



**REPORTE
DE SOSTENIBILIDAD**
FALABELLA FINANCIERO

2015







Contenidos

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD • FALABELLA FINANCIERO 2015

02/ CARTA DEL GERENTE GENERAL

04/ SOBRE NOSOTROS

- 06 • ¿Quiénes Somos?
- 07 • Presencia Regional
- 08 • 35 Años de Historia
- 10 • Valores, Misión y Visión
- 12 • Gobierno Corporativo
- 14 • Unidades de Negocio
- 16 • Indicadores

18/ EXPERIENCIA DE CLIENTE

- 20 • Omnicanalidad
- 22 • Satisfacción y Lealtad
- 24 • Reconocimientos
- 26 • Gestión Eficaz de Reclamos

28/ COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

- 30 • Educación Financiera
- 32 • Seguridad Vial
- 33 • Voluntariado Corporativo
- 36 • Captación de Socios para Fundaciones
- 37 • Medio Ambiente

38/ COLABORADORES COMPROMETIDOS

- 40 • Nuestra Cultura
- 41 • Compromiso
- 42 • Desarrollo de Talentos



Gaston Bottazzini
Gerente General
Falabella Financiero

Carta del Gerente General

Estimados lectores,

Con satisfacción me dirijo a ustedes para presentarles el Reporte de Sostenibilidad 2015 de Falabella Financiero, año en el que cada una de nuestras acciones tuvo como objetivo hacer posibles las aspiraciones de nuestros clientes y mejorar nuestra propuesta de valor en el largo plazo.

La **conveniencia, simplicidad y transparencia** son los valores que rigen nuestras decisiones y son el sello que marcan de forma transversal la labor de cada una de nuestras unidades de negocio en todos los países donde operamos. Son, además, los valores que guían la relación diaria con nuestros clientes, la comunidad y colaboradores.

En Falabella Financiero los **clientes** son el centro y el foco de todas nuestras decisiones. Por eso, en 2015 impulsamos diversas iniciativas orientadas a mejorar su experiencia.

Así, por ejemplo, hemos trabajado fuertemente en el desarrollo de un innovador proyecto

de omnicanalidad, pionero en América Latina, que nos permitirá avanzar hacia un modelo de atención único y regional, que integrará en forma coordinada, ágil y segura todos los canales de atención y venta.

Escuchar a los clientes también ha sido clave, pues nos ha permitido potenciar nuestras fortalezas y adoptar planes de mejora de servicio. Por eso, en 2015 implementamos un software que nos permitió optimizar la gestión de los resultados de la metodología NPS (Net Promoter Score), que mide su percepción y niveles de satisfacción.

Además, continuamos mejorando los beneficios que entregamos a nuestros clientes. Así, por ejemplo, potenciamos el programa CMR Puntos, ampliando la gama de opciones de canje en las distintas empresas del Grupo Falabella y otros comercios asociados, poniendo foco especial en la experiencia de canje en Viajes Falabella.

Con orgullo y satisfacción vemos que nuestros clientes valoran nuestra propuesta y nos premian con su preferencia, lo que nos ha llevado a experimentar un **crecimiento sostenido** en todas nuestras unidades de negocio. En conjunto, a diciembre de 2015, Banco Falabella y CMR Falabella administraban una cartera de colocaciones de USD 5.876 millones; más de 7,3 millones de tarjetas de crédito vigentes, más de 1,6 millones de cuentas pasivas, una red de 621 puntos de atención y 582 cajeros automáticos. Por su parte, Seguros Falabella, Viajes Falabella y Móvil Falabella continuaron evidenciando un positivo desempeño, con más de 465 mil pasajeros transportados por todo el mundo y 67.560 clientes de telefonía móvil de Recarga Controlada, respectivamente.

Este crecimiento ha ido de la mano con nuestro **compromiso con el desarrollo de las comunidades** en que nos desenvolvemos. Por ello hemos apostado por impulsar iniciativas que agreguen valor a largo plazo, enfocándonos en tres grandes ejes: educación financiera, educación vial y voluntariado corporativo.

En educación financiera, realizamos por tercer año consecutivo el torneo interescolar “Juntos Juguemos”. En 2015 la iniciativa se implementó en Chile, Perú, Colombia y Argentina, llegando a un total de 4.200 alumnos pertenecientes a la red de colegios del programa “Haciendo Escuela”, del Grupo Falabella. En Chile, la tercera versión del torneo marcó un importante hito, pues por primera vez se le dio carácter nacional, abarcando 14 ciudades del país. En total, en sus tres años, el torneo ha alcanzado a más de 6 mil alumnos a nivel regional.

En materia de seguridad vial, Seguros Falabella asumió el desafío de generar conciencia sobre la importancia de la conducción responsable. Para ello, nos asociamos con Carabineros de Chile y con Touring y Automóvil Club del Perú para el desarrollo de diversas actividades informativas. En Chile, por ejemplo, impulsamos una campaña orientada a sensibilizar a los automovilistas a conducir en forma responsable durante la celebración de las Fiestas Patrias. La iniciativa se difundió en redes sociales y medios masivos, logrando altos niveles de visibilidad.

En materia de voluntariado corporativo, continuamos fortaleciendo nuestra alianza con América Solidaria, ONG que busca promover iniciativas sociales orientadas a superar la pobreza en nuestro continente. Fruto de este acuerdo, colaboradores de todas nuestras empresas participaron en distintos proyectos de desarrollo local. Asimismo, voluntarios de las unidades de negocio apoyaron a colegios del programa “Haciendo Escuela”, participando en diversas actividades como apoyo escolar en matemática y talleres de inglés. En total, en 2015 se realizaron 27.162 horas de voluntariado corporativo a nivel regional, triplicando lo realizado el 2014.

