

# 2016

## REPORTE

### DE SOSTENIBILIDAD

Falabella Financiero



**2016**

**REPORTE**

**DE SOSTENIBILIDAD**

Falabella Financiero

# CONTENIDOS

## 01

CARTA DEL GERENTE  
GENERAL

## 02

NOSOTROS

- 10 • ¿Quiénes Somos?
- 11 • Presencia Regional
- 12 • 36 Años de Historia
- 14 • Misión, Visión y Valores
- 16 • Gobierno Corporativo
- 18 • Unidades de Negocio
- 20 • Indicadores
- 22 • Reconocimientos

## 03

EXPERIENCIA DE CLIENTE

- 26 • Omnicanalidad
- Accesibilidad
- 27 • Primer Centro Digital
- Piloto Prepago CMR Perú
- 28 • Satisfacción y Calidad de Servicio
- Metodología NPS
- 29 • Gestión de Reclamos

## 04

INNOVACIÓN

- 34 • Integración al mundo FinTech
- 35 • Conferencia sobre innovación
- Innovación Abierta
- Plataforma de pago de última generación

## 05

EDUCACIÓN FINANCIERA

- 38 • Lanzamiento Eddu
- 40 • Charlas y Cursos E-learning
- Torneo Juntos Juguemos

## 06

COMPROMISO CON LA  
COMUNIDAD

- 44 • Alianza América Solidaria
- 44 • Voluntariado Corporativo
- 46 • Programa Haciendo Escuela
- 48 • Aporte a Fundaciones
- 49 • Seguridad Vial
- 50 • Medio Ambiente

## 07

COLABORADORES  
COMPROMETIDOS

- 54 • Nuestra Cultura
- 56 • Compromiso
- 57 • Desarrollo de Talentos

## CARTA DEL GERENTE GENERAL



### Transparencia, conveniencia y simplicidad: nuestros avances

En Falabella Financiero tres valores han sido nuestras piedras angulares: transparencia, conveniencia y simplicidad; conceptos que modelan nuestro quehacer y la relación diaria con nuestros clientes.

Escucharlos ha sido clave. En 2016 desarrollamos un plan de acción integral para mejorar su experiencia, basado en los resultados del modelo NPS (Net Promoter Score) que nos dio cuenta de la percepción de nuestros servicios y atención. A partir de este trabajo, conseguimos avances importantes, pues mejoramos el grado de satisfacción hasta en 14 puntos en algunas unidades.

Nuestro objetivo es entregar un servicio integral que nuestros clientes valoren, y así lo demuestran las cifras. Contamos con 6 millones de tarjetas CMR activas, más de 2 millones de cuentas corrientes y vista de Banco Falabella, y administramos una cartera de colocaciones de 6,8 mil millones de dólares, un 10,6% más que al cierre del año anterior. Adicionalmente, en 2016 aumentamos en 6,9% el número de pasajeros transportados por Viajes Falabella, llegando a más de 497 mil. En el caso de Seguros Falabella y Móvil Falabella continuamos con positivos desempeños, sumando más de 1,8 millones y 154 mil usuarios, respectivamente.

Y dentro de ese servicio integral son esenciales los avances en la digitalización. Por ello, la innovación e implementación de nuevas tecnologías ha sido fundamental para renovar nuestros procesos y productos. En esa línea dimos un paso relevante al crear la unidad Digital Factory, que busca el desarrollo de soluciones rápidas y efectivas. Desarrollamos nuevos programas de pago y avanzamos en la ejecución de nuestro proyecto de omnicanalidad que permite ofrecer una experiencia única e integrada en nuestros canales de atención.

Adicionalmente, implementamos mejoras en las aplicaciones móviles y sitios web. Por ejemplo, CMR Falabella lanzó una aplicación pionera en Chile que permite a los clientes activar o desactivar en forma inmediata su tarjeta de crédito directamente desde el teléfono móvil para su uso en cajeros o compras en el país y el extranjero,

entregándoles una mayor autonomía. Mientras, en la aplicación de Seguros Falabella, se desarrolló el sistema de autoinspección que posibilita a quienes contraten un seguro, revisar desde su celular el estado de su vehículo sin necesidad de asistir a un centro especializado.

### Regionalización, nuevos hitos

En 2016, Falabella Financiero dio un importante paso en su proceso de internacionalización con el acuerdo para llegar a México. Así, avanzamos en una expansión exitosa que hoy contempla la oferta de diversos productos y servicios en Chile, Perú, Argentina y Colombia.

Consistente con ese espíritu de vocación regional, en 2016, además, ampliamos la presencia de Banco Falabella en Colombia, donde concretamos una alianza con Makro, uno de los principales supermercados mayoristas, para desarrollar una atractiva oferta financiera en beneficio de sus clientes.

### Más cerca de las comunidades

Junto con tener a los clientes en el centro de nuestras decisiones, en todos los países donde operamos estamos comprometidos con nuestras comunidades. Ejes centrales de nuestra estrategia de responsabilidad empresarial ha sido la educación financiera, el desarrollo de proyectos sociales y el voluntariado corporativo.

Durante 2016, implementamos un programa innovador, Eddu, que a través de distintos canales promueve una conducta financiera responsable de la mano de un personaje animado. Su aporte, fue reconocido con el primer lugar en Chile por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), en el marco de un concurso sobre educación financiera en el que participaron distintas instituciones de la industria.

Además, por cuarto año consecutivo realizamos el Torneo Interescolar Juntos Juguemos que acercó conceptos básicos sobre manejo financiero a más de 4.000 escolares de la Región, pertenecientes a la red de colegios del programa Haciendo Escuela. A este trabajo

también se sumaron otras acciones como charlas en nuestras sucursales y cursos de e-learning para clientes.

En materia de proyectos sociales, continuamos consolidando nuestra alianza con América Solidaria, con la cual ya cumplimos tres años de trabajo conjunto para el desarrollo de acciones que permitan contribuir a la superación de la pobreza en el continente.

El compromiso de nuestros trabajadores en este proceso ha sido esencial. Voluntarios de todas nuestras unidades de negocio participaron de 12 proyectos que beneficiaron a más de 6.600 niños de la región. Junto con ello logramos que nuestra campaña de adhesión congregara a 41.608 nuevos socios para la ONG, lo que se tradujo en un aporte adicional de más de US\$750.000. Alcanzamos las 33.629 horas de voluntariado corporativo, 24% más que el año anterior, lo que nos enorgullece.

### Trabajo en equipo

Estamos impulsando una cultura orientada al logro, la meritocracia y la colaboración. El 93% de nuestros trabajadores considera que están en "un gran lugar para trabajar", lo que nos alienta a seguir reforzando el desarrollo de talentos y creando instancias de reflexión y participación, de manera de consolidar un equipo colaborativo y apasionado por los clientes.

La búsqueda de excelencia y la vocación de servicio son el sello que nos identifica y nos permite ser protagonistas, así como también seguir fortaleciendo nuestra posición de liderazgo en la región.

Afectuosamente,  
**Gaston Bottazzini**



# 02

## Nosotros

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



## ¿QUIÉNES SOMOS?

Falabella Financiero es la filial de SACI Falabella que a través de sus unidades de negocio vela por hacer posible las aspiraciones de las personas y mejorar su calidad de vida, poniendo a disposición de los clientes una oferta integral de servicios financieros, seguros, viajes y telefonía móvil.

La compañía tiene un sello y vocación regional: está presente en **Chile, Perú, Colombia y Argentina** y arribará a **México** durante el 2017.

