REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

FALABELLA FINANCIERO

2022

Falabella Financiero | Banco Falabella | Fpay | Seguros Falabella | CMR puntos

Reporte de Sostenibilidad

2022

FALABELLA FINANCIERO

CONTENIDOS

CAPÍTULO 1:	Mensaje de Nuestro Gerente General	03
CAPÍTULO 2:	2022: Un Año de Crecimiento	06
CAPÍTULO 3:	Modelo de Gestión	10
CAPÍTULO 4:	Ecosistema Falabella	36
CAPÍTULO 5:	Experiencia de Clientes	44
CAPÍTULO 6:	Un Equipo de Gennials	49
CAPÍTULO 7:	Inclusión y Educación Financiera	77
CAPÍTULO 8:	Aporte al Desarrollo de la Sociedad	87
CAPÍTULO 9:	Gestión Ambiental	94
CAPÍTULO 10:	Acerca de este Reporte	103

MENSAJE DE NUESTRO **GERENTE GENERAL**

FALABELLA FINANCIERO

CAPÍTULO 01

Reporte de Sostenibilidad 2022

MENSAJE DE NUESTRO GERENTE GENERAL

2-22

Juan Manuel Matheu
GERENTE GENERAL FALABELLA FINANCIERO

Estimados lectores,

Durante 2022 continuamos avanzando en nuestro propósito de ayudar a las personas a simplificar y disfrutar más la vida a través de los servicios financieros. Es parte de nuestro rol conectar con sus necesidades y apoyar el progreso de millones de personas en Chile, Perú, Colombia y México.

Hay un hito que nos enorgullece especialmente este año: ya son más de 7,2 millones de personas en la región que eligen nuestros servicios, lo que representa un alza de 14% respecto de 2021.

Junto a ello registramos cifras que revelan avances en nuestro crecimiento. Durante el año alcanzamos más de 1,5 millones de aperturas de cuentas pasivas, 56% abiertas de manera digital. En Chile abrimos la misma cantidad de cuentas corrientes que el stock total que construimos en los últimos 10 años, consolidándonos como el segundo actor del mercado.

La evolución de las tarjetas de crédito siguió un camino similar: hubo 1,7 millones de aperturas en la región; un 51% de manera digital. Ello se complementa con que nuestros medios de pago se usan cada vez más: las compras con crédito y débito alcanzaron los US$20,8 billones, lo que representa una expansión de 30% respecto de 2021. Por su parte, las colocaciones llegaron a un total de US$7,9 billones en la región, un incremento de 21% respecto de 2021, ayudando a las personas a cubrir sus necesidades de financiamiento.

La consolidación de nuestra estrategia de digitalización contribuyó a profundizar la relación con los clientes. Una propuesta simple, conveniente y digital nos ha permitido alcanzar 5,7 millones de usuarios con apps activas; atender el 90% de los requerimientos por canales digitales y originar el 60% productos vía online.

La creciente adopción y preferencia por nuestros canales digitales, ha derivado en la necesidad de robustecer nuestras plataformas. Es por esto que también hemos invertido en renovación de redes y plataformas de telecomunicaciones. Junto con ello desarrollamos un proceso de migración de los sistemas a distintos Cloud Providers de manera de lograr una más rápida escalabilidad y estabilidad, y así brindar una mejor experiencia a los usuarios. Este trabajo ha implicado una inversión de más de US$12 millones.

A su vez, conscientes de la contracción económica a nivel global, diseñamos medidas de apoyo a clientes con problemas financieros. En esa línea, en 2023 disponibilizaremos diversos productos que les permitirán realizar sus pagos y restructurar sus deudas de manera de aliviar su carga financiera.

La innovación ha sido clave en la creación de valor de nuestra propuesta. Hemos continuado invirtiendo en machine learning e inteligencia artificial, además de robustecer la arquitectura tecnológica para continuar escalando el negocio, en línea con nuestro objetivo de ser un banco digital líder.

La operación en México junto a Soriana siguió traccionando fuerte. Duplicamos la cantidad de tarjetas de créditos abiertas y el volumen de compras con este medio de pago creció 57,8%. Tenemos espacio para seguir creciendo con planes auspiciosos: ya estamos presente en 116 tiendas de Soriana y proyectamos incrementar aún más los puntos de venta en 2023.

La billetera digital Fpay siguió fortaleciéndose, ofreciendo una solución de pago segura y sin fricciones. En Chile y Perú registró más

de 4,7 millones de descargas únicas, más de 21.000 comercios asociados y 3,9 millones de cuentas.

En nuestro propósito de ofrecer servicios que simplifiquen la vida de las personas concretamos nuevos hitos de la mano de Fpay. En Chile inauguramos el Parking Free Flow en Mallplaza, que permite pagar el estacionamiento de forma automática. En Perú, en tanto, incorporamos la recarga con efectivo de la Cuenta Fpay, aportando directamente a la inclusión financiera.

En su rol de plataforma de procesamiento de pagos del ecosistema Falabella, Fpay tuvo un positivo desempeño: registró transacciones por US$ 2,6 billones TPV a nivel regional, lo que representa un alza de 33% respecto de 2021. Otro hito relevante fue su ingreso como pasarela de pago en nuestros e-commerce de Colombia.

Nuestra propuesta de financiamiento a sellers de falabella.com ha sido una herramienta muy valorada, ya que les ha permitido escalar su negocio y aumentar sus ventas al acceder a créditos con facilidades de pago. En el año más de 940 emprendedores se vieron beneficiados, lo que representa una expansión de 266% respecto de 2021. La llegada del marketplace a Colombia en 2023 nos abre la oportunidad de seguir potenciando este instrumento que responde a la necesidad de liquidez de muchas pymes.

Al mismo tiempo nuestro programa de fidelización CMR Puntos siguió creciendo en la región. Tuvo un aumento de 18% y alcanzó los 18,6 millones de clientes. En el año ampliamos las alianzas en categorías clave y dimos flexibilidad para canjear productos, combinando puntos + pesos, para así seguir enriqueciendo nuestra propuesta de valor.

El sostenido crecimiento que hemos experimentado nos desafía a seguir potenciando la educación financiera. La impulsamos día a día de nuestro negocio, simplificando nuestro lenguaje y procesos para facilitar la toma de decisiones en este ámbito. Además, lo complementamos con actividades formativas que ayudan a nuestros colaboradores, clientes y comunidades a generar más ahorro, tomar buenas decisiones de inversión, alcanzar menores niveles de endeudamiento y, por tanto, mejor calidad de vida.

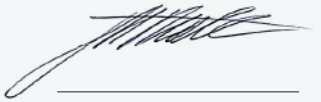
Este trabajo lo desarrollamos a través de distintas acciones: charlas y capacitaciones a 1.400 colaboradores; cápsulas informativas y tips a clientes en nuestras plataformas digitales; torneo interescolar Edducity con 1.424 escolares participantes de la región; además de mentorías a cien emprendedoras en Colombia.

Nuestra cultura organizacional ha promovido el trabajo colaborativo y la atracción de talento que han sido motores clave en este desafío. Un 88% de los colaboradores se siente orgulloso de ser parte de la empresa; somos un equipo comprometido y ello se demuestra en que más de 1.140 trabajadores fueron partícipes del voluntariado 2022.

Contamos con una Política de Diversidad e Inclusión para que ambos principios se consagren como valores fundamentales. Buscamos conformar equipos diversos, propiciar la integración y avanzar en la equidad de género, reduciendo brechas. Potenciamos el talento femenino y en ese camino ya hay avances. Al cierre de 2022 alcanzamos un 43% de participación femenina en cargos de liderazgo.

Alineados al compromiso corporativo que busca mitigar el impacto ambiental de nuestra operación, pusimos en marcha nuevas iniciativas. Para 2023 todas nuestras tarjetas Mastercard en Chile y Colombia serán elaboradas a partir de plástico reciclado, lo que implica menor uso de agua y energía y, por lo tanto, menos emisiones de gases de efecto invernadero en su producción. También hemos implementado planes de eficiencia energética. De esta manera, logramos que la huella de carbono alcance 1 y 2 de Falabella Financiero a nivel regional, disminuya un 32% con respecto a 2021. Así buscamos trabajar junto a todas las unidades de negocio de Falabella en la meta Net Zero, que tiene como objetivo llegar a cero emisiones netas al 2035 en los alcances 1 y 2.

Hacia delante nuestro compromiso continuará orientado a ampliar el impacto positivo, aportando a la calidad de vida de las personas y al desarrollo sostenible, de manera de contribuir a un mejor futuro para todos.



Juan Manuel Matheu
GERENTE GENERAL
FALABELLA FINANCIERO

2022: UN AÑO DE **CRECIMIENTO**

FN-IN-000.A / FN-CF-000.A

FALABELLA FINANCIERO

CAPÍTULO 02

Reporte de Sostenibilidad 2022

PRINCIPALES CIFRAS

NUESTRO NEGOCIO

23,8%

Participación de mercado en el número de cuentas corrientes en Chile

Variación anual: 6,8 pts ↑

6,7 millones

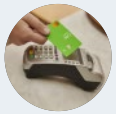
De tarjetas de crédito activas en la región

Variación anual: 5% ↑

4,7 millones

De cuentas corrientes y cuentas vista

Variación anual: 21% ↑



7,9 mil millones de USD

En colocaciones

Variación anual: 16% ↑

NUESTRA PRESENCIA

491

Puntos de atención en la región

Variación anual: -12% ↓

18,6 millones

De clientes participando del programa CMR Puntos

Variación anual: 18% ↑

10,5 millones

De pólizas de seguros

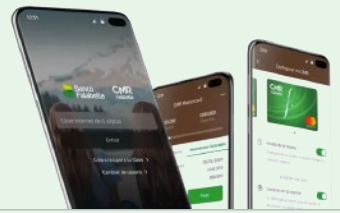
Variación anual: 5% ↑

941

Sellers financiados

Variación anual: 266% ↑

SOMOS UN BANCO DIGITAL



5,7 millones

De clientes con app activa

Variación anual: 22% ↑

1,06 millones

De cuentas corrientes y tarjetas de crédito abiertas digitalmente

Variación anual: 36% ↑

59%

De la venta de Créditos de Consumo fue digital.

90%

Atenciones digitales

41%

De las aperturas de CMR Falabella fueron digitales

Variación anual: 13% ↑

60%

De las aperturas de cuentas fueron digitales

Variación anual: 18% ↑

SOLUCIÓN FPAY

3,9 millones

De clientes con app activa

Variación anual: 72% ↑

1.575 billones de USD

Procesados por PSP Fpay

Variación anual: 17% ↑

21.213

Comercios asociados a Fpay

Variación anual: 62% ↑

935,7 mil

Usuarios activos billetera digital

Variación anual: 97% ↑

UN SOLO EQUIPO

10.201

Colaboradores en la región

Variación anual: 1% ↑

57%

Mujeres

Variación anual: -1% ↓

57

Horas promedio de capacitación por trabajador

Variación anual: 35% ↑

88%

De colaboradores señala que nuestra compañía es un gran lugar para trabajar

Variación anual: 6% ↑

HUELLA SOCIAL Y AMBIENTAL

5.369

Niños que accedieron al juego Edducity online

Variación anual: 5% ↑

98

Colegios beneficiados en el Programa Haciendo Escuela

1.140

Voluntarios participantes

Variación anual: -89% ↓

4.640

Horas de voluntariado

Variación anual: -71% ↓

1.553.906

USD de aporte a la comunidad

Variación anual: 11% ↑

2.365

Toneladas de CO_2 (Alc. 1 y 2)

Variación anual: -32% ↓

El foco de la Estrategia de Sostenibilidad está puesto en que el impacto en el desarrollo de la sociedad sea a través de productos más simples y transparentes. Ha disminuido el esfuerzo en voluntariado respecto a años anteriores.

2.2 2022: Un año de crecimiento

PRINCIPALES RECONOCIMIENTOS DEL AÑO

NOVIEMBRE 2022

Effie Awards Chile 2022: Categoría plata en las categorías **"Éxito Obtenido"** y en **"Performance Marketing".**

DICIEMBRE DE 2022

Fundación Chile Unido y el Diario El Mercurio: Mejores organizaciones para integrar la vida personal y el trabajo. **5° lugar** para Banco Falabella Chile en el **ranking de grandes corporaciones.**

MAYO 2022

Preferencia Banco: Líderes en el ranking de Preferencia Banco junto con Banco Estado y Santander, según el Tracking de Marca Bancos encargado a Netquest.

JUNIO 2022

Pride Connection: Reconocido como uno de los mejores lugares para trabajar para el talento **LGBTI+.**

DICIEMBRE DE 2022

Fundación Chile Unido y el Diario El Mercurio: Mejores organizaciones para integrar la vida personal y el trabajo. **3° lugar** para Seguros Falabella Chile en el ranking grandes empresas.

DICIEMBRE DE 2022

Seguros Falabella Perú: Obtuvo el 6° lugar del Ranking PAR 2022 por su compromiso con la equidad de género.

MODELO DE **GESTIÓN**

FALABELLA FINANCIERO

CAPÍTULO
03

Reporte de
Sostenibilidad
2022

3.1 Modelo de Gestión

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

2-1 / 2-2

Falabella Financiero[1] se refiere al conjunto de filiales de servicios de retail financiero de Falabella S.A., grupo con más de 130 años de trayectoria, y de los mayores ecosistemas de retail de América Latina.

Falabella Financiero se compone de Banco Falabella, Seguros Falabella, Fpay, Falabella Soriana y CMR puntos. Contamos con presencia en Chile, Perú, Colombia y México, con una oferta de soluciones financieras centrada en las necesidades de nuestros clientes, apalancada en el conocimiento que tenemos de ellos y la proximidad con los negocios de retail del grupo.

1. Promotora CMR Falabella S.A. Banco Falabella S.A Seguros Falabella Corredores Ltda. Servicios e Inversiones Falabella Falabella Servicios Profesionales de TI Administradora CMR Falabella Ltda. Banco Falabella Perú S.A Banco Falabella S.A (Colombia) Corredores de Seguros Falabella S.A.C Seguros Falabella Ltda (Colombia) Servicios Financieros Soriana S.A.P.I de C.V Digital Payments SpA Digital Payments Prepago S.A. Digital Payments Peru S.A.C. Digital Payments S A S (Colombia) DP Factory S.A.

En Chile, Banco Falabella es accionista mayoritario de Promotora CMR Falabella, que le presta servicios a esta última, en su carácter de filial Sociedad de Apoyo al Giro (SAG) de Banco Falabella, y emisora de la Tarjeta CMR Falabella. CF Seguros de Vida S.A., por su parte, pertenece en un 94,2% a Falabella Inversiones Financieras S.A. y en un 5,8% a BNP Paribas Cardif Seguros de Vida S.A. En Colombia, el 35% de Banco Falabella es de propiedad del Grupo Corona.

3.2 Modelo de Gestión

LO QUE NOS MUEVE

MISIÓN:

Nuestra misión es hacer posibles las aspiraciones de los clientes, mejorar su calidad de vida y superar sus expectativas a través de una oferta integrada de servicios financieros potenciada por los beneficios de nuestras tiendas y Marketplace.

VISIÓN:

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

- Diferenciarnos 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

Modelo de Gestión

3.3 VALORES CORPORATIVOS

Transparencia

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

Conveniencia

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

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.

LOS VALORES DEL ECOSISTEMA

para cumplir nuestro propósito:
Simplificar y Disfrutar más la Vida

3.4 Modelo de Gestión

PROPUESTA DE VALOR

2-6

Nuestra propuesta de valor se basa en 3 pilares:

- Nuestra oferta de productos
- La experiencia del cliente
- El posicionamiento de nuestras marcas

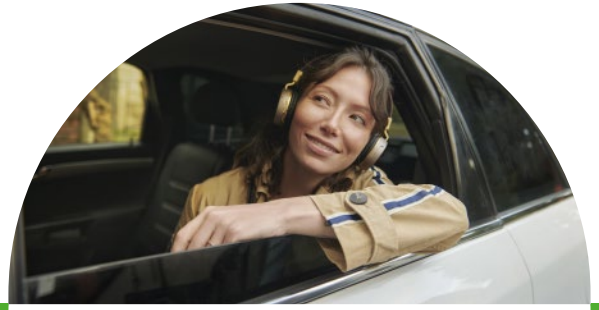
OFERTA DE PRODUCTOS

Desde Falabella Financiero, brindamos soluciones financieras digitales a los clientes, ofrecemos seguros y diseñamos nuevas soluciones de pago. **Nuestros productos son intuitivos, convenientes y 100% digitales.**

Además, ofrecemos los mejores beneficios del mercado, a través de un programa de fidelización altamente conveniente. Y analizamos permanentemente la información del mercado para dar mejores respuestas a las necesidades de nuestros clientes y personalizar las ofertas.

Banco Falabella

Ofrece una propuesta financiera integral y digital, principalmente dirigida al segmento personas, con operaciones en Chile, Perú y Colombia. Es el mayor emisor de tarjetas de crédito en Chile y Perú y ocupa el segundo lugar en el mercado chileno en número de cuentas corrientes.



Seguros Falabella

Corredora de seguros con 24 años de trayectoria, con presencia en Chile, Perú y Colombia. Pone a disposición de sus clientes una gran oferta de productos y una amplia gama de compañías aseguradoras. Al cierre del 2022, contaba con más de 10,5 millones de pólizas.

Fpay

Solución de pago digital para personas y comercios dentro y fuera del ecosistema Falabella. Fpay ofrece una wallet, o lo que es lo mismo, una aplicación gratuita que permite reunir todos los medios de pago del cliente y pagar en comercios asociados, ya sean físicos u online, de manera simple, segura y sin contacto, desde el celular. Está disponible en Chile y Perú. Además, el procesador de pagos (PSP) de Fpay permite procesar las transacciones realizadas con tarjetas de crédito y débito de todos los emisores en los sitios de ecommerce del Grupo, en Chile, Perú y Colombia, con altos niveles de conversión y mínimos niveles de fraude. Nuestra solución incorpora también cuentas transaccionales para los sellers de nuestro marketplace y financiamiento para su capital de trabajo.

FN-IN-410B.2

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

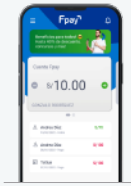
Queremos estar cerca de nuestros clientes y estamos seguros de que, a través de nuestros servicios digitales, podemos atenderlos en forma más ágil y conveniente.

Por ello, desde hace seis años, iniciamos el camino para transformarnos en un negocio 100% digital, donde cada una de las interacciones con nuestros clientes puedan realizarse a través de medios electrónicos, y que dicha experiencia sea satisfactoria, segura y de excelencia. Y en ese recorrido, dimos importantes pasos.

La Digitalización en concreto:

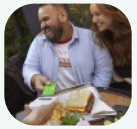
Ofrecemos procesos digitales de bancarización: apertura de tarjetas de crédito y de cuentas transaccionales 100% digitales, sin necesidad de acudir al banco.

Contamos con la primera tarjeta de crédito 100% digital del mercado en Chile, Perú y Colombia; CMR 100% digital, que permite al usuario operar su tarjeta desde el celular, y pagar en el mundo físico (con códigos QR y Tap&Pay) y digital, sin la necesidad de un plástico.

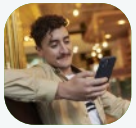


Desarrollamos Fpay, billetera digital que permite pagar, cobrar y transferir, de manera electrónica. Presente en Chile y Perú.

Habilitamos el servicio de **autoinspección digital** de Seguros de Auto.



Nuestros canales de contacto digital están preparados para atender todos los requerimientos de nuestros clientes, e incorporamos cada año, nuevas funcionalidades para simplificar las interacciones.



A través de nuestra pasarela de pagos (PSP), pudimos consolidar el procesamiento de compras con tarjetas CMR y con tarjetas de terceros en todas las plataformas e-commerce de Falabella, mejorando el control de fraude en todos nuestros sitios.

Incorporamos herramientas de Machine Learning en nuestros modelos de originación de tarjetas en Chile, Perú y Colombia, y así ampliamos el universo de clientes con oferta de crédito.

% de clientes 100% Digitales:

59%	48%	51%

Mantenemos nuestra red de sucursales para asegurar que, en caso de que nuestros clientes lo deseen, puedan recibir atención en persona, tanto en el asesoramiento de sus necesidades financieras como en el uso de nuestras soluciones digitales.

POSICIONAMIENTO DE MARCA

Nuestro posicionamiento de marca se alinea con nuestro propósito y nuestros valores.

Somos transparentes, simples y digitales. Usamos un tono cercano para comunicarnos, buscando siempre simplificar nuestros procesos para que nuestros clientes puedan disfrutar más la vida.

Buscamos ser un banco cada vez más sostenible, con productos simples y transparentes, responsable con el medioambiente e inclusivo. Con foco en aportar al bienestar y educación financiera de las personas.

3.5 Modelo de Gestión

GOBIERNO CORPORATIVO

3.5.1 DIRECTORIO

2-9 / 2-10 / 2-11/ 2-13 / 2-16 / 2-17 / 2-18 /

Juan Fernández Fernández
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO
Director FIF desde
25-04-2014
Asistencia 2022
6

Julio Fernández Taladriz
DIRECTOR
Director FIF desde
07-04-2011
Asistencia 2022
6

Gonzalo Rojas Vildósola
DIRECTOR
Director FIF desde
07-04-2011
Asistencia 2022
6

Sergio Cardone Solari
DIRECTOR
Director FIF desde
07-04-2011
Asistencia 2022
6

Carlo Solari Donaggio
DIRECTOR
Director FIF desde
07-04-2011
Asistencia 2022
6

Alex Harasic Durán
DIRECTOR
Director FIF desde
07-04-2011
Asistencia 2022
6

Ignacio Swett Errázuriz
DIRECTOR
Director FIF desde
25-04-2014
Asistencia 2022
6

Andrés del Rio Arteaga
DIRECTOR
Director FIF desde
20-04-2020
Asistencia 2022
6

Jorge González Correa
DIRECTOR
Director FIF desde
25-04-2016
Asistencia 2022
6

El principal órgano de gobierno Corporativo es el Directorio de Falabella Financiero[1]. Está integrado por nueve miembros elegidos por la Junta de Accionistas y permanecen tres años en su cargo de acuerdo con los estatutos de la sociedad. Ninguno de ellos ocupa cargos ejecutivos en la compañía. En 2022 fue presidido por el Sr. Juan Fernández Fernández.

Sesiona cada dos meses y entre sus principales responsabilidades está el monitoreo de la gestión de la empresa, los riesgos asociados a cada negocio, la evolución del contexto de la actividad y el desempeño de cada una de las unidades. En 2022, el Directorio sesionó en 6 oportunidades.

