2021

Reporte Sostenibilidad

Falabella Financiero

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

7:35 AM

Contenidos

Reporte Sostenibilidad 2021

Carta del Gerente General 03

Falabella Financiero en Cifras 05

Propuesta de Valor 09

Ecosistema 25

Experiencia de Clientes 34

Un equipo de Gennials 41

Inclusión y Educación Financiera 60

Aporte al Desarrollo de la Sociedad 68

Gestión Ambiental 78

Anexo 83

Carta del Gerente General

Juan Manuel Matheu
Gerente General
Falabella Financiero

Estimados lectores:

Durante 2021 dimos forma a nuestro nuevo Propósito Compartido: "simplificar y disfrutar más la vida". Los productos financieros son complejos para la mayoría de la gente y, es por ello, que en Falabella tenemos la responsabilidad de brindar soluciones simples e intuitivas. Nos ilusiona también entregar beneficios que favorezcan a millones de personas. Con ese objetivo e inspirados en nuestro propósito, nos desafiamos a entregar las mejores experiencias para nuestros clientes, colaboradores y comunidad.

En esa línea, en 2021 logramos consolidar la estrategia de digitalización que iniciamos hace 5 años. Lanzamos productos digitales que nos permitieron alcanzar los 6,4 millones de clientes en la región, profundizar la relación con ellos y mejorar su experiencia de servicio con una propuesta simple y conveniente, que reúne múltiples beneficios.

La habilitación de nuestros flujos digitales en la región nos permitió alcanzar más de 1,5 millones de aperturas de tarjetas y más de 900 mil cuentas pasivas de Banco Falabella, lo que representó un crecimiento de 127% y 265%, respectivamente.

Nuestra propuesta omnicanal permitió que se pudieran abrir tarjetas en lugares donde no tenemos sucursales, simplificando el servicio a las personas.

También tuvimos un positivo balance en el uso de nuestros productos: las compras con crédito y débito crecieron 36% y 84%, respectivamente. Logramos recuperar los niveles de colocaciones mensuales pre-pandemia. La venta de crédito digital jugó un papel relevante, ya que pasó de un 26% de nuestra venta total a un 59%.

El fortalecimiento de nuestra arquitectura tecnológica y la incorporación de Machine Learning e inteligencia artificial ha sido un foco prioritario en nuestra gestión, permitiéndonos optimizar la calidad de servicio. Además, robustecimos el trabajo en la seguridad de las aplicaciones, incrementamos la inversión en ciberseguridad e implementamos iniciativas de prevención, con denegaciones de transacciones en tiempo real; entre otras acciones.

El avance de nuestra estrategia de digitalización también se grafica en las más de 4,7 millones de apps activas de nuestros clientes digitales; la incorporación de nuevas funcionalidades como la tarjeta de débito digital en Chile y Colombia; y la opción de cambiar las cuotas de una compra a través de la aplicación tanto en Chile como en Perú.

En 2021 dimos un paso más en nuestro objetivo de aportar a la bancarización y promover la inclusión financiera: lanzamos en Chile la cuenta corriente 100% digital, entregando una solución simple y sin fricciones a más de 378 mil clientes.

Desarrollamos nuevas soluciones Fintech que nos ayudan a potenciar el ecosistema Falabella. Habilitamos "Compra ahora, paga después" en Chile y Colombia en más de 16 comercios y 120 puntos de venta, escalando nuestra operación con colocaciones por US$13 millones en 2021.

Nuestra plataforma de pagos Fpay también tuvo un positivo desempeño. Registró transacciones por US$2.571 millones a nivel regional, es decir, un alza del 31%. Ello se vio fuertemente influenciado por la puesta en marcha de la nueva plataforma falabella.com; la creciente participación de los pagos sin contacto en tiendas físicas y el lanzamiento de nuestra billetera digital en Perú, que próximamente llegará a Colombia.

La expansión de la wallet, además, permitió que cerráramos 2021 con más de 3 millones de descargas en Chile y Perú. Además, registramos importantes mejoras de experiencia y agregamos nuevas funcionalidades, enriqueciendo nuestra propuesta de valor.

La participación de la aplicación Fpay en las ventas en las tiendas del Grupo registró un salto importante, pasando de 0,9% a un 4%. Su positiva perfomance también se evidenció fuera del ecosistema Falabella, alcanzando un crecimiento de 4.519% en transacciones gracias a alianzas estratégicas que sellamos con distintos comercios.

Con el lanzamiento de Falabella.com en Chile también pudimos ampliar nuestro programa de financiamiento a sellers. En la región 257 emprendedores accedieron a opciones de crédito con facilidades de pago, dándoles la oportunidad de invertir y escalar sus negocios.

El programa de fidelización CMR Puntos siguió creciendo, alcanzando 15,7 millones de clientes en la región. La acumulación de puntos con cualquier medio de pago; la ampliación de opciones de canje y la digitalización de los principales journeys de nuestros clientes fueron clave en esta expansión.

La promoción de la educación financiera es un pilar central en nuestra estrategia de sostenibilidad. Alcanzamos casi 130 mil visitas a los sitios web de nuestro Programa Eddu en la región; 770 niños participaron del torneo digital Edducity -que entrega conceptos básicos de finanzas personales-; casi 40 mil personas fueron parte de nuestros cursos de e-learning, y más de 3.200 colaboradores fueron capacitados en este ítem en 2021, lo que da cuenta de la amplitud de nuestro programa.

El compromiso de nuestros equipos ha sido clave en esta gestión y así lo evidencian las cifras: nuestros colaboradores destinaron más de 15 mil horas de voluntariado en 2021. A su vez, y junto a América Solidaria, logramos reafirmar el compromiso que iniciamos hace nueve años y beneficiar a más de 34 mil personas con la ejecución de diversos proyectos destinados a la superación de la pobreza infantil en la región.

Tenemos la convicción de que el crecimiento profesional y personal de nuestros colaboradores va de la mano con el desarrollo de la compañía. Trabajamos para atraer los mejores profesionales; empoderar los liderazgos y generar una cultura organizacional colaborativa y resiliente. Apoyamos a nuestros talentos para que tengan la opción de formarse en Chile y en el exterior, entregando becas de pregrado, MBA y Masters, así como también les entregamos herramientas técnicas para proyectar su carrera en áreas digitales y fortalecer su liderazgo a través de programas de mentoring y coaching, entre otras acciones.

Creamos metodologías de trabajo ágiles, conjugando flexibilidad, velocidad y colaboración, lo que nos ha permitido alcanzar ambiciosos proyectos que apuntalan nuestro crecimiento.

Conscientes de los desafíos que nos impone el cambio climático, en 2021 iniciamos un monitoreo de los impactos ambientales de nuestra operación. Por primera vez medimos la huella de carbono corporativa, incluyendo las emisiones directas e indirectas provenientes de las operaciones de Falabella Financiero en Chile, Perú y Colombia. Esta herramienta nos permitirá diseñar nuestra hoja de ruta para hacer frente a los desafíos medioambientales.

Buscamos "simplificar y disfrutar más la vida", entregando las mejores experiencias, de la mano de nuestra cultura Gennials. Ello nos impulsa a estar a la vanguardia, delineando estrategias para potenciar nuestro proyecto de banca digital regional; fortalecer nuestra propuesta de valor y generar beneficios para nuestros clientes. Queremos ser protagonistas en la entrega de un servicio innovador y liderar cambios que nos permitan aportar a un desarrollo sostenible, en línea con los desafíos actuales.

Juan Manuel Matheu
Gerente General
Falabella Financiero

01

CAPÍTULO

Falabella Financiero en Cifras

2021 en una Mirada

Falabella Financiero

Nuestro Negocio

6,4 Millones de tarjetas de crédito activas en la región

3,9 Millones de cuentas corrientes y cuentas vista

6,8 Mil millones de USD en colocaciones

Somos un Banco Digital

4,7 Millones de aplicaciones activas

1,1 Millones de cuentas corrientes y tarjetas de crédito abiertas digitalmente

59% De la venta de Créditos de Consumo fue digital.

38% De las aperturas de CMR Falabella fueron digitales

42% De las aperturas de cuentas fueron digitales

Nuestra Presencia

555 Puntos de atención en la región

15,7 Millones de clientes participando del programa CMR Puntos

9,9 Millones de pólizas de seguros

257 Sellers financiados

Un solo Equipo

10.064 Colaboradores en la región

58% Mujeres

45 Horas promedio anuales de capacitación por trabajador

94% de colaboradores señala que nuestra compañía es un gran lugar para trabajar

Solución Fpay

2,6 Mil millones de dólares procesados por Fpay

Más de 27.000 Comercios asociados a Fpay

2,3 Millones de usuarios registrados FPAY

Huella Social y Ambiental

129 mil Visitas a la web de educación financiera “Eddu”

74 Colegios beneficiados en el Programa Haciendo Escuela

5.485 Voluntarios participantes

15.859 Horas de voluntariado

1,4 Millones de dólares de aporte a la comunidad

30.802 Toneladas de CO_2eq (Alcance 1, 2 Y 3)

1.2

Falabella Financiero en Cifras

Valor Económico Generado y Distribuido

Los ingresos consolidados del 2021 llegaron a MMUS$ 1.345, presentando una disminución de 4% en comparación al año anterior, explicado principalmente por una baja en los saldos promedios, a pesar de lograr superar el nivel pre pandemia de las colocaciones al cierre del año. Por el lado de los costos, el comportamiento crediticio de los clientes presentó una mejora considerable, lo que provocó que la utilidad neta consolidada ascendiera a MMUS$ 285, implicando un aumento de 86% con respecto al 2020.