### INTERNACIONALIZACIÓN



**México.** En 2016 se selló un acuerdo con Soriana, la segunda mayor supermercadista de México para desarrollar en conjunto el negocio financiero de la mano de CMR. Por primera vez el Grupo comienza sus operaciones en un país a través del formato financiero y se estima que la emisión de las tarjetas comenzará el primer semestre de 2017.



**Colombia.** Banco Falabella Colombia firmó un acuerdo con Makro, uno de los principales supermercados mayorista de ese país, para desarrollar una oferta financiera a sus clientes. El acuerdo implica la emisión de la tarjeta CMR-Makro y la instalación gradual de oficinas de atención de la entidad bancaria en las tiendas de la supermayorista.

## PRESENCIA REGIONAL

637

Puntos de Atención



Colombia / 152



Perú / 150



Chile / 296



Argentina / 39



# 36 AÑOS DE HISTORIA

## 1980

- 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.

## 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.



## 2006

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



## 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 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.



## 2016

- Falabella anuncia su llegada a México y sella acuerdo con Soriana para desarrollar el negocio financiero.
- Banco Falabella Colombia firma acuerdo con Makro para implementar una oferta financiera a los clientes a través de la tarjeta CMR-Makro.
- Se lanza el programa de Educación Financiera "Eddu" en Chile y Perú. La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile otorgó a la iniciativa el primer lugar en la categoría "Educación e Inclusión Financiera 2016".

*Eddu*

## 1992

- CMR Falabella llega a Argentina.



## 1997

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



## 2000

- Viajes Falabella llega a Perú.

## 2010

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



## 2013

- 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 "JuntosJuguemos" en Chile.

## 2015

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



## VALORES

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

### Transparencia

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

### Conveniencia

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

### Simplicidad

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

## 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

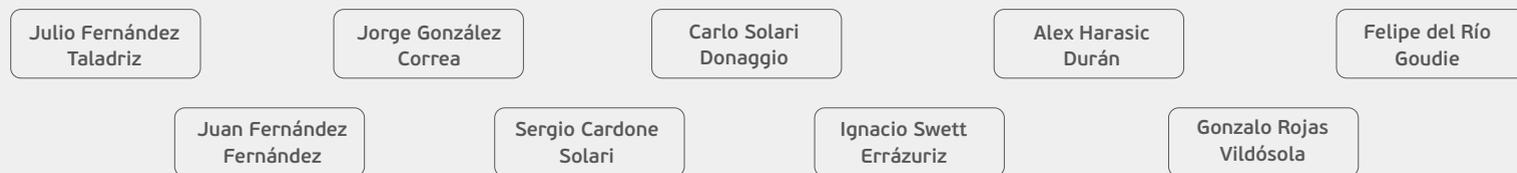
Ser la empresa de servicios preferida por las personas, generando relaciones sostenibles a partir de:

Diferenciarnos por nuestra **transparencia, conveniencia y simplicidad.**

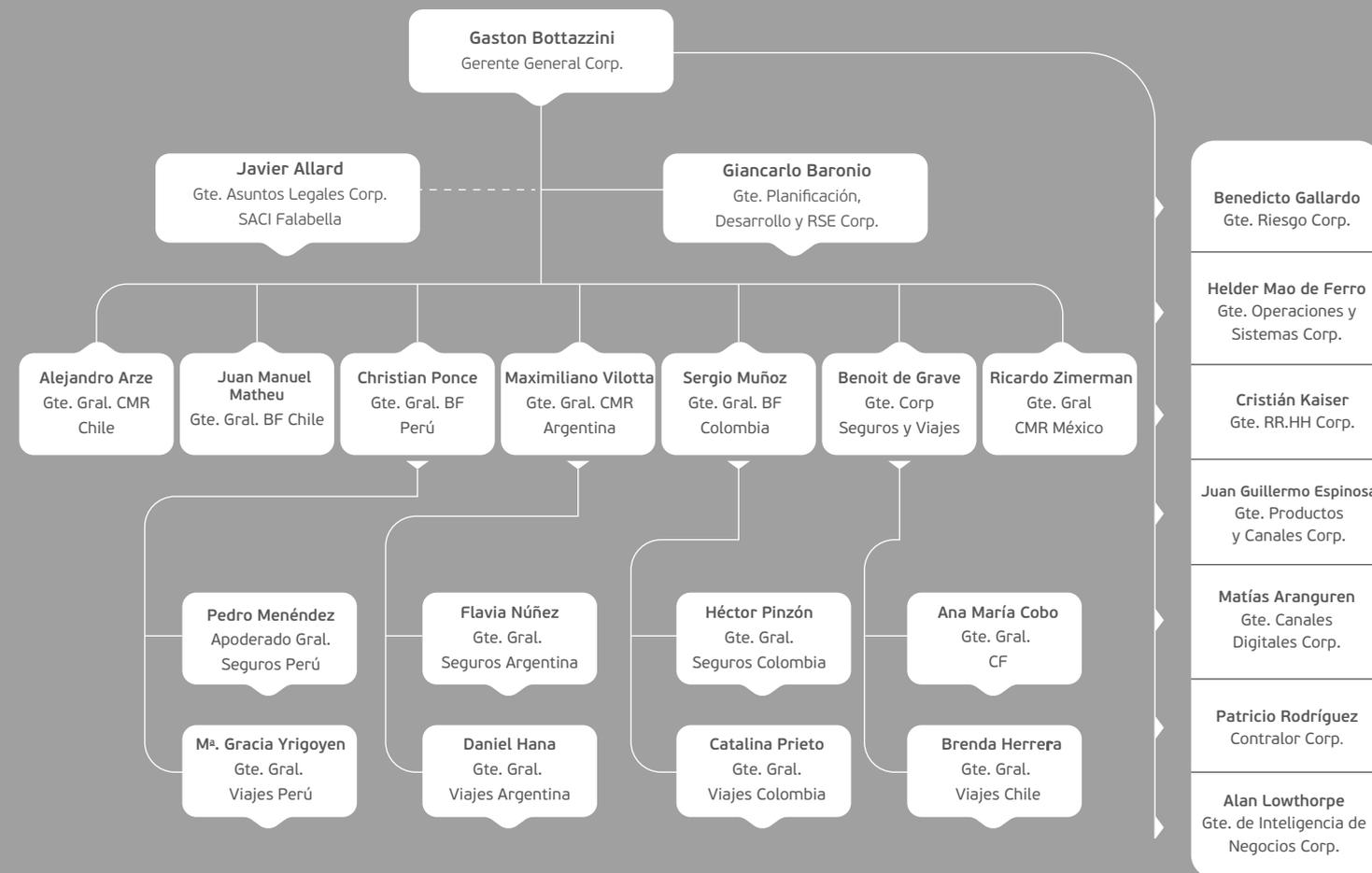
Atraer, desarrollar y motivar un equipo de excelencia, **comprometido, colaborativo y apasionado por los clientes.**

Ser valorados por nuestro **aporte a las comunidades** en que trabajamos.

# GOBIERNO CORPORATIVO



## Organigrama



El Directorio de Falabella Financiero es el máximo órgano corporativo y está compuesto por nueve miembros elegidos por la Junta de Accionistas. Los integrantes ejercen el cargo durante 3 años, con derecho a reelección. Su responsabilidad contempla establecer los lineamientos generales y focos estratégicos del negocio, además de designar a los gerentes de área.

En las sesiones mensuales se analizan los indicadores de gestión, contexto y situación de cada unidad de negocio en los países con presencia. 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.