Todo lo anterior ha sido posible gracias al compromiso y motivación con la que cada uno de nuestros **colaboradores** realiza diariamente su labor. Por ello, durante 2015 lanzamos a nivel regional un plan de cultura de servicio que, a través de cinco principios, busca fomentar valores que están en el ADN de nuestra organización: pasión por el cliente, compromiso con nuestro

trabajo, proactividad para lograr lo que nos proponemos, desarrollo de las personas y trabajo en equipo.

El compromiso de nuestros trabajadores ha sido otro aspecto clave en materia de recursos humanos. Por ello, en 2015 aplicamos la encuesta Engagement a nivel regional, alcanzando un puntaje de 75%, cifra que representa un aumento de dos puntos respecto de la medición anterior y que está seis puntos por sobre la norma de América Latina. Además, continuamos desarrollando programas de capacitación e iniciativas que fomenten el desarrollo profesional y la movilidad interna, pues nos interesa que nuestros trabajadores con potencial y talento puedan crecer laboralmente, afrontando nuevos desafíos dentro de Falabella.

Para terminar, quiero expresar mi agradecimiento a cada uno de los 11.952 colaboradores que conforman las distintas unidades de negocio de Falabella Financiero. Su compromiso, dedicación y pasión por el cliente nos permitirán seguir consolidando nuestro liderazgo.

Afectuosamente,
Gaston Bottazzini
Gerente General
Falabella Financiero





Sobre Nosotros

- ¿Quiénes Somos?
- 35 Años de Historia
- Valores, Misión y Visión
- Gobierno Corporativo
- Unidades de Negocio
- Presencia Regional
- Indicadores



¿Quiénes Somos?

Falabella Financiero es la filial de S.A.C.I. Falabella que a través de sus cinco unidades de negocio, busca facilitar la vida de sus clientes, poniendo a su disposición una oferta integral de productos y servicios, cubriendo así una amplia variedad de necesidades y extendiendo el servicio transaccional que se entrega en nuestras tiendas.

La compañía opera en cuatro países: Chile, Perú, Colombia y Argentina, apostando por el desarrollo regional y la oferta de productos y servicios que contribuyan a generar una relación continua y de largo plazo con sus clientes.





Presencia Regional

• **621** PUNTOS DE ATENCIÓN



Colombia
135



Perú
156



Chile
291



Argentina
39

35 Años de Historia

• Para responder a las necesidades crediticias de sus clientes, Falabella lanza CMR, su propia tarjeta de crédito y la primera de su tipo en Chile.

▶ 1980

• CMR Falabella llega a Argentina.



▶ 1992

• Con el fin de ampliar la oferta de servicios, la empresa crea Seguros Falabella y Viajes Falabella.



▶ 1997

• Viajes Falabella llega a Perú.

▶ 2000

▶ 1981

• Se constituye Promotora CMR S.A, para administrar la tarjeta.



▶ 1995

• CMR Falabella ingresa al mercado de Perú como emisor de tarjeta no bancaria.

▶ 1998

• Nace Banco Falabella Chile, a través de la compra de la licencia del ING Bank Chile.





- Viajes Falabella y CMR Falabella comienzan a operar en Colombia.

2006

- CMR Falabella lanza su tarjeta abierta asociándose con Visa y Mastercard en Chile y Perú.



2010

- Lanzamiento Móvil Falabella en Chile.
- Falabella Financiero firma un acuerdo con América Solidaria en Chile, Perú, Colombia y Argentina, para respaldar proyectos educativos y vinculados a la inclusión.
- Nace el torneo de educación financiera "Juntos Juguem" en Chile.

2013

- Se realiza la primera campaña regional de captación de socios con América Solidaria.
- Se implementa el torneo de Educación Financiera "Juntos Juguem" a nivel regional.
- Implementación de la metodología de medición NPS (Net Promoter Score).



2015

2007

- Lanzamiento de Banco Falabella en Perú.



2011

- Conformación del Corporativo Falabella Financiero, que agrupa a Banco Falabella, CMR Falabella, Seguros Falabella y Viajes Falabella.
- Banco Falabella inicia operaciones en Colombia.
- Se lanza en Argentina la CMR Mastercard, convirtiéndose en el primer emisor no bancario del país.

2014



- Seguros Falabella se asocia con BNP Paribas Cardif para crear CF Seguros de Vida.



Valores

Basamos nuestro quehacer y la relación diaria con nuestros clientes en tres valores:

- **TRANSPARENCIA**

Para generar relaciones de confianza a largo plazo, sobre la base de la honestidad, el diálogo y el compromiso.

- **SIMPLICIDAD**

En la aproximación y promesas hacia nuestros clientes internos y externos, haciendo eficientes y ágiles nuestros procesos, con miras a la competitividad y, por lo tanto, la sostenibilidad de nuestras actividades.

- **CONVENIENCIA**

Ofrecemos productos y servicios pensados en el cliente, que se ajusten a sus necesidades y sus etapas de la vida.

Misión

Hacer posibles las aspiraciones de los clientes, mejorar su calidad de vida y superar sus expectativas a través de una oferta integrada de servicios, potenciada por los beneficios de nuestras tiendas.