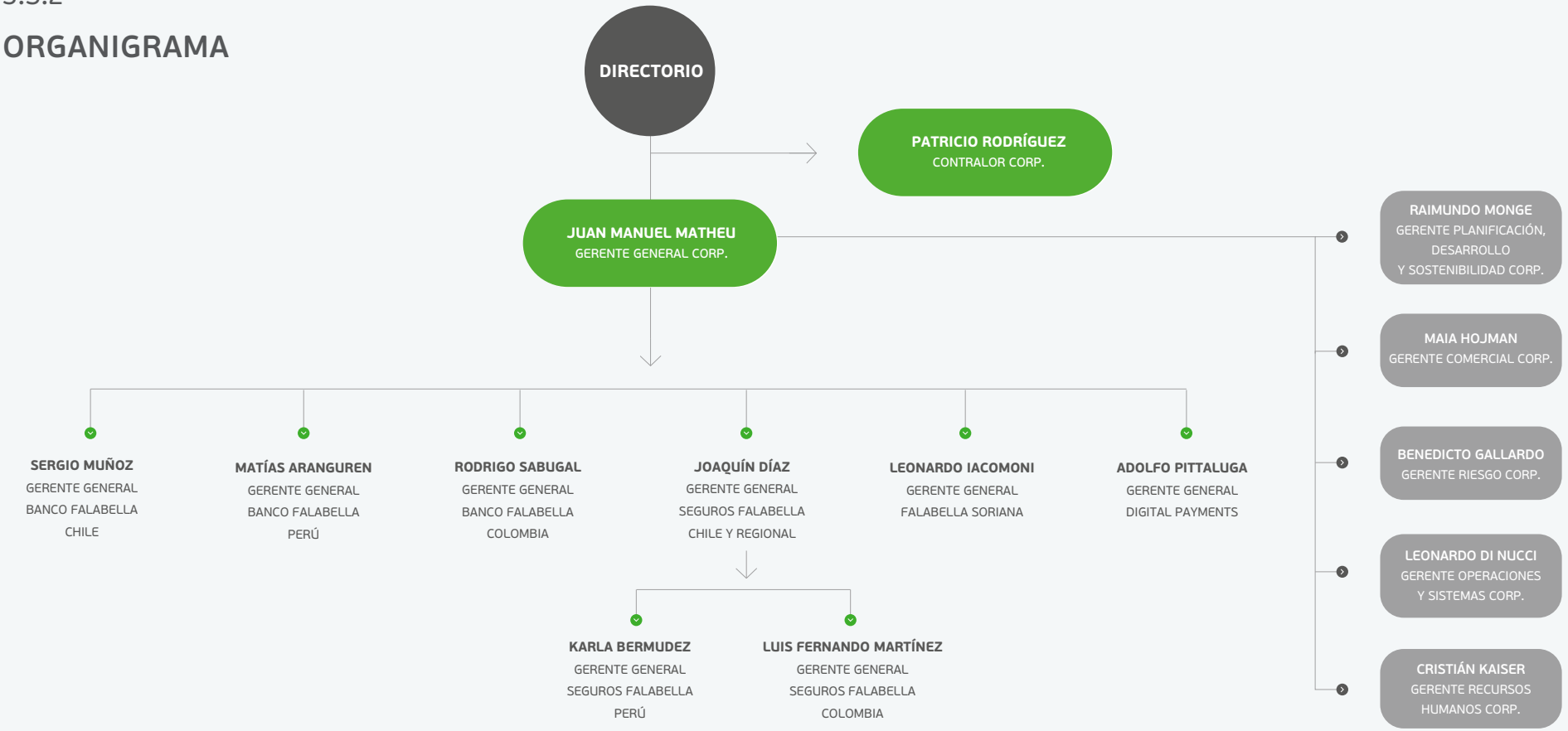
El Directorio delega en el equipo ejecutivo las responsabilidades de la gestión diaria, grupo encabezado por el Gerente General Corporativo, Juan Manuel Matheu. En cada sesión de Directorio, acompañado de miembros de su equipo, rinden cuentas sobre el desempeño económico-financiero, la gestión comercial, de riesgos y operacional, materias de recursos humanos, entre otros. Caben destacar, por ejemplo, el resultado de las mediciones de NPS, la gestión de reclamos y los resultados de la encuesta de cultura organizacional interna.

En tanto, en cada una de las unidades de negocio, el Gerente General respectivo lidera la gestión y se encarga de implementar las políticas y estrategias corporativas, adaptándolas a la realidad de cada mercado.

1. Por su parte, Banco Falabella Chile, Perú y Colombia, Agencia de Seguros Falabella Colombia, CF Seguros de Vida Chile, Digital Payments Chile y Colombia, ABC de Servicios Colombia y Promotora CMR Chile,, cuentan con sus propios directorios, los cuales se rigen por sus respectivos Estatutos y Manuales de Gobierno Corporativo y por la normativa local vigente.

3.5.2

ORGANIGRAMA



PRINCIPALES COMITÉS DE DIRECTORIO Y EJECUTIVOS	COMITÉS DE AUDITORÍA	COMITÉ DE RIESGOS	COMITÉS DE RIESGOS Y DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	COMITÉ DE FRAUDE	COMITÉ COMERCIAL Y CANALES DIGITALES REGIONAL	COMITÉ DE RECURSOS HUMANOS	COMITÉ DE ACTIVOS Y PASIVOS (CAPA)	COMITÉ DE OPERACIONES Y SISTEMAS REGIONAL	COMITÉ DE TALENTOS
FUNCIONES PRINCIPALES	Monitorear el funcionamiento de los sistemas de control y supervisar la integridad de la información que se publica en los Estados Financieros.	Revisar los tópicos más relevantes de cada uno de los riesgos: de Crédito, Cobranzas, Financiero, Operacional, Fraude, Seguridad de la información y Governance & Control y compartir prácticas a nivel regional. Revisar riesgos en Fpay.	Dar lineamientos y supervisar la Gestión de Riesgo, Continuidad y Control de las unidades de negocios de Falabella Financiero en aspectos como Riesgo Operacional, Cultura de Riesgos, Riesgo Tecnológico y de Proyectos, Continuidad de Negocio, Riesgos de Externalizaciones Críticas, Control Interno y Fraude Interno.	Dar a conocer los resultados de la gestión de fraude de cada negocio, y status de los requerimientos y/o proyectos más relevantes, además de dar a conocer y discutir, los hechos relevantes ocurridos en cada país (eventos de fraudes, incidencias en los sistemas, etc.)	Discutir regionalmente temas de relevancia para los negocios, realizar el seguimiento de las principales iniciativas, compartir mejores prácticas y definir la estrategia comercial.	Monitorear el avance de los proyectos, compartir buenas prácticas y coordinar acciones conjuntas de Recursos Humanos, definiendo estrategias y lineamientos a nivel corporativo.	Monitorear la gestión estratégica del capital y de los riesgos financieros, garantizando el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos.	Servir como instancia de evaluación, dirección y supervisión de las operaciones y tecnología de Falabella Financiero.	Desarrollar y monitorear planes de acción para el desarrollo y retención de talento, promover la movilidad interna, revisar líneas de sucesión, entre otros.
COMPOSICIÓN	En Banco Falabella Chile, Perú y Colombia: 3 directores y gerentes de auditoría interna. En Fpay, un director y el gerente corporativo de auditoria interna.	Gerente de riesgos corporativo, responsable corporativo de cada tipo de riesgo y gerentes de riesgos de cada negocio.	Gerente de riesgos corporativo, gerentes de riesgos locales, gerentes de riesgo operacional, líderes de SQUAD y responsables de operaciones FIF y gobierno TI.	Gerente de riesgos corporativo, equipo corporativo de fraude, gerentes de fraude, encargados de la estrategia, encargados del monitoreo y encargados de reclamos.	Gerente general corporativo, gerentes generales de las unidades de negocio, gerente comercial corporativo y gerentes de primera línea de las unidades de negocio.	Gerente de recursos humanos corporativo, gerentes de recursos humanos de las unidades de negocio y reportes directos.	Gerente de riesgos corporativo, gerente de riesgos financieros corporativo, tesorero corporativo, tesoreros locales, gerentes de finanzas locales, gerentes de riesgo de las unidades de negocio y gerentes de riesgo financiero de las unidades de negocio.	Director, el gerente general corporativo, los gerentes generales de las unidades de negocio, los gerentes de TI de las unidades de negocio, los gerentes de FIFTech.	Gerente de recursos humanos corporativo, gerentes de recursos humanos y de desarrollo organizacional de las unidades de negocio
PERIODICIDAD	Según el negocio	Mensual	Mensual	Mensual	Bimestral	Quincenal	Mensual	Bimestral	Mensual

3.5.3

PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO

2-15

Anualmente la compañía implementa la campaña denominada “Yo juego Limpio”, mediante la cual se dan a conocer los controles mínimos que deben cumplir todos los colaboradores al momento de relacionarse con funcionarios públicos.

A nivel de Grupo, el Directorio de Falabella aprobó la Política de Gestión de Conflicto de Intereses que establece los principios y criterios para la **efectiva declaración de intereses y la gestión de los conflictos por parte de colaboradores y directores.**[1]

Asimismo, **en el Código de Integridad** se dispone la obligatoriedad de informar todo interés económico, vínculo personal, o comercial con otros trabajadores, clientes, proveedores y/o competidores, como también empleos externos y cualquier otra actividad, asociación o vinculación con otras personas que puedan generar un conflicto de interés.

Los Directores, la alta administración de la compañía y quienes ocupan ciertos cargos expuestos, deben realizar una declaración anual de conflictos de interés.

Por otra parte, los colaboradores pueden declarar cualquier conflicto de intereses en el momento en que éste se produce, así como regalos, invitaciones y reuniones con funcionarios públicos.

Anualmente la compañía implementa la campaña denominada “Yo juego Limpio”, mediante la cual se dan a conocer los controles mínimos que deben cumplir todos los colaboradores al momento de relacionarse con funcionarios públicos. Con lo anterior, se busca evitar la comisión de delitos, especialmente los relacionados con el lavado de activos, financiamiento del terrorismo, soborno o cohecho a funcionario público o entre privados, negociación incompatible y, en general, de aquellos que puedan generar responsabilidad penal o administrativa para la compañía.

1. En la memoria financiera de Falabella S.A. se declaran la composición del grupo controlador y las operaciones con partes relacionadas.

3.6 Modelo de Gestión

PILARES ESTRATÉGICOS EN SOSTENIBILIDAD

2-12

Educación Financiera

Nos mueve ser simples y transparentes.

Nuestro compromiso es contribuir a la construcción de una sociedad más responsable y empoderada en la gestión de sus finanzas personales.

Medioambiente

Nos mueve un mundo más verde.

Nuestro compromiso es el desarrollo de las actividades de manera sostenible, reduciendo los impactos adversos de nuestra operación en el medioambiente.

Desarrollo de la Sociedad

Nos mueve el crecimiento de todos.

Nuestro compromiso es ampliar el impacto positivo, aportando al desarrollo de la sociedad para mejorar la calidad de vida de todas las personas, donde estamos presentes.

Diversidad e Inclusión

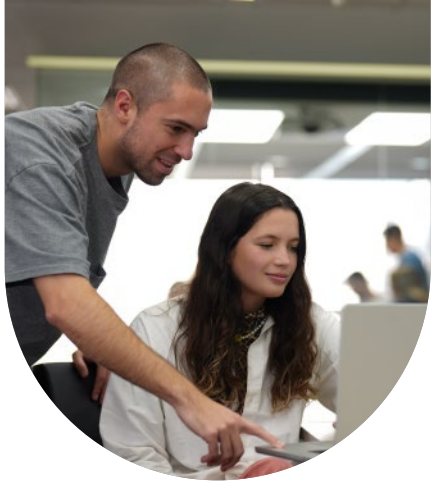
Nos mueve crear espacios para todas las personas.

Nuestro compromiso es fomentar equipos diversos e inclusivos aportando nuevas miradas al negocio, mejorando el clima interno y potenciando el compromiso.

3.6.1 GRUPOS DE INTERÉS

2-28 / 2-29

	Colaboradores	Accionistas e inversionistas	Clientes	Comunidad	Proveedores y otros actores relevantes
Métodos de involucramiento	• Encuesta de cultura (2 veces al año) • Canales de denuncia • Intranet (workplace) • Procesos de inducción • Reuniones ampliadas • Reuniones periódicas y procesos de negociación colectiva con sindicatos	• Reuniones de directorio • Reporte de Sostenibilidad • Informes mensuales • Planificación estratégica	• Sucursales • Mailings • Redes sociales • App • Web corporativa • Call center • Encuestas de satisfacción • Estudios de percepción	• Redes sociales • Voluntariado corporativo • Proyectos sociales • Plan de relacionamiento comunitario	• Reuniones específicas • Mailings
Principales expectativas	• Bienestar laboral • Beneficios • Contar con espacios de confianza • Buenos liderazgos • Que el talento sea valorado • Retroalimentación • Oportunidades de desarrollo profesional • Trabajo en equipo • Entorno laboral saludable	• Rentabilidad • Gestión de riesgos • Crecimiento • Sostenibilidad	• Oferta de productos • Inclusión financiera • Educación financiera • Digitalización • Satisfacción y reclamos	• Aporte comunitario • Medición del impacto de programas • Oportunidades de empleo • Eficiencia ambiental	• Relaciones de crecimiento mutuo • Condiciones comerciales justas • Innovación y desarrollo conjunto



> Uno de los pilares estratégicos de nuestra organización es nuestro foco en los clientes.

Y pensando en ellos, es que buscamos año a año, convertirnos en una institución más querida y más creíble para este grupo de interés. Con base en ello, es que definimos como uno de los focos de nuestro actuar, en convertirnos en un **banco sostenible**, en particular en lo vinculado con la gestión de nuestros impactos ambientales y sociales.

A nivel regional, desarrollamos en 2022 una investigación para entender cuál es la relevancia y expectativas que tienen nuestros clientes respecto de las instituciones financieras en materia de impacto ambiental, social y de gobernanza. Para ello, se realizaron **11 focus groups en la región**, conformados por hombres y mujeres de 25 a 45 años bancarizados. Uno de los principales resultados del estudio fue que **debemos seguir enfocándonos en educación financiera,** mientras damos continuidad a lo que se viene trabajando en inclusión financiera. Por otro lado, iniciativas de medioambiente y diversidad e inclusión, se consideran pisos mínimos que se deben mantener.

En Chile, se profundizó la medición de la percepción de nuestros clientes en relación con la sostenibilidad, a través de un estudio exploratorio de percepción. En los meses de junio y julio, desarrollamos, con el apoyo de una empresa consultora externa, los cuatro focus groups, que nos permitieron rectificar los cuatro pilares de nuestra estrategia de sostenibilidad: **educación e inclusión financiera, diversidad e inclusión, medio ambiente y desarrollo de la sociedad.**

País	Gremios y otras membresías
CHILE	Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF) Comité de Retail Financiero Cámara de Comercio de Santiago Acción Empresas Pacto Global Chile Pride Connection
PERÚ	Asociación de Bancos (ASBANC) ANDA (Sociedad Nacional de Anunciantes) Pride Connection
COLOMBIA	Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (Asobancaria) Pride Connection Cámara de la Diversidad

3.6.2

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS

> Entendiendo que nuestras actividades pueden generar impacto en las condiciones de vida de los grupos de interés con quienes interactuamos, desarrollamos en 2022 una política de Derechos Humanos, mecanismo que nos permita una adecuada identificación y evaluación de riesgos para la prevención de estos impactos y, de ser necesario, su remediación.

El objetivo de ésta es reflejar el compromiso de Falabella Financiero de respetar y promover los Derechos Humanos, mediante la definición de aquellos principios y medidas específicas que guiarán nuestro comportamiento para mantener, activa y sostenidamente, un estándar de observancia de los Derechos Humanos en los impactos generados por el desarrollo de nuestras actividades, en conformidad a sus valores corporativos y normativa interna. El documento se desarrolló conforme a los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresa de las Naciones Unidas.

El alcance de la misma abarca a todos los colaboradores de las empresas y unidades de negocios que conforman Falabella Financiero. Por otra parte, promoveremos que los proveedores de nuestra cadena de valor ajusten su conducta a los estándares, lineamientos y principios establecidos en dicho lineamiento. En el mismo documento se establece que cada compañía debe realizar el proceso de Debida Diligencia que le permite identificar y evaluar sus propios riesgos en materia de Derechos Humanos, incorporando a sus matrices las brechas detectadas y los respectivos planes de acción para su remediación.

El canal de integridad corporativo, es también el mecanismo de notificación y denuncia oficial ante vulneraciones a los derechos humanos que puedan sufrir los grupos de interés con quienes interactuamos.

El Directorio de Falabella Financiero aprobó la política en marzo de 2022.

La Política entiende los Derechos Humanos como el conjunto de derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción de raza, sexo, orientación sexual, nacionalidad, lugar de residencia, origen étnico, lengua, religión, o de cualquier otra condición, reconocidos en instrumentos nacionales e internacionales, incluyendo la Carta Internacional de los Derechos Humanos que abarca la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

Asimismo, contempla el compromiso de Falabella Financiero de respetar los derechos fundamentales de los colaboradores de acuerdo con la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo, relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.

3.7 Modelo de Gestión

GESTIÓN DE RIESGOS

La gobernanza de la gestión de riesgos en Falabella Financiero se compone de distintos estamentos. Por un lado, la Gerencia Corporativa de Riesgos de Falabella Financiero es la encargada de implementar las mejores prácticas internacionales para la gestión, evaluación y control de riesgos poniendo especial énfasis en los siguientes tipos de riesgos: crédito, mercado y liquidez, operacionales, de fraude y seguridad de la información. Por su parte, el Comité de Riesgos Corporativos, sesiona mensualmente y está integrado por el Gerente de Riesgos Corporativo, el responsable corporativo de cada tipo de riesgo y los gerentes de riesgos de cada negocio. Es el encargado de revisar los tópicos más relevantes de cada uno de los tipos de riesgos. Además, sesiona mensualmente el Comité de Riesgos Operacionales, Comité de Seguridad de la Información y el Comité de Fraude.

En línea con los continuos avances en la digitalización de nuestros procesos y sistemas, los equipos de riesgos siguieron avanzando y en 2022 se consolidó el modelo de simulación de escenarios que permite una mayor oportunidad y efectividad en la implementación de reglas de detección, a lo que se suma el mejoramiento de la infraestructura de monitoreo y prevención de fraudes para acompañar al negocio en su crecimiento y digitalización.

3.7.1 RIESGO OPERACIONAL Y DE CRÉDITO

La gestión de Riesgo Operacional es esencial para Falabella Financiero porque orienta a todos los colaboradores en los diferentes niveles a mantener una cultura enfocada en la prevención de impactos negativos asociados a pérdidas económicas, daños a la reputación, sanciones por incumplimientos normativos, entre otros, y afianza la búsqueda de la eficiencia operativa, así como la resiliencia empresarial. Esta gestión está soportada en las etapas de identificación, medición, control y monitoreo, etapas sobre las cuales se tuvo importantes avances en 2022:

1. Se implementaron nuevos equipos de Control Interno como estructuras más robustas de monitoreo del riesgo, orientados a la verificación objetiva de la efectividad operativa de los controles claves de la organización.

2. De forma agregada se logró una disminución en los requerimientos de Capital regulatorios por Riesgo Operacional, consolidando resultados positivos en la supervisión regulatoria de la SBS sobre el programa ASA de Banco Falabella Perú.

3. Se inició un proceso de mejoramiento y digitalización de la función de riesgo operacional, mediante:

    - La puesta en marcha del proyecto de expansión y evolución a Cloud del sistema GRC OpenPages, herramienta corporativa para la gestión integral del Riesgo Operacional.
    - La robotización de la autoevaluación Integral de riesgos de proyectos, cambios significativos y nuevos productos que se articulen con la visión y cultura ágil.

4. Se fortaleció estructural y metodológicamente la gestión de continuidad de negocio y riesgo tecnológico, para contar con equipos multidisciplinarios expertos, que puedan aportar resiliencia y administración de los riesgos de naturaleza tecnológica claves en la visión de banco digital.

Estos avances en la gestión han consolidado hitos relevantes, no obstante, se continua avanzando en el fortalecimiento y mitigación del riesgo tecnológico como foco de trabajo para 2023 y 2024 enmarcados en la estrategia de fortalecimiento del entorno cloud.

Por su parte, en materia de riesgo de crédito, se avanzó en la implementación de los modelos de riesgo a través de metodologías de machine learning e incorporando información del ecosistema. Además, se fortalecieron las capacidades de almacenamiento y explotación de bases de datos, lo que aunado al uso de motores de decisión, ha permitido llevar a cabo un análisis más granular del riesgo y una gestión más oportuna del mismo.

3.7.2
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

FN-CF-220A.1 / FN-CF-230A.3

> Nuestra estrategia de seguridad y ciberseguridad está basada en 4 pilares: **riesgos, procesos, proyectos y cultura**. El objetivo es garantizar la seguridad del ecosistema y de la información que se utiliza, tanto de clientes como de los colaboradores. Para ello, contamos con un equipo multidisciplinario en áreas técnicas y de gestión, que trabajan en la administración de riesgos, respuesta a incidentes, seguridad de activos, concientización e identificación y gestión de amenazas

El plan estratégico en ciberseguridad, **busca, entre otros objetivos la gestión de riesgos vinculados con la privacidad de la información de los clientes y la seguridad de las aplicaciones.** Sus focos principales son la sensibilización, el fortalecimiento de las acciones de respuestas ante incidentes, la protección de activos de información y la evaluación permanente de riesgos de ciberseguridad. Uno de los pilares de la estrategia consta de la adopción de buenas prácticas establecidas por estándares internacionales de seguridad de la información, ciberseguridad y protección de datos tales como FFIEC, ISO27001/27002, CIS Control, NIST, PCI-DSS y Swift CSP.

En 2022 seguimos avanzando en el robustecimiento de los controles internos y externos, conforme a la detección global de amenazas emergentes y las nuevas técnicas de ataques, que pudiesen afectar a la industria financiera local y global. Para esto, contamos con las mejores tecnologías disponibles para garantizar nuestra seguridad y la de nuestros clientes en materia cibernética. Ejemplo de ello fue la implementación de tecnologías como Fire Eye, DLP y Cloudfare, así como el recambio de los sistemas de soporte en los cajeros automáticos, para resguardar nuestros sistemas y la información de los clientes. Las nuevas ciberamenazas incluyen, entre otras, aquellas que surgen del uso de sistemas de pago de comunicación de campo cercano (NFC), la banca móvil y la banca basada en la web. Por su parte, los vectores de ataque incluyen, entre otros, el ransomware, las estafas de acumulación de préstamos, estafas de «mulas de dinero» y los ataques de acceso remoto.

También en el ámbito de seguridad de la información y ciberseguridad, se continuó con la implementación del marco de controles establecido por el framework FFIEC así como también con la revisión independiente sobre el cumplimiento del marco de referencia de controles (CSP) definidos por la red Swift.

En Banco Falabella Chile se avanzó en el fortalecimiento de las redes de apoyo y en la colaboración a través de la participación en ejercicios de ciber crisis, en coordinación con otros organismos externos relevantes (CSIRT de Gobierno, Alianza pacifico, CMF y ABIF).