Continuamos potenciando la digitalización de nuestros clientes: crecimos a nivel regional un 162% en aperturas de tarjetas en forma 100% digital vs 2020, digitalizamos a más de 826 mil clientes en la región en el último año, alcanzando un total de 5,5 millones de clientes digitales, y procesamos MM US$2.571 en pagos a través de la billetera FPAY.

Evolución de principales indicadores (cifras en MMUS$)

	2020 (MMUS$)	2021 (MMUS$)	Variación
Ingresos	1.406	1.345	-4%
Costos	-694	-380	-45%
Margen Bruto	713	965	35%
Impuestos	-47	-85	81%
Utilidad	154	285	86%

02

CAPÍTULO

Propuesta de Valor

2.1

Propuesta de Valor

Nuestra Organización

Somos la filial 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.

En Falabella Financiero, a través de nuestras distintas plataformas, entregamos una oferta integrada de productos financieros digitales, proveemos soluciones de pagos y brindamos beneficios que permiten a nuestros clientes disfrutar más la vida.

Contamos con presencia en Chile, Perú, Colombia y México con una oferta de soluciones financieras apalancada en el conocimiento de nuestros clientes y la proximidad con el retail.

Como parte de Falabella, nuestro propósito compartido es:

Simplificar y disfrutar más la vida

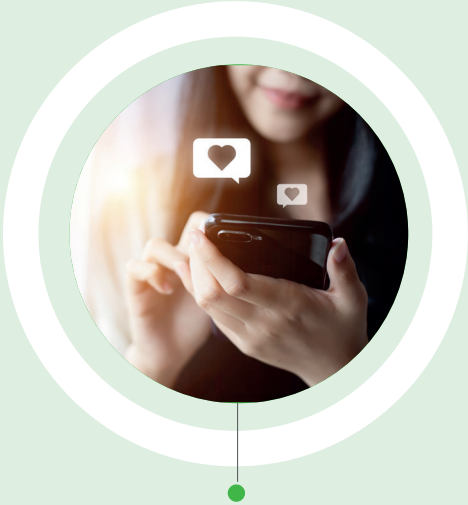
Contamos con presencia en Chile, Perú, Colombia y México

Falabella Inversiones Financieras S.A., es filial 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 Inversiones Financieras S.A. está conformado por Promotora CMR Falabella S.A. (CMR Falabella), Banco Falabella, y Seguros Falabella Corredores Limitada (Seguros Falabella). También la integra CF Seguros de Vida S.A. (compañía de seguros de vida, con presencia solo en Chile) y la Sociedad de Facilidades Multirotativas (Falabella Soriana), junto con todas sus filiales.

Nuestra Propuesta de Valor

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.

Nuestros Pilares

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.

Nuestros Principios Corporativos

1 Somos un equipo:

- Cuando trabajamos colaborativamente entre distintas áreas para sacar adelante un gran proyecto.
- Cuando nos apasionamos en equipo buscando las mejores soluciones para nuestros clientes.

2 Superamos las expectativas de los clientes:

- Cuando trabajamos en soluciones omnicanales para que los clientes tengan la mejor experiencia.
- Cuando cerramos una nueva alianza para nuestros clientes.

3 Hacemos que las cosas pasen:

- Cada vez que logramos un nuevo hito en nuestras células.
- Cuando no nos estancamos en un proyecto y tomamos riesgos.
- Al proponer nuevas ideas para entregar soluciones al cliente.

4 Crecemos por nuestros logros:

- Cuando nos capacitamos y aprovechamos cada oportunidad que nos entrega la empresa.
- Cuando atraemos talentos para nuestras áreas.

5 Actuamos con sentido:

- Cuando participamos en los distintos voluntariados del mes.
- Cuando decidimos reciclar y evitar la impresión de documentos.
- Cuando educamos financieramente a nuestros clientes.

Negocios y Productos

Brindamos soluciones financieras digitales a los clientes, diseñamos nuevas soluciones de pagos, ofrecemos programas de fidelización convenientes, y analizamos la información del mercado para dar mejores respuestas a nuestros clientes.

Banco Falabella

- Propuesta financiera integral y digital, especialmente dirigida al segmento personas, con operaciones en Chile, Perú y Colombia.
- Es el mayor emisor de tarjetas de crédito en Chile y Perú y uno de los principales actores a nivel de América Latina.
- Ocupa el 2do lugar en el mercado chileno en número de cuentas corrientes.
- Al cierre de 2021, disponía de más de 3,9 millones de cuentas pasivas con saldo.

Seguros Falabella

- Corredora de seguros con 24 años de trayectoria, con presencia en Chile, Colombia y Perú.
- Pone a disposición de sus clientes la mejor oferta y la más amplia gama de compañías aseguradoras.
- Al cierre del 2021, contaba con más de 9,9 millones de pólizas.

Fpay

- Solución de pago digital para personas y comercios dentro del ecosistema Falabella y fuera, disponible en Chile, Perú y próximamente en Colombia.
- Se trata de 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.
- Además nuestro procesador de pagos (PSP) nos permite procesar las transacciones realizadas con tarjetas de todos los emisores en nuestros sitios de *ecommerce*, 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.

CMR puntos

- Programa de fidelización de Falabella, que permite acumular puntos con todo medio de pago, por compras en Chile, Perú y Colombia en los negocios de retail de Falabella.
- Mantiene alianzas de acumulación fuera del grupo en Chile, Perú y Colombia.

Presencia Regional de Falabella Financiero

555
Puntos de atención

TOTAL
puntos de atención por negocio

271	Banco Falabella, CMR Falabella
134	Seguros Falabella
150	Falabella Soriana

Puntos de atención por negocio y país

Total Chile:	168
Banco Falabella, CMR Falabella	128
Seguros Falabella	40
Falabella Soriana	-

Total Perú:	79
Banco Falabella, CMR Falabella	52
Seguros Falabella	27
Falabella Soriana	-

Total Colombia:	158
Banco Falabella, CMR Falabella	91
Seguros Falabella	67
Falabella Soriana	-

Total México:	150
Banco Falabella, CMR Falabella	-
Seguros Falabella	-
Falabella Soriana	150

2.2

Propuesta de Valor

Modelo de Gobierno

El Directorio de Falabella Financiero es el principal órgano de gobierno Corporativo, lo preside don Juan Fernández Fernández. Está integrado por nueve miembros elegidospor 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.

- 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 2021, el Directorio sesionó en forma virtual, a través de videoconferencia en 6 oportunidades.
- Banco Falabella Chile, Perú y Colombia, así como CMR Falabella 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.
- 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 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.
- El equipo ejecutivo es apoyado en sus responsabilidades por ocho comités de gestión, especializados en distintos ámbitos.

Composición del Directorio

Julio Fernández Taladriz

DIRECTOR

Gonzalo Rojas Vildósola

DIRECTOR

Juan Fernández Fernández

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

Sergio Cardone Solari

DIRECTOR

Carlo Solari Donaggio

DIRECTOR

Alex Harasic Durán

DIRECTOR

Ignacio Swett Errázuriz

DIRECTOR

Andrés del Río Arteaga

DIRECTOR

Jorge González Correa

DIRECTOR

Organigrama

DIRECTORIO

PATRICIO RODRÍGUEZ
CONTRALOR CORP.

JUAN MANUEL MATHEU
GERENTE GENERAL CORP.

MAURICIO CHANDIA
GERENTE CORP. DE ASUNTOS LEGALES Y GOBERNANZA

BENJAMÍN IRARRAZAVAL
GERENTE PLANIFICACIÓN, DESARROLLO Y SOSTENIBILIDAD CORP.

SERGIO MUÑOZ
GERENTE GENERAL BF CHILE

MAXIMILIANO VILOTTA
GERENTE GENERAL BF PERÚ

KARLA BERMUDEZ
GERENTE GENERAL SEGUROS PERÚ

RODRIGO SABUGAL
GERENTE GENERAL BF COLOMBIA

GORKA VIGARA*
GERENTE GENERAL SEGUROS COLOMBIA

JOAQUÍN DÍAZ
GERENTE GENERAL SEGUROS CHILE Y REGIONAL

LEONARDO IACOMONI
GERENTE GENERAL FALABELLA SORIANA

ADOLFO PITTALUGA
GERENTE GENERAL PAYMENTS

MAIA HOJMAN
GERENTE COMERCIAL CORP.