Visión

Ser la empresa de servicios preferida por las personas, generando relaciones sostenibles a partir de:

- Diferenciamos por nuestra **conveniencia, transparencia y simplicidad**.
- Atraer, desarrollar y motivar un equipo de excelencia, **comprometido, colaborativo** y apasionado por los clientes.
- Ser valorados por nuestro **aporte a las comunidades** en que trabajamos.



Gobierno Corporativo



Gonzalo Rojas
Vildósola

Juan Fernández
Fernández

Julio Fernández
Taladriz

Sergio Cardone
Solari

Carlo Solari
Donaggio

Ignacio Swett
Errázuriz

Alex Harasic
Durán

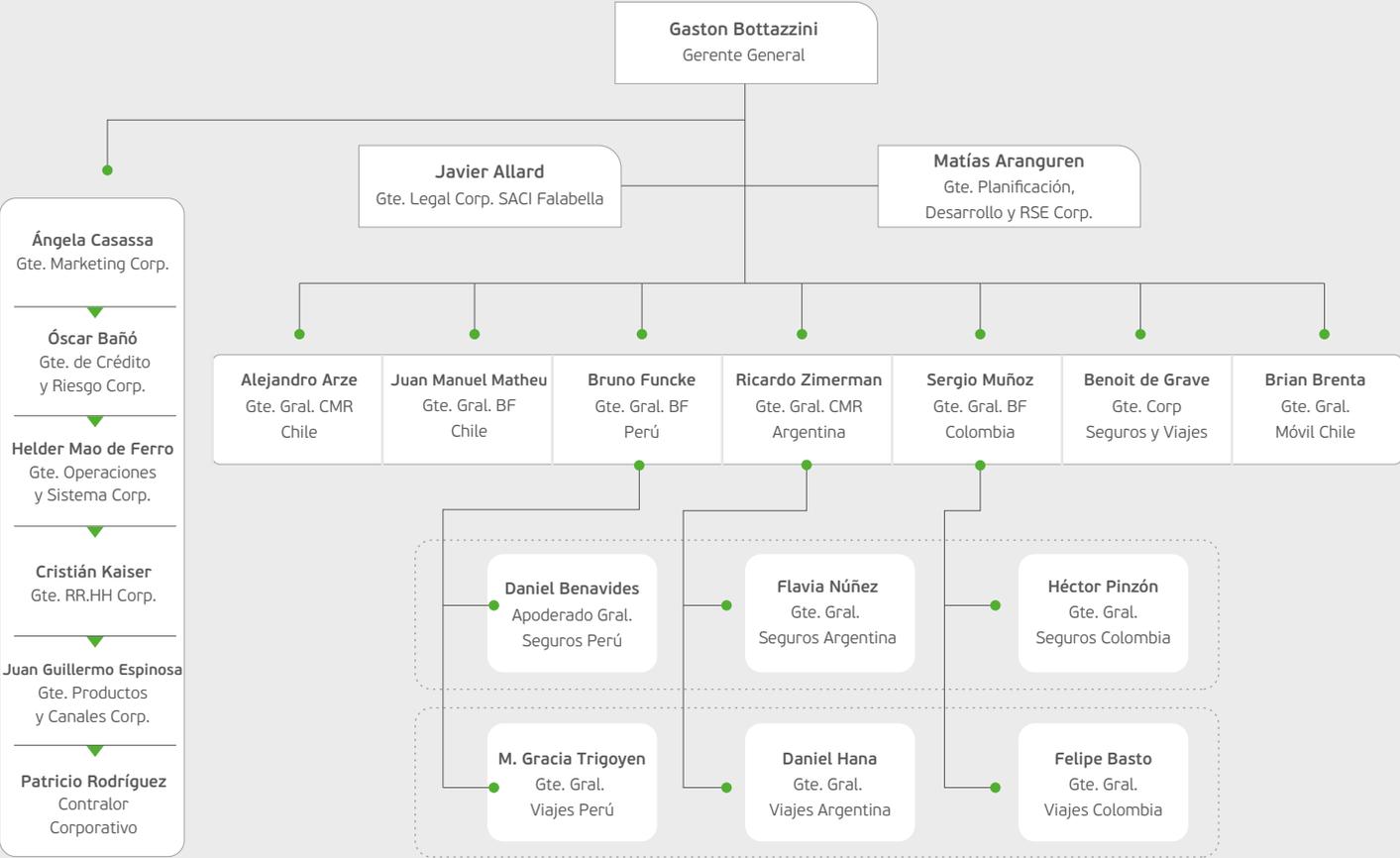
José Luis del Río
Goudie

Felipe del Río
Goudie

El directorio es nuestro máximo órgano de gobierno corporativo. Está compuesto por nueve integrantes, quienes se reúnen mensualmente para analizar la evolución del negocio y el desempeño de la compañía, así como establecer los focos estratégicos y lineamientos generales de actuación. Sus integrantes tienen un mandato renovable de tres años y son designados por la Junta de Accionistas.

Banco Falabella Chile, Perú y Colombia, junto a CMR Falabella Chile, CF Seguros de Vida S.A., Falabella Móvil SpA y Promotora Inversiones S.A., cuentan con directorio propio.

• ORGANIGRAMA



Unidades de Negocio



7,3 millones

de tarjetas de crédito vigentes

CMR Falabella es la mayor operadora de tarjetas del retail y una de las principales administradoras de plásticos de la región. A través de sus productos busca contribuir a hacer realidad los sueños de sus clientes, mediante la entrega de servicios **transparentes, simples y convenientes**.

Ello lo hace también a través de los beneficios que entrega por medio de su programa de

fidelización, CMR Puntos, el cual permite acumular puntos por compras realizadas con la tarjeta dentro y fuera del Grupo Falabella. Su conveniencia y flexibilidad lo han convertido en uno de los programas favoritos de los clientes.