La compañía dispone de un conjunto de políticas, normas, procedimientos, y estándares corporativos para el aseguramiento de los datos en su ciclo de vida. Los datos se clasifican de acuerdo con sus niveles de confidencialidad, los esquemas, técnicas y algoritmos criptográficos que deberán se implementados en la capa de datos, sistema de almacenamiento y transporte, certificados por los equipos especializados en materia de seguridad de los datos en cumplimiento con las leyes y regulaciones regionales en materia de protección de datos personales, así como de las norma y estándares internacionales definidos en este documento.

A nivel de Grupo además, se ofrecen programas continuos de concientización y capacitación en ciberseguridad para los empleados, tanto a nivel corporativo como específicos para los diferentes negocios. La capacitación en seguridad y ciberseguridad se realiza mensualmente para los nuevos empleados y periódicamente para el personal activo. El canal oficial a nivel corporativo para la comunicación del Plan de Sensibilización en Ciberseguridad es Workplace ("somos un equipo"), además de otros canales a nivel empresarial.

A nivel corporativo contamos con un Programa de Cumplimiento en materia de Protección de Datos Personales que toma en consideración la normativa de cada uno de los países donde estamos presentes. Nuestros controles buscan asegurar el correcto tratamiento de datos de clientes, empleados y proveedores.

En Colombia, se desarrolló una política de tratamiento de datos personales y se implementó un procedimiento para la aprobación por parte de los clientes del tratamiento de sus datos personales.

3.8 Modelo de Gestión

ÉTICA EMPRESARIAL Y CUMPLIMIENTO

2-15 / 2-16/ 2-23 / 2-24 / 2-26 /2-27 / FN-CF-220A.2 / FN-CF-270A.5

Como parte de nuestra cultura se busca promover en las operaciones comerciales y en las relaciones que establece la compañía con todos sus stakeholders, comportamientos y prácticas basados en la integridad, el respeto y el cumplimiento legal.

Para ello, a nivel corporativo contamos con un Programa de Ética que se apalanca en los siguientes componentes: →

01

Código de integridad:

Lineamiento corporativo aplicable a Falabella Financiero y cada una de sus filiales. A este documento transversal, se incorporan políticas corporativas específicas tales como las políticas anticorrupción y las políticas de conflictos de interés de cada uno de los negocios.

En el código se explicitan las principales responsabilidades de quienes conforman Falabella y son el cumplimiento de la Ley y de la normativa interna de Falabella; liderar con integridad y con el ejemplo; mantener un clima laboral sano; preguntar antes de actuar, en caso de que haya dudas sobre cómo debe ser nuestro comportamiento; reportar lo que esté mal; y, colaborar en las investigaciones éticas. Particularmente, el Código de Integridad define los principios que deben guiar el actuar de todo su personal y personas relacionadas, es decir, todos sus empleados, directores (en lo que corresponda), personal temporal, contratistas y subcontratistas, en su relación con la sociedad.

02

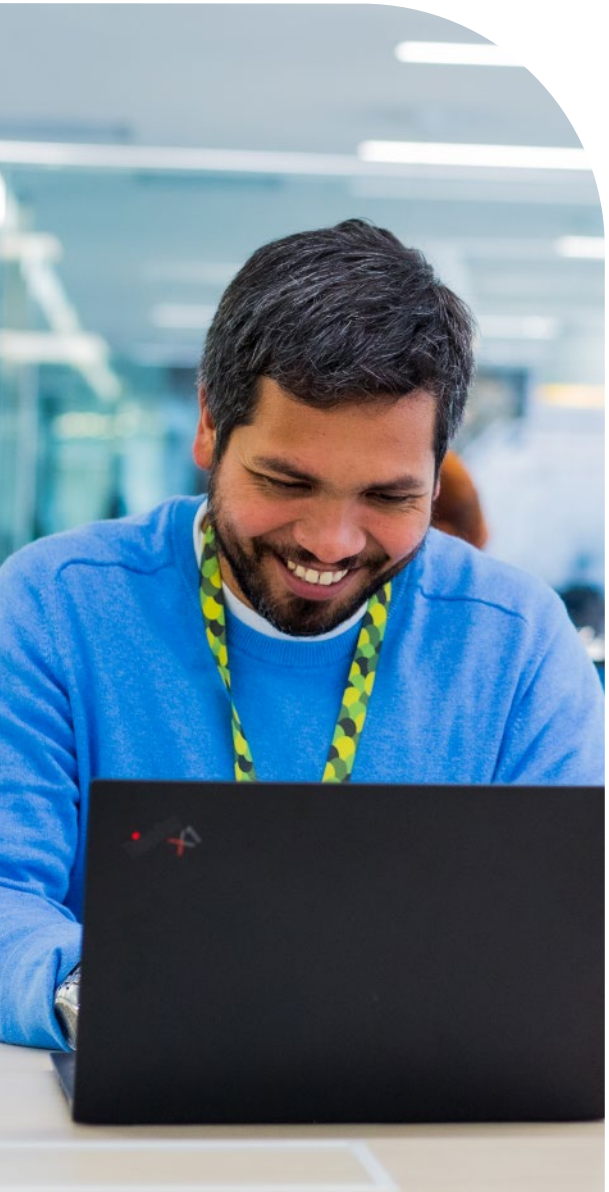
Canal de Integridad:

Disponible para todos los colaboradores y terceros en general, permite realizar denuncias o consultas sobre temas éticos, o plantear dudas o inquietudes relacionadas con infracciones o incumplimientos a la Ley o a la normativa interna. Dicho canal cuenta con procesos de investigación en los que se promueve el debido proceso, la confidencialidad y la inexistencia de represalias para los denunciantes o testigos de buena fe. El Canal de Integridad dispone de varios medios de contacto como son: correo electrónico; teléfono; a través del enlace ubicado en la página web e intranet de la compañía; y presencialmente acudiendo directamente a las oficinas de la Gerencia de Ética.

03

Programa de capacitación en ética, libre competencia, anticorrupción y protección al consumidor:

El programa de formación en compliance busca mantener vigentes los conceptos y valores detallados en el marco interno (código y políticas específicas), e incluye la sensibilización en temas tales como ética, colusión, conducta anti-competitiva, relación con proveedores, entre otros.



En cada uno de los negocios, la responsabilidad de la correcta implementación de estas herramientas recae en la administración.

Otros componentes del Programa de Ética son **la Política General de Investigación, el Procedimiento General de Investigación, la Política de Gestión de Conflicto de Intereses, la Política de Regalos, la Política de Invitaciones, el Protocolo para la Revisión de Casos y el Protocolo de investigación de Denuncias Éticas Calificadas.** En definitiva, el Programa es una forma de dar cumplimiento al deber de diligencia del Directorio y de la administración de cada una de las compañías, para asegurar que las conductas esperadas de los colaboradores se difundan de manera clara, simple y apoyada por acciones, incentivos y controles que ayuden a que así ocurra.

Durante 2022 se recibieron un total de 95 denuncias por potenciales faltas éticas asociadas a infracciones al Código de Integridad en Chile, Perú, Colombia y México. El mayor porcentaje de tales denuncias se asocia a comportamiento, lenguaje o trato inadecuado.

El programa de formación de ética e integridad, logró llegar a un 93% del equipo, mientras que un 81% del equipo fue capacitado específicamente en prácticas de anticorrupción.

93%

del equipo capacitado en ética e integridad

81%

del equipo capacitado en anticorrupción

> Una vez al año, la Gerencia de Ética del Grupo presenta al Directorio de Falabella S.A., una actualización de la implementación y funcionamiento del Programa de Ética, lo que incluye estadísticas del funcionamiento del Canal de integridad.

Por otra parte, como Grupo, contamos con un **Programa de Libre Competencia** que busca mitigar el riesgo de que ocurra una conducta que atente contra el libre mercado, y promover el compromiso de Falabella de competir de forma libre, justa y leal.

El foco de las actividades en esta materia está puesto en la comunicación y entrenamiento, dirigidos a los cargos expuestos que tengan relación con los riesgos que, en materia de libre competencia, pueden presentarse en la operación de Falabella, y en los controles que aquellos deben cumplir para prevenirlos.

Forman parte del Programa de Libre Competencia: la Política de Libre Competencia; el Instructivo para la Negociación con Proveedores; el Instructivo sobre la Protección de la Información Comercialmente Sensible; el Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales; y, el Protocolo ante Medidas Intrusivas.

En cada una de las unidades de negocio se implementaron Modelos de Prevención de Delitos que entre otras controles, buscar prevenir la comisión de cualquier ilícito al interior de la organización, como el de soborno entre privados y a funcionarios públicos nacionales o extranjeros.

Gracias a los modelos, políticas y controles implementados, en 2022 no se recibieron multas significativas con la excepción de Seguros Falabella Colombia que recibió una sanción monetaria equivalente a US$59.400 por la omisión en el requerimiento de información de la autoridad departamental. Las unidades de negocio recibieron sanciones menores según se detalla a continuación:

Unidad de negocio	País	Cantidad de sanciones	Monto aproximado en USD
Banco Falabella	CHILE	27	118.000
	COLOMBIA	22	41.000
	PERÚ	5	17.000

3.9 Modelo de Gestión

DESEMPEÑO ECONÓMICO

En 2022 los ingresos consolidados alcanzaron los MMUS$ 2.128, cifra **60% mayor** a la registrada en el año anterior, explicado principalmente por un aumento tanto en las colocaciones (+20%) como en las tasas de interés. Sin embargo, los costos se incrementaron en 233%, llegando a los MMUS$ 1.248 debido a un aumento considerable tanto en el riesgo como en los costos de fondo respecto de 2021. Por ello, la utilidad neta consolidada disminuyó a MMUS$ 165, lo que implicó una caída de 41% con respecto al 2021.

Principales cifras (en MMUS$)	2021	2022	Variación
INGRESOS	1.328	2.128	**60%**
COSTOS	-375	-1.248	**233%**
MARGEN BRUTO	953	880	**-8%**
IMPUESTOS	-84	-2	**-98%**
UTILIDAD	281	165	**-41%**

ECOSISTEMA

FALABELLA FINANCIERO

CAPÍTULO
04

Reporte de
Sostenibilidad
2022

Somos parte del ecosistema Falabella, ecosistema físico y digital líder en América Latina, con una propuesta de valor omnicanal de soluciones simples e intuitivas.

Ecosistema | Falabella Financiero

Buscamos aportar valor desde distintos ámbitos, siempre con el propósito de simplificar la vida de los clientes: por una parte ponemos a su disposición una amplia gama de soluciones bancarias, así como la tarjeta de Crédito CMR Falabella, la más utilizada por los chilenos en 2022; ofrecemos además, nuevas soluciones de pagos, disponibilizándolas para los otros players del ecosistema y otras empresas del mercado. Además, contamos con uno de los programas de fidelización más convenientes y preferidos por los consumidores.

> Para ello, diseñamos una propuesta de soluciones omnicanal única que se apalanca en un ecosistema físico-digital de retail y servicios financieros que permanentemente se optimiza, de acuerdo con las necesidades de quienes nos eligen.

4.1 Ecosistema

FPAY

> Se trata de la solución de pagos digitales que ofrece Falabella tanto para personas como para comercios propios y de terceros.

Para los primeros, **Fpay es una billetera digital gratuita, con una cuenta 100% digital para realizar pagos y envíos de dinero**. Además, los usuarios pueden cargar sus tarjetas de débito y crédito, sin importar cuál es su banco. **Es una forma simple, segura y práctica de comprar, pagar y transferir.** Además, permite reducir el riesgo asociado al manejo de efectivo y pagar de manera rápida y sin contacto a través de un código QR.

Por otra parte, las compras realizadas con esta solución, acumulan más CMR Puntos. Esta billetera digital está disponible en Chile y Perú. En sus primeros años de funcionamiento, Fpay ha logrado un crecimiento sostenido en su base de usuarios en ambos países.

En tanto, para comercios, **Fpay es una solución de procesamiento de pagos simple, rápida y segura, para tiendas físcas y e-commerce**. Permite a su vez, administrar las ventas realizadas por el negocio y retirar fácilmente los fondos recibidos a través de un portal diseñado para ello. Además, Fpay ofrece a los comercios un servicio de protección de fraude que asegura y garantiza las ventas realizadas.

Para los Sellers del Marketplace, Fpay ofrece cuentas transaccionales donde reciben el pago de sus ventas en falabella.com, además de permitirles acelerar estos pagos y ofrecerles soluciones de financiamiento para hacer crecer sus negocios.

Finalmente, Fpay es también la pasarela de pagos (PSP) de los e-commerce de Falabella. Esta solución de pago nos permite estar presentes en el momento final del journey de compra del cliente y así entregarles un proceso seguro y sin fricciones al momento del pago. De cara a los e-commerce, el PSP les permite alcanzar niveles superiores de conversión de venta, manteniendo bajos niveles de fraude, gracias a las herramientas de detección y protección de fraude que Fpay ha desarrollado.

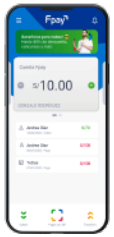
2022 fue un año de hitos importantes y gran crecimiento. En Chile, destaca el lanzamiento de Recarga bip!, funcionalidad que permite que los clientes de Fpay recarguen sus tarjetas de transporte público de manera digital. Además, lanzamos la funcionalidad de Parking Free Flow en conjunto con Mallplaza, que permite a los clientes de Fpay acceder a los estacionamientos de los centros comerciales de Mallplaza de manera fluida, sin necesidad de usar tickets ni tener que hacer filas para pagar. En Perú, en tanto, destaca el lanzamiento de recarga de efectivo en la wallet, que permite cargar la Cuenta Fpay con efectivo a través de una red de +100.000 puntos de recarga. Esto permite al segmento no bancarizado de la población realizar pagos digitales en tiendas, pagos en ecommerce y participar del programa CMR Puntos. Otro hito relevante de Fpay en 2022 fue el lanzamiento del PSP en nuestros e-commerce en Colombia.

Detrás de todos estos avances se encuentra un equipo, conformado por **461 personas** que consolida los esfuerzos y proyectos para toda la región y que durante 2022, **creció un 19%.**

Total de clientes

3.962.495
2022

2.292.143
2021



Cuentas Creadas

1.670.352
2022

1.735.968
2021

Comercios asociados a Fpay

+21.000
2022

+12.000
2021

Usuarios activos de la billetera digital

935.769
2022

475.470
2021

CIFRAS FPAY

Billones de dólares procesados por Fpay

+2,6
2022

+2,0
2021

Reclamos Fpay por cada 10.000 transacciones

5,3 2022	**10,2** 2022
12,7 2021	**111,0** 2021

4.2 Ecosistema

LOYALTY: CMR PUNTOS

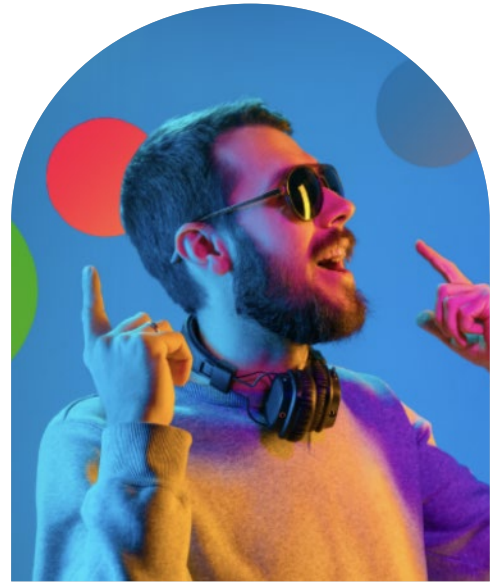
> El programa de fidelización de Falabella busca premiar a los clientes que nos prefieren. De acuerdo a nuestros estudios, CMR Puntos es el programa preferido en Chile y el segundo en Perú y Colombia.

Las transacciones realizadas con la tarjeta CMR Falabella y débito Banco Falabella permiten acumular puntos en cualquier negocio, pero además, el programa permite sumarlos pagando con otros medios de pago en las tiendas del grupo y comercios asociados. Año a año, el equipo a cargo de administrar este programa, se esfuerza por mejorar las opciones de canje y contar con las mejores alianzas en beneficio de los usuarios.

Una gran ventaja de este programa, es que todos los procesos relacionados con los CMR Puntos, pueden ser realizados de manera digital.

En 2022, continuamos expandiendo las alianzas en categorías clave, aumentado cuatro veces el engagement desde 2018. Además, entregamos flexibilidad a nuestros clientes permitiéndoles canjear productos vendidos por Falabella y Sodimac en falabella.com usando sus CMR Puntos y pagando la diferencia con la tarjeta CMR Falabella.

En 2022, el número de clientes que participó del programa creció en 18% y además se ampliaron las opciones de canje. Caben destacar los buenos resultados de este programa, en especial en Perú. **La expansión de este programa de fidelización nos permite generar una relación uno a uno con los clientes, conocerlos mejor, y adaptar nuestra propuesta de valor a sus necesidades.**



Indicadores CMR Puntos	2021	2022	Variación interanual
MILLONES DE CLIENTES QUE SON PARTE DEL PROGRAMA CMR PUNTOS	15,7	18,6	**+18%**
CANTIDAD DE CANJES DIGITALES	2.205.320	2.942.817	**+33%**
CANTIDAD DE CANJES TOTALES	7.456.065	10.257.189	**+38%**
CLIENTES CANJEADORES	2.466.884	3.331.346	**+35%**

4.3 Ecosistema

SOLUCIONES PARA SELLERS

Nuestros sellers son todas aquellas empresas que ofrecen sus productos a través del e-commerce de Falabella en Chile, Perú y Colombia.

Para ellos, diseñamos un portafolio de productos de financiamiento que les permita incrementar su capital de trabajo, contar con nuevas opciones de financiamiento y al mismo tiempo, aumentar su principalidad y sus ventas en nuestras plataformas, al acceder a créditos con facilidades de pago ajustados a sus necesidades. Este producto fue diseñado 100% digital.

Además estamos trabajando para potenciar sus negocios a través de distintas iniciativas de formación y acompañamiento. En Colombia, con el **Programa de Emprendedoras Gennials**, se capacitó a 100 emprendedoras para que puedan gestionar de mejor forma sus finanzas personales y las de sus negocios.

El crecimiento explosivo de este producto en la región, nos demostró una vez más, la fuerza del ecosistema. **Durante 2022 más de 940 sellers de nuestro marketplace recibieron financiamiento a través de nuestras soluciones. Esto representa un crecimiento del 266%.** El monto total financiado superó los 9,4 millones de dólares. En 2023, esperamos duplicar el monto que destinamos a ello.

En Chile, en el año se otorgaron préstamos a 540 empresas de las cuales 66% son pequeñas y microempresas, por un total de 5,6 millones de dólares y esperamos a futuro complementar la oferta de financiamiento a este grupo objetivo.

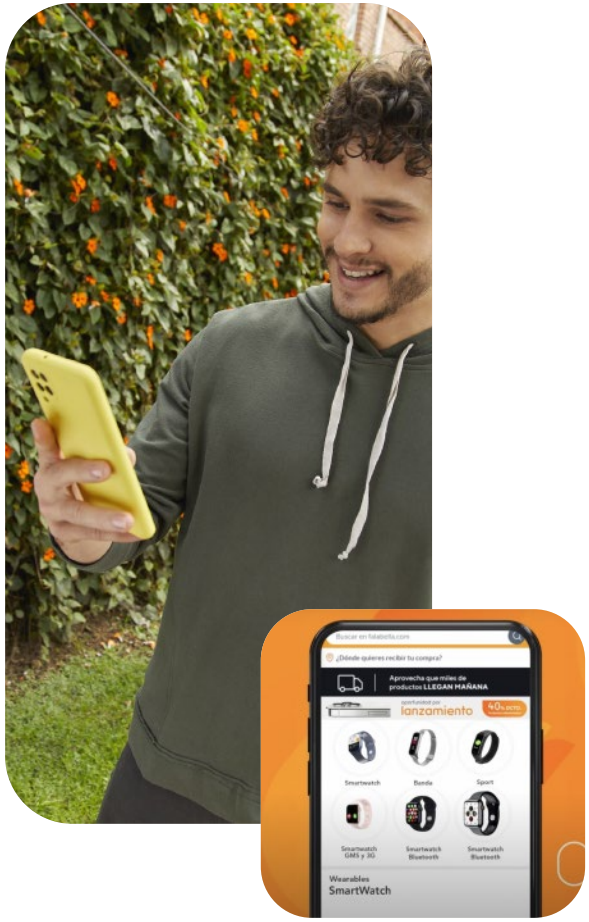
+ de 940

sellers de nuestro marketplace recibieron financiamiento.

+9,4 MMUSD

de monto total financiado

falabella.com Seller Center



4.4 Ecosistema

PRESENCIA REGIONAL

Total puntos de atención

491

Puntos de atención por negocio y país

Falabella Financiero

Chile

Banco Falabella	107
Seguros Falabella	40
TOTAL CHILE	147

Perú

Banco Falabella	52
Seguros Falabella	32
TOTAL PERÚ	84

Colombia

Banco Falabella	87
Seguros Falabella	57
TOTAL COLOMBIA	144

México

Falabella Soriana	116
	-
TOTAL MÉXICO	116

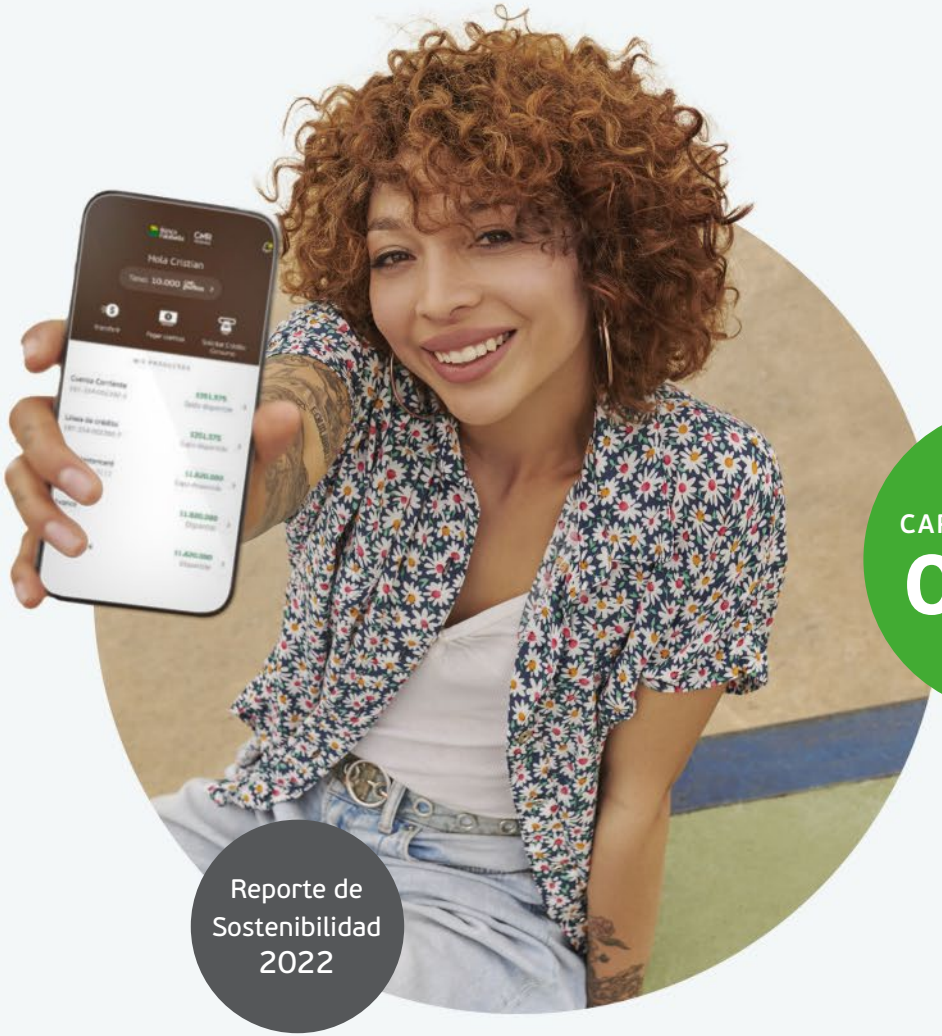
Total puntos de atención por negocio →

Banco Falabella	Seguros Falabella	Falabella Soriana
246	129	116

EXPERIENCIA
DE CLIENTES

2-25 / 2-26 / FN-IN-270A.1/ FN-IN-270A.2 / FN-IN-270A.4 /
FN-CF-270A.4 / 418-1 / 416-1 / FN-CF-000.A / FN-CF-000.B

FALABELLA FINANCIERO



CAPÍTULO
05

Reporte de
Sostenibilidad
2022

Queremos ser un Banco digital con presencia física, que entregue productos simples de usar y al mismo tiempo, potencien la propuesta de valor que nuestro ecosistema ofrece.