BENEDICTO GALLARDO
GERENTE RIESGO CORP.

LEONARDO DI NUCCI
GERENTE OPERACIONES Y SISTEMAS CORP.

CRISTIÁN KAISER
GERENTE RR.HH CORP.

**Gorka Vigara ocupó el cargo de Gerente de SF Colombia hasta septiembre de 2021, quedando vacante el puesto hasta febrero de 2022)*

Funciones principales

Comités de auditoría[1]

Monitorear el funcionamiento de los sistemas de control y supervisar la integridad de la información que se publica en los Estados Financieros.

Comités de riesgos y de seguridad de la información[2]

Garantizar que las unidades de negocio realicen una adecuada administración de los riesgos a los que están expuestos. Impulsar, velar y responder por la seguridad de la información de la empresa.

Comité comercial y canales digitales regional

Implementar las iniciativas comerciales de la compañía y definir mejoras en todos sus canales digitales.

Comité de recursos humanos

Monitorear y fortalecer la gestión de Recursos Humanos, definiendo estrategias y lineamientos a nivel corporativo.

Funciones principales

Comité de activos y pasivos (capa)[3]

Monitorear los principales indicadores de riesgo financiero y realizar el seguimiento permanente de la estructura de fondeo de cada negocio.

Comité de operaciones y sistemas regional

Servir como instancia de evaluación, dirección y supervisión de las operaciones y sistemas de Falabella Financiero.

Comité de sostenibilidad

Definir los lineamientos transversales y gestionar los principales proyectos e iniciativas vinculados a la estrategia de sostenibilidad corporativa.

Comité de talentos

Liderar los planes de acción orientados a desarrollar a los colaboradores con mayor potencial y promover oportunidades de movilidad interna.

1. Existe un comité local de auditoría para cada unidad de negocio, excepto para FIFTECH.

2. Dentro del Comité Regional de Riesgo funciona el Comité de Seguridad de la Información, que sesiona todos los meses.

3.. Este comité se realiza en Banco Falabella, en Chile, Perú, Colombia y en Falabella Soriana en México.

2.3

Propuesta de Valor

Focos Estratégicos

Contamos con una estrategia de negocios que se focaliza en dos ambiciones: Convertirnos en un banco 100% digital y entregar soluciones financieras digitales ("Fintech") al ecosistema Falabella.

¿Qué significa que seamos un banco digital?

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

Beneficios de nuestro banco digital:

Autoinspección digital
Tenemos un servicio de autoinspección digital de Seguros de Auto.

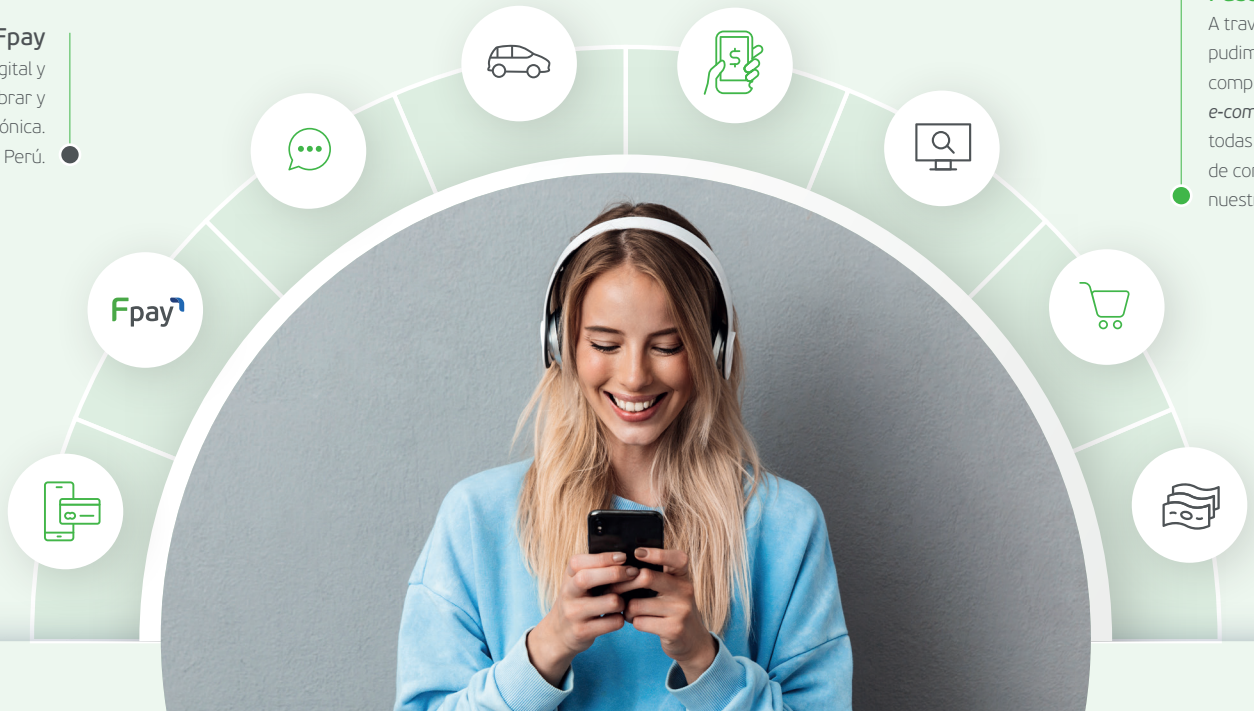
Procesos digitales
Ofrecemos procesos digitales de bancarización: apertura de cuentas corrientes o cuentas de ahorro 100% digitales, sin necesidad de acudir al banco.

Canales de Contacto Digital
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.

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

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

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



Tarjeta de crédito 100% digital
Contamos con la primera tarjeta de crédito 100% digital 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.

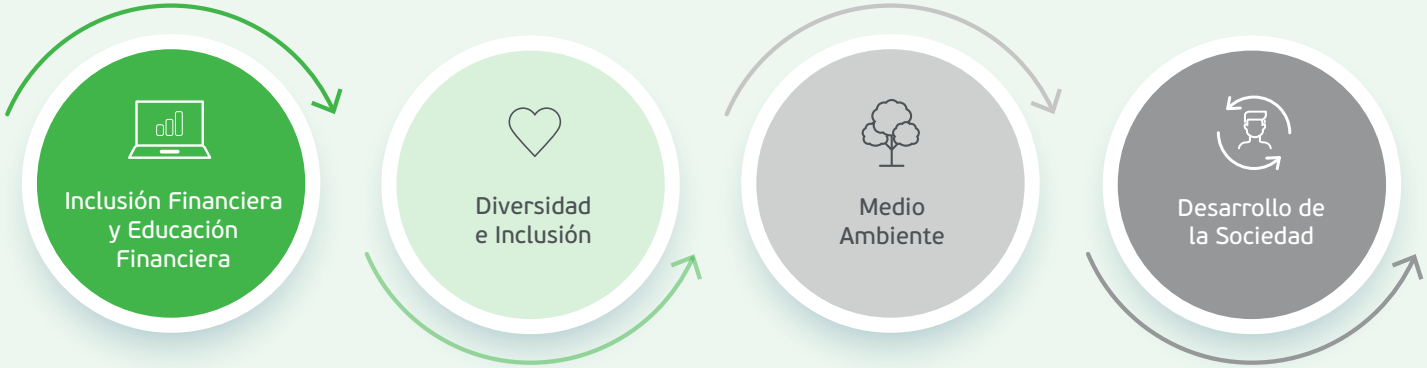
Buy now pay later
Contamos con una solución, "Buy now pay later", especialmente dirigida a clientes que desde la página web de Linio, y algunos comercios presenciales asociados, pueden acceder a compras de tickets altos, sin utilizar el cupo de la tarjeta. Se trata de una nueva forma de financiamiento digital para el pago de compras online en cuotas pero sin tarjeta.

La sostenibilidad es nuestra estrategia de negocios

La sostenibilidad, se integra transversalmente a nuestra organización y es nuestro modo de hacer negocios. Nuestras unidades de negocio operan de manera responsable, tomando en consideración los impactos positivos y negativos que se generan en el entorno, producto de nuestras actividades comerciales y operacionales, potenciando el desarrollo y bienestar de nuestros clientes, trabajadores y proveedores. Además, buscamos ser una organización sostenible, responsable con la comunidad y el medioambiente.

En 2021 actualizamos nuestra estrategia de sostenibilidad, documento que en noviembre de 2021, fue aprobado por el Directorio de Falabella Financiero y que describe nuestros principales focos y ambiciones.

