se habilitó la primera tienda de Sodimac en formato Express en Chile, para atender a los vecinos de Colina mientras se construye una tienda Sodimac Homecenter en esa comuna, la que se espera inaugurar en 2023.

La app Sodimac tuvo avances importantes en el período, agregando servicios que mejoran la experiencia de compra en tiendas y la navegación, lo cual significó que las ventas por la app pasaran a representar un porcentaje importante de las compras online, superando los 2,5 millones de visitas y 600 mil descargas. Un hito relevante fue ser la App gratuita más descargada y valorada en el país durante el Cyber Monday 2020. El foco de la compañía será seguir posicionando la APP en las tiendas como una importante herramienta que potencie el auto servicio y las funcionalidades digitales.

En el año también se relanzó el programa del Círculo de Especialistas Sodimac (CES), con un renovado programa con nuevos niveles: black, oro y plata, para premiar a los socios por su preferencia, otorgando exclusivos beneficios que contribuyeron a profundizar la fidelización de este segmento de clientes. Además, se fortaleció el calendario de actividades, bolsa de trabajo y la Gran Feria de Capacitación que Sodimac organiza todos los años para capacitar a maestros y maestras de la construcción, la cual debido a la pandemia por primera vez se realizó 100% digital.

También se siguió potenciando el modelo de retiro en tienda corporativo con Falabella y Tottus, con 20 tiendas Sodimac ya habilitadas y una planificación para habilitar el resto en 2021. En diciembre se logró implementar el servicio de despacho "Same Day Delivery" para 7 comunas de la Región Metropolitana, con una oferta de despachos para el mismo día de compra de todo el surtido de la tienda incluido el patio Constructor para compras realizadas antes de las 14.00 hrs. Por otra parte, Sodimac se integró

a FAZIL, sumándose al ecosistema del grupo Falabella en materia de última milla. Ya se cuenta con más de 18 mil productos creados en la aplicación con una exigente planificación sistémica y operacional, para poder ganar capilaridad y afinar el modelo durante 2021.

Innovación al servicio del consumidor

Este año 2020 Sodimac continuó liderando la innovación del mejoramiento del hogar, flexibilizando su estrategia de innovación en el contexto de la pandemia con la implementación de servicios tales como las asesorías online, que permitieron apoyar la venta del negocio, pero por sobre todo potenciar la experiencia de compra de los clientes. Es así como se creó VOA (venta online asistida) que permite asesorar a los clientes con un vendedor Sodimac a través de la web, por medio de una videollamada. Además, en conjunto con la startup Lazarillo, se logró llevar esta innovación a personas ciegas o parcialmente ciegas, lo que hizo posible guiar su navegación y experiencia de compra en la web Sodimac. Adicionalmente, VOA permitió incorporar a la fuerza de venta con la modalidad de teletrabajo, logrando así mantenerlos activos y seguros en sus hogares.

Se sumó también ADO (asesoría en decoración online), nuevo servicio que permitió democratizar el diseño en el hogar a través de una asesoría personalizada por videollamada, donde los clientes son asesorados por decoradores expertos con el fin de adecuar sus viviendas a la nueva realidad de vida y trabajo.

La gestión sistemática de innovación en Sodimac tiene la misión de asegurar la vanguardia de la empresa a través del entendimiento profundo de las nuevas necesidades de los clientes y el desarrollo de soluciones tecnológicas que se hagan cargo de ellas.

Nuevas aperturas

En los últimos años el foco del desarrollo de tiendas físicas ha sido elaborar proyectos que entreguen soluciones flexibles y oportunas a los cambios del entorno y a las necesidades de los clientes. En el año se realizaron tres inauguraciones de tiendas en ubicaciones que permitían participar en nuevos mercados, y a su vez, cuatro cierres de tienda en respuesta a eficiencias y nuevas propuestas comerciales. El cumplimiento de estos hitos en las fechas planificadas respondió a un gran esfuerzo de los equipos debido a las dificultades que la pandemia significó para el rubro de la construcción y la sociedad en general.