Para ello, seguimos avanzando a paso firme en la digitalización de nuestros procesos y la educación de nuestros clientes, buscando que todos nuestros servicios estén disponibles directamente desde la app. De igual manera, mantenemos los canales tradicionales para la atención a clientes: call center, chat y red física de sucursales (presentes en las tiendas de retail y de las sucursales de Banco, Seguros y CMR Falabella).

Experiencia de Clientes | Falabella Financiero

5.1 Experiencia de Clientes

PROTECCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

Mientras avanzamos en la digitalización de nuestros clientes, seguimos trabajando en la gestión de la privacidad de clientes y la seguridad de las aplicaciones. Constantemente hemos reforzado y actualizado los sistemas, incrementamos la inversión en ciberseguridad y nos preocupamos por promover comportamientos seguros tanto en nuestra organización como entre los clientes.

En lo vinculado con la prevención de fraudes, se implementaron diversas funcionalidades particularmente en los canales digitales y en el desarrollo de iniciativas de prevención: la denegación de transacciones en tiempo real, la autenticación basada en riesgo que incorpora factores como la geolocalización, la interacción en doble vía con los clientes y el desarrollo de procesos de autoatención frente a sospechas de fraude de clientes. Para mitigar el riesgo de fraude por suplantación de identidad, se implementó la huella digital, avance que permitió casi eliminar esta tipología de incidentes.[1]

Realizamos capacitaciones y campañas de sensibilización específicas en torno a la privacidad de los datos de los clientes y adecuamos nuestros procesos y contratos para resguardarnos frente a cada uno de los riesgos potenciales.

5.1.1 PRIVACIDAD DE DATOS

A nivel regional en 2022, se recibieron un total de 8.987 reclamaciones de terceros vinculados con privacidad de datos y 10 de autoridades competentes.

1. Para mayor información sobre prácticas de Ciberseguridad, ver el capítulo de Gestión de Riesgos y Compliance

5.2 Experiencia de Clientes

SATISFACCIÓN Y GESTIÓN DE RECLAMOS

En Falabella Financiero nos apasionamos por nuestros clientes y lo demostramos conociendo sus expectativas, necesidades, comportamientos y simplificando más su vida.

Tenemos desplegado un sistema integral de gestión de conocimiento omnicanal mediante el cual capturamos, analizamos y accionamos el feedback de nuestros clientes en tiempo real en todos nuestros journeys y canales.

Contamos con herramientas y plataformas para gestionar la información de forma estructurada y accionar sobre el feedback del cliente en tiempo real. Medimos la calidad de la experiencia percibida a través del modelo NPS® (Net Promoter Score) y relevamos los principales journeys digitales con CSAT (Customer Satisfaction Score) y SEQ (Single Ease Question). Con el objetivo de asegurar la experiencia punta a punta de nuestros clientes, realizamos **mapeos de journeys** donde diseñamos experiencias y optimizamos el funcionamiento de flujos y procesos a partir de identificar los momentos de verdad y puntos de dolor.

Cada negocio cuenta con un **Comité del Cliente**, un espacio donde se revisa y hace seguimiento a los principales indicadores de experiencia del cliente, los dolores de nuestros clientes, su causa-raíz e iniciativas de mejora. El modelo de gestión establece responsables y embajadores de experiencia en el marco de un proceso de mejora continua. La implementación de soluciones ágiles y la resolución de los dolores de nuestros clientes en el primer contacto es foco en todas las unidades de negocio que conforman Falabella Financiero. A través de nuestra cultura basada en agilidad y nuestro modelo de trabajo en células y portafolios, generamos dinámicas interdisciplinarias iterando de forma constante entre la medición, el diagnóstico y un proceso de mejora continua con foco en entregar siempre la mejor experiencia al cliente.

Indicador NPS® - Venta Presencial[1]

de reclamos por cada **10.000 TRANSACCIONES**

		2021	2022
Banco Falabella	CHILE	2,3	2,2
	PERÚ	5,7	4,6
	COLOMBIA	5,2	5,8
Falabella Soriana	MÉXICO	9,8	8,0

de reclamos por cada **10.000 PÓLIZAS**

		2021	2022
Seguros Falabella	CHILE	5,3	5,3
	PERÚ	16,2	17,0
	COLOMBIA	2,9	3,9

En el 2022 se estandarizó a nivel regional la metodología y tipificación de los reclamos en Seguros Falabella, lo que permite tener una mirada más integral respecto de las necesidades de los clientes. Se aplicó el cambio también para la tipificación de los reclamos 2021, por lo tanto, existe una diferencia con respecto a los reclamos informados en el Reporte de Sostenibilidad 2021.

Durante 2022 no se recibieron multas ni sanciones por procedimientos judiciales relacionados con el marketing y la comunicación de información relacionadas con productos de seguros a clientes nuevos y antiguos.

1. El indicador de NPS venta presencial para Bancos y CMR México es enero a diciembre 2022 para el punto de contacto Venta Sucursales, mientras que para Seguros y para mantener la comparabilidad con 2020 el NPS venta presencial corresponde a diciembre 2021 y el punto de contacto es Venta Sucursales.

UN EQUIPO DE GENNIALS

2-7 / 2-8 / 2-19 / 2-20 / 2-21 / 2-30 / FN-CF-270A.1 /401-1/401-2/401-3/404-1/404-2/404-3/405-1/405-2

FALABELLA FINANCIERO

CAPÍTULO 06

Reporte de Sostenibilidad 2022

CIFRAS RECURSOS HUMANOS

#Colaboradores

2022: **10.201**
2021: 10.064
Variación: 1,4% ↑

% de mujeres en la dotación total

2022: **57%**
2021: 58%
Variación: -1pt ↓

% de mujeres en cargos de gerencias y subgerencias

2022: **43%**
2021: 44%
Variación: 1pt ↓

% de colaboradores con contrato a plazo indefinido

2022: **90%**
2021: 90%

de nacionalidades de las que provienen nuestros colaboradores

2022: **25**
2021: 24
Variación anual: 4,2% ↑

% de colaboradores que señala que nuestra compañía es un gran lugar para trabajar

2022: **88%**
2021: 82%
Variación: 6pt ↑

Promedio de horas de capacitación anual por colaborador

2022: **57**
2021: 42
Variación anual: 35% ↑

Personas con Credencial de Discapacidad

2022: **38**
2021: 32
Variación: 6 ↑

Antigüedad promedio en la empresa de los colaboradores

2022: **4,2 años**
2021: 4,5 años
Variación: -6,7% ↓

% de Millennials

2022: **56%**
2021: 25%
Variación: 31pt ↑

% sindicalización

2022: **27%**
2021: 28%
Variación: -1pt ↓

Horas totales de capacitación

2022: **576.441**
2021: 427.045
Variación: 35% ↑

6.1 Un Equipo de Gennials

UN EQUIPO DE GENNIALS

Estamos convencidos que para alcanzar las ambiciosas metas que nos hemos propuesto debemos contar con equipos calificados, comprometidos y motivados. Este es un desafío crítico que estamos abordando con el diseño de una oferta de valor integral, que resulte atractiva para los profesionales innovadores, empoderados y con capacidad para trabajar en equipo que demandan nuestros planes corporativos. Nuestra aspiración es construir una empresa dinámica y entretenida, que asegure la calidad de vida, el desarrollo de sus colaboradores, y promueva un trabajo con sentido.

Somos parte de un equipo ecosistémico, basado en una cultura única, que promueve el sentimiento de pertenencia, y transversal a las siete unidades de negocio donde participa Falabella, Nos caracteriza la flexibilidad, la promoción de la innovación y creatividad, el impulso a la diversidad de miradas y la búsqueda permanente por el bienestar de cada uno de los que componen este equipo.

El trabajo que impulsamos para hacer realidad este compromiso lo lidera a nivel regional la Gerencia Corporativa de Recursos Humanos. Encargada de definir la estrategia de gestión de personas en todos los negocios, esta unidad cuenta con el apoyo de las Gerencias de Recursos Humanos de cada negocio. Estas áreas son las responsables de implementar los programas de recursos humanos a nivel local, de acuerdo con las exigencias, normativas y contextos de cada país.

6.2

Un equipo de Gennials

NUESTRO EQUIPO

A diciembre de 2022, nuestro equipo a nivel regional se componía de 10.201 colaboradores, cifra 1,4% superior a la registrada al cierre del año anterior. A pesar de las eficiencias realizadas en las unidades de Banco Falabella en los respectivos países, se incrementó el número de trabajadores debido a la consolidación de los equipos de Fpay y FIFTech.

DOTACIÓN por país

	2020		2021		2022	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
CHILE	2.627	1. 393	2.614	1.975	2.346	1.497
PERÚ	1.428	979	1.261	836	1.353	943
COLOMBIA	1.443	900	1.459	921	1.432	852
ARGENTINA	173	104	114	129	-	-
MÉXICO	350	468	366	389	376	407
CORPORATIVO[1]	327	603	216	550	285	710
TOTAL	**6.348**	**4.447**	**5.814**	**4.250**	**5.792**	**4.409**
% MUJERES	59%		58%		57%	

1. Incluye a los colaboradores de Falabella Financiero Corporativo, CF Seguros de Vida y FIFTech.

DOTACIÓN por género y cargo – 2022

		Gerentes y Subgerentes		Profesionales y Técnicos		Otros Cargos	
		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
CHILE	Banco Falabella	34	62	442	432	1.365	557
	Seguros Falabella	15	19	127	118	220	121
	Fpay	8	19	115	155	20	14
PERÚ	Banco Falabella	26	24	257	331	419	623
	Seguros Falabella	9	2	67	57	295	186
COLOMBIA	Banco Falabella	54	63	327	272	865	343
	Seguros Falabella	6	7	64	60	116	107
MÉXICO	Falabella Soriana	34	48	78	103	264	256
REGIONAL	CORPORATIVO	45	65	228	643	12	2
TOTAL		**231**	**310**	**1.737**	**2.092**	**3.814**	**2.017**

La presencia de mujeres en cargos gerenciales en 2022 fue de un 44%, un punto menos que en 2021, pero superando la meta corporativa del 40%, demostrando nuestro compromiso con la generación de oportunidades laborales desafiantes para ellas.

Mujeres en cargos gerenciales

44%
2021

43%
2022

En tanto, a nivel de profesionales y técnicos, se incrementó la dotación femenina y masculina en 32% y 24%. El número de colaboradores que ocupaban cargos de ventas, auxiliares o administrativas se redujo en 4,5% y en los hombres, la dotación aumentó en 6%.

A nivel consolidado, el 27% de nuestra dotación es menor de 30 años. Destaca el equipo de Colombia, donde casi la mitad, pertenece a este grupo etario.

Un 45% de la dotación a nivel regional, tiene entre 30 y 40 años. Estas cifras demuestran la juventud promedio de nuestros equipos y nuestra permanente apuesta por el empleo joven.

27%
Menores de 30 años

45%
Entre 30 y 40 años

Más de la mitad de nuestra dotación (54%) tiene menos de 3 años de antigüedad en la compañía. Esta cifra se ve afectada por las cifras de la operación en México donde dada la realidad nacional, los índices de rotación son elevados.

54%
Menos de 3 años de antigüedad

DOTACIÓN por rango etario

	<30	30-40	40-50	50-60	60-70	70
CHILE	18%	46%	24%	10%	2%	0%
PERÚ	31%	47%	17%	4%	1%	0%
COLOMBIA	42%	45%	11%	2%	0%	0%
MÉXICO	35%	33%	22%	10%	0%	0%
TOTAL REGIONAL	27%	45%	20%	7%	1%	0%

ANTIGÜEDAD promedio de la dotación

Banco Falabella	Seguros Falabella	Banco Falabella	Seguros Falabella	Banco Falabella	Seguros Falabella	Falabella Soriana	Fpay	Falabella Financiero	REGIONAL
5,8 años	4,1 años	6,5 años	3,3 años	3,2 años	2,8 años	1,2 años	1,4 años	2,1 años	4,2 años

DOTACIÓN por grupo generacional a nivel consolidado

22%
Generación Z / Zoomers

56%
Millenials

18%
Generación X

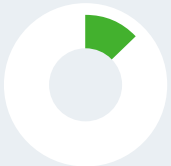
4%
Baby Boomers

¿QUÉ SIGNIFICA TRABAJAR EN FALABELLA FINANCIERO?

Nuestros lugares de trabajo

45%
Sucursales

42%
Oficinas Centrales



13%
Contact Center

6.2 Un equipo de Gennials

ATRACCIÓN DE GENNIALS

Uno de nuestros principales focos de trabajo en relación con la gestión de equipos, es la atracción y desarrollo de los mejores talentos del mercado. Para ello, realizamos importantes esfuerzos para capturar la atención y ser atractivos para la generación de colaboradores digitales fortaleciendo nuestra Marca Empleadora; reforzamos nuestra presencia en redes sociales, desarrollamos la campaña de referidos donde nuestros colaboradores recomiendan a compañeros de universidad o amigos, e impulsamos el programa Jóvenes Profesionales, donde 112 personas ocuparon funciones en distintas gerencias de Falabella Financiero. Al ser parte del programa, los jóvenes profesionales reciben una malla de aprendizaje y el acompañamiento especial por parte de sus respectivos Business Partners.

Contamos con un nuevo portal de empleos (muevete.falabella.com) donde se publican las oportunidades laborales de todos los negocios y países donde estamos presentes. En el portal cualquier persona se puede postular independiente del país en el que viva. Esta plataforma nos ha permitido brindar a todos nuestros candidatos, transparencia en nuestras ofertas, simplificar la movilidad, una experiencia digital y unificar toda nuestra oferta laboral en un solo lugar.

Nuestra Marca Empleadora busca ser distintiva, ágil e innovadora, basada en cinco atributos

Soñamos en grande:

Sentimos orgullo de ser parte de una organización internacional, prestigiosa y con buena reputación.

Disfrutamos:

Nos sentimos a gusto en una cultura basada en el compromiso y reconocimiento.

Crecemos:

Aprendemos, nos desafiamos y crecemos constantemente.

Construimos un mundo mejor:

Impulsando la construcción de un mundo más responsable e inclusivo.

Nos transformamos:

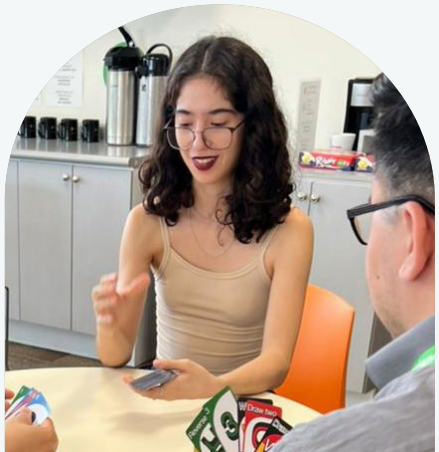
Somos parte de un equipo ágil, innovador y vanguardista.

Otro mecanismo para atraer al mejor talento joven es a través de la presencia en ferias laborales y charlas universitarias que se realizan en Chile, Perú y Colombia.

Por último, como parte de la estrategia de talentos de Falabella, implementamos un plan de reclutamiento de practicantes para los distintos negocios del grupo. En 2022, 291 practicantes formaron parte de los equipos de Falabella Financiero.

291

Practicantes formaron parte de los equipos de Falabella Financiero.



TASA DE CONTRATACIÓN por unidad de negocio y género[1]

		Tasa de contratación femenina		Tasa de contratación masculina		Tasa de contratación total	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022
CHILE	Banco Falabella	16%	18%	22%	47%	**18%**	**29%**
	Seguros Falabella	43%	43%	46%	54%	**44%**	**48%**
	Fpay	72%	62%	90%	34%	**82%**	**46%**
PERÚ	Banco Falabella	8%	24%	10%	32%	**9%**	**27%**
	Seguros Falabella	40%	25%	36%	55%	**38%**	**37%**
COLOMBIA	Banco Falabella	37%	59%	44%	62%	**40%**	**60%**
	Seguros Falabella	31%	42%	41%	41%	**36%**	**41%**
MÉXICO	Falabella Soriana	144%	134%	153%	145%	**150%**	**139%**
REGIONAL	CORPORATIVO	39%	25%	48%	30%	**46%**	**29%**

1. Tasa de contratación: Número de nuevos colaboradores acumulados en el año / Dotación al cierre

TASA DE ROTACIÓN por unidad de negocio y género[1]

		Tasa de rotación femenina		Tasa de rotación masculina		Tasa de rotación total	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022
CHILE	Banco Falabella	28%	29%	26%	28%	**27%**	**29%**
	Seguros Falabella	26%	34%	37%	43%	**37%**	**38%**
	Fpay	12%	13%	12%	19%	**12%**	**16%**
PERÚ	Banco Falabella	19%	22%	21%	27%	**20%**	**24%**
	Seguros Falabella	22%	21%	27%	18%	**24%**	**20%**
COLOMBIA	Banco Falabella	35%	52%	47%	60%	**40%**	**55%**
	Seguros Falabella	61%	60%	49%	60%	**55%**	**60%**
MÉXICO	Falabella Soriana	151%	128%	119%	138%	**137%**	**133%**
REGIONAL	CORPORATIVO	36%	16%	44%	17%	**39%**	**16%**

1. Tasa de rotación: Número de egresos acumulados en el año / Dotación al cierre

Los procesos de inducción, se realizan a través de cursos presenciales y online, una primera instancia a nivel corporativo y otra a nivel local. Se trata de experiencias que permiten a los nuevos colaboradores entrar en contacto con la cultura de Falabella Financiero y conocer aspectos vinculados con sus responsabilidades, de nuestra cultura y de la forma de hacer las cosas, tales como el propósito, los valores y materias estratégicas de la organización, además de asuntos legales, de ciberseguridad y sostenibilidad.

> Durante el primer mes son invitados además a charlas para conocer y utilizar todas las herramientas que tiene disponibles para desarrollarse y crecer en la organización, conocer la experiencia de otros gennials y participar de charlas de Educación Financiera.

6.3 Un equipo de Gennials

DESARROLLO DE GENNIALS

Cada uno de nuestros trabajadores es apoyado para alcanzar su potencial y para ello, contamos con procesos específicos para cada puesto, en función de sus responsabilidades, capacidades y objetivos, que incluyen cursos presenciales y de e-learning, así como visitas a terreno.

Queremos impulsar una cultura ágil y digital, pero ello requiere la inversión permanente en nuestros equipos. Además, se realizan diversos tipos de capacitaciones en temas vinculados con aspectos técnicos y profesionales, de especialización; y de ciberseguridad. Contamos con un programa de capacitación autogestionada que permite a las unidades de negocio de cada país administrar directamente los presupuestos de formación en función de sus necesidades y desafíos.

En 2022, el monto total de inversión en formación y desarrollo profesional fue de

2 millones *de USD*

Horas promedio de formación:

59 *Hombres*

55 *Mujeres*

576.414

horas de capacitación

Seguimos priorizando el aprendizaje de manera digital impulsando cada vez más la autogestión logrando aumentar a un 77% la participación proactiva

100%

de personas capacitadas

100%

de nuestra dotación recibió evaluación de desempeño

6.3.1
FORMACIÓN

HORAS de capacitación

		2021			2022		
		Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
CHILE	Banco Falabella	87.729	47.682	135.411	86.155	61.619	**147.774**
	Seguros Falabella	27.415	18.415	45.829	25.977	21.161	**47.138**
	Fpay	2.267	1.777	4.044	4.537	5.909	**10.446**
PERÚ	Banco Falabella	33.452	41.916	75.368	35.998	49.763	**85.761**
	Seguros Falabella	6.982	9.250	16.232	9.325	8.633	**17.958**
COLOMBIA	Banco Falabella	72.555	39.542	112.097	97.252	48.612	**145.864**
	Seguros Falabella	8.048	6.911	14.959	41.994	33.783	**75.777**
MÉXICO	Falabella Soriana	1.662	2.025	3.688	3.653	3.940	**7.593**
REGIONAL	CORPORATIVO	8.028	11.389	19.417	12.939	25.164	**38.103**
TOTAL DE HORAS DE CAPACITACIÓN		**248.138**	**178.907**	**427.045**	**317.830**	**258.584**	**576.414**

HORAS PROMEDIO de capacitación

		2021			2022		
		Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
CHILE	Banco Falabella	48	45	47	47	59	**51**
	Seguros Falabella	76	71	74	72	82	**76**
	Fpay	16	9	12	32	31	**32**
PERÚ	Banco Falabella	35	60	45	37	71	**52**
	Seguros Falabella	18	38	26	24	35	**28**
COLOMBIA	Banco Falabella	58	58	58	78	72	**76**
	Seguros Falabella	43	40	42	226	194	**210**
MÉXICO	Falabella Soriana	4	5	5	10	10	**10**
REGIONAL	CORPORATIVO	28	16	20	45	35	**38**
TOTAL DE HORAS DE CAPACITACIÓN		**43**	**41**	**42**	**55**	**59**	**57**

INICIATIVAS DESTACADAS EN FORMACIÓN:

Talks by Falabella:

Con el objetivo de compartir conocimientos con nuestros equipos, unidades de negocio y la comunidad digital, realizamos este ciclo de charlas dictadas por personas que trabajan en Falabella. Allí, se dan a conocer las nuevas tecnologías de nuestra organización, además de funcionalidades, códigos de programación y aplicaciones creadas internamente.