## UNIDADES DE NEGOCIO

**CMR**  
Falabella

más de **6 millones**  
de tarjetas activas en la región

**Banco**  
Falabella

más de **2 millones**  
de cuentas corrientes y vista a nivel  
regional

Con 36 años de historia, CMR Falabella es el **mayor emisor de tarjetas de crédito en Chile y Perú** y uno de los más importantes en la región.

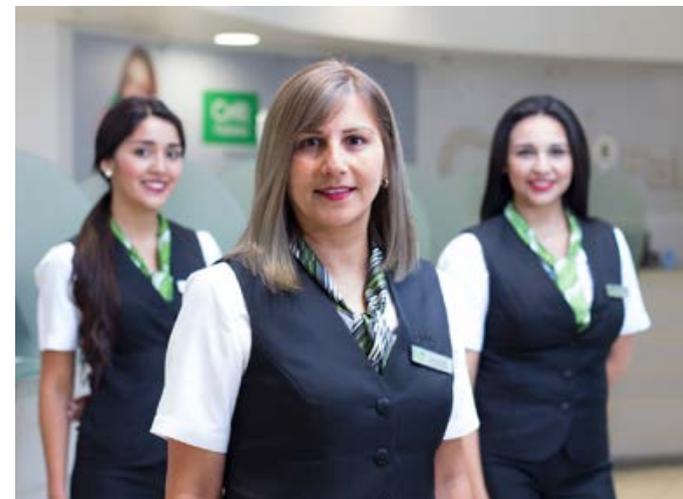
A través de sus múltiples productos y servicios entrega a sus clientes un sistema de pago cómodo y flexible, acompañado de beneficios altamente valorados por los usuarios como el programa de fidelización CMR puntos, que permite acumular puntaje por compras realizadas en locales dentro y fuera del Grupo.

Hoy CMR opera en Chile y Argentina y está presente en Perú y Colombia a través de Banco Falabella. El negocio seguirá ampliándose: en 2016 el Grupo firmó un acuerdo con la supermercadista mexicana Soriana, que implicará el arribo de CMR en dicho país para el primer semestre de 2017.

Banco Falabella se ha consolidado como una de las entidades preferidas en el segmento personas con una propuesta integral que compite con los bancos tradicionales en los distintos servicios y productos.

El centro de las decisiones ha sido siempre el cliente, con quien se genera una cercanía particular por las sinergias con el retail. Esto ha llevado a Banco Falabella a convertirse en el **quinto actor en Chile** en número de cuentas corrientes y a nivel regional alcanza más de 2 millones de cuentas pasivas, un 22,6% más que en 2015. El foco actual está centrado en los canales digitales y en avanzar hacia la omnicanalidad bancaria.

El banco opera hoy en **Chile, Perú y Colombia**. En este último, está ampliando su presencia tras la firma de un acuerdo que implica el uso y emisión de la tarjeta coemitida en la cadena Makro, uno de los principales supermercados mayoristas de Colombia.



**Seguros**  
Falabella

**1.898.570**  
Clientes

Corredora de seguros con **19 años de trayectoria** y presencia en Chile, Argentina, Colombia y Perú. Con 1.898.570 clientes, la empresa ofrece una asesoría integral y personalizada para la elección del seguro que se adapte mejor a las necesidades del cliente.

Si bien en un principio el foco estuvo en los seguros de auto, se han ido ampliando los servicios, ofreciendo hoy una amplia gama de seguros de hogar, salud y de vida, entre otros. Con el objetivo de acompañar a los clientes en todo momento se han desarrollado canales digitales como la web y una APP.

**viajes**  
Falabella

**497.598**  
pasajeros transportados

Inicia sus actividades como agencia de viajes en 1997 y actualmente tiene presencia en Chile, Argentina, Perú y Colombia a través de **83 sucursales**.

Viajes Falabella destaca en el mercado por su perfil innovador y preocupación por entregar un servicio que logra equilibrar calidad, precio y formas de pago. Su crecimiento sostenido entre los clientes, tanto personas como empresas, la han convertido en uno de los principales actores de la industria. En 2016 aumentó en 6,9% el número de pasajeros transportados respecto al año anterior.

**móvil**  
Falabella

más de **154.000**  
clientes

Móvil Falabella opera en Chile desde 2013 y a la fecha cuenta con más de 154 mil clientes. Su propuesta de valor está en la **simpleza, calidad del servicio, conveniencia y la flexibilidad de su oferta**, siendo la recarga controlada el producto diferenciador y preferido por los clientes.

Funciona como un operador móvil virtual, permitiendo que clientes de telefonía prepago accedan a beneficios similares a los de quienes tienen contrato con alguna compañía. Para estar más cerca de las personas combina una red de atención presencial con canales remotos.

## INDICADORES



**12.005**  
colaboradores en la región



**61%**  
de mujeres

**39**  
horas de capacitación  
por colaborador

**325 mil**  
nuevas cuentas con Abono  
de Remuneraciones



**6 millones**  
de tarjetas de crédito CMR  
activas en la región



**619**  
Cajeros automáticos



**637**  
Puntos de Atención

**2 millones**  
de cuentas corrientes y vista  
de Banco Falabella

**1,5** más de  
**millones**  
de clientes con canje de CMR puntos



**497.598**  
pasajeros transportados

**1.898.570**  
clientes de seguros en la región

más de  
**33.000** horas  
de voluntariado corporativo

más de  
**USD 1,8**  
**millones**  
recaudados para fundaciones

más de  
**USD 2**  
**millones**  
de aporte a la comunidad

**5.800** escolares  
aprendieron sobre educación financiera  
a través del Torneo Juntos Juguemos  
y charlas

*Eddu*



JUNTOS



**200 mil**  
visitas en los 3 primeros  
meses en plataforma de  
[www.edduteayuda.cl](http://www.edduteayuda.cl)

**41.608**  
nuevos socios captados para  
América Solidaria

**USD 6,8**  
**mil millones**  
de colocaciones



## RECONOCIMIENTOS

### Falabella Financiero



#### CONCURSO DE EDUCACIÓN FINANCIERA

La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras otorgó al programa "Eddu" de Falabella Financiero el primer lugar del concurso "Educación e Inclusión Financiera 2016" en la categoría "Aporte a la Educación Financiera".

### CMR Falabella



#### PREMIO IMPULSA TALENTO FEMENINO 2016

Primer lugar en su categoría en distinción entregada por Fundación ChileMujeres, PwC Chile y Pulso a las empresas que fomentan el trabajo de la mujer, con altos niveles de contratación y desarrollo del talento femenino.



#### PREMIO LEALTAD DEL CONSUMIDOR

Primer lugar del premio de Alco Consultores en la categoría tarjetas de casas comerciales por presentar los mayores niveles de lealtad entre sus clientes.



#### PREMIO NACIONAL DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Primer lugar en categoría Tarjetas comerciales por la buena gestión en el servicio a clientes entregado por ProCalidad.

### Banco Falabella



#### BEST PLACE TO INNOVATE

Banco Falabella Chile fue reconocido por su labor en el desarrollo de la innovación en la tercera edición del Ranking de Percepción de Innovación 2016.

### Banco Falabella



#### RANKING DE EQUIDAD DE GÉNERO EN LAS ORGANIZACIONES

Reconocimiento de Aequales y la Organización Internacional de Mujeres en Negocios (OWIT) en Perú por promover la equidad y diversidad y presentar alto porcentaje de mujeres en cargos de liderazgo.



#### EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Asociación Civil Perú 2021 certificó a Banco Falabella como empresa socialmente responsable.

### Banco Falabella



#### PREMIO FRIENDBRAISING

La campaña de recaudación de Banco Falabella y América Solidaria "Un Mundo de Oportunidades" ganó el premio a la Mejor campaña de Fundraising con Mayor inversión, en los Premios Friendraising AFCOL 2016.