Opera en Chile y Argentina, y está presente en Perú y Colombia a través del Banco Falabella.



más de
1,6 millones
de cuentas

Nació en 1998 como una entidad orientada a entregar créditos de consumo. Con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes, hace cinco años dio un giro y amplió su oferta de productos y servicios para convertirse en un banco integral de personas, que compite con los bancos tradicionales pero que tiene una cercanía especial con el cliente, gracias a su sinergia con el retail.

Banco Falabella Chile fue líder en materia de rentabilidad. Asimismo, siguió consolidando su posición en banca personas, logrando más de **270.000** cuentas corrientes, que lo ubican en el quinto lugar del mercado.

Banco Falabella opera en Chile, Perú y Colombia.



40%

de crecimiento de la venta SOAP
Online en Chile

Nació en 1997 como negocio complementario al de CMR Falabella. Mediante la entrega de un servicio personalizado, en sus **18** años de vida se ha dedicado a proteger a sus clientes a través de una asesoría integral de seguros, **apoyándolos en todo el proceso** de selección del producto que mejor se ajusta a sus necesidades, a un precio conveniente.

Para ello, pone a disposición de sus clientes la mejor oferta y la más amplia gama de compañías aseguradoras, entregando los **mejores opciones** del mercado en un sólo lugar, en forma fácil y segura.

Seguros Falabella opera en Chile, Perú, Colombia y Argentina.



465.132

pasajeros transportados

Al igual que Seguros Falabella, comenzó en 1997 como negocio complementario de CMR Falabella. Se ha destacado por su perfil innovador y preocupación constante por entregar un servicio de excelencia, que logra equilibrar calidad, precio y forma de pago. Por esta razón, es una de las agencias de viajes **con mayor crecimiento** de los últimos años.

Cuenta con un equipo de ventas especializado en viajes de placer, y un departamento de atención a empresas para viajes de negocios.

Opera en Chile, Perú, Colombia y Argentina.



67.560

clientes de Recarga Controlada

Móvil Falabella nació en Chile en noviembre de 2013 como un operador móvil virtual (OMV), con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y complementar la oferta de servicios del Grupo Falabella.

Su propuesta de valor está en la **simpleza, conveniencia y flexibilidad** de su oferta, siendo

la recarga controlada el producto diferenciador que ha concitado mayor interés de los clientes, pues entrega la libertad del prepago con las tarifas convenientes de un plan de post pago, mezclando en uno solo lo mejor de ambos mundos.

Indicadores



11.952
colaboradores en la región



40
horas de capacitación por colaborador

61% de mujeres



más de
213 mil
cuentas con ABR
(Abono de Remuneraciones)



más de
1,6 millones
de cuentas en Banco Falabella



más de
7,3 millones
de tarjetas CMR vigentes



621
Puntos de Atención



582
Cajeros automáticos

más de
1,2 millones
de clientes canjearon
CMR Puntos



más de **465 mil**
pasajeros transportados por Viajes Falabella



86%
de atenciones por canales
de autoatención



4.200 escolares
capacitados en educación financiera

USD **5.876 millones** de colocaciones

más de
USD **1,4 millones** recaudados para fundaciones

35.754
nuevos socios captados para
América Solidaria

USD **1,6 millones**
de aporte a la comunidad



más de
27.000
horas de voluntariado corporativo





Experiencia de Cliente

- Omnicanalidad
- Satisfacción y Lealtad
- Reconocimientos
- Gestión Eficaz de Reclamos



Omnicanalidad

Con el fin de brindar una mejor experiencia de atención a nuestros clientes, estamos desarrollando la omnicanalidad bancaria, que busca unificar, homologar y enriquecer la experiencia de nuestros clientes en su interacción con los distintos canales. Ello nos permitirá avanzar hacia un modelo de atención único, que integra en forma coordinada todos los canales de atención y venta en Chile, Perú, Colombia y Argentina.





MODELO DE ATENCIÓN INTEGRADO:

Todas las transacciones financieras e interacciones del cliente se verán reflejados en forma inmediata en todos los canales.



ALTOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD:

Incorporación de las mejores prácticas de la industria respecto a la validación de identidad, aprobación de transacciones y seguridad informática.



PLATAFORMAS DE FÁCIL INTERACCIÓN CON EL USUARIO:

Diseño simple, amigable e intuitivo, coherente con nuestros valores de conveniencia, transparencia y simplicidad.



MISMO ESTÁNDAR DE LOS CANALES EN TODA LA REGIÓN:

Todos los clientes de la región podrán acceder a la mejor calidad de servicio y atención.

• PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

Para implementar esta transformación tecnológica, hemos estudiado modelos de Estados Unidos, Australia y Europa, y muy especialmente, de Polonia y Turquía, países con altos niveles de avance en banca digital. Actualmente se está desarrollando la implementación por fases, agregando progresivamente nuevos canales.

“...en Falabella Financiero estamos permanentemente preocupados de alcanzar los más altos niveles de satisfacción en todos nuestros productos y servicios.”

Satisfacción y Lealtad

Nuestro principal objetivo es mejorar la experiencia de nuestros clientes. Por eso en Falabella Financiero estamos permanentemente preocupados de alcanzar los más altos niveles de satisfacción en todos nuestros productos y servicios.