Academia Falabella:

Se trata de una iniciativa que busca acompañar y gestionar la transformación cultural de Falabella, así como el desarrollo de talento, a través de líderes empoderados que actúen como facilitadores esenciales para lograr nuestro propósito y estrategia de negocio. Para esto, hemos desarrollado diferentes programas e iniciativas de formación y desarrollo para nuestros colaboradores. Uno de estos es el programa "Líderes ecosistema" que ofrece contenidos y espacios de aprendizaje 100% digitales que buscan potenciar las habilidades definidas en el perfil del Líder Falabella, con contenidos enfocados principalmente en temáticas de estrategia, tecnología y liderazgo. **En la versión 2022 participaron más de 1.548 líderes y de ellos 306 eran de Falabella Financiero.**

Escuela Digital:

Es un programa de reconversión laboral, que ofrece a nuestros equipos de trabajo oportunidades de formación y desarrollo en roles digitales, con versiones en Chile, Colombia y Perú. En la primera fase del programa se realiza una inmersión digital, en donde los participantes conocen y aplican metodologías ágiles, para luego avanzar a una fase de formación técnica, en la que se especializan en Desarrollo Front End, Diseño UX/UI y Data Analytics. Para acercarlos a estos roles digitales, quienes participan realizan un periodo de práctica profesional en áreas de tecnología de los distintos negocios, y aquellos que terminan de manera exitosa, pueden elegir reubicarse en un nuevo cargo, asociado a la especialización que realizaron. **En 2022 participaron 96 y egresaron 16 colaboradores.**

Programa Crece:

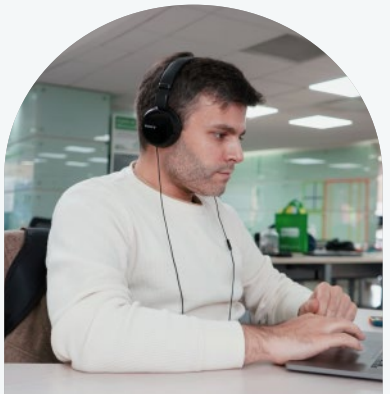
Esta iniciativa de Falabella Financiero en Chile, Perú y Colombia, prepara a jóvenes talentos con alto potencial, mediante instancias de aprendizaje grupal, coaching individual y la gestión de proyectos de impacto, para enfrentar la transformación digital que vivimos. Además, en estas instancias se busca que desarrollen recursos e incorporen aprendizajes que serán valiosos para convertirse en protagonistas de su desarrollo profesional. **En 2022 se ejecutó la octava versión de este programa. Se graduaron 75 colaboradores de distintos negocios de Falabella Financiero.**

Programa de becas:

Es un beneficio para apoyar a nuestros talentos de los distintos negocios de Falabella para estudiar y formarse en Chile y en el exterior, entregando becas de pregrado, diplomados, Masters y MBA. Durante 2022 se entregaron 146 becas en total en la región.

6.3.2
EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Evaluamos el desempeño de todo el equipo, con el objetivo de favorecer su desarrollo profesional, trazar caminos de crecimiento en base al diálogo, potenciar liderazgos y alinearse a la cultura corporativa. El 100% de nuestros colaboradores son evaluados; el modelo de gestión se basa en una evaluación 360º para jefes y ejecutivos, es decir una evaluación ascendente, descendente y entre pares, y una evaluación 180º para el resto de los colaboradores. Los ejecutivos son evaluados bajo un modelo corporativo de Falabella.

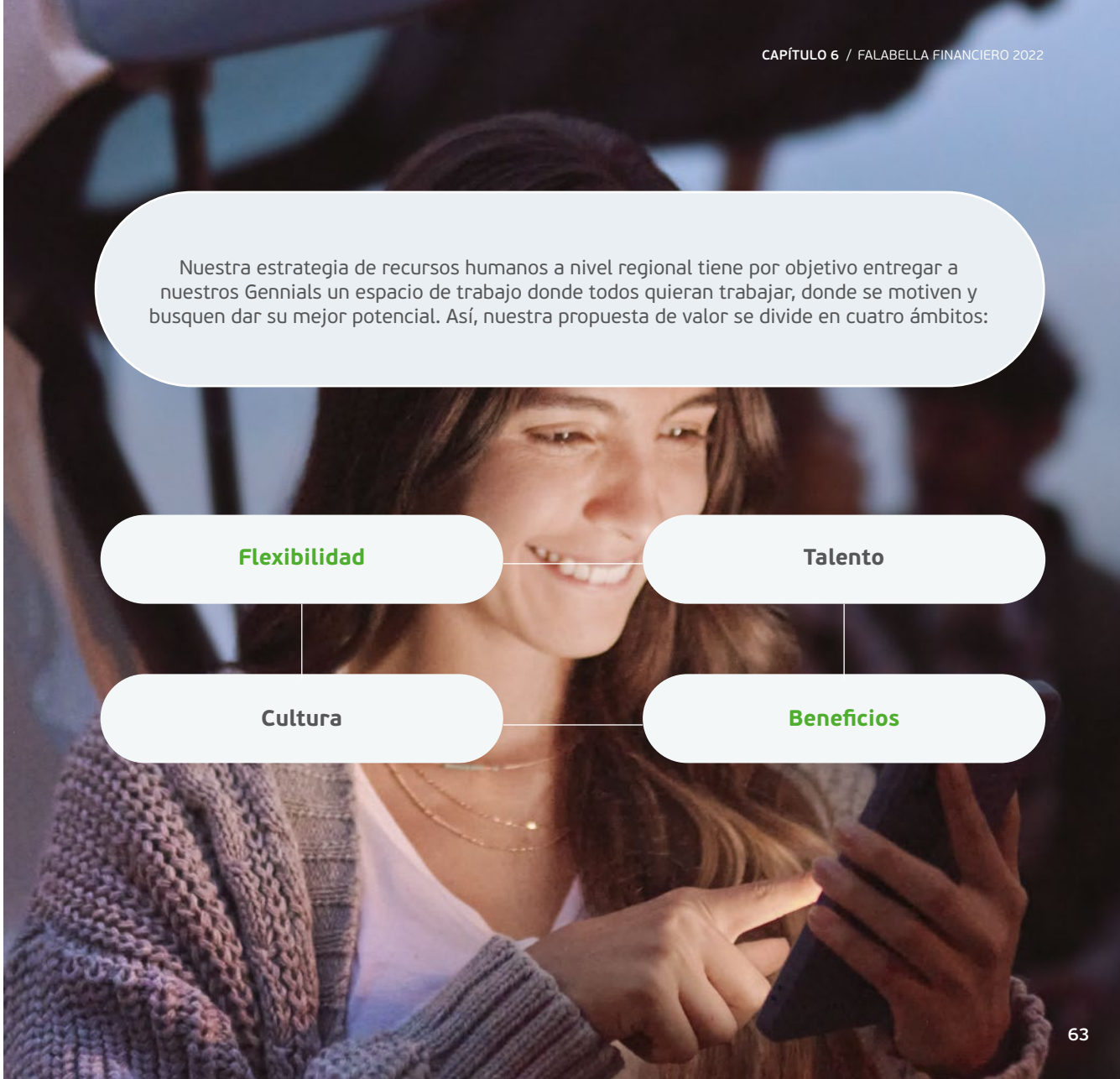


6.4 Un equipo de Gennials

PROPUESTA DE VALOR PARA NUESTROS EQUIPOS

> Nuestro propósito de Simplificar y Disfrutar más la Vida es transversal a toda la compañía y este misma filosofía se extiende a nuestros equipos.

Cuidamos a nuestros equipos de trabajo con una propuesta de valor que promueve un balance positivo de vida personal y laboral, respetamos sus derechos de asociación y negociación colectiva, y construimos una cultura de salud y seguridad que alcanza a todas las personas de la organización.



Nuestra estrategia de recursos humanos a nivel regional tiene por objetivo entregar a nuestros Gennials un espacio de trabajo donde todos quieran trabajar, donde se motiven y busquen dar su mejor potencial. Así, nuestra propuesta de valor se divide en cuatro ámbitos:

- **Flexibilidad**
- **Talento**
- **Cultura**
- **Beneficios**

El Comité de Compensación y Talento de Falabella es el responsable de analizar y proponer políticas de compensación para los ejecutivos de la compañía, tomando como base información de consultoras de mercado con experiencia en materia de compensaciones en la región. En 2022 sesionó 2 veces.

La sociedad no cuenta con planes de compensación o beneficios especiales dirigidos exclusivamente a sus ejecutivos principales.

La estrategia de compensación se basa en principios de equidad y competitividad, y asigna una compensación de acuerdo con el rol de responsabilidad y desempeño de cada posición en la compañía. La política de remuneraciones incluye remuneración fija y variable. Un componente de remuneración variable corresponde al bono anual por desempeño, que incluye una serie de indicadores claves para cada ejecutivo. En el caso de Chile, entre un 60 y un 70% de la dotación recibe remuneración variable de acuerdo al desempeño comercial. Esta medición contempla aspectos de desempeño financiero, resultado del negocio y, de gestión del talento, tales como utilidad, reducción de huella de carbono, diversidad, entre otras.

A nivel del resto de la organización las escalas salariales se revisan todos los años bajo un modelo que premia el mérito, asignando un mayor porcentaje de incremento en la medida que haya un mejor desempeño. Tras la revisión anual, la meta es que los comparativos de cargo equivalentes sean similares.

En relación con los beneficios adicionales[1] para nuestros Gennials, el programa de conciliación Modo Flex es uno de los pilares de la propuesta de valor y está vigente en todos los países en que operamos. Este plan permite a todos los colaboradores disponer de dos meses sin goce de sueldo para viajar, estudiar o concretar cualquier proyecto personal. El programa también ofrece la posibilidad de ajustar el horario de entrada y salida, según las necesidades de cada colaborador.

Algunos de los beneficios que tienen nuestros colaboradores Gennials:

1

Tarde Gennials:
Tarde libre al mes ¡tú eliges cuándo!

2

Tiempo libre sin goce de sueldo:
Espacio para viajar, estudiar o disfrutar como más quieras.

3

Viernes Gennials:
No más reuniones desde las 14 hrs. y salida anticipada a las 16 hrs.

4

Retorno gradual para mamás:
Nuestras Gennials acortan su jornada (extra a lo legal) y pueden equilibrar su maternidad con home office.

5

Días extras de postnatal para papás:
Más días (extra a lo legal) para que disfrutes con tus hijos recién nacidos.

6

Horario Flex:
Acomoda tus horarios según tus necesidades, ¡parte más temprano o más tarde!

1. Los beneficios varían acorde a cada país.

Además, contamos con beneficios monetarios, como descuentos en varias categorías de Falabella.com y en Tottus comprando a través de Fazil. También, quienes trabajan en el Grupo cuentan con la posibilidad de contratar seguros a menor costo en Seguros Falabella. Banco Falabella ofrece la opción de acceder a una tasa preferente en créditos de consumo, sujeto a evaluación crediticia, y poder acceder a una cuenta corriente y CMR sin costo de mantención.

Por otra parte, en cada una de las unidades de negocio, el periodo de postnatal supera las exigencias mínimas legales, tanto para madres como para padres. En Chile se entregan 15 días de descanso sobre lo legalmente establecido para el padre, lo cual suma un total de 20 días.

Además, se ofrece un beneficio adicional de flexibilidad y reducción en la jornada laboral para la madre, un bono de nacimiento para madres y padres y, para las madres que tienen sueldo mayor al tope imponible, se les paga un complemento de licencia médica por el periodo que se encuentre en pre y postnatal.

PERSONAS QUE HICIERON USO DE POSTNATAL

	Mujeres	Hombres
CHILE	391	**71**
PERÚ	82	**38**
COLOMBIA	61	**22**
MÉXICO	4	**3**
REGIONAL	538	**134**

En diciembre de 2022 la Fundación Chile Unido y el Diario El Mercurio entregaron las distinciones a las mejores organizaciones para integrar la vida personal y el trabajo. Banco Falabella Chile fue reconocida con el quinto lugar en el ranking de grandes corporaciones y Seguros Falabella Chile con el tercer lugar en grandes empresas.

6.5 Un equipo de Gennials

CULTURA ÁGIL, COMPROMISO Y CERCANÍA

En 2022, seguimos trabajando para promover la agilidad como eje central de nuestra cultura. Esta metodología nos llevó a la conformación de células especializadas por temáticas al interior de algunas gerencias, y en particular en la Digital Factory, adaptando así la forma en que trabajamos, agregando flexibilidad, velocidad y colaboración, gracias al involucramiento de todas las áreas de negocio.

Desde las gerencias de recursos humanos, acompañamos el proceso promoviendo instancias que faciliten la difusión de metodologías de Estrategias Ágiles, con OKRs y en el reforzamiento de los líderes en estos aspectos. **Contamos con 39 colaboradores certificados Agile Coach** quienes son los encargados de modelar e implementar prácticas ágiles en las operaciones cotidianas. Además, más de 600 colaboradores tuvieron la oportunidad de participar del Gennial Summit, instancia corporativa para promover la cultura ágil.

Las herramientas de comunicación interna son un gran complemento para la difusión y sensibilización en torno a la agilidad. Nos apoyamos de Workplace, la plataforma de comunicación única y transversal para todos los colaboradores de Falabella Financiero. En este espacio, cada persona puede informarse, e interactuar con su grupo u otros grupos construidos específicamente para proyectos ad-hoc. Esta herramienta permite también la generación de contenidos informativos, espacios de colaboración y reconocimientos. Al cierre de 2022, **el 41% de los miembros de la red eran usuarios activos,** es decir, comentaron o reaccionaron al menos una vez a alguna publicación.

Estar cerca de los colaboradores, nos exige contar con múltiples canales e instancias de diálogo y escucha. A partir del regreso post-pandemia, y con el objetivo de fortalecer el espíritu de equipo y la cercanía, se mantuvieron múltiples instancias de conversación y reunión, mesas redondas, desayunos y presentaciones en vivo.

+ de 600 colaboradores
participaron del Gennial Summit

Anualmente realizamos mediciones de nuestro clima organizacional y del nivel de involucramiento de quienes se desempeñan en Falabella Financiero. En 2022 realizamos dos estudios vinculados con nuestra cultura como Falabella. En su segunda edición, en noviembre la encuesta que fue respondida por un 87% de nuestro equipo, superando en 9 puntos porcentuales el nivel de respuestas de mayo.

El nivel de Engagement (compromiso de los colaboradores para ayudar a la compañía a alcanzar sus metas) y el NPS (es la probabilidad de recomendar la empresa como lugar de trabajo). se mantuvieron constantes en ambas mediciones en 78% y 53 puntos respectivamente.

Se concluye de ambas ediciones que se valora positivamente el liderazgo dentro de Falabella Financiero y la agilidad como forma de trabajo. Los principales focos de acción se vinculan con el desarrollo y reconocimiento y al equilibrio vida personal-laboral de nuestros equipos.

Nivel de **ENGAGEMENT**

		2021	2022
CHILE	Banco Falabella	82%	83%
	Seguros Falabella	79%	82%
	Fpay	77%	79%
PERÚ	Banco Falabella	84%	70%
	Seguros Falabella	86%	85%
COLOMBIA	Banco Falabella	86%	81%
	Seguros Falabella	85%	78%
MÉXICO	Falabella Soriana	72%	78%
REGIONAL	CORPORATIVO	81%	84%
FALABELLA FINANCIERO		83%	78%

6.6 Un equipo de Gennials

RELACIONES LABORALES

Los sindicatos son considerados actores muy relevantes para nuestra gestión. Con ellos buscamos mantener un relacionamiento armónico, basado en el diálogo, el respeto, la transparencia y el beneficio recíproco. El 27% de los trabajadores de Falabella Financiero están sindicalizados.

En el periodo reportado se cerró de manera exitosa los procesos de negociación colectiva con los sindicatos de Banco Falabella Chile y Perú.

Utilizamos múltiples canales de comunicación para mantener contacto permanente con la dirigencia sindical como mensajería instantánea, correo electrónico y llamadas telefónicas. Promovemos la participación de los colaboradores en la constitución de Comités Paritarios, para que sean representantes y agentes organizacionales en temas de higiene, seguridad y salud ocupacional, y en prevención del hostigamiento sexual, entre otros.

Un 27% de nuestros trabajadores a nivel regional, están cubiertos por convenios colectivos.

Tasa de **SINDICALIZACIÓN**

		2021	2022
CHILE	Banco Falabella	56%	58%
	Seguros Falabella	58%	60%
	Fpay	59%	42%
PERÚ	Banco Falabella	17%	15%
	Seguros Falabella	0%	0%
COLOMBIA	Banco Falabella	3%	3%
	Seguros Falabella	0%	0%
MÉXICO	Falabella Soriana	0%	0%
REGIONAL	CORPORATIVO	0%	0%
TOTAL		**28%**	**27%**

6.7

Un equipo de Gennials

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

> Queremos que todas las personas que conforman nuestros equipos se sientan parte, y puedan desarrollar su potencial independiente de su género, orientación sexual, religión o cualquier característica fundamental de su identidad.

La diversidad generacional, sexual, de nacionalidad entre otras, se ha convertido en una característica distintiva de nuestra cultura y de nuestra filosofía de trabajo. Estamos convencidos que la diversidad y la inclusión permiten por un lado desarrollar el potencial de cada persona, y por otro, enriquecer nuestra cultura organizacional, al tiempo que nos permite contar con efectivos representantes de los clientes que atendemos, ampliando así nuestra propuesta de valor.

La Política de Diversidad e Inclusión pone un especial énfasis en tres grupos de inclusión: género, diversidad sexual y personas con discapacidad. Cada uno de ellos cuenta con sponsors en el comité ejecutivo, cuyo rol es informar, entregar un compromiso visible con la diversidad e inclusión y ser la persona vocera de la temática. Además, estas materias conforman un eje específico de nuestra estrategia de sostenibilidad.

La Política de Diversidad e Inclusión promueve una cultura organizacional y un ambiente laboral basado en tres principios fundamentales:

El respeto y la protección de la dignidad de todas las personas.

La promoción de un ambiente laboral integrador y diverso.

El rechazo de toda discriminación arbitraria.

Para la promoción de una cultura diversa e inclusiva, realizamos diversas actividades y sensibilizamos en estas materias a 380 colaboradores durante todo el año.

Este año en la Encuesta de Cultura incorporamos una pregunta voluntaria sobre la autoidentificación de las personas de acuerdo con diferentes grupos: comunidad LGBTIQ+, personas migrantes o personas con discapacidad. **El 92% de los colaboradores indica que las personas son tratadas de manera justa, sin importar edad, nacionalidad, género u orientación sexual.**

En nuestra plataforma de capacitación Academia Falabella, contamos con 7 cápsulas sobre diversidad e inclusión, que abordan temas como diversidad sexual, equidad de género, discapacidad, interseccionalidad, interculturalidad, entre otras.

6.7.1
EQUIDAD DE GÉNERO

En Falabella Financiero superamos nuestra meta regional de contar con un **40% de mujeres en puestos de Top y Middle Management en 2022, alcanzando un 43% a nivel regional.**

La política de Equidad de Género lanzada para todas las unidades de Falabella establece la importancia de la corresponsabilidad familiar, y el diseño de iniciativas o el perfeccionamiento de las existentes para fomentar la participación activa y equitativa de las mujeres.

Para impulsar la equidad, en el caso de las postulaciones externas se estableció como política la **inclusión de mujeres en cada terna** y para la promoción de las trabajadoras se desplegaron **proyectos de mentoría, capacitación y apoyo a su crecimiento.**

En el Código de Integridad se explicita el compromiso de la Compañía con la **no tolerancia de cualquier tipo de acoso sexual o laboral,** contando con el Canal de Integridad para la realización de denuncias al respecto. En este sentido, durante 2022 se realizaron capacitaciones y jornadas de sensibilización donde participaron 95% de los trabajadores a nivel consolidado. Durante 2022 no se reportaron denuncias de discriminación en el canal de integridad corporativo.

Participamos en el ranking PAR a nivel regional, instrumento de medición que permite contar con un diagnóstico local y a nivel latinoamericano de los avances en materia de equidad de género. **Seguros Falabella Perú obtuvo el 6to lugar en la versión 2022 por su compromiso con la equidad de género.**

Seguros Falabella

El programa Mujeres Conectadas es una instancia que convoca a más de **900** participantes y busca promover el networking, visibilizar y potenciar el talento femenino. En este marco se organizaron 8 conversatorios de Mujeres que cuentan sus Historias, con 16 exponentes de Banco Falabella Perú. Este espacio permitió que mujeres inspiraran a los colaboradores a buscar y potenciar su rol de liderazgo.

Participamos de conversatorios de mujeres de distintos negocios de Falabella, **charlas del programa I'm Remarkable**, y generamos videos de sensibilización y piezas para comunicar avances y desafíos en la agenda de género. Falabella es la primera empresa de América Latina certificada en el programa **#TrainTheTrainers** de la iniciativa I'm Remarkable organizada por Google, que busca empoderar a las mujeres y otros grupos subrepresentados.

El programa **Mujeres de Alto Rendimiento (MAR)** de Falabella tiene por objetivo acelerar el desarrollo profesional de mujeres fortaleciendo competencias claves de liderazgo. A través de sesiones de formación, coaching y gestión de carrera profesional, las ayuda a prepararse para cargos gerenciales.

De acuerdo con la medición de brechas salariales desde puestos de jefatura realizada en 2021**, a nivel general no existen brechas significativas** y se realizaron ajustes en casos particulares.

El primer Programa de Mentoring Regional se desarrolló con foco en mujeres que ocupan cargos de junior management y cargos digitales. Allí, más de **130** duplas, cruzadas entre negocios y países, fueron guiadas por personas mentoras en cargos de gerencia y subgerencia.

6.7.2
DIVERSIDAD SEXUAL

Adherimos a Pride Connection, red que busca promover espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual y generar lazos para la atracción de talento LGBTI+. Banco Falabella Chile es empresa mentora de Pride Connection, mientras que Banco Falabella Perú y Banco Falabella Colombia renovaron su compromiso con la organización.

En Chile, en conjunto con esta ONG se desarrollaron durante el año **cursos de formación a líderes de la comunidad**, al 90% de los vigilantes y a más de 40 líderes de los canales de atención de Chile. Estos últimos tenían como propósito sensibilizar a nuestros colaboradores en torno al trato diverso e Inclusivo.

Participamos en la **marcha del Día del Orgullo LGBTIQ+** en Chile, Perú y Colombia.