El 11 de mayo se abrió la nueva tienda Sodimac Homecenter Quilín en la comuna de Peñalolén, con 12.136 m² de área de venta en un Power Center con un supermercado Tottus. Esta tienda cuenta con los estándares comerciales basados en el concepto "Figital" y es la primera tienda en contar con un Jardín PRO que concentra la oferta de insumos, equipamiento y maquinaria para el cliente profesional.

Posteriormente, el 4 de septiembre se hizo entrega de la tienda Constructor de Talcahuano, cierre que permite una

eficiencia en costos y sinergia con otras tiendas del Gran Concepción. Por otra parte, la tienda Homy Kennedy fue entregada al arrendador el 30 de noviembre en el marco del proyecto IKEA en la misma ubicación. En el período también cerraron los locales Homy Plaza Vespucio y Homy Plaza Egaña. La marca Homy seguirá existiendo en distintas líneas de productos que se comercializarán en las tiendas Sodimac Homecenter y online.

El 3 de diciembre abrió la tienda Sodimac Homecenter Antofagasta La Portada, de 13.960 m² ubicada en la zona norte de la ciudad. Esta tercera tienda de la plaza, que también cuenta con la más reciente propuesta de valor comercial, busca captar nuevos clientes producto de la expansión inmobiliaria que existe en el sector.

Una semana después, se inauguró en Chicureo la primera tienda bajo la marca Sodimac Express, local de 810 m² donde la empresa acepta el desafío de adaptarse a un espacio disponible, creando una nueva propuesta que acerca a los vecinos la posibilidad de apreciar físicamente productos y recibir asesoría experta. Lo anterior, combinado con la oferta de internet, permite entregar un completo servicio para cumplir con sus proyectos de hogar mientras se construye una tienda de mayor superficie en la comuna de Colina con los formatos Homecenter y Constructor, que se espera inaugurar en 2023.

Al mismo tiempo, se inició la remodelación de varias tiendas a lo largo del país con el fin de mejorar la experiencia de compra y ampliar las opciones de retiro de compras por internet, con mejoras en los espacios de retiro en tienda y la creación del servicio de retiro al auto.

E-commerce y estrategia de omnicanalidad

2020 fue un año fuertemente marcado a nivel mundial por la pandemia, donde los e-commerce tuvieron un rol aún más protagonista en cuanto al relacionamiento con los clientes y se lograron participaciones históricas en ventas del negocio digital sobre el tradicional, con un aumento de visitas extraordinario.

En Chile, Sodimac.com logró resultados muy relevantes en ventas este año, con un crecimiento anual sobre el 140%. Las visitas totales generadas estuvieron por sobre los 235 millones, con más de 3,3 millones de transacciones.

La empresa fue pionera en habilitar la garantía de precios (uno de los pilares en la estrategia de precios) en Sodimac.



La App Sodimac logró un crecimiento exponencial en ventas, con más de 2,5 millones de visitas y sobre 600.000 descargas. Un hito relevante fue ser la App gratuita más descargada y valorada durante el Cyber Monday 2020.



com, donde cualquier cliente mediante un formulario simple, puede exigir la garantía y un descuento del 10%, ante un producto idéntico que esté con un precio más bajo en la competencia.

En términos de contenido web, se generaron más de 150.000 nuevas fotografías para más de 60.000 productos. Se logró concretar nuevo y mejor contenido emocional, sumar productos sugeridos y también contenido generado por los mismos usuarios, que entrega mayor credibilidad.

La asesoría y venta digital que se genera en las tiendas a través de módulos.com es uno de los pilares fundamentales de la tienda digital. Operar estos Kioscos representó un gran desafío para la estrategia omnicanal, dado el menor tráfico en los locales, el cierre de éstos durante algunos períodos y la reticencia de los clientes a tener contacto físico con estos módulos, lo que generó un decrecimiento de este canal durante este año del orden del 33%. No

obstante, se lograron más de 360 mil transacciones a través de venta digital en las tiendas y se estableció un plan para el 2021 que permitirá mejorar fuertemente la experiencia de pago, sin tener que pasar por caja y utilizar la billetera del grupo FPAY, y así potenciar el pago sin contacto a través de códigos QR.