Creemos que escuchar a nuestros clientes a través de estudios cualitativos y cuantitativos es clave, ya que nos permite medir los niveles de satisfacción y detectar las oportunidades de mejora. En 2015, implementamos diversas iniciativas:

- **METODOLOGÍA NPS**

En 2015 continuamos avanzando en la implementación de la metodología de medición NPS (Net Promoter Score). Se trata de un indicador que mide en forma estadística la percepción de los clientes, información que nos permite potenciar nuestras fortalezas y

adoptar planes de acción adecuados de cara a entregar el mejor servicio.

Además, este año dimos un importante paso con la implementación de un software corporativo que facilita la gestión y análisis de esos resultados.

- **ESCUCHANDO A NUESTROS CLIENTES**

Realizamos distintas iniciativas orientadas a conocer, de primera fuente, lo que los clientes perciben de nosotros y nuestra marca:

- ▶ **DESAYUNOS CON GRUPOS DE CLIENTES:**

En 2015 llegamos a través de esta iniciativa a clientes de CMR Falabella en Chile y Argentina, Banco Falabella Chile y en Seguros Falabella. Estos encuentros nos permitieron conocer su

opinión sobre nuestros productos y servicios, y cuáles son sus principales inquietudes.

- ▶ **VISITAS A HOGARES DE CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES:**

Esta iniciativa permitió que ejecutivos de CMR Falabella y Banco Falabella en Chile pudieran conversar con los clientes y conocer la realidad de sus familias.





• INDICADOR NPS VENTA PRESENCIAL 2015



Chile



Perú



Colombia



Chile



Argentina



Chile



Perú



Colombia



Argentina



Chile



Argentina

Reconocimientos



★ GLOBAL BANKING & FINANCE REVIEW

La prestigiosa revista británica Global Banking & Finance Review reconoció a Banco Falabella como el banco de personas más innovador del país. Creados en 2011, a través de estos premios, la publicación busca destacar los logros e innovaciones de los principales actores de la comunidad financiera mundial.

★ ESTUDIO SERVITEST 2015

2º lugar en estudio Servitest 2015, realizado por Ipsos, que mide la satisfacción de clientes con cuentas corrientes.

★ CAPITAL Y SANTANDER GBM

Revista Capital y Santander GBM distinguieron a Banco Falabella en la XII versión del ranking Top 100 de las compañías con mayor creación de valor.



★ PROCALIDAD

1er lugar en satisfacción de cliente en categoría de tarjetas comerciales, Premio Nacional de Satisfacción de clientes otorgado por ProCalidad.



★ PORTAFOLIOS 2015

Finalista Premios Portafolios 2015, en la categoría Servicio al Cliente.



★ ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE MUJERES EN NEGOCIOS DEL PERÚ (OWIT) Y CONSULTORA AEQUALES

Reconocimiento a "Mejores prácticas en Equidad de Género 2015"

★ ABE (Asociación de Buenos Empleadores)

Reconocido como Socio Emprendedor.

★ LABORUM

5° puesto en premio "Donde Quiero Trabajar", otorgado por Laborum.

★ PREMIOS EFFIE

Effie Plata por campaña "Todos los días descuentos y beneficios" del producto de Cuenta Sueldo. Premios Effie Perú 2015, premia las campañas más efectivas.





Gestión Eficaz de Reclamos

Para todas nuestras unidades de negocio la atención y gestión de reclamos de clientes es clave, por eso nos preocupamos de atenderlos

de la forma más expedita posible. Para ello, disponemos de distintos canales de comunicación para facilitar el contacto con el cliente:

• CANALES DE COMUNICACIÓN



Sucursales

Correo
Electrónico

Redes
Sociales

Call
Center

Página Web

Organismos
de defensa al
consumidor



• INDICADORES

Las tasas de reclamo y sus tiempos de resolución, son indicadores esenciales para mejorar la calidad de nuestro servicio. Es por eso que semanalmente en cada unidad de negocio y también a nivel corporativo, se mide, analiza y hace seguimiento a los reclamos y sus distintos indicadores. Asimismo, instauramos una metodología para homologar los reclamos, de modo de hacer un análisis regional más detallado.

En base a esos resultados, se detectan oportunidades de mejora, y se diseñan planes de acción para ir mejorando en forma continua la calidad de nuestros procesos, productos y servicios.

TASA DE RECLAMOS: N° DE RECLAMOS/10.000 CLIENTES

		2014	2015
• CMR	• Chile	14,3	12,0
	• Argentina	28,9	23,1
• Banco Falabella	• Chile	35,8	25,6
	• Perú	37,8	35,1
	• Colombia	18,5	20,9
• Seguros Falabella	• Chile	15,3	13,1
	• Perú	26,5	18,1
	• Colombia	80,8	49,1
	• Argentina	19,7	19,2
• Viajes Falabella	• Chile	6,0	5,2
	• Perú	0,8	1,4
	• Colombia	0,5	1,5
	• Argentina	7,9	7,4

* En el caso de Seguros Falabella corresponde al N° de reclamos cada 10.000 pólizas y en el caso de Viajes Falabella cada 10.000 pasajeros.





Compromiso con la Comunidad

- Educación Financiera
- Seguridad Vial
- Voluntariado Corporativo
- Captación de Socios para Fundaciones
- Medio Ambiente



■ Educación Financiera

Tenemos la convicción de que la educación financiera es clave para contribuir a una sociedad más responsable y empoderada en la gestión de sus finanzas personales y en el uso de productos financieros. Por eso, hemos asumido un importante compromiso en esta materia, enfocando nuestra estrategia de RSE en implementar iniciativas que contribuyan con ese propósito.