En Colombia, se desarrolló el primer encuentro de colaboradores de la comunidad LGBTIQ+, donde se logró unir a los equipos y saber su sentir frente a lo que se viene trabajando. También se desarrollaron talleres de formación a líderes de la comunidad. Por su parte, Banco Falabella Colombia se vinculó con la Cámara de la Diversidad como aliado estratégico y son parte del comité de Diversidad, Equidad e Inclusión de Asobancaria.

Contamos con una comunidad LGBTI+ y Aliad@s en Workplace. Este busca ser un espacio donde las personas puedan conectar y compartir experiencias, organizar encuentros y aportar a construir una organización más inclusiva. Al cierre de 2022 contábamos con 121 miembros en la comunidad interna.

En Junio de 2022, fuimos reconocidos por Pride Connection como **uno de los mejores lugares para trabajar y atraer el talento LGBTI+ en Chile.**

Contamos con un Protocolo de Transición de Género. Implementamos **beneficios específicos para parejas homoparentales** y extendimos beneficios ya existentes para parejas biparentales.

En Chile, **participamos del ranking Equidad CL de Pride Connection, alcanzando la categoría A.** Este ranking nos permitió realizar una radiografía detectando donde están nuestras oportunidades de mejora.

Sumamos nuestras ofertas laborales al portal de empleo de Pride Connection en Chile.

Lanzamos una declaración de atención inclusiva y no discriminación especialmente dirigida a nuestros canales.

6.7.3
PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En 2021 **realizamos un diagnóstico de inclusión laboral junto a la Fundación con Trabajo** en todas las unidades de negocio en Chile. Basados en este resultado, diseñamos un plan estratégico que comenzó a implementarse en el año 2022 que considera mejoras tanto en infraestructura física como digital con foco en accesibilidad para personas con discapacidad.

Además, el equipo de Colombia realizó un diagnóstico junto a la Red de Empleo con Apoyo (RECA) para identificar los posibles ajustes razonables a realizar.

Participación en **ferias laborales** inclusivas en cada uno de los países.

Alianza en Chile con Avanza Inclusión para la inclusión de personas con discapacidad y en Perú con CONADIS.

Al cierre de 2022, en nuestro equipo se desempeñaban **38 personas con algún tipo de discapacidad.**

En el marco de la Escuela Digital **se realizó un piloto para la formación a 6 personas con discapacidad**, con el objetivo de aprender y profundizar en áreas digitales.

Capacitamos a más de 10 personas para certificarse como gestores de inclusión en Chile en dos modalidades de curso: con la Fundación Ronda & Best Buddies de forma online sincrónica, y el segundo lo realizó la Fundación con Trabajo de manera online asincrónica.

En Colombia, se implementó el servicio de interpretación **BeFriend** para la atención de personas sordas con lenguaje de señas y se permitió el acceso de perros guía en todas las oficinas.

6.8 Un equipo de Gennials

PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD DE NUESTROS COLABORADORES

403-1 / 403-2 / 403-4 / 403-5 / 403-7 / 403-8 / 403-9 / 403-3 / 403-6 / 403-10

6.8.1 MODELO DE GESTIÓN

En todas nuestras actividades, la seguridad y la salud ocupacional son prioridad. Contamos con un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo en cada uno de los países donde operamos que cubre al 100% de los colaboradores propios y cuyo pilar fundamental es la política de salud y seguridad en el trabajo.

En tanto, para los proveedores externos se verifica que cuenten con toda la normativa respecto a Seguridad y Salud, y en aquellos casos que realizan labores de manera presencial, los mismos se acogen al sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo de la compañía. En Banco Falabella Perú, Banco Falabella Colombia y Seguros Falabella Colombia, se implementaron manuales específicos para contratistas y proveedores donde se consignan todos los deberes, derechos y responsabilidades en temas de Seguridad y Salud en el Trabajo. En Colombia, bimestralmente se realizan reuniones de seguimiento con contratistas.

Como parte de dichos sistemas, se han desarrollado procedimientos para la Identificación de Peligros y Evacuación de Riesgos (IPER) para cada centro de trabajo y se actualizan anualmente y/o cuando haya cambios en las actividades o funciones de los puestos de trabajo, así como en la infraestructura de cada sede.

En la legislación chilena y peruana se establece que en cada empresa se deben constituir Comités Paritarios de Higiene y Seguridad conformados con representantes de la empresa y de los trabajadores.

Estos se reúnen mensualmente con el objetivo de detectar y evaluar los riesgos de accidentes y enfermedades profesionales. En Colombia, además del Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo se conformó un Comité de Seguridad Vial y un Comité de Convivencia Laboral para recibir y dar trámite a las solicitudes presentadas en las que se describan situaciones que puedan constituir conflictos laborales. El Comité se reúne cada tres meses.

Otro componente importante del modelo son los canales de denuncia ante eventos de accidentes o cuasiaccidentes, implementados a través de formularios de denuncias, mesas de servicio (Remedy) y en el caso de Banco y Seguros Falabella o Tarjetas RACI en Colombia, para el reporte de Actos y Condiciones Inseguras.

En relación con las actividades de formación, en Chile se realizan de manera obligatoria dos cursos **"Obligación de informar"** y **"Prevención de riesgos en el Teletrabajo"**. El equipo a cargo de la Salud y Seguridad en el Trabajo desarrolló un plan anual de capacitaciones donde se incorporan cursos normativos, específicos y módulos de inducción de seguridad y salud en el trabajo, tanto presenciales como online. Por su parte, en Colombia, Banco Falabella y Seguros Falabella cuentan con los cursos establecidos por la normativa para la inducción y reinducción en Seguridad y Salud en el Trabajo.

6.8.2
INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD 2022

Fallecimientos, lesiones y **ENFERMEDADES LABORALES**

		Fallecimientos		Lesiones con grandes consecuencias		Lesiones por accidente laboral registrables:		Casos de dolencias y enfermedades laborales registrables
		#	Tasa	#	Tasa	#	Tasa	#
CHILE	Banco Falabella [1]	0	0	0	0	26	0,08	9
	Seguros Falabella [2]	0	0	0	0	4	3,8	0
COLOMBIA	Banco Falabella [3]	0	0	0	0	11	0,0045	1
	Seguros Falabella	0	0	0	0	0	0	0
PERÚ	Banco Falabella [4]	0	0	0	0	1	0,006	0
	Seguros Falabella	0	0	0	0	0	0	0

Durante 2022, en Seguros Falabella Chile se trabajó en la implementación de un programa de Seguridad y Salud para personas en Teletrabajo, y en un programa de revisión de agentes físicos para todas las oficinas (iluminación, calidad del aire) además de la revisión ergonómica a puestos de trabajo. Por su parte, en Colombia se realizaron mediciones de riesgo psicosociales dando como resultado un bajo nivel de riesgo para ambas compañías.

1. Tasas calculadas en base a 1.000.000 horas trabajadas.
2. Tasas calculadas en base a 1.000.000 horas trabajadas.
3. Tasas calculadas en base a 200.000 horas trabajadas.
4. Tasas calculadas en base a 200.000 horas trabajadas.

6.8.3
SALUD OCUPACIONAL

Las unidades de negocio en Chile, se encuentran por ley, adheridas a Mutualidades, que cubre todos aquellos eventos de salud vinculados con el trabajo.

Por su parte, en Colombia los trabajadores están afiliados a la Administradora de Riesgos Laborales (ARL), compañía de seguros que se encarga de proveer actividades de promoción y prevención de riesgos laborales y cubrir los gastos generados por accidentes de trabajo y enfermedades laborales.

Un proveedor de servicio de Salud Ocupacional acreditado por el Ministerio de Salud del Perú entrega cobertura a los colaboradores de Banco Falabella y Seguros Falabella. Con esta entidad se comenzó a desarrollar un programa anual de salud ocupacional para prevenir enfermedades en el trabajo.

En tanto, como parte de los beneficios entregados a los colaboradores, se ofrecen descuentos y coberturas en servicios de salud, tales como seguros complementarios. En Colombia, Banco Falabella y Seguros cuentan con un beneficio de servicio médico para Urgencias y/o Emergencias en los centros de trabajo y "Aló Doctor", un servicio médico domiciliario para atenciones y consultas básicas.

En conjunto con el área de recursos humanos se conformó una célula para el abordaje de las distintas tematicas asociadas con la **salud mental**, sobre todo en atención a los colaboradores de los canales fisicos y del contact center. En Chile, ante eventos traumáticos (tales como asaltos, agresiones fisicas, psicológicas u otros), la empresa cuenta con un protocolo de actuación para la contención de los afectados, dando soporte principalmente a través de un equipo de psicólogos. A nivel nacional, existe un protocolo de vigilancia de riesgos psicosociales para sucursales de CMR Falabella y Banco Falabella.

INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA

FALABELLA FINANCIERO

CAPÍTULO 07

Reporte de Sostenibilidad 2022

Tenemos la ambición de ser un actor clave en la construcción de una sociedad más responsable y empoderada en la gestión de sus finanzas personales.

Desde nuestro negocio, a través de la educación e inclusión financiera, buscamos generar impactos positivos en la región, brindando al mismo tiempo, oportunidades de crecimiento y herramientas para la administración responsable de los recursos propios.

Inclusión y Educación Financiera | Falabella Financiero

7.1 Inclusión y Educación Financiera

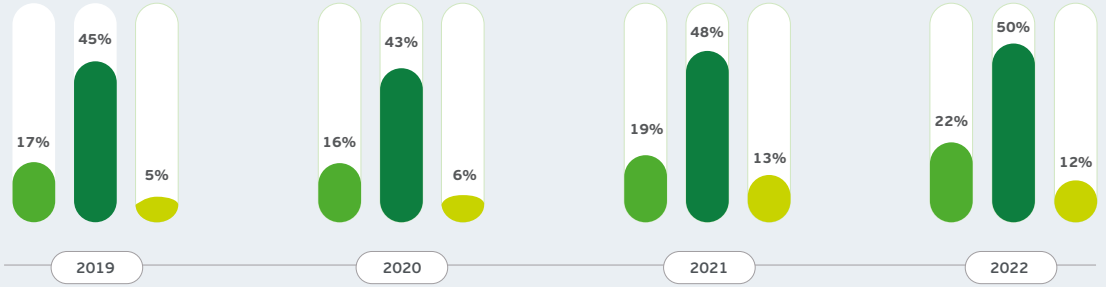
INCLUSIÓN FINANCIERA

La inclusión financiera se refiere al acceso que tienen las personas y las empresas a diversos productos y servicios financieros útiles y asequibles que atienden sus necesidades —transacciones, pagos, ahorro, crédito y seguros— y que se prestan de manera responsable y sostenible[1].

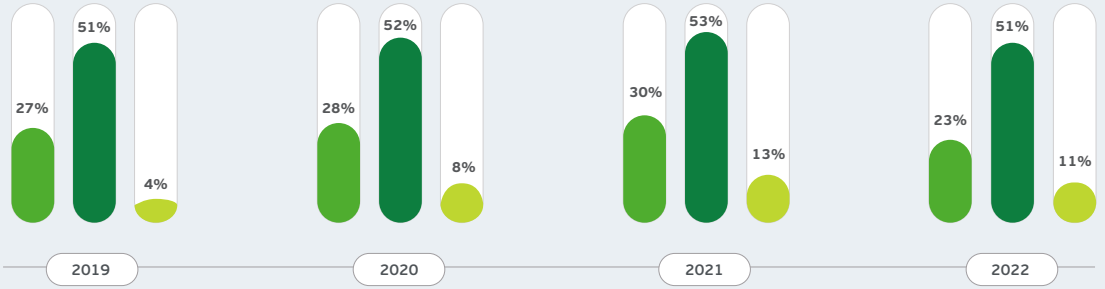
En ese espacio Falabella Financiero ocupa un lugar relevante desde hace **más de 40 años**, ayudando a bancarizar a personas excluidas del mercado financiero. Productos como la Tarjeta de Crédito CMR Falabella y la Cuenta Corriente 100% digital, son claras demostraciones de nuestro compromiso con la inclusión financiera de aquellos menos bancarizados.

1. Fuente: Banco Mundial

Aperturas **CUENTAS CORRIENTE BANCO FALABELLA** grupos menos bancarizados



Aperturas **TARJETA DE CRÉDITO CMR FALABELLA** grupos menos bancarizados



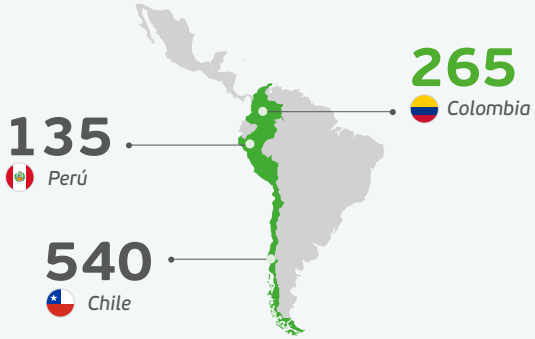
Clientes emprendedores 2022:

25%
Microempresa
(0 a 2.400 UF)

41%
Pequeña Empresa
(2.400 a 25.000 UF)

20%
Mediana Empresa
(25.000 a 100.000 UF)

En 2022, se financió a emprendedores en los diferentes países:



7.1.1 FINANCIAMIENTO A SELLERS

Banco Falabella ofrece créditos específicamente diseñados para los emprendedores que ofrecen sus productos en los Marketplace del grupo. En 2022, en Chile, el 25% de nuestros clientes emprendedores son Microempresa (0 a 2.400 UF), el 41% Pequeña Empresa (2.400 a 25.000 UF) y el 20% Mediana Empresa (25.000 a 100.000 UF). El objetivo de estas soluciones es brindar financiamiento para su capital de trabajo y aumentar su principalidad y sus ventas en las plataformas de Falabella. En 2022, se financió a 540 emprendedores de Chile, 135 en Perú y 265 en Colombia.

Además, con el propósito de fortalecer la propuesta de valor de Falabella a este grupo de interés, en Chile se ofrecen productos de créditos en cuotas, lo que les permite contar con liquidez y ajustar el monto de su cuota a la capacidad de pago. Estos productos están sujetos a la evaluación crediticia de cada seller y a las políticas de Banco Falabella.

7.1.2 PROGRAMA EMPRENDEDORAS GENNIALS

Se trata de una iniciativa dirigida a 100 mujeres colombianas, emprendedoras que tienen diferentes proyectos de negocio, quienes tienen la posibilidad de participar de cursos y mentorías dictadas por colaboradores voluntarios de los equipos de Falabella Financiero quienes aportan su experiencia profesional para el fortalecimiento de las mujeres.

7.2 Inclusión y Educación Financiera

EDUCACIÓN FINANCIERA

Desde hace más de una década entendimos que nuestro rol como institución no debe centrarse sólo en la oferta de productos y soluciones financieras, sino ir más allá. Por ello, parte central de nuestra estrategia de sostenibilidad es el trabajo que venimos realizando en materia de educación financiera. En este ámbito nuestro foco está puesto en la formación y apoyo a clientes, la comunidad (estudiantes, emprendedores), los colaboradores de Falabella Financiero y el trabajo conjunto con las Asociaciones de Bancos (ABIF en Chile, Asbanc en Perú y Asobancaria en Colombia) con las que estamos estrechando lazos para el desarrollo de proyectos comunes.

Asimismo, en 2022 quisimos dar un paso más y nos planteamos el gran desafío de potenciar la forma en que construimos la educación financiera, como parte del ADN de Banco Falabella, un banco digital, proponiéndonos avanzar aún más en las relaciones simples y transparentes, con las necesidades del cliente en el centro, con el fin de que puedan simplificar y disfrutar más la vida.

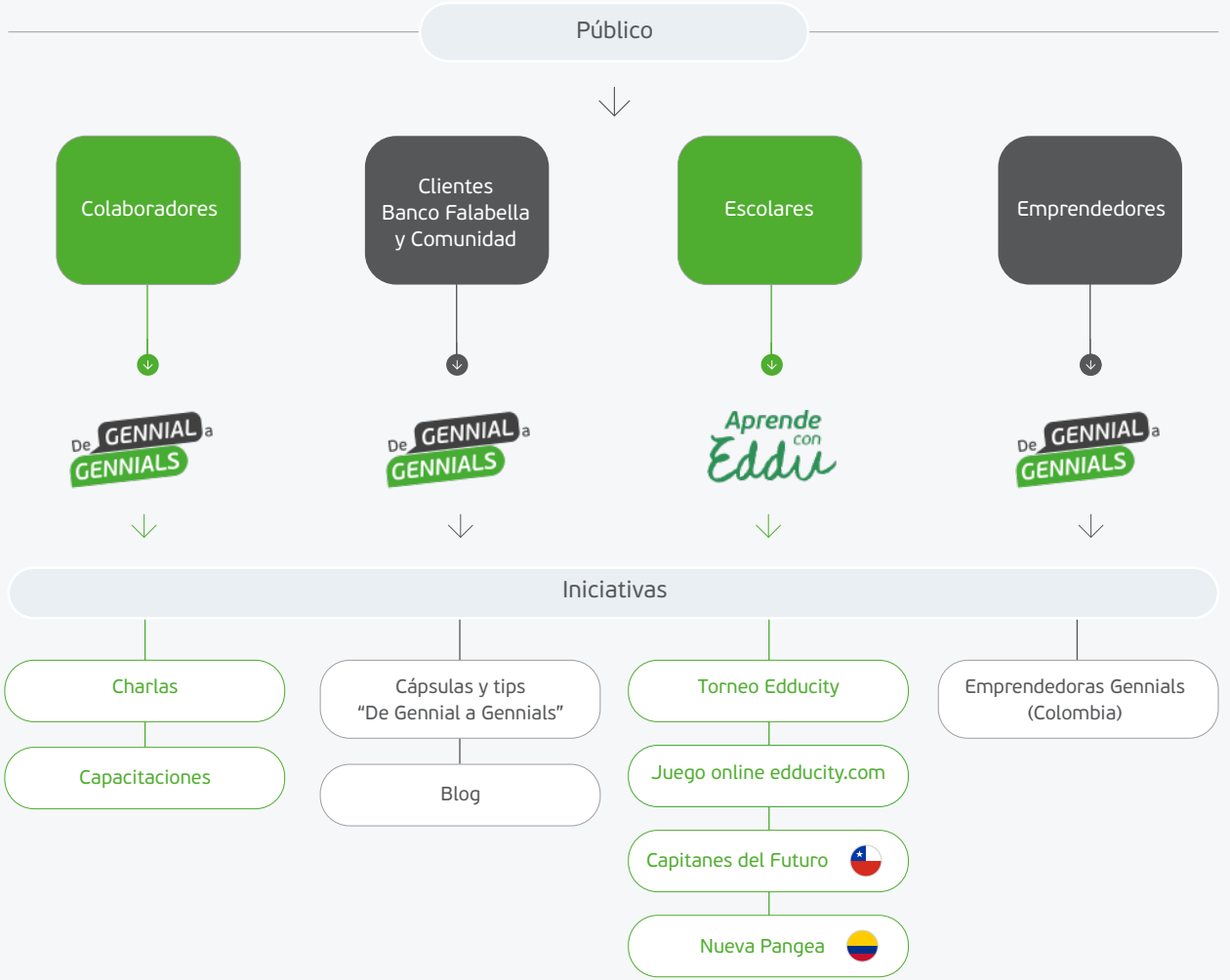
De GENNIAL a GENNIALS

A mayor Educación Financiera...

1. Más Ahorro
2. Mejores Decisiones de Inversión
3. Uso más Racional del Crédito
4. Menores Niveles de Sobre Endeudamiento
5. Mejores Pensiones
6. Mejor Nivel de Vida

Simplificar y Disfrutar más la Vida

De esta manera, nuestra estrategia de educación financiera hacia clientes y colaboradores busca estar alineada a los códigos, tono y lenguaje que se espera de un banco digital, principalmente a través de la marca Gennials. En tanto, para el público infantil seguiremos trabajando en colegios para educar a niños a través de nuestro personaje Eddu.



5.369

Niños ingresaron al juego digital Edducity

1.424

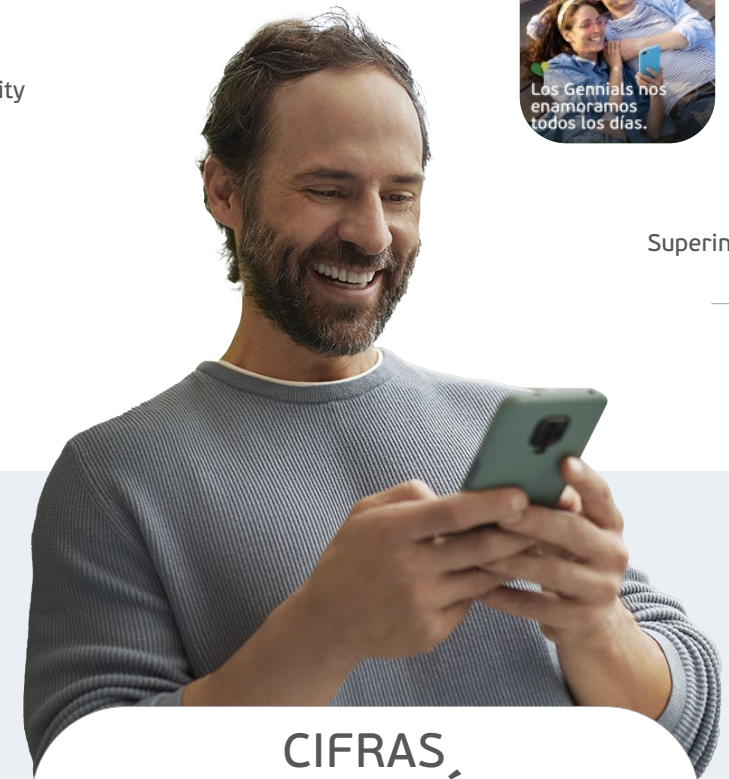
Escolares del Programa Haciendo Escuela participaron del Torneo Edducity en Chile, Perú y Colombia

1.402

Colaboradores capacitados en Educación Financiera

10 Millones

De visualizaciones de los contenidos de Educación Financiera de Gennial a Gennials



CIFRAS EDUCACIÓN FINANCIERA 2022

Sello de Educación Financiera

Fue recibido por Banco Falabella Colombia, otorgado por la Superintendencia Financiera de Colombia

78%

de nuestros Gennials se enorgullece de la contribución de Falabella Financiero a la Educación Financiera

100 Emprendedoras

acompañadas por el programa de Formación y Mentoring de Colombia “Emprendedoras Gennials”

7.2.1

EDUCACIÓN FINANCIERA
PARA CLIENTES, COMUNIDAD Y COLABORADORES

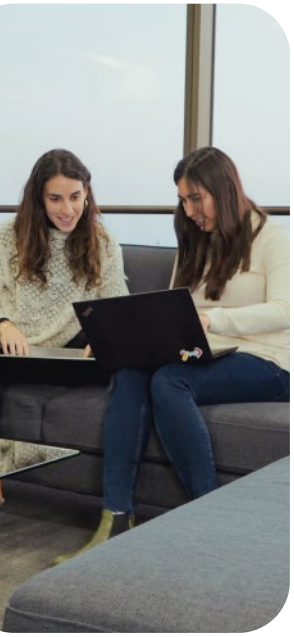
Gennial a Gennials:

Gennial a Gennials busca entregar tips y recomendaciones para una sana conducta financiera a toda nuestra comunidad digital, y como parte de nuestra propuesta de valor comercial. La concientización en el manejo financiero responsable y la prevención de fraudes se realiza principalmente a través de consejos prácticos y mensajes enviados por correo electrónico, los banners de los sitios web propios y las aplicaciones de cada negocio. Se estima que, gracias a las campañas, se alcanzaron a más de 10,5 millones de personas con estos mensajes.