Focos estratégicos de sostenibilidad



Grupos de Interés

	Clientes	Colaboradores	Comunidad	Accionistas	Proveedores y otros aliados
Principales medios de relacionamiento	• Sucursales • Mailings • Redes sociales • App • Web corporativa • Call center • Encuestas de satisfacción	• Workplace • Reuniones de equipo • Presentaciones corporativas • Evaluaciones de desempeño • Sindicatos	• Redes sociales • Voluntariado corporativo • Proyectos sociales	• Junta de Accionistas • Reportes de gestión	• Reuniones específicas • Mailings
Temas relevantes:	• Oferta de productos • Inclusión financiera • Educación financiera • Digitalización • Satisfacción y reclamos	• Remuneración acorde al mercado • Equilibrio vida laboral – familiar • Movilidad y crecimiento • Diversidad • Salud y seguridad	• Aporte comunitario • Medición del impacto de programas • Oportunidades de empleo • Eficiencia ambiental	• Rentabilidad • Gestión de riesgos • Reputación y confianza • Cumplimiento de metas corporativas	• Relaciones de crecimiento mutuo • Condiciones comerciales justas • Innovación y desarrollo conjunto

2.4

Propuesta de Valor

Gestión de Riesgos y Compliance

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.

- **Durante 2021 continuamos trabajando en la digitalización de los procesos de fraude y cobranzas** mejorando la experiencia de cliente. En fraude hemos incorporado más información del ecosistema a la herramienta de gestión para mejorar la evaluación en tiempo real. Además, hemos desarrollado canales de comunicación que permiten al cliente denegar una transacción en línea, eliminando la fricción y enviando el input al sistema para reforzar su capacidad de análisis.

  En cobranzas hemos ampliado los canales de pago digitales y hemos desarrollado herramientas de autogestión que dan autonomía al cliente para gestionar el pago.

- **En lo que a riesgo de crédito se refiere,** se implementaron los primeros modelos de riesgo construidos con metodología machine learning e incorporando información del ecosistema. Esto derivó en un incremento significativo de las bases de pre aprobados tanto en tarjetas como en consumo en todos los negocios, privilegiando a los clientes del Grupo como parte 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.

- **Nuestra estrategia de seguridad y ciberseguridad esta basada en 4 pilares:** riesgos, procesos, proyectos y cultura, cuya finalidad es garantizar la seguridad del ecosistema y de la información que se utiliza, tanto de clientes como de colaboradores. 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. Además, 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.

- **Implementamos 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.

- **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.

2.5

Propuesta de Valor

Ética Empresarial

El modelo de gestión ética de Falabella Financiero 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.

Principales componentes del Programa de Ética:

1
Código de integridad

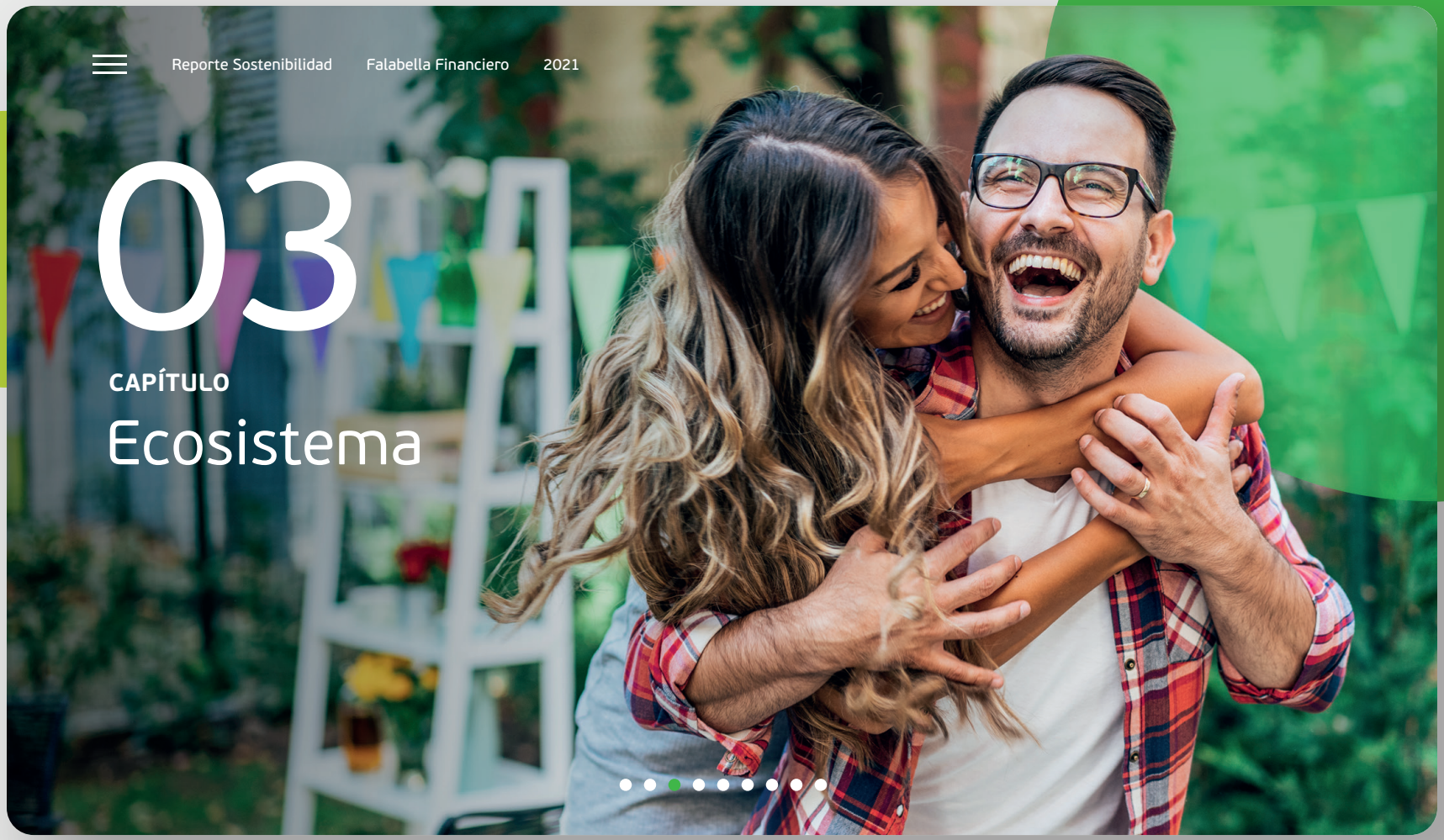
Lineamiento corporativo aplicable a Falabella y cada una de sus filiales. A este documento transversal, se incorporan políticas corporativas específicas tales como las políticas anticorrupción y las políticas de conflictos de interés de cada uno de los negocios.

2
Canal de integridad

Disponible para todos sus 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. Durante 2021 se recibieron un total de 426 denuncias a través de este canal.

3
Programas de capacitación en ética, libre competencia, anticorrupción y protección al consumidor

Con el objetivo de mantener vigentes los conceptos y valores detallados en el marco interno (código y políticas específicas), se desarrolló un programa de formación en compliance (ética, colusión, conducta anti-competititva, relación con proveedores). En 2021, el 96% de nuestra dotación se capacitó en aspectos de ética e integridad y el 21% en anticorrupción especificamente.



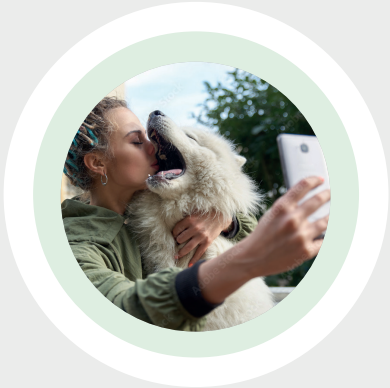
03

CAPÍTULO

Ecosistema

Somos parte del Ecosistema Falabella

El cliente está en el centro de nuestras decisiones; buscamos simplificar sus vidas, transformando sus experiencias de compra, a través de soluciones simples y personalizadas, basadas en una propuesta omnicanal única que se apalanca en un Ecosistema físico-digital de retail y servicios financieros. Enfocamos nuestros esfuerzos en conocer y servir a nuestros clientes en todas sus necesidades de consumo, lo que nos lleva a reinventarnos continuamente e innovar para darles soluciones flexibles y fáciles para desarrollar relaciones permanentes en el tiempo.



Desde Falabella Financiero nos integramos a este ecosistema desde múltiples puntos de interacción, buscando aportar valor desde nuestra experiencia y conocimiento del cliente: Brindamos soluciones financieras, diseñamos nuevas soluciones de pagos, ofrecemos programas de fidelización convenientes, y analizamos la información del mercado para dar mejores respuestas a sus necesidades.

3.1

Ecosistema

FPAY

Fpay es la solución de pagos digitales que el Grupo Falabella pone a disposición de personas y comercios.