- **TORNEO
"JUNTOS JUGUEMOS"**

En 2015, y por tercer año consecutivo, desarrollamos el torneo interescolar de educación financiera "Juntos Juguemos", iniciativa que cuenta con el respaldo de la

Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras en Chile y el Ministerio de Educación en Colombia.

A través de un juego de tablero, alumnos de séptimo y octavo básico de colegios pertenecientes a la red "Haciendo Escuela", proyecto emblemático del Grupo Falabella que tiene como objetivo apoyar un colegio en cada uno de los lugares donde se inaugura una tienda, aprendieron en forma lúdica conceptos financieros básicos, además de organizar los recursos, invertir, planificar, ahorrar y mantener un endeudamiento responsable.

Este año la iniciativa se desarrolló en Chile, Colombia, Perú y Argentina, llegando a casi **4.200 jóvenes a nivel regional.**

En Chile se llegó a más de

1.600

Alumnos, abarcando 14 ciudades del país y 27 colegios



“...hemos asumido un importante compromiso en esta materia, enfocando nuestra estrategia de RSE en implementar iniciativas que contribuyan con ese propósito”

“JUNTOS JUGUEMOS” 2015



JUNTOS

Realizado en Chile, Colombia,
Perú y Argentina.

4.200

participantes a nivel regional.



47

colegios participantes.

2.592

horas de voluntariado.



“Con el fin de generar conciencia a la comunidad sobre la importancia de una conducción responsable, Seguros Falabella desarrolló en 2015 diversas iniciativas orientadas a educar a la comunidad en seguridad vial”.

Seguridad Vial

Con el objetivo de apoyar la función de Carabineros de Chile en materia de seguridad vial, Seguros Falabella trabajó en conjunto campañas informativas y de educación en la materia.

Así, en septiembre realizó la campaña “Manejar sin alcohol es tu mejor decisión”, orientada a sensibilizar a los automovilistas a conducir en forma responsable durante la celebración de las Fiestas Patrias. La iniciativa se difundió en redes sociales, medios digitales, prensa escrita, radio, televisión y vía pública, logrando altos niveles de visibilidad.



Por otro lado, con el fin de informar y preparar a todos los conductores del país sobre la nueva normativa en Chile que establece como obligatorio tener un chaleco reflectante en todo vehículo motorizado, en diciembre se lanzó la campaña #Quiero que me vean.



- **SEGUROS FALABELLA PERÚ EDUCA A NIÑOS EN SEGURIDAD VIAL**

En Perú, Seguros Falabella en conjunto con Touring y Automóvil Club del Perú, desarrollaron un proyecto de educación vial itinerante. A través de un “bus aula” impartieron cursos teóricos y prácticos a 596 alumnos de 7 a 12 años de la red de colegios “Haciendo Escuela”.





Voluntariado Corporativo

• ALIANZA CON AMÉRICA SOLIDARIA



En cada país en que estamos presentes, trabajamos con la ONG América Solidaria para contribuir al desarrollo local, mediante el apoyo y patrocinio de distintas iniciativas.

TALLERES DE MICROEMPREDIMIENTO:

Con el fin de potenciar el emprendimiento en sectores vulnerables, Banco Falabella Chile realizó tres talleres en las comunas de Puente Alto, Renca y Maipú, en los que funcionarios de

las sucursales entregaron a los participantes las herramientas y conocimientos básicos para el desarrollo de sus negocios.

SALIDAS RECREATIVAS:

Con el fin de potenciar el desarrollo de aquellos jóvenes con alto potencial de desarrollo que viven en contextos de vulnerabilidad social, voluntarios de CMR Falabella Chile organizaron y participaron a lo largo del año en una serie de actividades extra programáticas que fomentan el esparcimiento y vida sana. En 2015, las salidas se realizaron mensualmente, donde participaron **275** estudiantes y **300** voluntarios.

CELEBRACIÓN DE LAS FIESTAS PATRIAS:

Con juegos típicos chilenos, voluntarios de Seguros Falabella Chile celebraron las fiestas

patrias con niños y jóvenes en situación de discapacidad. El conjunto folclórico de la empresa animó la jornada, en la que participaron **40** voluntarios.

27.162

horas de voluntariado
corporativo



FOMENTANDO LA LECTURA:

En el marco de la campaña **“Dona un Libro”**, y gracias al esfuerzo, trabajo en equipo y solidaridad de los funcionarios de Banco Falabella Colombia, la empresa entregó **803** libros a la fundación BiblioSEO, la cual a través de la lectura busca empoderar a niños y jóvenes como emprendedores y líderes sociales.



TALLERES DE EMPRENDIMIENTO A NIÑAS EN CONDICIÓN DE CALLE:

Gerentes y directores de Seguros Falabella Colombia participaron de una feria de emprendimiento, en la que junto con confeccionar bolsos y aros, entre otras cosas, enseñaron a las participantes tips para vender esos productos.



RETORNANDO A LAS CARTAS:

Con el fin de generar una relación de largo plazo con los jóvenes del colegio que apadrina, 200 colaboradores de Banco Falabella Perú realizaron el programa **“Escríbeme una Carta”**, con el cual se buscó abrir un espacio de encuentro entre los colaboradores del Banco y los niños y niñas participantes. En total, se intercambiaron **485** cartas.