En términos generales, el ecosistema digital NSR (Non Store Retail), compuesto por las ventas de e-commerce y venta digital en tiendas a través de los Kioscos, representó una participación del 13,7% con respecto al total compañía y un 16% sobre las ventas retail, que representa del orden de 4 a 5 puntos más, para cada caso con respecto al 2019.

Dentro de los principales avances tecnológicos, estuvo la implementación de Catalyst como nueva plataforma de e-commerce, donde las principales mejoras fueron en la navegación por cobertura, un nuevo buscador, en filtros y facetas, rediseño del carro de compras e incorporación

de nuevos medios de pago, entre otras. Por otra parte, se implementó el Cyber Source, una herramienta de clase mundial para evitar los fraudes y mejorar los procesos de pago y validación.

En cuanto a los eventos Cyber de este año, se realizaron dos con ventas récord. El Cyber Day de septiembre representó un crecimiento del 58% con respecto al año pasado y el Cyber Monday de noviembre logró un 10% más con respecto al 2019, a pesar del menor inventario y reducción en el uso de los módulos.com en tiendas por efecto de la pandemia.

Por otro lado, la operación con Linio fue bastante exitosa, superando en más de un 60% el plan establecido. En términos de financiamiento y medios de pago, se logró implementar FPAY como pasarela de pago y como la Billetera del grupo en el check out del sitio.

Comercio y Marketing Responsable

En 2020, Sodimac se enfocó en operar responsablemente, resguardando a trabajadores, clientes y proveedores. Apenas comenzó la crisis de salud, se redujeron los horarios de las tiendas para adecuar los turnos y mantener a los trabajadores de grupos de riesgo cuidándose en sus hogares.

Bajo el concepto Tienda Sana, se transformaron las tiendas físicas para recibir a los clientes con todos los protocolos necesarios para evitar contagios de COVID. Se establecieron una serie de medidas y estrictos protocolos que no solo cumplieron con los requerimientos de la autoridad, sino que contemplaron acciones de resguardo adicionales, y se priorizó el comercio electrónico con un protocolo de entrega sin contacto para los pedidos.

Se congelaron los precios de productos de higiene y aseo para evitar alzas especulativas y se limitaron las unidades por cliente. En materia de derechos del consumidor, se eliminaron los plazos para hacer reclamos y exigir garantías, también se ha compensado a los clientes cuando no se pudo cumplir con la promesa de la compañía.

Sodimac tuvo la capacidad de transformarse para acompañar a sus audiencias y clientes en una etapa de confinamiento donde se requería una asesoría para realizar actividades y mejorar espacios dentro de la casa y en el caso de los especialistas, para su trabajo. Se desarrollaron contenidos especiales de asesoría, a través del canal de YouTube y Lives del Hágalo Usted Mismo.

A través de los videos “Hágalo Usted Mismo” se marcó presencia en los hogares enseñando a reparar, ahorrar

consumos, cuidado del medioambiente y mantener las viviendas con proyectos de todo tipo. En 2020, se estrenaron 98 nuevos videos en el canal de YouTube, que consiguieron más de 90 millones de visualizaciones totales, logrando más de 430 mil suscriptores.

La Gran Feria online fue uno de los hitos de capacitación del año, que convocó a más de 200.000 especialistas del mundo de la construcción, de los cuales 11.902 fueron mujeres. Durante tres días, se impartieron más de 100 cursos online, con sobre 50 stands interactivos de proveedores y se presentaron las últimas novedades en construcción, todo lo cual ya está en la plataforma web. Además, se desarrollaron más de 40 eventos en vivo en formato Lives para entregar capacitación técnica a los maestros. Algunos llegaron a convocar más 4 mil espectadores y fueron reproducidos más de 2 millones de

veces. Solo este año, más de 4 mil maestros y maestras se han capacitado virtualmente en el CES, lo que representa un aumento de casi seis veces en cinco años.