En el mundo de personas, ofrecemos una billetera digital gratuita, que le permite a los usuarios cargar todas las tarjetas de débito y crédito, sin importar cuál es su banco, y pagar directamente desde su celular. Es una forma simple, segura y práctica de comprar, pagar y transferir.

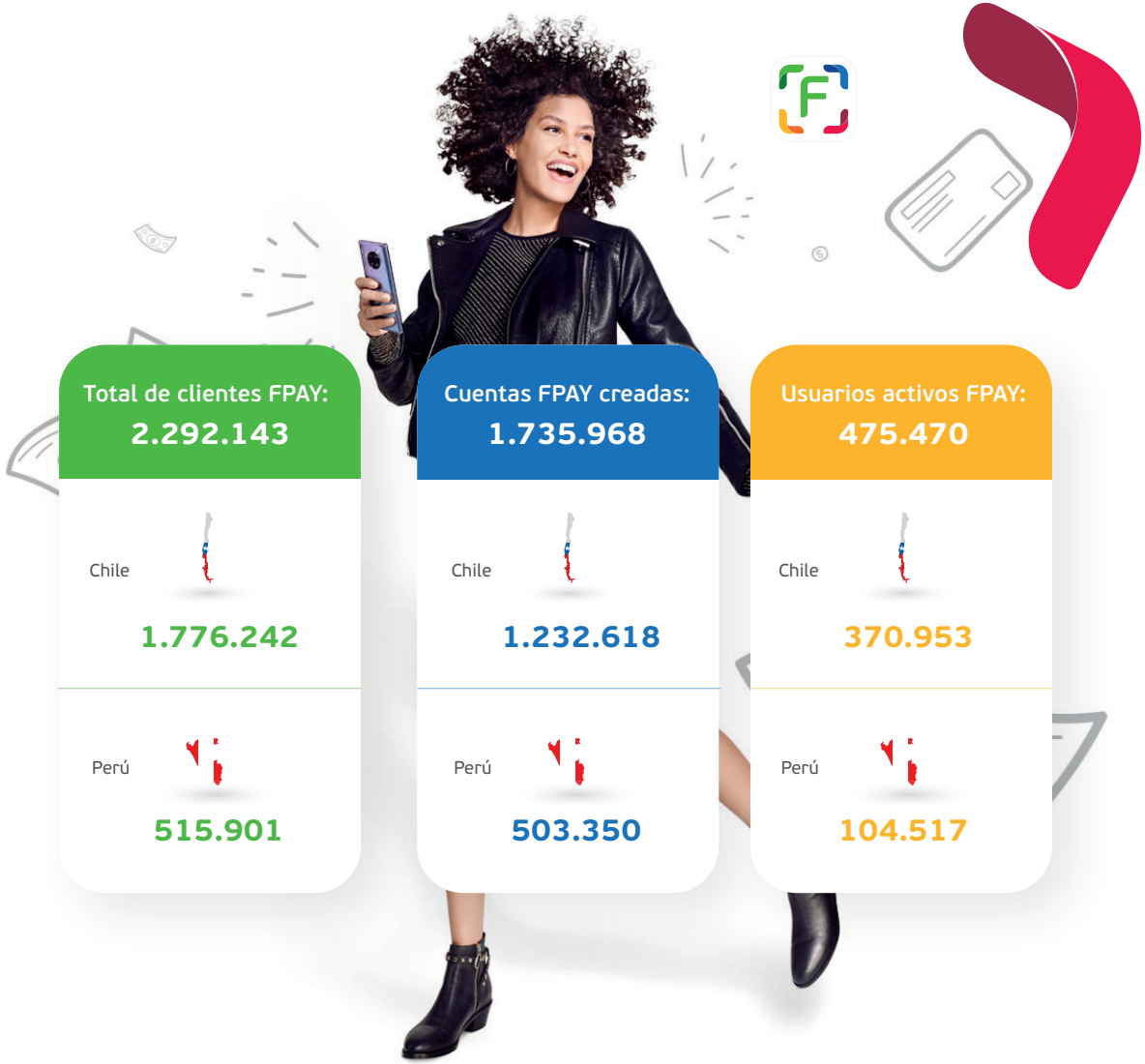
Uno de los beneficios más importantes de esta solución es disminuir el manejo de efectivo y priorizar un medio de pago y cobro sin contacto, para realizar compras online y en comercios físicos asociados, escaneando un código QR desde el celular. Con Fpay los usuarios pueden consolidar todos sus medios de pago en un solo lugar y aprovechar los beneficios dentro y fuera del mundo Falabella. Además, las compras realizadas con esta solución, acumulan extra CMR Puntos. Esta billetera digital está disponible en Chile y Perú.

En 2021, el crecimiento de la billetera digital Fpay fue explosivo, aumentando tres veces la cantidad de clientes respecto del año anterior, ocho veces el volumen procesado y posicionándose en cuarto lugar en el *top of mind* de billeteras digitales en Chile, y tercer lugar en Perú. Este crecimiento pudimos soportarlo sin descuidar nuestros niveles de servicio y atención, reduciendo de 28 a 13 reclamos cada 10.000 transacciones a lo largo del año.

A los comercios les ofrecemos una solución de procesamiento de pagos para sus tiendas físicas y e-commerce, que cuenta a su vez con un portal donde los comercios, al crear su cuenta, pueden administrar sus ventas y retirar sus fondos disponibles. Además, el portal cuenta con un servicio de protección de fraude que asegura y garantiza las ventas realizadas. Al cierre del año contábamos con más de **27.000 comercios y 60 alianzas comerciales,** cifras que nos permitirán seguir expandiendo el alcance de esta solución.

Por otra parte, **Fpay es también la pasarela de pagos (PSP) de los e-commerce del Grupo Falabella.** Durante 2021, se lograron importantes avances, consolidando el procesamiento de compras con tarjetas de crédito y débito propias y de terceros, en todos nuestros e-commerce, además de integrar la gestión de fraude de todos nuestros sitios. Al tener un mayor conocimiento de nuestros clientes e incorporar toda esa información en nuestros modelos de gestión de riesgos, logramos disminuir los niveles de fraude y aumentar la conversión de compra.

Detrás de todos estos avances se encuentra un equipo, conformado por **379 personas** que consolida los esfuerzos y proyectos para toda la región.



3.2

Ecosistema

CMR Puntos

Desde Falabella Financiero administramos CMR Puntos, programa de fidelización de Grupo Falabella con presencia en Chile, Perú y Colombia.

El programa busca profundizar y personalizar la experiencia de nuestros clientes e incrementar su involucramiento con la marca. Para ello, ofrecemos los mejores beneficios y la red de canjes más completa del mercado, entregando experiencias simples tanto en canales digitales como en tiendas, aliados y malls.

El programa ofrece la acumulación de puntos con la tarjeta CMR y con cualquier otro medio de pago en los negocios de retail de Falabella en Chile. Además, mantiene alianzas de acumulación fuera del grupo en Chile, Perú y Colombia, especialmente del sector entretenimiento y alimentación, dándole a los clientes la posibilidad de acumular más CMR Puntos.

Durante el 2021 siguió creciendo el número de clientes que participan en el programa, se ampliaron las opciones de canje y se terminó de digitalizar los principales *journeys* de nuestros clientes, desde la inscripción hasta el canje de los puntos acumulados.

Además, nos enfocamos en entregar una experiencia simple y aportar en el disfrute de nuestros clientes con el ecosistema Falabella.

CMR Puntos en 2021:

+49%
participantes del programa, llegando a más de 15.7 millones de clientes

1er lugar
de preferencia como programa de fidelización de consumidores en Chile y 2do. lugar en Perú y Colombia

+52%
clientes usaron sus CMR Puntos

122
aliados de canje en la región

+115%
el número de canjes en la región

Incorporación
de nuevos comercios asociados para la acumulación de puntos, sumando a marcas como Lipigas, Shell y Upa en Chile y Repsol en Perú

+145%
los canjes digitales, superando los 7,4 millones de canjes digitales

3.3

Ecosistema

Soluciones para Sellers

Nuestros sellers son todas aquellas empresas que ofrecen sus productos a través del e-commerce de Falabella, que al cierre de 2021 superaron los 5.000 emprendedores.

257
sellers financiados en la región

MM USD +1,6
de créditos entregados en Chile

179
sellers financiados en Chile, de los cuales 130 eran pymes

Con el fin de potenciar el ecosistema, a partir de 2020, en conjunto con Falabella.com y FPAY comenzamos a ofrecer productos de financiamiento a pymes y emprendedores que operaban en el marketplace del grupo Falabella.

El objetivo de este financiamiento es poder entregarles capital de trabajo y aumentar su principalidad y sus ventas en nuestras plataformas, al acceder a créditos con facilidades de pago ajustados a sus necesidades.