Más de
USD 1,6
 millones de aporte
 a la comunidad



• **NUESTRA GENTE EN EL PROGRAMA HACIENDO ESCUELA**



Durante todo el año colaboradores de nuestras unidades de negocio apoyan las campañas realizadas en el marco de este emblemático programa del Grupo Falabella. Nos focalizamos en tres ámbitos de acción: **difundir conocimientos, acercar las tecnologías y ofrecer apoyo integral a los estudiantes.**

 **TALLERES DE INGLÉS Y EXCEL:**

Voluntarios de Banco Falabella Perú realizaron diversos talleres orientados a reforzar conocimientos para un mejor cierre

del año escolar. Así, cerca de **120** niños recibieron clases de inglés y más de **200** alumnos realizaron cursos de Excel.

 **REFORZAMIENTO DE MATEMÁTICAS:**

Para fortalecer los conocimientos de los alumnos en esta asignatura de forma diferente y didáctica, **33** voluntarios de Banco Falabella Chile realizaron talleres a alumnos de tercero básico.

 **ACERCANDO LA TECNOLOGÍA A LOS JÓVENES:**

Con ese objetivo es que Argentina realizó una importante donación de notebooks a nueve colegios de la red. Asimismo, realizó capacitaciones a los docentes y alumnos para sacar el máximo partido a estos dispositivos.

 **APOYO AL INTERCAMBIO:**

Con el fin de entregar a los alumnos una experiencia académica inolvidable, Viajes

Falabella Chile entregó condiciones especiales para los pasajes de alumnos, profesores y apoderados del colegio José Toribio Medina que participaron de una pasantía en Chicago, Estados Unidos.



“A través de una serie de iniciativas, hemos continuado con la tarea de apoyar la captación de socios para las diversas fundaciones, siendo éste otro de nuestros ejes de trabajo en materia de desarrollo comunitario”.

Captación de Socios para Fundaciones

- CAMPAÑA REGIONAL CON AMÉRICA SOLIDARIA

Falabella Financiero y la ONG América Solidaria lanzaron en 2015 la primera campaña de captación de socios a nivel regional.

Con esta iniciativa, a la que se le dio el vamos simultáneamente en Chile, Perú y Colombia, se captaron **35.754 nuevos socios**. Se recaudaron **485** miles de dólares, fondos que se destinarán a impulsar proyectos sociales en educación, salud y desarrollo económico familiar en las comunidades más vulnerables y excluidas de Latinoamérica.

- NUEVOS SOCIOS Y RECAUDACIÓN:

	NUEVOS SOCIOS CAPTADOS	RECAUDACIÓN (USD)
• FUNDACIÓN MATER	9.371	\$472.217
• FUNDACIÓN NUESTROS HIJOS	10.637	\$535.045
• AMÉRICA SOLIDARIA	35.754	\$485.000
TOTAL	55.762	\$1.492.262

Medio Ambiente

En 2015, nos enfocamos la promoción del reciclaje y la reducción de consumo de **papel y cartón**.

• RECICLANDO CON CMR PUNTOS

Con el fin de fomentar el reciclaje CMR Falabella implementó el programa "Reciclemos con CMR Puntos", que permite acumular puntos a aquellos clientes que acuden a alguno de los Puntos Limpios de Sodimac y depositen correctamente los artículos para reciclaje en los contenedores que corresponda. Existen **15 puntos limpios** a lo largo de Chile habilitados para este fin.

• AHORRO DE PAPEL

► COMUNICACIÓN A CLIENTES:

En todas las unidades de negocio de Falabella Financiero seguimos potenciando la comunicación online con el cliente, evitando el uso del papel. En particular, en CMR Falabella y Banco Falabella, y producto de campañas diseñadas con ese fin, aumentó la proporción de clientes que recibe su estado de cuenta por medio del correo electrónico.

ESTADO DE CUENTA DIGITAL

PAÍS		2014	2015
• CHILE	• CMR Falabella	47%	50%
	• Banco Falabella	64%	65%
• PERÚ	• Banco Falabella	47%	60%
• COLOMBIA	• Banco Falabella	42%	49%
• ARGENTINA	• CMR Falabella	50%	64%

En 2016 comenzará a implementarse el proyecto Paperless, el cual busca desmaterializar la apertura de productos a través de la emisión y firma digital de documentos. El proyecto involucra productos de consumo, cuenta corriente, cuenta vista, tarjeta de crédito y seguros. En su primera fase la modalidad aplicará a las cuentas vistas captadas a través de convenios con empresas y posteriormente a la venta de productos a través de la plataforma comercial.

► AL INTERIOR DE LA ORGANIZACIÓN

Considerando que nuestro principal insumo y residuo es el papel, enfocamos nuestros esfuerzos en reducir su uso a nivel corporativo, a través de medidas como la comunicación digital para las sesiones del Directorio y la digitalización de las operaciones.

Asimismo, continuamos avanzando en la instauración de una cultura de reciclaje de papel y cartón entre nuestros colaboradores. Para ello hemos generado alianzas con distintas organizaciones e implementado diversas campañas.

En CMR Chile, y en Banco Falabella Chile, la recolección de estos materiales se implementó a través de un convenio con la Fundación San José, mientras que en Viajes Falabella Chile se hizo a través de la Sociedad Recuperadora de Papel (SOREPA).



4,76 Toneladas de papel, logró recolectar Argentina en 2015.



3,26 Toneladas de papel, logró donar Seguros Falabella Perú con "Recíclame cumple tu papel".





Colaboradores Comprometidos

- Nuestra Cultura
- Compromiso
- Desarrollo de Talentos

El éxito y cada uno de los logros de Falabella Financiero han sido posibles gracias al trabajo de nuestros colaboradores, cuya motivación y compromiso ha sido clave para consolidar nuestro liderazgo en la industria.