En 2020, Sodimac abrió su marketplace a los microemprendedores para apoyarlos en la crisis provocada por la pandemia. La empresa entregó capacitación y soporte gratuito a quienes se sumaron como nuevos proveedores, sin cobrarles comisión por sus ventas durante tres meses. Esta iniciativa, que fue apoyada por la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech) y Sistema B Chile, es parte de los esfuerzos que Sodimac realiza desde hace años en apoyo de los emprendedores y se enmarca en el respaldo a la iniciativa aPóYaMe que lidera el Ministerio de Economía y la Cámara de Comercio de Santiago para facilitar el acceso de pequeñas y medianas empresas al comercio online. Actualmente, Sodimac ofrece en su sitio aproximadamente 1.800 productos de minipymes y solo durante el 2020 se han vendido más de 30 mil unidades de artículos de microemprendedores.

Sostenibilidad

En el ámbito social, el compromiso de la empresa siempre ha sido con el desarrollo sostenible y el actuar responsable en la sociedad, aportando valor a las comunidades donde opera. En 2020 se apoyaron 18 casos sociales de mejoramiento y habitabilidad a través del programa “Aquí Somos Todos” de Canal 13.

Se trabajó en conjunto con entidades aliadas. En el caso de TECHO, se apoyó la Campaña Chile Comparte Vivienda

realizada junto a Fundación Vivienda, que buscó construir 500 viviendas básicas, y en lo que respecta a Movidos x Chile, se colaboró en su campaña en ayuda a personas y familias en situación de vulnerabilidad. También se apoyó a la Red de Alimentos, junto a otras empresas Falabella, así como la iniciativa de la CPC de entrega de cajas de alimentos, y se distribuyeron materiales y productos al Plan Protege Calle del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, y a los hospitales de Valdivia, La Calera y al Hospital de Emergencia Huechuraba.

Adicionalmente, la alianza entre TECHO-Chile y Sodimac permitió entregar este año tres proyectos habitacionales consistentes en departamentos diseñados y construidos con las mismas familias, lo que benefició a aproximadamente 1.100 personas. Además, se aportó en cada comunidad con materiales para habilitar y mejorar distintos lugares para el encuentro entre los vecinos.

Sodimac también hizo un aporte económico a la Fundación Junto al Barrio, además de la participación en proyectos comunitarios de las comunas de Renca y Valparaíso, enmarcados en el programa Construyendo Sueños de Hogar. En 2020, se realizó la inauguración de la Plaza Blanca Vergara mediante el trabajo colaborativo entre la Junta Vecinal, Fundación Junto al Barrio, Sodimac y la Municipalidad de Renca, donde se pudo concretar el proyecto que brinda un lugar de encuentro y conexión entre la comunidad y el Cerro de Renca.

En el marco de sus esfuerzos contra el cambio climático, Sodimac impulsó distintas iniciativas para contribuir a



la protección del medioambiente y promover una mayor conciencia entre proveedores, clientes, trabajadores y la comunidad en general, sobre la necesidad de cuidar el planeta.

En 2020, Sodimac recibió por segundo año consecutivo el sello de excelencia del programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente, además de los de cuantificación y reducción de gases de efecto invernadero (GEI), lo que es un reconocimiento a las acciones de la empresa para reducir el impacto de sus emisiones. Esta es la distinción más alta de HuellaChile, programa voluntario que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones público y privadas.

Cabe destacar que desde marzo de 2019 todos los despachos de productos a clientes en Chile son carbono neutral. Actualmente, la compañía está avanzando en un plan

progresivo de electromovilidad en su operación, tanto en despachos de productos a domicilios de clientes, como en el funcionamiento de sus centros de distribución y tiendas. La compañía recibió la certificación del programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), la que distingue en el caso de las empresas generadoras de carga a aquellas que movilizan al menos el 50% de ésta en camiones con sello Giro Limpio, es decir, que pertenezcan a firmas transportistas comprometidas con la eficiencia energética y disminución de emisiones. Este es el primer año de certificación de esta iniciativa de la AgenciaSE. Sodimac fue seleccionada por esta entidad para participar en la nueva Aceleradora de Electromovilidad.