Únete al
#MOVIMIENTO
GENNIALS

Durante 2022, se generaron 22 cápsulas de Gennial a Gennials, con recomendaciones para el buen uso de los productos, sensibilización para el cuidado frente a posibles fraudes, endeudamiento responsable, entre otros. Estas cápsulas son protagonizadas por nuestros Gennials, miembros de los equipos de productos, canales, marketing, entre otros que en un lenguaje simple y cercano dan recomendaciones a nuestros clientes y potenciales clientes. Estas cápsulas quedan disponibles a través de Instagram, TikTok y Youtube.

Otro de los focos de educación a clientes y no clientes en 2022 fueron las campañas de sensibilización frente a acciones como el phishing, un tipo de fraude que se realiza a través del mail donde los delincuentes envían mensajes con información suplantada. Asimismo, se realizaron campañas para prevenir fraudes por smishing donde se busca obtener la información personal como RUT, claves, datos de las tarjetas o cuentas bancarias, a través de mensajes de texto (SMS).



Para colaboradores:

Para colaboradores se llegó a un total de 1.402 colaboradores a través de las charlas de educación financiera en inducción.

Las cápsulas y tips de Gennial a Gennials son protagonizadas por colaboradores.

El equipo de Seguros Falabella llevó a cabo la campaña interna "En Seguros Hablamos Simple" con el objetivo de movilizar un cambio cultural para simplificar la comunicación interna de sus productos, y fortalecer la comunicación con el cliente, acercando los productos con un lenguaje simple y de forma transparente.

En 2021 y por primera vez, medimos la contribución de nuestro programa a través de la encuesta de cultura de colaboradores donde un 79% considera que el programa de educación financiera es un aporte y en 2022, esta misma herramienta nos permitió concluir que el 78% de los colaboradores se siente orgulloso de la contribución en Educación Financiera que hace la empresa.

"En Seguros Hablamos Simple"

7.2.2

EDUCACIÓN FINANCIERA PARA ESCOLARES

Capitanes del Futuro es el programa que desarrollamos junto a ActitudLab, empresa social, con el propósito de instalar capacidades de ahorro y potenciar la innovación en Educación Financiera en los niños. De esta manera, se llevaron a cabo talleres para más de 900 niños y niñas que participan del programa Haciendo Escuela, representando a 18 establecimientos.

HACIENDO ESCUELA
PROGRAMA FALABELLA

+ de 900

escolares del Programa Haciendo Escuela participaron de los talleres de Educación Financiera

7.2.3

EDDUCITY

Torneo **Edducity**

Cada año, Falabella Financiero despliega a través de sus unidades Banco Falabella, Seguros Falabella y Fpay el torneo Edducity, un torneo interescolar que se realiza de manera virtual, donde niños y jóvenes entre 8 y 14 años, tienen que cumplir tareas cotidianas, aprendiendo de una manera lúdica a enfrentar decisiones financieras y elecciones responsables para administrar sus futuras finanzas personales.

La convocatoria de la edición de 2022 duplicó la cifra del año anterior. 1.424 escolares de Chile, Perú y Colombia de 36 colegios que forman parte del "Programa Hacienda Escuela" de Falabella, participaron del concurso. En la gran final participaron nueve estudiantes representando a cada país.

El ganador del torneo fue Diego Osorio, alumno del colegio La Libertad de Bucaramanga de Colombia. El segundo lugar fue para Iory Osorio, del mismo establecimiento, mientras que el tercer lugar lo obtuvo Mateo Carbajal, estudiante del Colegio Nuevo Perú, representando a este país.

"Estamos orgullosos de que más de 1.400 niños y niñas fueran parte de este torneo. Tenemos la convicción que la educación financiera debe promocionarse activamente y estar presente en todas las etapas de la vida. Es parte de nuestro compromiso como Falabella el contribuir en esta línea y aportar a simplificar las finanzas, entregando productos simples e intuitivos" – Juan Manuel Matheu

"El juego fue muy divertido, aprendí muchas cosas nuevas, estoy contento de haber llegado a la final, ojalá poder ganar el torneo" – Iory Osorio uno de los representantes de Colombia.

"Mi experiencia fue muy divertida, pude aprender a manejar mi economía por mi propia cuenta, eso me inspiró a seguir mejorando y llegar a la final" - Mateo Arias, alumno del Colegio Fe y Alegría de Lima.

Primera sala **Edducity**

En septiembre de 2022 se inauguró la primera Sala Edducity de la región, en uno de los colegios de la red Fe y Alegría de Perú. Esta sala, ambientada como una ciudad, permitirá seguir educando a más de 2 mil niños, niñas y adolescentes, desafiándolos a tomar decisiones financieras y aprender jugando. Esta iniciativa alcanzará a más de 2.000 beneficiados.

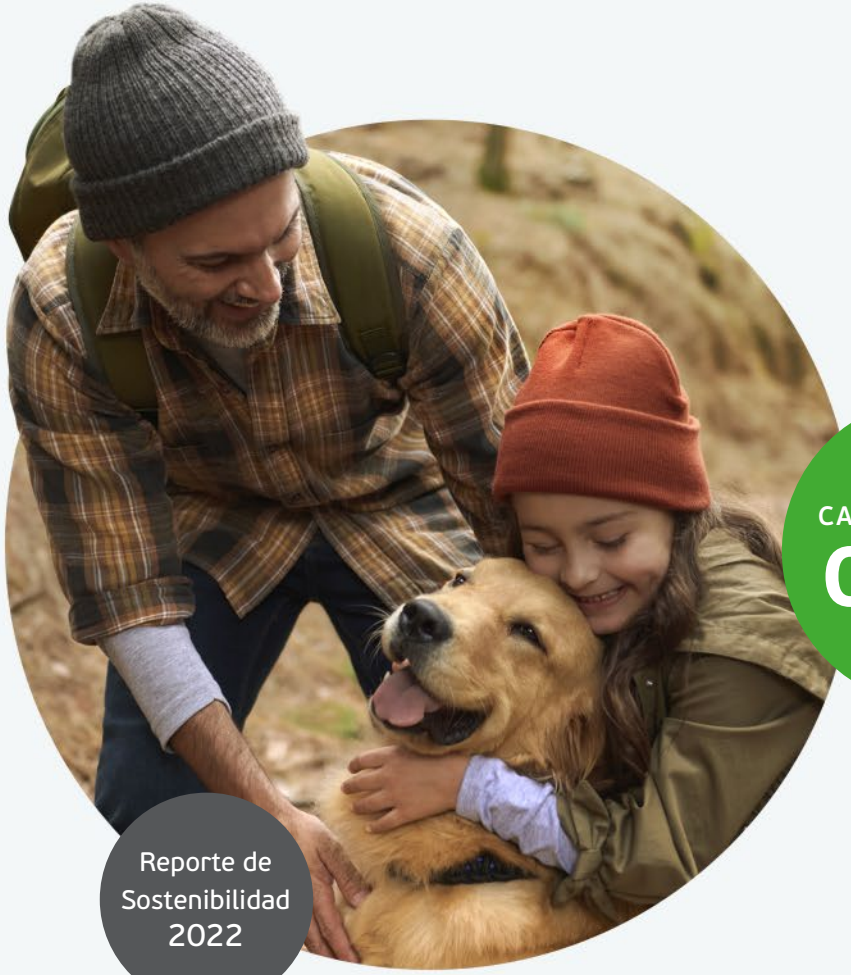
Juego **online**

En www.edducity.com, el público, en particular los más pequeños, cuentan con un juego disponible todo el año para aprender a tomar mejores decisiones financieras jugando en una ciudad virtual. Más de 5 mil escolares entraron al juego durante 2022, y desde su inicio han participado más de 50 mil niños en el juego.

Además, durante el año se llevaron a cabo diversas charlas y actividades en Colegios del Programa Haciendo Escuela llevadas a cabo por voluntarios de los equipos en Chile, Perú y Colombia, promoviendo también el juego Edducity como una herramienta para aprender a tomar mejores decisiones financieras de una forma fácil y entretenida.

APORTE AL **DESARROLLO** DE LA SOCIEDAD

FALABELLA FINANCIERO



CAPÍTULO 08

Reporte de Sostenibilidad 2022

413-1

Nos mueve el crecimiento de todos. Nuestro compromiso es ampliar el impacto positivo, aportando al desarrollo de la sociedad para mejorar la calidad de vida de las personas donde estamos presentes.

En 2022, el aporte comunitario de Falabella Financiero y sus unidades de negocios, superó los 1,5 millones de dólares, cifra 8,3% mayor a la entregada en el año anterior. Del total entregado en el año, un 75% se destinó al programa Haciendo Escuela.

Aporte al Desarrollo de la Sociedad | Falabella Financiero

Aportes Económicos en Dólares

Programa o Institución	2019	2020	2021	2022	Variación interanual (%)
HACIENDO ESCUELA	1.100.433	1.192.662	1.103.173	1.158.676	+5,03%
AMÉRICA SOLIDARIA	291.650	229.930	185.272	180.220	-2,73%
OTROS APORTES Y DONACIONES	673.341	192.490	146.380	215.010	+46,88%
APORTES TOTALES A LA COMUNIDAD	**2.065.424**	**1.620.082**	**1.434.825**	**1.553.906**	**+8,30%**

Aporte a Comunidades y Donaciones en USD

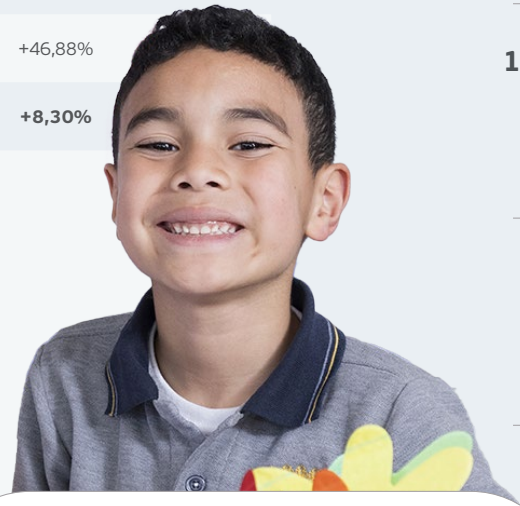
1.392.267
Chile

128.662
Perú

5.000
México

27.978
Colombia

1.553.906
Total



CIFRAS **APORTES** COMUNITARIOS 2022

	Chile	Perú	Colombia	México	Regional
Beneficiarios	14.000	30.000	2.318	340	46.658
Colegios Beneficiados	51	21	26	1	99
Voluntarios	670	300	170	95	1.235
Horas de Voluntariado	2.700	750	1.190	80	4.720

8.1 Aporte al Desarrollo de la Sociedad

PROGRAMA HACIENDO ESCUELA

El Programa Haciendo Escuela (PHE) de Falabella tiene más de 50 años de vida y tiene como finalidad construir un mejor futuro para los niños de hoy y para las familias del mañana. Esta iniciativa se ha ido adaptando a las condiciones educacionales de cada país, y está basada en el apoyo de voluntarios de cada una de las tiendas Falabella, quienes trabajan en conjunto con los directores de las escuelas, instituciones afines y un equipo multidisciplinario de Falabella.

El Programa, presente en Chile, Perú y Colombia, apoya a 98 establecimientos educacionales y contribuye a mejorar la educación de más de 94.000 niños de la región.

Falabella Financiero forma parte de este gran proyecto apoyando al 100% de los colegios del programa, aportando con recursos financieros, técnicos y horas de voluntariado corporativo. El foco de trabajo escogido es la educación financiera pero también se realizan otros tipos de intervenciones. Particularmente en 2022, se volcaron los esfuerzos en **escolares con el Programa Eddu y Capitanes del Futuro, enfocados en acercar conocimientos sobre educación financiera a los estudiantes.**

Adicionalmente, las unidades de negocio de Falabella Financiero aportaron con material de educación financiera para los niños. Por su parte, los esfuerzos económicos del programa se destinaron a la mejora en la conectividad de los alumnos para la modalidad de clases online. Además, a partir de nuestros programas de voluntariado realizamos actividades de apoyo académico, mediante actividades de formación docente, fomento de la lectura, cuentacuentos, educación financiera, manejo de huertas y programación, además de la entrega de material pedagógico.

Se realizan asimismo, capacitaciones a centros de padres, programas de nivelación escolar y proyectos de intervención artística en las fachadas de los colegios.

HACIENDO ESCUELA
PROGRAMA FALABELLA

Contribuimos a mejorar la educacion de más de

94.000 escolares

Cabe destacar la adecuación de la sala de computación que se realizó en Colombia, en la ciudad de Cartagena, donde beneficiamos a un colegio que tiene dentro de sus estudiantes, niños y niñas con discapacidad.

www.haciendoescuela.com

8.2 Aporte al Desarrollo de la Sociedad

ALIANZA CON AMÉRICA SOLIDARIA

Como ecosistema Falabella venimos co-construyendo un propósito compartido y, en esa línea, buscamos apoyar conjuntamente al desarrollo de la sociedad y a las comunidades que nos rodean.

Con el objetivo de fortalecer y dar foco a nuestros programas corporativos, dimos término a nuestra alianza con América Solidaria en diciembre de 2022. Sin embargo, en Falabella Financiero se mantiene nuestro compromiso con la sociedad.

Nos sentimos orgullosos de haber trabajado durante 9 años con América Solidaria, beneficiando a más de 35 mil personas a través de distintos proyectos destinados a la superación de la pobreza infantil y educación financiera de escolares en la región, y de haber sido un aporte para su crecimiento como organización.

Agradecemos a América Solidaria y sus equipos por acompañarnos durante estos años, y también a los equipos de Falabella Financiero en Chile, Perú, Colombia y México que se sumaron a los voluntariados, a las campañas de captación de socios y a las distintas actividades que realizamos. Juntos logramos ser un aporte para nuestras comunidades.

8.3 Aporte al Desarrollo de la Sociedad

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

La importancia que desde Falabella Financiero le damos al voluntariado corporativo se plasma desde la etapa de la inducción. Promovemos la participación de los colaboradores en actividades sociales en cada uno de los negocios y en todos los países donde estamos presentes, conscientes de su aporte a la mejora en la cultura organizacional, y la promoción de valores tan relevantes como la solidaridad y el trabajo en equipo.

En 2022, más de 1.100 voluntarios de Falabella Financiero en la región participaron de actividades de apoyo a la comunidad y de cuidado del medioambiente. Cabe destacar entre otras:

Chile

En Chile, bajo la alianza con América Solidaria se realizaron jornadas de infraestructura en Guardería Comunitaria, mejoramiento y mantención de Huertos en la Fundación Casa Azul, además de las clásicas celebraciones del Día del Niño, y la Fiesta de Navidad, entre otros.

Colombia

Voluntarios de Banco Falabella acompañaron a un grupo de escolares para que aprendieran a cuidar su dinero de forma entretenida por medio de nuestro juego Edducity. Participamos también en la adecuación de la sala de sistemas de un colegio del Programa Haciendo Escuela en Bucaramanga y en un voluntariado de juegos tradicionales para dar espacio a la diversión.

Perú

En Perú, más 30 Gennials y sus familias participaron en la construcción de la Primera Sala Edducity a nivel regional, en el Colegio Fé y Alegría N°25. Esta sala permitirá seguir educando a más de 2.000 escolares en conceptos básicos de educación financiera como compra, ahorro e inversión.

Colombia

Se realizó la primera actividad de limpieza en compañía de colaboradores de las empresas Falabella en Colombia en la ciudad de Cartagena, donde se recolectaron más de 400 kilos de residuos.

También en Colombia, en la ciudad de Bucaramanga se realizó una jornada de siembra de árboles en el sector de Girón y una charla entorno al cuidado de estos espacios naturales.

México

Voluntarios del equipo en México visitaron la escuela Jaime Nunó para dictar charlas de educación financiera y así, desde edades tempranas enseñar la importancia de tomar buenas decisiones financieras en el día a día. Además, se visitaron las instalaciones de Teletón para realizar dinámicas y juegos con niños y niñas en rehabilitación.

A nivel consolidado, durante 2022, **1.140 colaboradores** participaron de acciones de voluntariado, y se alcanzaron las **4.640 horas de participación** en este tipo de proyectos

Colombia

170
Voluntarios

1.190
Horas

Perú

300
Voluntarios

750
Horas

Chile

670
Voluntarios

2.700
Horas

GESTIÓN AMBIENTAL

FALABELLA FINANCIERO

CAPÍTULO 09

Reporte de Sostenibilidad 2022

Mantenemos nuestro compromiso con el cuidado y respeto del medioambiente y por ello, año a año, implementamos nuevas medidas que buscan reducir los impactos adversos que generamos en el entorno.

La Política Ambiental y de Cambio Climático corporativa, es la directriz principal que rige para todas las unidades de negocio del ecosistema y para sus proveedores. En ella se establecen como focos de trabajo el cumplimiento de la legislación y de los compromisos ambientales, la protección del medio ambiente, la ecoeficiencia operacional y la transparencia en estas materias. Asimismo, a nivel corporativo también se desarrollan periódicamente procesos de identificación de riesgos ambientales, iniciativas que cubren a todos los negocios.

Desde 2022, incorporamos una medición específica de la valoración que nuestros colaboradores dan al compromiso ambiental, en la encuesta de cultura organizacional, resultando que, en la primera medición, el 75% de ellos, aprueban la gestión ambiental de la empresa.

Además, tuvimos la oportunidad de retomar las actividades de voluntariado presenciales, en Banco Falabella Chile, donde un grupo de 50 voluntarios (colaboradores de la RM y V Región) realizaron la Limpieza de la Playa de Tunquén, actividad que se enmarca en el trabajo que estamos realizando en materia de preservación del medioambiente y la importancia de gestionar nuestros impactos, la reducción en la generación de residuos y la circularidad de estos.

Una actividad similar se desarrolló en Colombia, donde el equipo de Banco Falabella y Seguros Falabella se desplegó en una playa de la ciudad de Cartagena logrando recoger más de 400 kilos de residuos.

Se recogieron más de

400 kilos

de residuos

9.1 Gestión Ambiental

COMPROMISO CON LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

9.1.1 HUELLA DE CARBONO

305-1 / 305-2 / 305-3

Huella de carbono
(en tonCO₂eq – Alcances 1, 2 y 3)

	2020	2021	2022	Variación 2022/2021
ALCANCE 1	119	651	397	-39%
ALCANCE 2	3.246	2.828	1.968	-30%
ALCANCE 3	26.424	25.938	28.386	9%
TOTAL	29.789	29.417	30.751	5%

En el año 2020 realizamos nuestra primera medición de la huella de carbono, indicador que permite estimar nuestro impacto en el cambio climático. En 2022, contamos con una medición bastante exhaustiva que considera alcance 1, 2 y 3 para Banco Falabella y Seguros Falabella en Chile, Perú y Colombia, FIFTECH y Fpay.

La medición 2022 resultó un 5% mayor que la del año 2021, que se explica principalmente por el crecimiento de Banco Falabella Chile en alcance 3, por la mayor cantidad de visitas a sucursales de los clientes, como un efecto postpandemia, y también por el crecimiento de FIFTech y Fpay, que fueron medidos con mayor detalle que en el año 2021.

Con respecto a las emisiones controladas (alcance 1 y 2), hubo una disminución de un 32% en relación al año anterior. Esto se debe al menor uso de energía en oficinas y sucursales por recambio a iluminación LED, cambio de equipos de climatización, cierre de oficinas, entre otros. El consumo de energía en oficinas disminuyó en un 29% y en sucursales un 31% a nivel regional, Chile fue el país con mayor disminución.

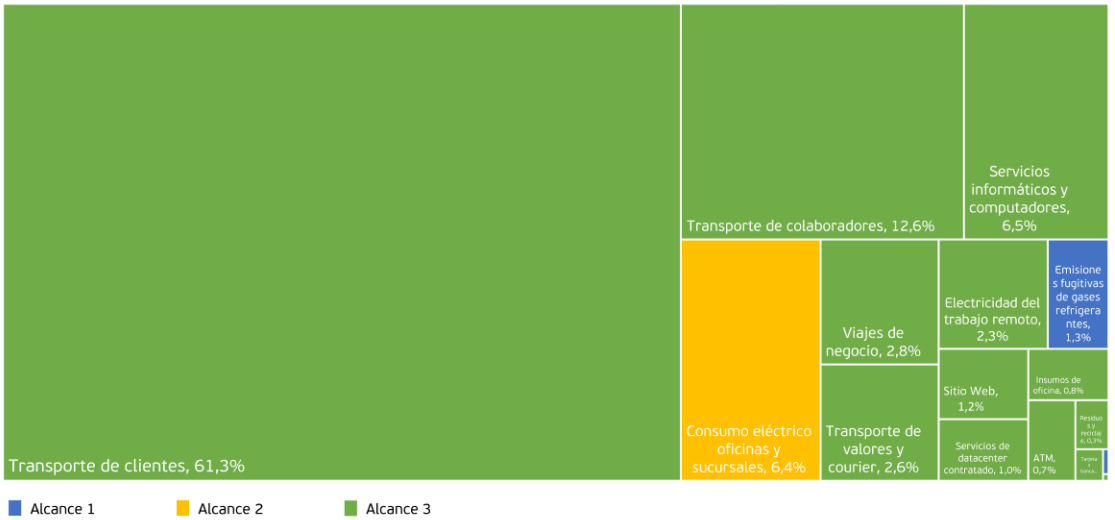
A su vez, en 2022 adquirimos garantías de uso de energía de origen renovable para el 100% del consumo de energía de 2021 en Chile a través del Certificado de Atributo Energético I-REC del Parque Eólico San Juan en la Región de Atacama.

Como Banco Falabella adherimos al ambicioso plan para contribuir de manera activa a la mitigación de emisiones de gases de efecto invernadero de Falabella, que descarbonizará su operación para ser **Net Zero a 2035** en sus emisiones de alcance 1 y 2 . Esto implica reducir al máximo el impacto y luego compensar las emisiones residuales con créditos de alto estándar.

Hoy las principales formas de reducir la huella de Banco Falabella son:

- Reducir las visitas de clientes a sucursales
- Reducir los viajes de colaboradores a las oficinas y sucursales
- Reducir nuestro consumo energético y promover el uso de energía renovable

Composición Emisiones FIF Regional – Alcance 1, 2 y 3



El total de las emisiones de Falabella Financiero en Chile, Perú y Colombia en 2022 fue de 30.751 tonCO2eq. Un 61,3% de las emisiones se explica por el traslado de los clientes hacia las sucursales, por lo tanto, gran parte del esfuerzo de reducción está puesto en promover la digitalización de los procesos y la alfabetización digital de los clientes para evitar que sea necesario acudir a una sucursal.