En Chile, durante 2021, se otorgaron préstamos a 179 empresas de las cuales 72% son pequeñas y microempresas, por un total de +MMUSD 1.6 y esperamos a futuro complementar la oferta de financiamiento a este grupo objetivo, entregándoles soluciones de pago y gestión de fraude, así como también acceso al programa de beneficios, e incrementar su participación dentro del ecosistema Falabella.

3.4

Ecosistema

Buy now Pay Later

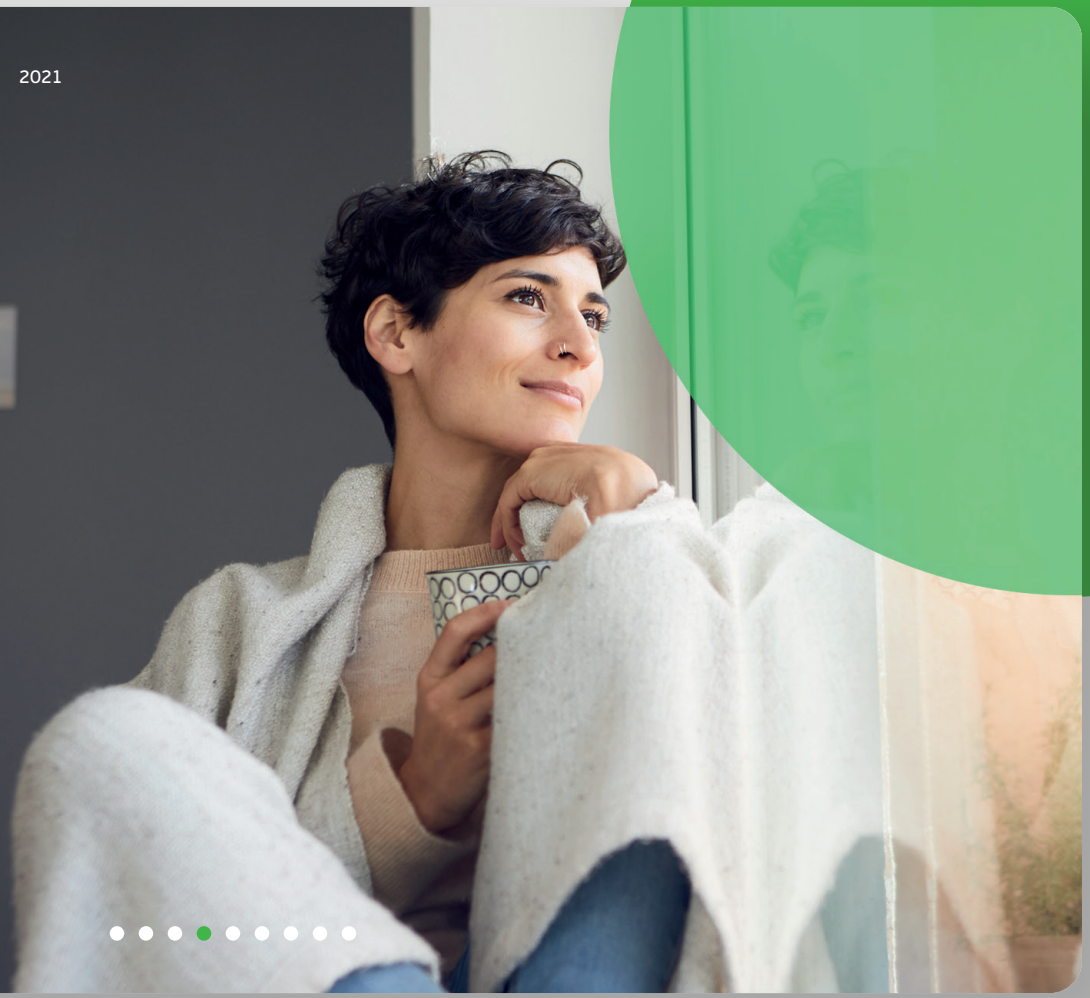
Durante el 2021 hemos ido consolidando en Colombia y Chile la solución "Buy now pay later", una nueva forma de financiamiento para el pago de bienes y servicios con un crédito de consumo en cuotas. El proceso permite a través de una transacción inmediata, 100% digital e integrada en los puntos de venta, acceder a financiamiento para compras de montos medios y altos, sin utilizar el cupo de la tarjeta de crédito.

Este nuevo medio de pago es un gran valor añadido para clientes y comercios; para los primeros porque les permite acceder a una nueva forma de financiamiento simple y flexible en el mismo punto de compra y para los segundos, porque les permite aumentar sus tickets de venta y generar mayor conversión. En 2021 hemos logrado disponibilizar el producto financiero en 16 comercios y 120 puntos de venta de Chile y Colombia, y ofrecer aproximadamente 24.500 créditos por una colocación de aproximadamente MMUSD 13.

04

CAPÍTULO

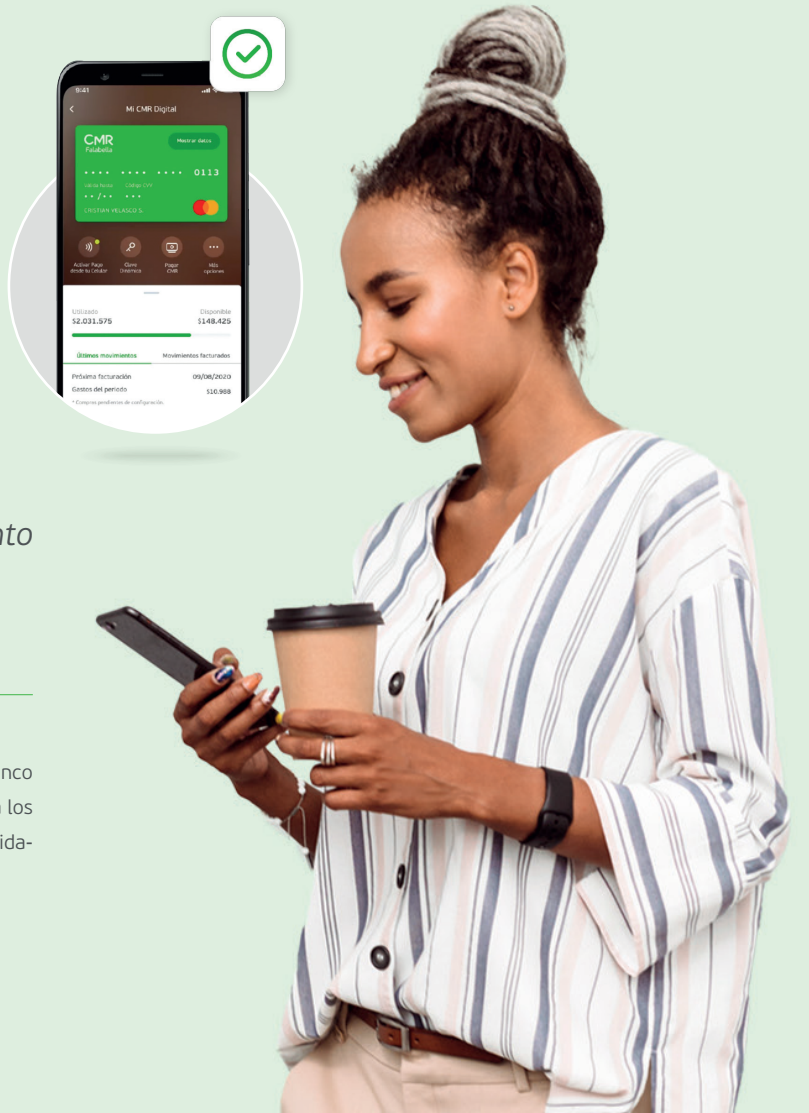
Experiencia de Clientes



Experiencia de Clientes

Nuestro propósito es por un lado, convertirnos en una fintech que provea servicios simples de banco digital, y por otro, entregar servicios de financiamiento y pago que potencien la propuesta de valor que nuestro ecosistema ofrece.

Para lograr nuestro propósito, hemos acelerado significativamente la digitalización, buscando que todos nuestros servicios estén disponibles directamente desde el celular del cliente. La digitalización se complementa con el servicio en el resto de nuestros canales: contact center, chat y red física (a través del retail y de las oficinas de Banco Falabella y Seguros Falabella), que buscan acompañar a los clientes en su digitalización y resolver todas sus necesidades específicas, brindándoles experiencias superiores.



4.1

Experiencia de Clientes

Protección de Nuestros Clientes

En línea con nuestros avances en digitalización seguimos trabajando en la gestión de la privacidad de clientes y la seguridad de las aplicaciones.

El cuidado de nuestros clientes siempre ha sido una de nuestras preocupaciones: En el marco de la pandemia, pusimos especial hincapié en el resguardo de su salud, implementando medidas más allá de los requerimientos legales que imponía cada país.

En línea con nuestros avances en digitalización, seguimos trabajando en la gestión de la privacidad de clientes y la seguridad de las aplicaciones. Constantemente reforzamos y actualizamos 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.