Como parte de las medidas para proteger el planeta, la empresa promueve acciones de economía circular para recuperar y reciclar residuos; la reducción del uso del plástico a través del rediseño de envases y embalajes de productos; la venta de productos y servicios eco-sostenibles; avances en el uso de energías limpias con paneles fotovoltaicos en sus instalaciones (en 2020 se instalaron paneles en otras 20 tiendas, totalizando 48); una política de compra de energía que privilegia la oferta renovable no convencional (ERNC), y distintas medidas de ecoeficiencia en la operación.

En 2020, Papa John's y Sodimac anunciaron una alianza que permitirá sumar los primeros espacios para que las personas dejen sus cajas de pizza y estas sean luego compostadas. Esta es una iniciativa inédita en el país para recolectar estas cajas y valorizarlas posteriormente.

Destaca además la iniciativa "Haciendo Eco" con sobre 4.300 productos sustentables disponibles para los clientes, algunos de los cuales se fabrican con material reciclado de los puntos limpios. La empresa, que ingresó en 2019 al Pacto Chileno por los Plásticos de Fundación Chile, en 2020 continuó trabajando en el Summit Circula el Plástico y formando parte de los grupos de trabajo, campañas y acciones para liderar de manera colaborativa el cambio en los modelos de producción y, con ello, sus impactos en el medio ambiente.

Potenciando la tarjeta CMR

Como consecuencia de la pandemia y el menor flujo de clientes en las tiendas físicas en el primer semestre, se comenzó una estrategia de apertura de tarjetas de crédito CMR de manera totalmente online. Con el soporte del banco Falabella, se logró abrir tarjetas CMR digitales en sodimac.com superando las metas propuestas. Adicionalmente, se desarrollaron campañas que aumentaron significativamente los clientes Sodimac inscritos al programa de puntos CMR con todo medio de pago, mejorando así el programa de lealtad.

Desde el segundo trimestre del año, se comenzó a ofrecer productos para canjear con CMR Puntos de manera online, compartiendo la misma plataforma con los otros negocios del holding, con esto se logró incorporar al mundo online la experiencia de canje de puntos CMR.

La alianza entre TECHO-Chile y Sodimac permitió entregar este año tres proyectos habitacionales consistentes en departamentos diseñados y construidos con las mismas familias, lo que benefició a aproximadamente 1.100 personas. Además, se aportó en cada comunidad con materiales para habilitar y mejorar distintos lugares para el encuentro entre los vecinos.

Avances en Gobierno Corporativo y Ética Empresarial

Durante 2020, la consultora BH Compliance certificó nuevamente la implementación de la herramienta de GRC (Gobernabilidad, Riesgo y Cumplimiento) por parte de Sodimac, que cuenta con un modelo de prevención de delitos destinado a prevenir las infracciones señaladas por la Ley 20.393.

También cabe destacar que en el último Reporte de Sostenibilidad de Sodimac –cuya verificación externa fue realizada con EY (Ernst & Young)–, se utilizaron los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), en concordancia con la opción esencial de esta metodología. Bajo estos parámetros, la empresa da cuenta de su gestión económica, social y ambiental. Este trabajo permite seguir avanzando en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), a los que la empresa se ha comprometido, para así gestionar y reducir los impactos negativos del negocio y generar valor para el entorno.

Además, la matriz de Sodimac, Falabella, este año fue la única compañía de retail chilena seleccionada para integrar el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI World), que agrupa a las multinacionales abiertas en bolsa líderes en sostenibilidad, basándose en estándares económicos, sociales y ambientales. Dentro de la categoría minorista, la firma ocupó el quinto lugar a nivel mundial. Asimismo, Falabella fue seleccionada para formar parte

de otros índices a los que fue invitada a participar, siendo la única empresa chilena incluida en cuatro índices: Mundial, Mercados Emergentes, MILA Pacific Alliance y Chile.