### CMR Falabella



#### GREAT PLACE TO WORK

CMR Falabella obtuvo el sexto lugar en el ranking de las mejores empresas para trabajar en Argentina elaborado por Great Place to Work (Categoría entre 251 y 1.000 colaboradores) y Viajes Falabella alcanzó el puesto once (Categoría hasta 250 colaboradores).



#### PREMIO IMPULSORES DE IMPACTO SOCIAL

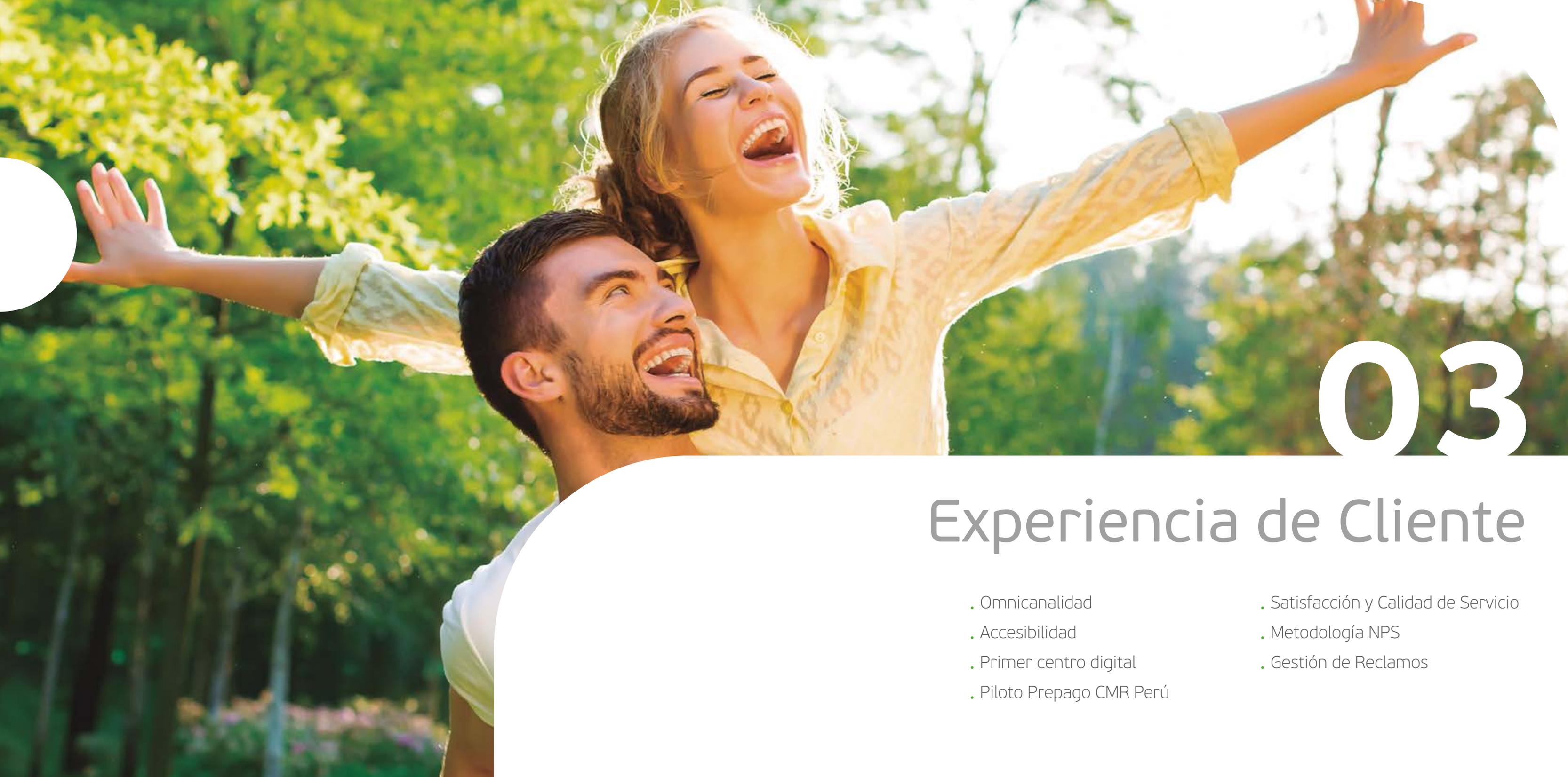
La asociación civil Red Activos reconoció a CMR y Viajes Falabella con el premio Impulsores de Impacto social por su aporte en la inclusión de trabajadores con capacidades diferentes e innovación de proyectos en esta área.

### Seguros Falabella



#### PREMIO PORTAFOLIO

Diario Portafolio otorgó a Seguros Falabella el tercer lugar del premio que entrega anualmente en la categoría servicio al cliente.



# 03

## Experiencia de Cliente

- Omnicanalidad
- Accesibilidad
- Primer centro digital
- Piloto Prepago CMR Perú
- Satisfacción y Calidad de Servicio
- Metodología NPS
- Gestión de Reclamos



## EXPERIENCIA DE CLIENTE

Buscamos ofrecer un servicio ágil, seguro y de calidad

### Omnicanalidad

Desde 2015 estamos desarrollando el proyecto de omnicanalidad, cuyo propósito es ofrecer a los clientes de la región una **experiencia única, ágil y segura** que integre de manera coordinada los distintos canales de atención y venta de los servicios financieros, todo bajo un mismo estándar y calidad.

#### DIGITAL FACTORY

Durante 2016 se creó la unidad **"Digital Factory"**, que posibilitará el avance e implementación definitiva de la omnicanalidad, teniendo como premisa fundamental el desarrollar soluciones digitales rápidas y efectivas para los clientes.

En su primera etapa, la unidad abordó la misión de acortar las brechas digitales entre las unidades de negocios, estabilizar las plataformas lanzadas recientemente, mejorar la experiencia del cliente y lanzar mejoras en los canales y aplicaciones móviles.

Para 2017 y 2018, el foco de trabajo estará puesto en enriquecer la experiencia del cliente digital.

### Accesibilidad

Las redes de contacto con los clientes son prioritarias en nuestro objetivo de ofrecer siempre un servicio **cómodo y de calidad**. Un mayor nivel de acceso es también un avance en inclusión financiera.



Durante el 2016 se creó la unidad  
**"Digital Factory"**  
 que posibilitará el avance e implementación  
 definitiva de la omnicanalidad.

Con este horizonte, hemos seguido creciendo a nivel de sucursales, llegando a **637 puntos de atención en la región, 2,6%** más que 2015. Banco Falabella Colombia y Perú, destacan entre las que tuvieron mayores avances.

En esta línea, los esfuerzos también han estado en los canales digitales, donde se han implementado mejoras tecnológicas tanto en las aplicaciones móviles como en los sitios web, permitiendo a los clientes un mayor contacto y comodidad a la hora de operar con nuestra empresa.

### Primer centro digital

En línea con la innovación tecnológica y la digitalización, Falabella Financiero lanzó una innovadora propuesta de atención al cliente: el primer centro digital donde el 100% de las atenciones se realizan en plataformas digitales y de autoatención (computadores, tablets, celulares, ATM).

El objetivo es brindarle a los clientes una experiencia digital, pero en el contexto de una sucursal, de manera de promover su migración hacia estos canales. Junto con esto también educarlos financieramente para contribuir a la correcta administración de su dinero.

Esta sucursal cuenta con ejecutivos especialistas (anfitriones) que facilitan y guían el uso de las distintas plataformas.