Nuestra Cultura

En 2015 lanzamos el Programa Cultura, que se sustenta en 5 principios:

▶ NOS APASIONAMOS POR LOS CLIENTES:



Nos ponemos en el lugar del cliente, lo escuchamos y atendemos sus necesidades en forma rápida y empática. Construimos relaciones de largo plazo.

▶ SOMOS PROTAGONISTAS:



Estamos altamente comprometidos con lo que hacemos. Sentimos los desafíos de la organización como propios. Fomentamos un espíritu de emprendimiento.

▶ DESARROLLAMOS A LAS PERSONAS:



Vivimos cada desafío como una oportunidad de aprendizaje. Transmitimos nuestra experiencia y conocimiento a los demás. Creemos que ser modelos es la mejor manera de enseñar. Promovemos el cambio y flexibilidad para adaptarnos.

▶ HACEMOS QUE LAS COSAS PASEN:



Tomamos decisiones oportunas, disfrutamos y nos entusiasma la acción y lograr lo que nos proponemos. Somos ágiles, austeros y rigurosos en el seguimiento de las tareas. Siempre buscamos generar el mayor impacto.

▶ JUGAMOS EN EQUIPO:



Sabemos que sólo trabajando colaborativamente podemos lograr metas crecientes y desafiantes. Nos escuchamos y apoyamos. Damos nuestra opinión de manera transparente y constructiva.

Incorporamos los principios en forma transversal a todos nuestros procesos: reclutamiento, selección, inducción, capacitación, evaluación y reconocimiento, permitiendo fortalecer la identidad de Falabella Financiero.

Compromiso

Año a año medimos los niveles de compromiso de nuestros trabajadores a través de la encuesta Engagement. En 2015 aplicamos esta medición a **8.209** trabajadores, llegando a todos los equipos de la región, con una tasa de respuesta del **83%**.

Los resultados arrojaron un alto nivel de compromiso, alcanzando un puntaje de 75%, cifra que representa un aumento de 2 puntos respecto de la medición anterior y que está por sobre la norma de América Latina (69%).

Las áreas mejor evaluadas fueron desempeño, tareas diarias y marca del empleador, y las áreas que debemos reforzar durante el próximo año son la comunicación y accountability.

Nuestro nivel de
compromiso es de

75%





Desarrollo de Talentos



En Falabella Financiero nos preocupamos de ofrecer a nuestros colaboradores oportunidades de desarrollo profesional, de manera que puedan ir creciendo laboralmente, afrontando nuevos desafíos dentro de la compañía.

Por ello, fomentamos la movilidad interna, dando prioridad a nuestros colaboradores para asumir las nuevas vacantes. En 2015, un **36%** del total de estos cargos fueron ocupados internamente.

Además, impulsamos diversos programas de desarrollo de talento, con el fin de fomentar la formación de nuevos líderes, con especial foco en jóvenes profesionales. Dentro de ellos, en 2015 destacaron:

- **PROGRAMA JÓVENES PROFESIONALES**

Busca atraer e incorporar a jóvenes profesionales de excelencia para que a mediano plazo puedan ocupar posiciones clave dentro de la organización.

Consiste en un período de formación integral en la que el profesional realiza diversas funciones en distintas unidades de negocio, acompañado de un mentor. Después de un año, y en función de su desempeño, perfil y habilidades específicas, los jóvenes tienen la oportunidad de ocupar un cargo definitivo dentro de la organización.



• PROGRAMA CRECE

Busca desarrollar habilidades de liderazgo en jóvenes con potencial a través de capacitaciones presenciales y a distancia.

Está orientado a profesionales menores de 32 años, con al menos un año de antigüedad en el Grupo Falabella, y que hayan destacado en su evaluación de desempeño. Durante el 2015 participaron 105 colaboradores de Chile, Perú, Colombia y Argentina.

• DIPLOMADO DE GESTIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS

Con el fin de ofrecer oportunidades de desarrollo profesional, fortalecer el liderazgo y fomentar el trabajo en equipo de nuestros colaboradores, en 2015 se entregó la posibilidad a 32 profesionales de Argentina, Colombia, Perú y Chile de cursar el Diplomado

de Gestión de Servicios Financieros, que dicta la prestigiosa Pontificia Universidad Católica de Chile. Dado los buenos resultados del programa, Falabella Financiero ofrece esta oportunidad con una periodicidad de dos años, edición este 2015, la próxima está programada para 2017.

• AMÉRICA 10

Consiste en una pasantía internacional en la que jóvenes tienen la oportunidad de trabajar durante 10 semanas en alguno de los países donde Falabella Financiero tiene presencia. De esta manera, se les ofrece una oportunidad única que les permitirá tener una

visión global e integral de la empresa y sus distintas unidades de negocio. Además, este selecto grupo tiene prioridad para acceder a becas y asumir, a futuro, cargos de jefatura.



“Gracias al programa **América 10**, tuve la posibilidad de realizar un intercambio en Banco Falabella Perú y participar en distintos proyectos. Fue una tremenda experiencia, tanto en lo personal como en lo profesional, ya que me permitió conocer otras realidades, tener una visión global de grupo, e intercambiar buenas prácticas. Estoy muy agradecida por esta oportunidad y por la señal de confianza de la empresa hacia uno. Eso me motiva y me compromete mucho más porque veo en Falabella Financiero una oportunidad de desarrollo de carrera”.

Carolina Honorato
Jefe de Uso y Principalidad
Banco Falabella Chile.





REPORTE
DE SOSTENIBILIDAD
FALABELLA FINANCIERO

2015