HUELLA DE CARBONO POR NEGOCIO (en tonCO_2eq – Alcances 1, 2 y 3)

		Alcance 1		Alcance 2		Alcance 3		Total	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
CHILE	Banco Falabella	151	139	1.537	874	9.581	12.824	**11.269**	**13.838**
	Seguros Falabella	1	0	52	109	356	558	**408**	**667**
	FIFTECH	0	0	181	88	192	1.865	**373**	**1.953**
	Fpay	0	0	61	37	64	780	**125**	**817**
	TOTAL FIF	152	139	1.830	1.109	10.193	16.027	**12.175**	**17.275**

		Alcance 1		Alcance 2		Alcance 3		Total	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
COLOMBIA	Banco Falabella	151	139	1.537	874	9.581	12.824	**11.269**	**13.838**
	Seguros Falabella	1	0	52	109	356	558	**408**	**667**
	TOTAL FIF	0	0	181	88	192	1.865	**373**	**1.953**

		Alcance 1		Alcance 2		Alcance 3		Total	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
PERÚ	Banco Falabella	151	139	1.537	874	9.581	12.824	**11.269**	**13.838**
	Seguros Falabella	1	0	52	109	356	558	**408**	**667**
	TOTAL FIF	0	0	181	88	192	1.865	**373**	**1.953**

Las principales iniciativas implementadas en 2022 que demuestran nuestro compromiso con el cambio climático son:

La permanente introducción de mejoras para la digitalización de nuestros procesos con el objetivo de **reducir el uso de papel**, y así también que los clientes no tengan la necesidad de acudir a sucursales.

La instalación de iluminación con **tecnología led** para el 99% de sucursales y oficinas centrales de Banco Falabella Chile,

La instalación de equipos climatizadores más eficientes en sucursales y oficinas centrales de Chile, logrando ahorrar entre un **35% y un 40%** del consumo energético.

La Sucursal Parque Arauco de Banco Falabella Chile obtuvo la certificación LEED v4 ID+C: Retail. Nivel Silver. Esta distinción fue otorgada por la US Green Building Council (USGBC) que cuenta con un método de evaluación de estructuras sostenibles, garantizando que cumplan los estándares de ecoeficiencia en el proceso de construcción, energía, agua, entre otros.

9.1.2

RESIDUOS

306-1 / 306-2 / 306-3 / 306-4 / 306-5

Reciclaje y compostaje en casa matriz y sucursales

En Chile y a partir del diagnóstico realizado en 2021, con el apoyo de la empresa Triciclos, comenzamos a identificar las principales fuentes y tipos de residuos a gestionar. Con dicha información en 2022, se implementaron las siguientes iniciativas:

01

En cada uno de los pisos de las oficinas centrales, contamos con **políticas de separación de residuos** y medidas para el reciclaje de productos tales como papeles, latas y vidrio. Así, en 2022 se alcanzaron a reciclar 20 toneladas de residuos, evitando su disposición en rellenos sanitarios, en casa matriz y oficinas de Chile.

02

Se realizaron sesiones de sensibilización y capacitación a más de 300 colaboradores.

03

Se extendieron los proyectos de segregación de residuos orgánicos para su posterior reciclaje, que ya estaban implementados en casa matriz hacia las sucursales.

04

En las bases de licitación y en la política de compras contamos con variables ambientales que son ponderadas al momento de la adjudicación. Este ejercicio tiene como objetivo comenzar a involucrar a toda nuestra cadena de valor en la gestión ambiental responsable.

05

Continuamos recuperando los residuos generados en el desarme de sucursales y materiales acumulados en bodega. Durante 2022 se recuperaron cerca de 37 toneladas de residuos, tratados en las plantas de DEGRAF.

06

Ya son cinco años de vida que tiene nuestro proyecto Paperless, el cual, en el marco de nuestro plan de digitalización, busca disminuir la cantidad de papel impreso utilizado.

Tarjetas de Material Reciclado
Banco Falabella

Reafirmamos nuestro compromiso con el medioambiente y desde 2023 todas nuestras Tarjetas Mastercard en Chile y Colombia son elaboradas a partir de plástico reciclado. Estas tarjetas están **hechas con 85,5% de plástico reciclado de PVC**, lo que significa un **47% menos de emisiones de CO2eq**. Se trata de tarjetas de fabricación más eficiente y que además, le dan una nueva oportunidad a residuos de plástico.

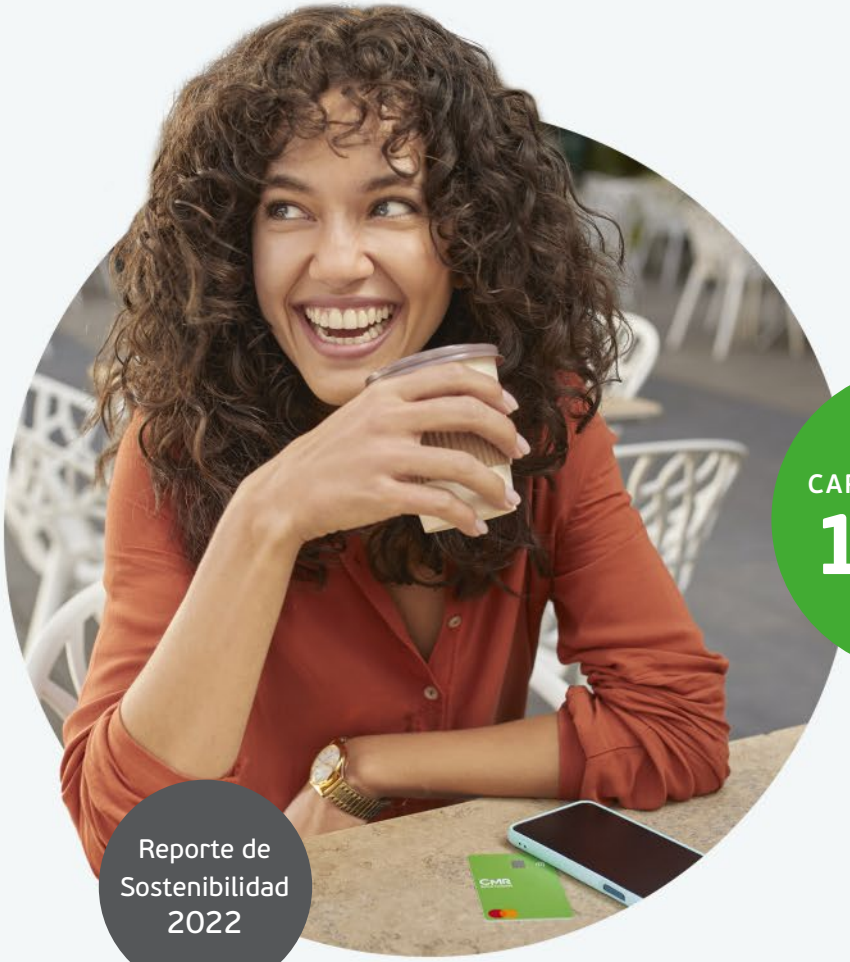
Esta iniciativa se suma a nuestras aperturas 100% digitales y sin papeleos, y el desarrollo de welcome packs (paquetes de bienvenida a nuevos clientes) hechos con papel reciclado.

Por último, seguimos incentivando a que nuestros clientes adquieran su estado de cuenta de forma digital.

		2020	2021	2022
Chile	Banco Falabella	66,3%	71,8%	76%
Perú	Banco Falabella	94,3%	96,4%	98%
Colombia	Banco Falabella	96,6%	92,9%	86%
México	Falabella Soriana	59,9%	69,3%	88%

ACERCA DE ESTE REPORTE

FALABELLA FINANCIERO



Reporte de Sostenibilidad 2022

CAPÍTULO 10

10.1 Acerca de este Reporte

13° REPORTE DE SOSTENIBILIDAD DE FALABELLA FINANCIERO

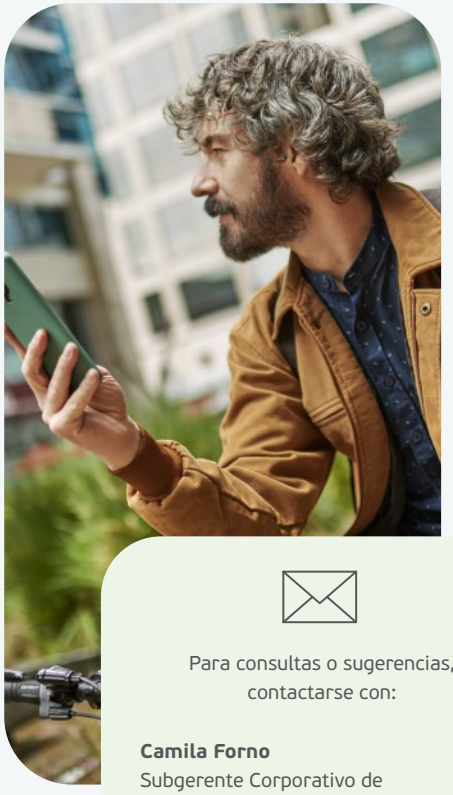
2-3 / 2-4 / 2-5 / 2-14

> Este documento corresponde al 13° reporte anual de sostenibilidad de Falabella Financiero en el que damos cuenta de nuestro desempeño económico, social, ambiental y de gobernanza para el período entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022. Su fecha de publicación fue el 31 de Agosto de 2023.

Para Falabella Financiero, se trata de un ejercicio voluntario, que nos permite acercarnos y rendir cuentas a nuestros grupos de interés en relación con nuestros avances, nuestras y también nuestros desafíos a futuro.

El reporte, si bien no cuenta con una verificación externa, se ha elaborado siguiendo el estándar **Global Reporting Initiative (GRI)** en su versión 2021, metodología más utilizada a nivel global para la elaboración de informes de sostenibilidad. A partir de este año se incorporaron también los indicadores de la guía de la **Sustainability Accounting Standard Board (SASB)** para los sectores Banca de Consumo y Seguros.

En relación con el proceso para definir los temas considerados relevantes para este reporte, se realizaron cambios metodológicos respecto del período anterior, con el objetivo de cumplir estrictamente los lineamientos de los estándares mencionados. Por otra parte, las reexpresiones de información están debidamente señalizadas a lo largo del documento.



Para consultas o sugerencias, contactarse con:

Camila Forno
Subgerente Corporativo de Sostenibilidad de Falabella Financiero

cgaguirre@falabella.cl

10.2 Acerca de este Reporte

PROCESO DE DEFINICIÓN DE TEMAS MATERIALES

3-1 / 3-2

¿Qué son los temas materiales?

De acuerdo con el estándar GRI los temas materiales son aquellos que representan los impactos más significativos sobre la economía, el medio ambiente y las personas incluidos los impactos sobre los derechos humanos. La definición de los temas materiales es un proceso crucial, ya que permite clasificar aquellos aspectos que por su relevancia deben ser incluidos en el documento público y cuáles no.

¿Cómo se determinó la materialidad para este reporte?

El proceso de definición de los temas materiales de Falabella Financiero se realizó de acuerdo a la metodología propuesta por el estándar GRI 3 y constó de las siguientes etapas:

1. **Comprensión del contexto de la organización:** Se desarrollaron actividades que permitan identificar los temas y tendencias de la industria, incluyendo la realización de un benchmark de organizaciones del sector bancario y un benchmark para el sector seguros; se analizó bibliografía de ambos sectores; se revisaron documentos internos de planificación, incluyendo comunicaciones internas y externas y se hizo una revisión de los temas más mencionados en prensa.

2. **Identificación de impactos**: Se realizaron 12 entrevistas a ejecutivos de Falabella Financiero y de las unidades de negocio, para profundizar en los hechos más relevantes del año e indagar en prácticas internas y externas. Adicionalmente, se consideraron las consultas, realizadas a colaboradores (Encuesta de cultura) y clientes (Encuestas de satisfacción y estudios de percepción) durante el año y en particular los estudios de percepción (focus) sobre las instituciones financieras y su impacto ambiental, social y de gobernanza desarrollados a nivel regional. A ello se sumó el resultado de los cuatro focus realizados en Chile a nuestros clientes, para comprender su visión de la sostenibilidad y de rol de Falabella Financiero en este ámbito y los impactos previamente identificados por Falabella S.A. Se identificaron 49 impactos -reales y/o potenciales, positivos y negativos.

3. **Evaluación de la importancia de los impactos:** A partir del análisis de los temas relevantes para el sector y para los distintos grupos de interés, se categorizaron los temas de acuerdo con la magnitud del impacto que genera Falabella Financiero en el entorno y su probabilidad de ocurrencia. En esta etapa se incorporaron los requerimientos del estándar SASB para los sectores de Banca de Consumo y Seguros.

4. **Priorización de temas materiales:** A partir de la clasificación de impactos, y su agrupamiento se definieron 15 temas materiales, es decir relevantes para ser incluidos en el Reporte y posteriormente fueron revisados por la Gerencia Corporativa de Sostenibilidad de Falabella Financiero. La lista de temas materiales resultante de los pasos anteriores fue revisada y validada por el equipo corporativo de sostenibilidad.

10.3 Acerca de este Reporte

LISTA DE TEMAS MATERIALES

A continuación se presenta el resultado del ejercicio de materialidad 2022, ordenado alfabéticamente. Aquellos marcados con ☆ son temas que se incorporan este año dado el cambio metodológico mencionado.

01 Aportes comunitarios ☆

02 Bienestar financiero y sobre endeudamiento de clientes ☆

03 Cambio climático (emisiones y energia)

04 Desarrollo de talentos ☆

05 Desempeño económico – rentabilidad

06 Digitalización

07 Diversidad e inclusión

08 Educación financiera

09 Empleo y condiciones laborales (empleo, beneficios, clima)

10 Experiencia y satisfacción de los clientes

11 Fomento del emprendimiento ☆

12 Inclusión financiera ☆

13 Residuos

14 Salud y seguridad de colaboradores ☆

15 Salud y seguridad de clientes (incluido privacidad de datos, ciberseguridad, fraudes, entre otros)

10.4 Acerca de este Reporte

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Falabella Financiero ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre de 2022

GRI 1: Fundamentos, 2021

GRI 2:	CONTENIDOS GENERALES	Página	Motivo para la omisión
2-1	Detalles Organizacionales	11	
2-2	Entidades incluidas en la presentación del informe	11	
2-3	Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	104	
2-4	Actualización de la información	104	
2-5	Verificación externa	104	
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	15	
2-7	Empleados	49	
2-8	Trabajadores que no son empleados	49	
2-9	Estructura de gobernanza y composición	20	
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	20	
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	20	
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	24	
2-13	Delegación de la responsabilidad de la gestión de impactos	20	
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	104	
2-15	Conflictos de interés	23	
2-16	Comunicación de inquietudes críticas	20	
2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	20	
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	20	
2-19	Políticas de remuneración	49	
2-20	Proceso para determinar la remuneración	49	
2-21	Ratio de compensación total anual		Por motivos de confidencialidad
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4	
2-23	Compromisos y políticas	32	
2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	32	
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	44	
2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	32, 44	
2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	32	
2-28	Afiliación a asociaciones	25	
2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	25	
2-30	Convenios de negociación colectiva	49	
3-1	Proceso para determinar los temas materiales	105	
3-2	Lista de temas materiales	105	

Tema Material GRI	Estándar	Contenido Especifico GRI	Página	Motivo para la omisión
Aportes comunitarios	**GRI 413:** Comunidades Locales, 2016	**413-1** Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	**88**	
		413-2 Operaciones con impactos negativos significativos – reales y potenciales – en las comunidades locales		No procede
Bienestar financiero y sobreendeudamiento de clientes	-	-	**78**	
Cambio Climático	**GRI 305:** Emisiones, 2016	**305-1** Emisiones directas de GEI	**97**	
		305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía	**97**	
		305-3 Otras emisiones indirectas de GEI	**97**	
		305-4 Intensidad de las emisiones de GEI		Información no disponible. Se espera reportar en 2023
		305-5 Reducción de las emisiones de GEI		No procede
		305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono		No procede
		305-7 Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire		No procede
Desarrollo de talentos	**GRI 404:** Formación y Enseñanza, 2016	**404-1** Media de horas de formación al año por empleado	**49**	
		404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	**49**	
		404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	**49**	
Digitalización	**-**	-	**17**	
Diversidad e inclusión	**GRI 405:** Diversidad e Inclusión, 2016	**405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados**	**49**	
		405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres		Información no disponible. Se espera reportar en 2023
Educación financiera	**-**	**-**	**81**	
Empleo y condiciones laborales (empleo, beneficios, clima)	**GRI 401:** Empleo, 2016	**401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal**	**49**	
		401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	**49**	
		401-3 Permiso parental	**49**	
			49	

Tema Material GRI	Estándar	Contenido Especifico GRI	Página	Motivo para la omisión
Experiencia y satisfacción de los clientes	-	-	**47**	
Fomento del emprendimiento	--	-	**80**	
Inclusión financiera	--	-	**79**	
Residuos	**GRI 306:** Residuos, 2020	**306-1** Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	**101**	
		306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	**101**	
		306-3 Residuos generados	**101**	
		306-4 Residuos no destinados a eliminación	**101**	
		306-4 Residuos destinados a eliminación	**101**	
Salud y seguridad de colaboradores	**GRI 403:** Salud y Seguridad en el Trabajo, 2018	**403-1** Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	**74**	
		403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	**74**	
		403-3 Servicios de salud en el trabajo	**74**	
		403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	**74**	
		403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	**74**	
		403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	**74**	
		403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	**74**	
		403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	**74**	
		403-9 Lesiones por accidente laboral	**74**	
		403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	**74**	
Salud y seguridad de clientes (incluido privacidad de datos, ciberseguridad, fraudes, entre otros)	**GRI 416:** Salud y Seguridad de los clientes, 2016	**416-1** Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	**44**	
		416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servic	**32**	
	GRI 418: Privacidad del cliente, 2016	**418-1** Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	44	

10.5 Acerca de este Reporte

ÍNDICE DE CONTENIDOS SASB

Sector: Financiación al Consumo

TEMA	Indicador	Código	Página
Privacidad de clientes	Número de titulares de cuentas cuya información se utiliza con propósitos secundarios2	FN-CF-220A.1	**30**
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la privacidad del cliente	FN-CF-220a.2	**32**
	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de titulares de cuentas afectados	FN-CF-230a.1	Información no disponible
Seguridad de los datos	Pérdidas por fraudes relacionadas con tarjetas (1) con ausencia de tarjeta y (2) con presencia de tarjeta y otros tipos de fraude	FN-CF-230a.2	Información no disponible
	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	FN-CF-230a.3	**30**
	Porcentaje de remuneración total de los empleados cubiertos que es variable y está vinculado a la cantidad de productos y servicios vendidos	FN-CF-270a.1	**49**
Prácticas de venta	Tasa de aprobación de (1) crédito y (2) productos de prepago para solicitantes con puntuación FICO superior e inferior a 6606	FN-CF-270a.2	Información no disponible
	1) Comisión media de productos complementarios, (2) TAE media, (3) antigüedad media de las cuentas, (4) cantidad media de líneas comerciales, y (5) comisiones anuales medias de productos de prepago, para clientes con puntuación FICO superior e inferior a 660	FN-CF-270a.3	Información no disponible
	(1) Número de quejas presentadas ante la Oficina de Protección Financiera del Consumidor (CFPB), (2) porcentaje de ellas con compensación monetaria o no monetaria, (3) porcentaje de ellas impugnadas por el consumidor, (4) porcentaje de ellas que acabó en una investigación por parte de la CFPB	FN-CF-270a.4	Información no disponible
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la venta y el mantenimiento de los productos	FN-CF-270a.5	**32**
Parámetros	Número de consumidores únicos con una cuenta activa (1) de tarjeta de crédito y (2) de tarjeta de débito de prepago	FN-CF-000.A	**44**
	Número de (1) cuentas de tarjeta de crédito y (2) cuentas de tarjeta de débito de prepago	FN-CF-000.B	**44**

Sector: SEGURO

TEMA	Indicador	Código	Página
Información transparente y asesoramiento justo para los clientes	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con el marketing y la comunicación de información relacionadas con productos de seguros a clientes nuevos y antiguos	FN-IN-270A.1	**44**
	Relación entre quejas y reclamaciones	FN-IN-270a.2	**44**
	Tasa de retención de clientes	FN-IN-270a.3	Información no disponible
Política diseñadas para incentivar la conducta responsable	Descripción del enfoque para informar a los clientes sobre los productos	FN-IN-270a.4	Información no disponible
	Total de activos invertidos, por sector y clase de activo	FN-IN-410a.1	Información no disponible
	Descripción del enfoque para la incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa (ESG) en los procesos y estrategias de gestión de las inversiones	FN-IN-410a.2	No aplica
	Primas netas emitidas relacionadas con la eficiencia energética y la tecnología con baja emisión de carbono	FN-IN-410b.1	**17**
	Análisis de productos o características de productos que incentivan la salud, la seguridad o acciones o comportamientos ambientalmente responsables	FN-IN-410b.2	Información no disponible
Exposición al riesgo ambiental	Pérdida máxima probable (PML) de productos asegurados a causa de catástrofes naturales relacionadas con el clima	FN-IN-450a.1	Información no disponible
	Importe total de las pérdidas monetarias atribuibles a los pagos de seguros (indemnizaciones) de (1) catástrofes naturales modelizadas y (2) catástrofes naturales no modelizadas, por tipo de evento y segmento geográfico (antes y después del reaseguro)	FN-IN-450a.2	Información no disponible
	Descripción del enfoque para la incorporación de los riesgos ambientales en (1) el proceso de suscripción de contratos individuales y (2) la gestión de los riesgos a nivel de empresa y de la adecuación del capital	FN-IN-450a.3	Información no disponible
Gestión del riesgo sistémico	Exposición a los instrumentos derivados por categoría: (1) exposición potencial total a derivados sin compensación central, (2) valor total razonable de las garantías aceptables contabilizadas en la cámara de compensación central, y (3) exposición potencial total a derivados con compensación central	FN-IN-550A.1	Información no disponible
	Valor razonable total de las garantías por préstamo de valores	FN-IN-550a.2	Información no disponible
	Descripción del enfoque para la gestión de los riesgos relacionados con el capital y la liquidez asociados a las actividades sistémicas no aseguradas	FN-IN-550a.3	**6**
Parámetros	Número de pólizas vigentes, por segmento: (1) de propiedad y accidentes, (2) de vida, (3) de reaseguros asumidos	FN-IN-000.A	Información no disponible

FALABELLA
FINANCIERO **REPORTE DE**

SOSTENIBILIDAD

2022

Falabella Financiero | Banco Falabella | Fpay | Seguros Falabella | CMR puntos