Premios y reconocimientos

Durante el año, Sodimac obtuvo el 1° lugar entre los Mejores Lugares Para Trabajar en América Latina 2020, en la categoría Retail Hogar, de acuerdo con el ranking internacional Great Place to Work (GPTW). Asimismo, a nivel local se consolidó como una de las dos marcas en las que más confían los chilenos, ocupando nuevamente el segundo lugar después de Bomberos en el estudio I-CREO. También obtuvo el primer puesto en la categoría Mejoramiento del Hogar en otras dos mediciones relevantes, como son el Ranking de Experiencia de Clientes otorgado por Praxis Xperience Index (PXI) y La Tercera, y el estudio Chile 3D, Marcas y Estilo de Vida, que elabora La Tercera y GFK (Growth for Knowledge).

Otra importante distinción fue la otorgada por el Marketing Hall Of Fame, como la Gran Marca Chilena por su Relevancia en el Extranjero 2020, y también obtuvo el 1° lugar en la Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad 2020, desarrollada por la Fundación Trascender y Critería. Asimismo, el Pacto Global de Naciones Unidas le otorgó el reconocimiento Pacto Global 2020 en la categoría Prosperidad, por el Programa Construyendo Sueños de Hogar. Adicionalmente, el Sence distinguió a Sodimac como la empresa que más trabajadores capacitó en el país.



En materia de innovación, se obtuvo el 1er lugar en el sector de Mejoramiento del Hogar en el Ranking Most Innovative Companies Chile 2020, que es realizado anualmente por el ESE Business School, en alianza con el diario El Mercurio y la consultora MIC Innovation. Todas las empresas participantes son sometidas a una evaluación de sus políticas, procesos y procedimiento de innovación, como de los elementos que crean y conforman la cultura de innovación, así como también en el impacto de la innovación en los resultados.

Sodimac también logró el 3° lugar en el ranking de empresas responsables y con mejor gobierno corporativo, entregado por Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) y El Mercurio, donde además obtuvo el 1° lugar en la categoría Retail Hogar. Asimismo, alcanzó reconocimientos y lugares destacados en diversos rankings nacionales de Reputación Corporativa, Marcas Ciudadanas 2020 y Ranking Merco Talento, en los que obtuvo el 1° lugar retail Mejoramiento del Hogar.

Desafíos futuros

Para el 2021, el gran desafío se concentra en robustecer y potenciar la operación que ya se adaptó y transformó el 2020, sosteniendo la nueva composición del mix de canales. Para ello, se seguirá trabajando sobre la mejora de procesos, incorporando la mejor tecnología y entrenando a los equipos para alcanzar el mayor potencial.

Durante el período se espera sostener el cambio cultural ya alcanzado, buscando capitalizar el aprendizaje que dejó el desarrollo explosivo del E-Commerce en las tiendas y centros de distribución mediante la mejora de las capacidades actuales, con foco en la fidelización del cliente profesional, transformando esta adaptación en nuevas innovaciones que fortalezcan el liderazgo de Sodimac en mejoramiento del hogar.

Comité Ejecutivo Sodimac Chile



Eduardo Mizón Friedemann
Gerente General



Claudia Castro Hruska
Gerente de Personas



Juan Carlos Corvalán Reyes
*Gerente de Asuntos Legales
y Sostenibilidad*



Lucrecia Fittipaldi
*Gerente de Administración,
Control de Gestión y Riesgo*



**Cristián Andrés
Huidobro Alarcón**
Gerente de TI Chile



Mariano Ariel Imberga
Gerente de Operaciones



Ignacio Monteverde
*Gerente Comercial, Marketing
y Venta a Distancia*



**Francisco Javier
Pirozzi Jabat**
*Gerente de Cadena
de Abastecimiento*



Ignacio Román Moreno
*Gerente de Planificación,
Desarrollo y Proyectos*