### Piloto Prepago CMR en Perú

En 2016 se lanzó un producto piloto que, en caso de masificarse, ofrecerá una valiosa alternativa de inclusión financiera y bancarización. Se trata del lanzamiento en Perú de la tarjeta CMR Prepago.

Esta tarjeta simple, conveniente y sin costo (en la mayoría de las operaciones) será ofrecida a todos los clientes con especial foco en aquellos que son habituales compradores de tiendas de retail del grupo. Así se ofrecerán ventajas en descuentos, mejores posibilidades de acumulación de CMR puntos, retiro de dinero desde ATMs, entre otras acciones.

El acceso a este producto será rápido y sólo se requerirá la presentación del documento de identidad y número de celular.

## Satisfacción y calidad de servicio

Trabajamos diariamente para alcanzar los más altos niveles de satisfacción de nuestros clientes, quienes son el centro de nuestro quehacer.

Escucharlos ha sido clave y un paso fundamental en el desarrollo de nuestros productos y servicios. Por ello, cada año monitoreamos el grado de satisfacción de los clientes con encuestas que nos permiten identificar y potenciar nuestras fortalezas y al mismo tiempo adoptar medidas oportunas donde se observen espacios de mejora.

## Metodología NPS

Desde 2015 aplicamos el modelo NPS (Net Promoter Score), una metodología de mejora continua que consiste en:

- Medir la disposición del cliente a recomendarlos cada vez que interactúa con nosotros.
- Indagar con el cliente las razones de ese nivel de recomendación.
- Diseñar las soluciones de fondo para mejorar las percepciones de los clientes.
- Implementar las soluciones.

Dentro de las mejoras más significativas, se encuentra Banco Falabella Perú que aumentó 14 puntos en su indicador, tras la implementación de un conjunto de iniciativas basadas en los resultados del 2015. Entre las acciones se cuentan las mejoras en los tiempos de entrega de tarjetas, la estandarización de la información que se da al momento de la venta; y el desarrollo de una nueva herramienta de gestión en línea.

Durante 2016 también comenzamos a medir los procesos nuevos como NPS de Cartera, NPS Web y Fuga.

### INDICADOR NPS DE VENTA PRESENCIAL 2016



68%  
Chile



27%  
Perú



50%  
Colombia



49%  
Chile



51%  
Argentina



57%  
Chile



57%  
Argentina



69%  
Chile



33%  
Perú



74%  
Colombia



64%  
Argentina



## Gestión de reclamos

La relación con nuestros clientes es una piedra angular en nuestras unidades de negocio. Contamos con diversos canales de contacto para facilitar nuestro vínculo con ellos:

### CANALES DE COMUNICACIÓN



Sucursales



Call Center



Correo Electrónico



Página Web



Redes Sociales



Organismos de defensa al consumidor

### ETAPAS CLAVES

Medición de los problemas

Identificación de la "causa raíz" del reclamo

Diseño de planes de acción

Monitoreo de su efecto en los reclamos

La gestión efectiva de reclamos es una preocupación constante en cada uno de los países donde operamos. Por ello, iniciamos un proceso de homologación del modelo de gestión en esta área que consta de cuatro etapas clave: medición de los problemas, identificación de la "causa raíz" del reclamo, diseño de planes de acción y monitoreo de su efecto en los reclamos, de manera de mejorar los índices en forma efectiva.



# 04

## Innovación

- Integración al mundo Fintech
- Conferencia sobre innovación
- Innovación abierta
- Plataforma de pago de última generación

## INNOVACIÓN

La innovación ha sido fundamental en nuestro crecimiento y la punta de lanza que nos ha permitido la renovación continua de nuestros procesos y productos, a fin de mejorar la experiencia de nuestros clientes.

Innovar y apostar por nuevas tecnologías es parte de nuestra cultura corporativa y en 2016 se materializaron diversas iniciativas en esta línea.

### NUEVAS APPS

**CMR**  
Falabella



Lanzamiento de la app versión Omnichannel, con múltiples funcionalidades tales como "Mis Reglas", que permite bloquear y desbloquear la tarjeta de crédito con un clic y directamente desde el teléfono móvil, además de otras mejoras en la navegación, performance y estabilidad.

**Seguros**  
Falabella



Lanzamiento de una app que permite acceder a múltiples servicios como solicitar asistencia en ruta, localizar bencineras con los mejores precios o comisarías y solicitar un conductor de reemplazo.

**Banco**  
Falabella



Se renovó la app, integrándose la opción de pago de servicios desde la misma aplicación y con un mecanismo de autenticación de transacciones más moderno y seguro, basado en el uso de clave dinámica.

**CMR**  
Falabella



Lanzamiento de la primera app, a través de la cual los clientes pueden consultar saldo y solicitar avances.



## Integración al mundo **FinTech**

Con el propósito de ampliar el abanico de soluciones para nuestros clientes, nos asociamos con emprendimientos tecnológicos externos, Fintech, que han permitido incorporar innovaciones en nuestros procesos y productos.

De la mano de estas alianzas, durante 2016 desarrollamos proyectos para optimizar el uso de claves dinámicas y aportar nuevas funcionalidades a nuestras apps, facilitando los pagos y transacciones y entregando la posibilidad de predefinir reglas de seguridad.

### ALGUNAS INICIATIVAS

#### CLAVES DINÁMICAS

Gracias a la integración con el startup VU, se logró el reemplazo de tarjetas de coordenadas por el sistema soft-token (claves dinámicas).

#### NUEVAS ALTERNATIVAS DE PAGO

En conjunto con el startup Khipu se trabajará para permitir a los usuarios de la aplicación de CMR pagar sus cuentas con todos los bancos de manera simple e intuitiva.



## Quickpay

avanzó en su implementación como  
una innovadora plataforma de pago

## Alianza

con la incubadora de emprendimientos  
**Imagine Lab**

## Conferencia sobre **innovación**

Banco Falabella Chile organizó la conferencia “El desafío de Chile en la economía mundial de la innovación” dictada por el co-ganador del premio Pulitzer Andrés Oppenheimer, la cual estuvo dirigida a clientes y actores de la industria financiera, tecnológica y educativa.

El relator enfatizó la importancia de la innovación para el desarrollo de los países y se refirió a los que a su juicio son las claves para avanzar en este desafío.

## Innovación **Abierta**

Seguros Falabella Chile desarrolló en alianza con la incubadora de emprendimientos Imagine Lab, un proyecto de innovación abierta con el que se busca encontrar soluciones en focos de interés para la compañía como la simplificación de los procesos, la mejora en la calidad del servicio o el desarrollo de nuevos productos.

La iniciativa, que se encuentra en etapa de selección, consistió en una convocatoria donde startups tecnológicas presentaron sus proyectos o prototipos en los focos definidos. Los finalistas recibirán financiamiento, colaboración y la oportunidad de desarrollar su idea en la empresa.

## Plataforma de **pago de última generación**

Durante 2016 se avanzó en la implementación de una innovadora plataforma de pago, Quickpay, que a través de tecnología de última generación, permite a los clientes tener una experiencia de compra web más amigable, rápida y segura.

El programa se sustenta en tres pilares fundamentales:

**El botón de pago:** que permitirá a los clientes pagar de manera más rápida y segura, sin la necesidad de la tarjeta física.

**Billetera digital:** que posibilitará realizar pagos online y presenciales con el celular.

**Tarjeta prepago:** que consiste en un medio de pago financiero inmediato, que no requiere análisis crediticio, porque los fondos se depositan previo al gasto.