1. Para mayor información sobre prácticas de Ciberseguridad, ver el capitulo Propuesta de Valor, sección 2.4, de Gestión de Riesgos y Compliance

4.2

Experiencia de Clientes

Satisfacción y Gestión de Reclamos

Una de las principales herramientas implementadas para mejorar continuamente la experiencia de nuestros clientes, es la medición de nuestros servicios a través del modelo NPS® (Net Promoter Score), en cada uno de los puntos de contacto.

Por su parte, la eliminación de las causas raíz que generan reclamos, así como la atención oportuna y eficaz de los mismos siguen siendo una prioridad para todas las unidades de negocio que conforman Falabella Financiero.

INDICADOR NPS® - VENTA PRESENCIAL[1]		2020	2021
Banco Falabella	Chile	66%	71%
	Perú	66%	67%
	Colombia	61%	62%
Seguros Falabella	Chile	79%	78%
	Perú	85%	85%
	Colombia	86%	87%
Falabella Soriana	México	62%	61%

RECLAMOS CADA 10 MIL TRANSACCIONES		Diciembre 2020	Diciembre 2021
Banco Falabella	Chile	2,5	2,3
	Perú	16,8	5,7
	Colombia	10,9	5,2
Falabella Soriana	México	17,0	9,8

RECLAMOS CADA 10 MIL PÓLIZAS		Diciembre 2020	Diciembre 2021
Seguros Falabella	Chile	1,9	1,6
	Perú	4,0	1,4
	Colombia	2,9	2,1

1.El indicador de NPS venta presencial para Bancos y CMR México es enero a diciembre 2021 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.

Durante 2021 logramos una importante mejora en la experiencia de nuestros clientes en la región. Implementamos el comité corporativo de reclamos donde se revisa junto a los principales ejecutivos de la organización los principales dolores de nuestros clientes, su causa-raíz y las iniciativas de mejora.

En Banco Falabella Perú y Banco Falabella Colombia alcanzamos los niveles más bajos de reclamos en mucho tiempo, a partir de dinámicas ágiles que nos permitieron avanzar de forma constante hacia mejores soluciones. En Banco Falabella Chile tuvimos un incremento muy importante de las transacciones, con un fuerte crecimiento del consumo y del uso de productos financieros, logrando mantener los reclamos cada 10 mil transacciones en los niveles más bajos de la región.

También se logró un incremento importante del NPS, a partir de la implementación de mesas interdisciplinarias con los equipos de nuestra digital factory, de tecnología y de los negocios locales. Nos esforzamos por estabilizar los principales journey digitales y en aplicar mejoras sobre las demandas manifestadas en las encuestas de NPS, iterando de forma constante entre la medición, el diagnóstico y la mejora de la experiencia de los clientes.

Comenzamos a medir el NPS cartera que nos permitió conocer la experiencia de toda nuestra cartera de clientes e identificar nuevas demandas a las ya conocidas en los NPS transaccionales.

Trabajamos de forma constante para reducir los reclamos, mejorar el NPS y optimizar las interacciones con nuestros clientes impulsados por nuestro propósito de simplificar y disfrutar más la vida.

4.3

Experiencia de Clientes

Campaña Gennials

En Banco Falabella tenemos el objetivo de convertirnos en el Banco Digital Nº1 de la región en los próximos años. Como parte de esta transformación, nuestro negocio y marca debían evolucionar para cumplir con el propósito de que las personas puedan simplificar y disfrutar más la vida.

En el 2021, nos replanteamos la forma en que estábamos comunicando, y decidimos más que desarrollar un concepto de campaña, movilizar desde el core del negocio, para así generar una comunicación participativa, inclusiva y regional, basada en los siguientes racionales:

- La innovación no es sólo para los jóvenes.
- Las personas tenemos cosas en común, queremos hacer las cosas de forma fácil, sin complicaciones, sentirnos seguros y nos gusta la practicidad.

Así nace Gennials como una invitación a ser parte de una nueva generación, una en la que todas las personas podemos ser parte, donde no importa la edad sino la actitud y las ganas de disfrutar. Una generación que se actualiza, vive liviana y que valora lo simple, una generación que busca un mejor lugar para todos.

Gennials pasó a ser el ADN de nuestro negocio, transformando la forma en que comunicamos, pero también en cómo nuestro negocio se adecúa a esta nueva generación, no solo en Chile, sino en toda la región donde estamos presentes.

En el 2021, obtuvimos reconocimientos asociados a esta evolución de concepto y comunicación, partiendo por obtener un premio Effie en Chile (Premio que se entrega por eficiencia publicitaria en el mundo), así como mejoras en indicadores de marca.

Premios y Reconocimientos

en el ámbito de clientes

Chile

1er Premio
Procalidad - Satisfacción de Cliente en las categorías de Banca y de Tarjetas Comerciales.

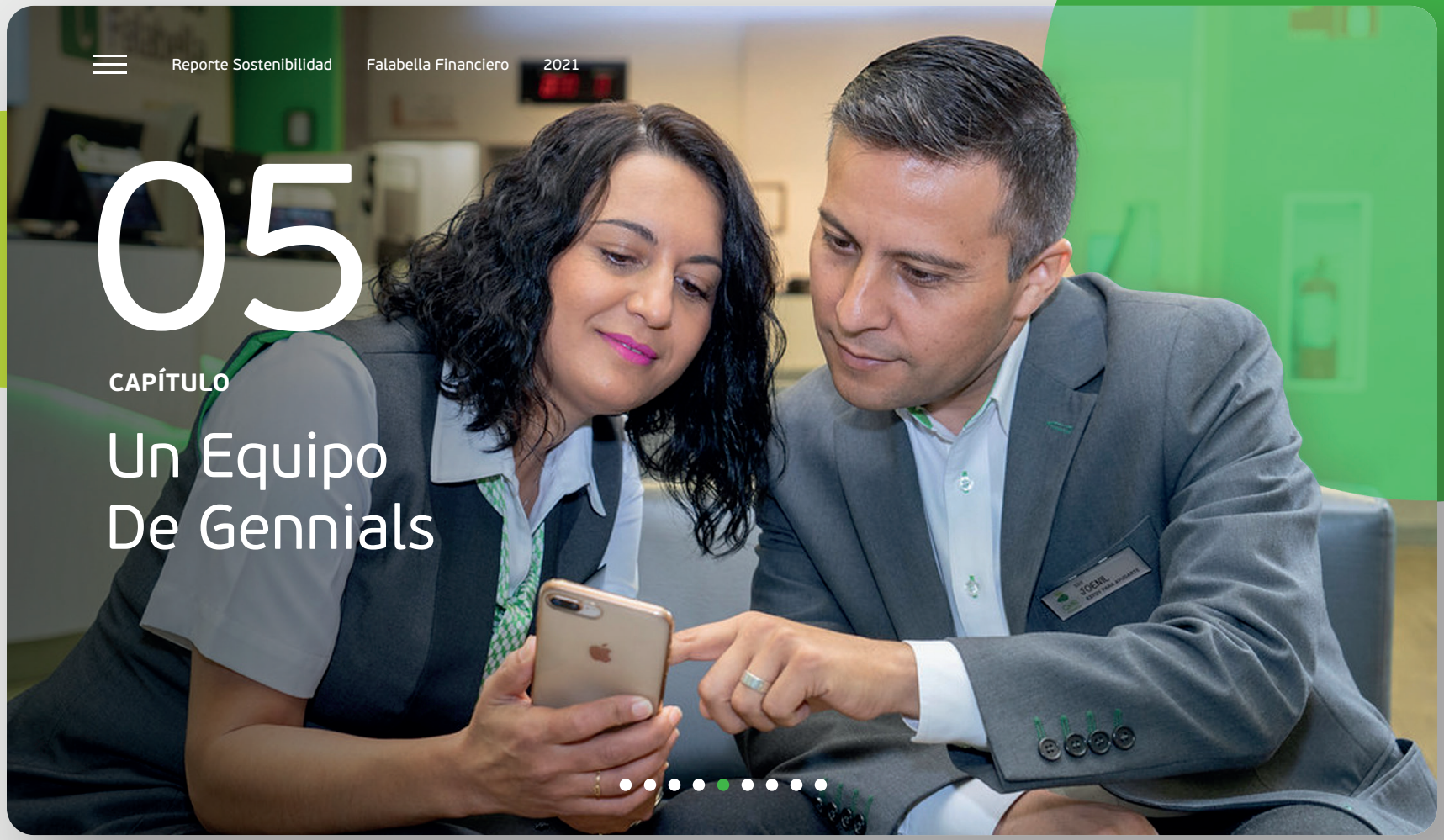
1er Premio
ALCO - Lealtad Consumidores en las categorías Banco y Tarjetas Comerciales.

1er Puesto
Estudio Servitest (IPSOS) - Satisfacción de Cliente en Bancos.