Durante 2016, Quickpay fue implementado en Seguros y Viajes Falabella Chile y se espera su ampliación al resto de las unidades de negocios a nivel regional para comienzos del 2017.



05

## Educación Financiera

- Lanzamiento Eddu
- Charlas y cursos e-learning
- Torneo Juntos Jugamos



## EDUCACIÓN FINANCIERA

La educación financiera es el eje central de nuestra estrategia de RSE

Tenemos la convicción de que una sociedad más informada es también una sociedad más responsable y empoderada en la gestión de sus finanzas, que puede aprovechar a su favor las posibilidades que el sistema le brinda.

Nuestro compromiso se desarrolla a través de iniciativas dirigidas a nuestros colaboradores, clientes y público en general.



### Lanzamiento programa Eddu

En 2016 apostamos por un programa innovador, **Eddu**, que ha consolidado todas las iniciativas que desarrollamos en esta área y que tiene como protagonista a un personaje animado que a través de consejos prácticos promueve en niños, jóvenes y adultos una conducta financiera responsable. A través de una plataforma web se difunden recomendaciones y videos en un lenguaje simple y atractivo.



En Chile el programa Eddu obtuvo el **primer lugar del concurso "Educación e Inclusión Financiera 2016"** en la categoría "Aporte a la Educación Financiera" de la SBIF.

### PROGRAMA EDDU

## Eddu

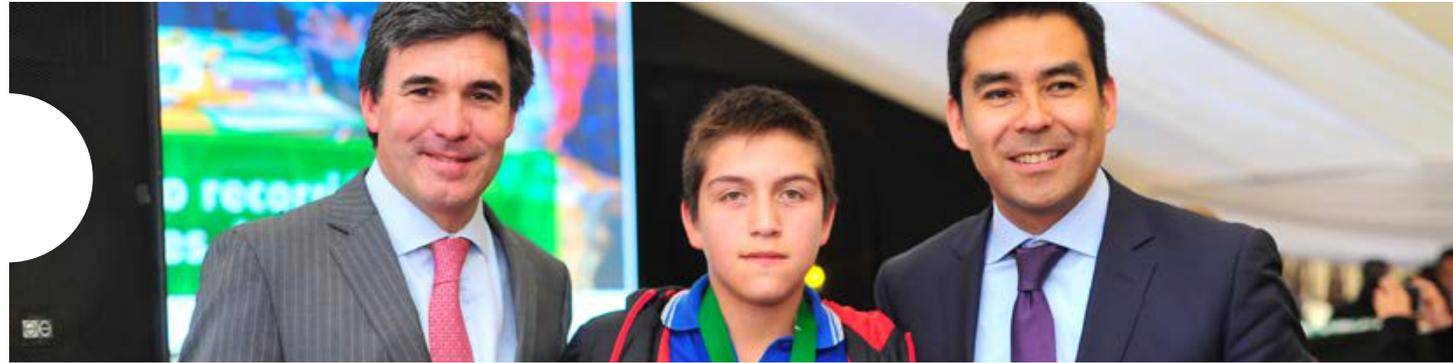
El programa Eddu ya se lanzó en **Chile y Perú** y en 2017 se implementará en Colombia y Argentina.



**200 mil**

visitas en los primero 3 meses tuvo el sitio [www.edduteayuda.cl](http://www.edduteayuda.cl).





## Charlas y cursos e-learning

- » **15 charlas mensuales** en sucursales de Santiago y regiones de Chile desarrolló Banco Falabella para sus clientes en 2016, orientándolos en materia de uso responsable de los productos e inversiones. Dado el éxito de esta iniciativa se proyecta aumentar a **35** las charlas mensuales para 2017.
- » Banco Falabella Chile y Perú realizaron charlas de inducción sobre educación financiera para cada nuevo colaborador.
- » En 2016 se lanzaron por primera vez cursos e-learning para clientes, a fin de interiorizarlos sobre productos y conceptos financieros, de tal manera que a futuro puedan tomar decisiones más informadas.

## Torneo **Juntos Juguem**

Por cuarto año consecutivo se realizó en Chile el Torneo Interescolar Juntos Juguem, que cuenta con el respaldo de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, y convoca a escolares de todo el país. Los jóvenes aprenden a través de un juego de tablero conceptos claves sobre el manejo de finanzas. La iniciativa se realizó también en Colombia, beneficiando a los alumnos del programa **"Haciendo Escuela"** de Falabella, que apadrina colegios donde existe una tienda de la empresa.

## Talleres de Educación **Financiera en Perú**

Se desarrollaron talleres de Finanzas Personales y Presupuesto en colegios de Fe y Alegría, dirigidas a alumnos, profesores y padres. Durante el 2016 sumaron a los proveedores a estos talleres llegando a un total de **5.780** asistentes.

Charlas **Educación financiera**  
para cada nuevo colaborador.

**495** personas  
completaron en un mes los e-learning sobre  
Ahorro y Endeudamiento Responsable.

### PARTICIPACIÓN DE CHILE EN EL TORNEO JUNTOS JUGUEMOS 2016



Más de **2.000**  
alumnos, abarcando **23** ciudades del país  
y **38** colegios.



JUNTOS

**250**  
voluntarios de Falabella Financiero  
capacitaron a los estudiantes que  
participaron del torneo.



**5.000**  
alumnos ha reunido este campeonato en  
sus cuatro versiones.

### PARTICIPACIÓN REGIONAL DE PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA 2016

más de **5.800** alumnos  
de 60 colegios del programa Haciendo Escuela de Falabella a nivel regional.



06

## Compromiso con la comunidad

- Alianza América Solidaria
- Voluntariado Corporativo
- Programa Haciendo Escuela
- Aporte a Fundaciones
- Seguridad Vial



## COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

### Alianza con **América Solidaria**



Tres años cumplió la alianza entre Falabella Financiero y la ONG América Solidaria, la cual se materializa a través de distintas iniciativas desarrolladas en los países donde tenemos presencia en la región y que buscan mejorar la calidad de vida de las comunidades.

### Voluntariado **Corporativo**

Uno de los ejes de nuestra alianza con América Solidaria es el voluntariado corporativo, en donde nuestros colaboradores participan y se comprometen con diversos proyectos en la región.



#### APOYO A LA FUNDACIÓN EDUDOWN

Voluntarios pertenecientes al proceso de inducción de CMR Chile participaron mensualmente en la creación de huertos junto a jóvenes de la Fundación Edudown. Adicionalmente, se organizaron diversas salidas pedagógicas con los niños de la ONG y colaboradores de Santiago, La Serena, Temuco.



#### CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN EN EL METRO

América Solidaria y Falabella Financiero inauguraron un tren del Metro de Santiago, el cual fue vestido con información sobre la realidad social de las comunidades más vulnerables de América Latina y del trabajo de los voluntarios de esta institución en el continente, todo con el objetivo de concientizar e invitar a los pasajeros a hacerse parte de la construcción de una sociedad más justa.



#### VOLUNTARIADO CON LA FUNDACIÓN MI PARQUE

Equipos de voluntarios de Banco Falabella Chile participaron junto a la Fundación Mi Parque en la refacción de 3 patios de jardines infantiles.



#### TALLERES DE PINTURA Y EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

Colaboradores de Seguros Falabella Perú participaron del proyecto "Potenciando Habilidades especiales" del centro de educación especial Manuel Duato, a través del cual más de 50 niños y niñas realizaron un taller de dactilopintura, metodología que estimula el desarrollo de la sensibilización visual, táctil y kinestésica.

Voluntarios de Banco Falabella, diseñaron talleres sobre Estereotipos de Género y Empoderamiento de la Mujer, los que fueron presentados a estudiantes, profesores y apoderados de la comunidad de los colegios de Fe y Alegría.



#### PROGRAMA ESCRÍBEME UNA CARTA

Banco Falabella Perú creó en conjunto con América Solidaria el programa "Escríbeme una carta" que consiste en establecer una correspondencia permanente entre colaboradores y niños y niñas de colegios apadrinados, buscando aportar en su desarrollo y abrir un nuevo espacio de encuentro. Durante 2016 se sumaron voluntarios de Viajes Falabella Perú.



#### BANCO LIBRE DE HORAS

Banco Falabella Colombia lanzó la iniciativa "banco libre de horas", que invitó a los equipos a donar parte de su tiempo libre para el apoyo a los proyectos de América Solidaria en el país. El objetivo es que los colaboradores aporten a las iniciativas comunitarias en aquellos ámbitos donde cuentan con experiencia o capacidades. Durante 2016 se difundió el programa y se inició el reclutamiento de voluntarios, quienes iniciarán su trabajo en 2017.

# 6.651 niños fueron apoyados

durante 2016 a través de la alianza con América Solidaria.

La alianza llevó a cabo **12** proyectos conjuntos.





## Programa **Haciendo Escuela**

Durante el año, colaboradores de nuestras unidades de negocio aportaron en iniciativas y campañas realizadas en el marco del programa Haciendo Escuela del Grupo Falabella, a través del cual se apadrina a establecimientos en los lugares donde estamos presentes, apoyando de manera integral a los estudiantes.

### CELEBRACIÓN DE FESTIVIDADES JUNTO A LOS NIÑOS

Todas las unidades de negocio organizaron actividades especiales para conmemorar junto a la comunidad de los colegios apadrinados, las fechas especiales o festividades como el regreso a clases, Fiestas Patrias o Navidad, con el objetivo de estrechar lazos y acompañarlos en momentos relevantes de la vida escolar.



### CAPACITACIÓN DE DOCENTES

Voluntarios de CMR Argentina colaboraron con Fundación Leer en el desarrollo de un programa de capacitación en estrategias de lectura dirigido a docentes. Se suma la donación de más de 2.500 libros para las bibliotecas escolares y la organización de actividades como la maratón de lectura que aportaron en la promoción y fomento de este hábito.

**50 niños y niñas**

en Perú participaron de un taller del proyecto

**“Potenciando Habilidades especiales”**

más de

**USD 2 millones**

de aporte a la comunidad



### REFUERZO ESCOLAR

Colaboradores de Banco Falabella Chile participaron en talleres de matemática, lectura de cuentos y clases de fútbol que se realizaron en colegios del programa, a lo que se suma una donación de US\$ 352.765 para la remodelación de la infraestructura escolar.



### TALLERES DE PREVENCIÓN DE LA SALUD, EMPRENDIMIENTO Y CULTURA

Banco Falabella Perú desarrolló, dentro de su plan anual para sus cinco colegios apadrinados, diversas actividades vinculadas con la prevención de la salud, el emprendimiento y la cultura. Se realizaron charlas y talleres sobre salud bucal y nutrición para alumnos hasta 11 años de edad, así como charlas de cáncer de mama para alumnas adolescentes de los últimos años escolares y madres de familia. También se realizaron visitas al teatro nacional en sus facetas de música, teatro y baile.

**33.690 horas**

de voluntariado corporativo se alcanzaron en 2016.



**24%**

más que el año anterior.





**41.608**  
nuevos socios para América Solidaria

con un aporte de más de

**US\$750.000**

## Aporte a fundaciones

En Falabella Financiero continuamos apoyando la gestión de diversas organizaciones sin fines de lucro.

Por tercer año consecutivo, realizamos junto a América Solidaria una campaña de captación de socios a nivel regional que permitió en el 2016 congregarse a 41.608 nuevos socios, lo que se tradujo en un aporte de más de US\$750.000 que se destinarán a impulsar proyectos sociales en educación, salud y desarrollo económico familiar en las comunidades más vulnerables y excluidas de Latinoamérica.

Además, a través de CMR Chile se entregaron donaciones de clientes para la Fundación Mater y la Fundación Nuestros Hijos.

RECAUDACIÓN PARA FUNDACIONES		
FUNDACIÓN	NUEVOS SOCIOS	RECAUDACIÓN (USD)
• Fundación Mater	13.132	586.836
• Fundación Nuestros Hijos	5.398	499.430
• Fundación América Solidaria	41.608	751.186
<b>TOTAL</b>	<b>60.252</b>	<b>1.836.140</b>



### CAMINATA

Durante 2016, Banco Falabella, Seguros Falabella y Viajes Falabella Perú se sumaron a la campaña de captación de socios para América Solidaria. Para ello, en septiembre convocaron a una caminata, a la que asistieron más de 500 personas, en su mayoría colaboradores del Grupo junto a sus familias. La instancia, fue una excelente oportunidad para concientizar a la población sobre la importancia de colaborar con la causa. Al cierre del año, se lograron recaudar US\$15.000 en dicho país, cifra que se espera duplicar para el próximo año.



### TODOSXHAITÍ

Las colaboradoras de CMR Chile se unieron al desafío de América Solidaria "TodosxHaití" a través de la campaña "1+1" para conseguir ayuda para los damnificados que dejó el huracán Matthew en dicho país. Esta iniciativa permitió entregar agua potable, kits de saneamiento y apoyo a los centros de rehabilitación.



### CENA DE OPORTUNIDADES QUE NOS MUEVEN

Por primera vez, Banco Falabella, Seguros Falabella y Viajes Falabella Colombia organizaron una cena de recaudación de fondos para América Solidaria dirigida especialmente a proveedores. El evento contó con la participación de 60 entidades y logró recaudar US\$46.600.



## Seguridad Vial

Seguros Falabella realizó durante 2016 diversas iniciativas de concientización e información a la comunidad sobre seguridad vial.



### CAMPAÑAS INFORMATIVAS

Para concientizar a las familias acerca de la importancia de la seguridad vial, Seguros Falabella en conjunto con Carabineros de Chile desarrollaron una serie de campañas informativas para prevenir y educar a la comunidad.

Durante 2016 se difundieron campañas orientadas a promover el uso del cinturón de seguridad, respetar los límites de velocidad, y una tercera dirigida a conductores, peatones y ciclistas en la que se hizo un llamado a estar atentos y evitar las distracciones.

Además, de la mano de esta institución, se llevó a cabo una obra de teatro que acercó conceptos básicos de educación vial y autocuidado a más de 500 escolares de colegios del Programa Haciendo Escuela de Falabella.

Más de **500** escolares  
del Programa Haciendo Escuela de Falabella, participaron  
de la obra de teatro sobre educación vial y autocuidado.



### BUS ESCUELA

Más de 1.600 niños fueron capacitados en educación vial mediante de una clase teórica y práctica a través del proyecto Bus Escuela, implementado en alianza con el Touring y Automóvil Club del Perú y en el que participaron 50 voluntarios de Seguros Falabella.



### MINI AGENTE DE TRÁNSITO

En Argentina se innovó con el lanzamiento de un juego sobre educación vial, "Mini Agente de tránsito" para implementar en colegios del programa Haciendo Escuela. En 2016 se capacitó a docentes en esta iniciativa que llegará a los niños el 2017.



### MOTOCICLETA SEGURA

Se realizó una campaña interna de sensibilización para los colaboradores de Seguros Falabella con el propósito de promover el uso seguro de estos vehículos.

Más de **1.600**  
niños fueron capacitados en educación vial en Perú.

## Medio Ambiente

El principal insumo y residuo de la operación de Falabella Financiero es el papel y por ello, enfocamos nuestros esfuerzos en reducir su uso a nivel corporativo, a través de diversas medidas.

### AHORRO DE PAPEL

En 2016 se trabajó en la consolidación del proyecto Paperless, una iniciativa transversal a todos los países y unidades de negocio de Falabella Financiero que tiene como meta reducir el consumo de papel en los procesos operativos y comerciales. Se busca desmaterializar la apertura de productos a través de la emisión y firma digital de los documentos asociados a cada uno de ellos.

Otra de las acciones de Falabella Financiero para disminuir su huella ambiental, se vincula con el fomento de la comunicación online con los clientes. Se continuó con las campañas regionales a través de las cuales se invitó a los clientes de CMR y Banco Falabella a recibir su estado de cuenta por medio del correo electrónico, incrementándose en todas las unidades de negocio el porcentaje de clientes que recibe de este modo sus cartolas.

#### CLIENTES CON CARTOLAS DIGITALES

	2015	2016
• CMR Chile	49,8%	55,5%
• Banco Falabella Chile	65,4%	76,7%
• Banco Falabella Perú	60,3%	72,7%
• Banco Falabella Colombia	49,0%	52,2%
• CMR Argentina	63,6%	65,3%

Por su parte Seguros Falabella Chile también ha fomentado el envío de sus pólizas por mail, pasando de un 68% a un 72% en el último año.

CMR Falabella y Banco Falabella desarrollaron en todos los países campañas específicas para invitar a los clientes a recibir su estado de cuenta por medio del correo electrónico.

### GESTIÓN AMBIENTAL EN BANCO PERÚ

Durante 2016 y en una iniciativa pionera, Banco Falabella Perú, diseñó y sometió a la aprobación del Directorio, su política ambiental corporativa. En la misma, se formaliza el compromiso del banco con el respeto por el medioambiente y la minimización de los impactos ambientales negativos, y se establecen como focos de acción la reducción del consumo de papel, la gestión energética eficiente y el monitoreo y compensación de las emisiones.



# Paperless

El proyecto se ha consolidado, promoviendo la reducción del consumo de papel en los procesos operativos y comerciales.





07

# Colaboradores Comprometidos

- . Nuestra Cultura
- . Compromiso
- . Desarrollo de Talentos



## COLABORADORES COMPROMETIDOS

### Nuestra **Cultura**

La identidad de Falabella Financiero es el reflejo de su cultura y colaboradores, cuyo compromiso y motivación son pieza clave de cada uno de los logros de la empresa.

### Viviendo **Nuestros Principios:**

Nuestra cultura organizacional se define por cinco principios fundamentales que durante 2016 fueron los protagonistas de diversas acciones reunidas en el programa Viviendo Nuestros Principios.

En cada unidad de negocio se realizaron actividades mensuales y espacios de reflexión y comunicación, que permitieron profundizar y fortalecer nuestra identidad corporativa.

## Nuestros principios



### SOMOS PROTAGONISTAS

Estamos altamente comprometidos con lo que hacemos, sentimos los desafíos de la organización como propios y fomentamos el espíritu de emprendimiento.



### NOS APASIONAMOS POR LOS CLIENTES

Nos ponemos en el lugar de los clientes, los escuchamos y atendemos sus necesidades en forma rápida y empática. Con ellos construimos relaciones de largo plazo.



### HACEMOS QUE LAS COSAS PASEN

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



### DESARROLLAMOS A LAS PERSONAS

Vivimos cada desafío como una oportunidad de aprendizaje, transmitimos nuestra experiencia y conocimientos a los demás, creemos que dar el ejemplo es la mejor manera de enseñar y promovemos el cambio y la flexibilidad para adaptarnos.



### JUGAMOS EN EQUIPO

Sabemos que solo trabajando colaborativamente podemos lograr metas crecientes y complejas. Por eso, nos escuchamos, nos apoyamos y damos nuestra opinión de manera transparente y constructiva.

Nuestros principios se incorporan en todos nuestros procesos de manera transversal, desde el reclutamiento al reconocimiento y buscamos que sean el sustento de nuestras prácticas cotidianas.



## Compromiso: Encuesta Cultura y Engagement

El compromiso de nuestros colaboradores es un objetivo fundamental, por ello cada año realizamos la encuesta Engagement que nos permite conocer la opinión del equipo y el clima de la empresa. Así obtenemos un diagnóstico para seguir avanzando en ser la mejor empresa para trabajar.

En 2016 desarrollamos un nuevo cuestionario de Cultura y Engagement en todas las unidades de negocios en la región, medición que contó con el apoyo de la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile y que alcanzó una tasa de respuesta de 86% (9.224 personas).

El objetivo fue identificar y describir variables que promueven los principios del plan cultura, los que nos ayudan a avanzar hacia una organización más proactiva colaborativa y orientada hacia los clientes.

Los resultados arrojaron un 80% de Engagement, lo que se encuentra dentro de los indicadores ideales según la encuesta. Además el 93% de nuestros colaboradores considera que Falabella Financiero es un gran lugar para trabajar. Esto nos posiciona como una organización con altos estándares de ambiente y clima laboral. De esta manera, los niveles de entusiasmo y satisfacción de los colaboradores se condicen con los esfuerzos que hemos realizado por transformarnos en una organización con altos estándares de ambiente y clima laboral.

# 80%

de los colaboradores se sienten

## entusiastas en su trabajo

# 93%

de los encuestados considera que está en

## “un gran lugar para trabajar”



“En Falabella Financiero se impulsa la movilidad interna, para que nuestros colaboradores tengan la oportunidad de **crecer y explorar nuevos desafíos dentro de la empresa.**”

## Desarrollo de Talentos

Para atraer, mantener y motivar un equipo de excelencia, colaborativo y con pasión por el cliente, es fundamental entregar las oportunidades y herramientas que permitan el desarrollo integral de nuestros colaboradores.

Un foco especial son los jóvenes profesionales, a quienes se dirigen diversos programas de captación y desarrollo de talentos, poniéndose a disposición distintas alternativas y oportunidades:

### PROGRAMA JÓVENES PROFESIONALES

Consiste en un período de formación integral de un año, donde jóvenes profesionales realizan diversas funciones para distintas gerencias, acompañados por un mentor. Después de ese período, y en función de su desempeño y habilidades específicas, los jóvenes tienen la oportunidad de ocupar un cargo definitivo en la compañía.

### PROGRAMA CRECE

Capacitaciones presenciales para desarrollar habilidades de liderazgo en jóvenes con potencial y que hayan destacado en su evaluación de desempeño. En los últimos dos años participaron más de 100 colaboradores de la región.

### AMÉRICA 10

Pasantía internacional que permite a los colaboradores trabajar durante 10 semanas en algunos de los países donde Falabella Financiero tiene presencia en Latinoamérica.

### JUMPING TALENT CHILE

En 2016 Falabella Financiero Chile participó por primera vez de un innovador programa de reclutamiento de talentos jóvenes, “Jumping Talent Chile”, donde 500 jóvenes recién egresados enfrentaron diversas pruebas entre las que se incluían test de actualidad y de outdoor.

### BECAS DE ESTUDIO

Durante el 2016, se entregaron becas para contribuir a la educación de nuestros colaboradores. Destaca el caso de Banco Falabella Chile que entregó 64 becas de formación.



El Reporte Anual de Falabella Financiero utiliza un papel con Certificación PEFC, el cual proviene de bosques gestionados sosteniblemente.



**2016**  
**REPORTE**  
DE SOSTENIBILIDAD  
Falabella Financiero