Colombia

Best Mobile Banking App
Entregado por PAN Finance.

Premio Silver
Innovadores Financieros de las Américas entregado por Fintech Américas.



05

CAPÍTULO

Un Equipo De Gennials

Un Equipo de Gennials

10.064
colaboradores

28%
sindicalización

58%
de mujeres en la dotación total

44%
de mujeres en cargos de gerencias y subgerencias

4,5
años de antigüedad promedio en la empresa

58%
de los colaboradores son millenials

94%
de colaboradores que señala que nuestra compañía es un gran lugar para trabajar

24
nacionalidades de las que provienen nuestros empleados

45
horas promedio de capacitación por colaborador

457.544
Horas totales de capacitación

42%
de colaboradores ha autogestionado su aprendizaje

1. Número de colaboradores que trabajan en un país distinto al de su nacionalidad / Dotación total al cierre 2020

5.1

Un Equipo de Gennials

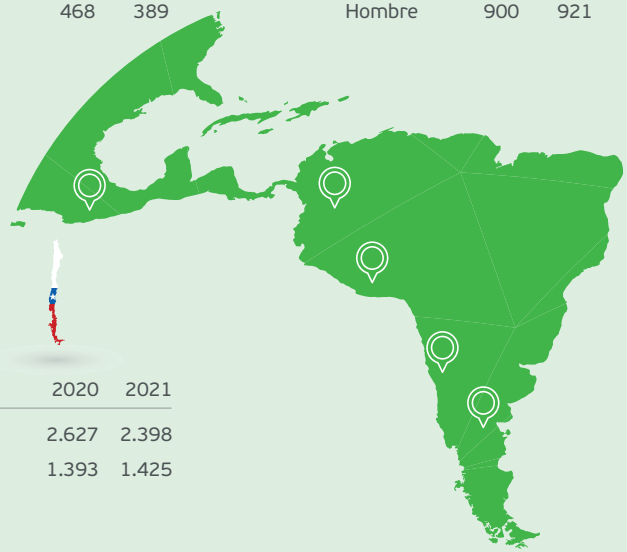
Nuestro Equipo

Al cierre de 2021 éramos 10.064 gennials a nivel regional. Los negocios que más crecieron fueron FPAY y FIFTECH. Asimismo aumentó la dotación en canales digitales y se consolidaron los equipos de Digital Payments (en Chile y Argentina) y Loyalty, alcanzando 388 y 29 personas, respectivamente.

México	2020	2021
Mujer	350	366
Hombre	468	389

Colombia	2020	2021
Mujer	1.443	1.459
Hombre	900	921

Perú	2020	2021
Mujer	1.428	1.261
Hombre	979	836



Argentina	2020	2021
Mujer	173	114
Hombre	104	129

Chile	2020	2021
Mujer	2.627	2.398
Hombre	1.393	1.425

Corporativo[1]	2020	2021
Mujer	327	216
Hombre	603	550

% Mujeres

59% Mujeres

58% Mujeres

Total

	2020	2021
Mujer	6.348	5.814
Hombre	4.447	4.250

1.Incluye a los colaboradores de Falabella Financiero Corporativo, CF Seguros de Vida, FIFTech y Payments de Chile y Argentina. En 2018 dicha información se incluyó en la dotación de Chile.

Dotación por género y cargo - 2021

		Gerentes y Subgerentes		Profesionales y Técnicos		Otros Cargos	
		Mujeres	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**	**Mujeres**	**Hombres**
Chile	Banco Falabella	30	62	418	420	1.515	573
	Digital Payments	6	16	73	105	21	16
	Seguros Falabella	17	18	78	86	240	129
Perú	Banco Falabella	72	54	221	216	632	365
	Seguros Falabella	9	4	56	54	271	143
Colombia	Banco Falabella	54	63	289	287	911	362
	Seguros Falabella	5	9	66	78	134	122
Argentina	CMR Falabella	4	2	13	13	40	18
	Digital Payments	12	9	42	87	1	--
	Seguros Falabella	--	--	2	--	--	--
México	Soriana	23	35	87	115	256	239
Regional	Corporativo	15	22	21	15	5	2
	FIFTech	4	22	163	489	8	--
TOTAL		251	316	1.529	1.965	4.034	1.969
	%	44%	56%	44%	56%	67%	33%

Estímulo al empleo femenino:

Al cierre de 2021 nuestro equipo estaba compuesto por

10.064

colaboradores y un 58% eran mujeres

44%

de los puestos a nivel gerencial y de profesionales están ocupados por mujeres y a nivel administrativo el porcentaje asciende a 67%

Dotación por rango etario 2021

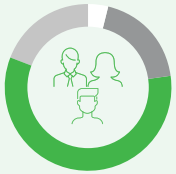
	Chile	Perú	Colombia	México	Argentina
Menores de 30 años	24%	35%	54%	46%	23%
Entre 30 y 40 años	43%	47%	36%	31%	57%
Entre 41 y 50 años	23%	14%	9%	17%	17%
Entre 51 y 60 años	9%	4%	1%	6%	3%
Entre 61 y 70 años	1%	0%	0%	0%	0%
Mayores de 70 años	0%	0%	0%	0%	0%

Contamos con un equipo muy joven:

Dotación por grupo generacional

77%

de la dotación tiene menos de 40 años de edad.



- Baby Boomers **4%**
- Generación X **19%**
- Millenials **58%**
- Generación Z / Zoomers **19%**

Nuestros colaboradores son un componente clave para el crecimiento y transformación que nos hemos impuesto y por tanto el fomento de una cultura basada en la meritocracia, la agilidad, la inclusión y la colaboración, son valores prioritarios en nuestra gestión. Nuestra estrategia de gestión de personas se sustenta en cuatro pilares:

- Atracción y Desarrollo de Talento
- Agilidad
- Cultura de Liderazgo
- Propuesta de Valor

5.2

Un Equipo de Gennials

Atracción de Talento

Para conformar un gran equipo y cumplir nuestros ambiciosos objetivos, nos esforzamos por identificar y atraer a los mejores talentos del mercado y desarrollarlos.

Para asegurar la calidad de los candidatos y el reconocimiento de Falabella como referente en el mercado digital, hemos implementado un proceso de fortalecimiento de nuestra Marca Empleadora.

En 2021, seguimos poniendo foco en la atracción de talento en áreas vinculadas con tecnologías de información, para lo cual desplegamos distintas iniciativas.

1
Reforzamiento de Redes Sociales

En todas nuestras unidades de negocio seguimos potenciando el uso de redes sociales y plataformas digitales especializadas para la búsqueda de candidatos, en especial LinkedIn, superando los 120 mil seguidores en la red profesional, promocionando cargos vacantes para todas las unidades de negocio.

2
Campaña Referidos

Una de las fuentes más valiosas para el reclutamiento de talentos son los compañeros de universidad o amigos de nuestros propios colaboradores. En 2021, esta campaña siguió poniendo foco en los talentos digitales, dando al mismo tiempo un reconocimiento a nuestros colaboradores que recomiendan activamente. El 2021 tuvimos 29 recomenders y 31 ingresos por este programa.

3
Jóvenes Profesionales

108 personas en 2021 participaron del programa donde ocupan funciones en distintas gerencias de Falabella, acompañados siempre por un mentor, siendo algunos seleccionados para ocupar un cargo definitivo en la compañía.

4
Atracción de Jóvenes

Para atraer al mejor talento joven, aprovechamos la fuerza y variedad del ecosistema Falabella como ventaja competitiva. Así, transmitimos una propuesta de valor corporativa en las distintas actividades en las que participamos. Durante 2021 consolidamos nuestra presencia en Chile, Perú y Colombia a través de ferias laborales y charlas universitarias.

5
Falabella Challenge

Este evento busca atraer, identificar y seleccionar a jóvenes talentos para cubrir vacantes en los distintos negocios. Fue 100% virtual, tuvo a más de 349 personas conectadas y los alumnos pudieron conocer más de Falabella Financiero, sus principales desafíos y compartir directamente con nuestros líderes.

6
Embajadores Falabella

Programa de formación y certificación de ejecutivos, cuyo objetivo es mostrar cómo se vive la cultura en Falabella y posicionar a nuestros ejecutivos en el mercado, apoyándolos en la creación de contenido y a transmitir sus puntos de vista a través de LinkedIn. En 2021 participaron 5 ejecutivos de Falabella Financiero, de distintos países y negocios.

7
Practicantes

Como parte de la estrategia de talentos de Falabella, implementamos un plan de reclutamiento de practicantes para los distintos negocios del grupo. En 2021, 61 formaron parte de los equipos de Falabella Financiero.

8
Potenciar al Líder como Principal Reclutador

Aprendimos que el éxito en el ingreso de nuestros nuevos colaboradores, depende del grado de involucramiento del líder. Por ello, durante 2021, pusimos especial énfasis en convertir a nuestros ejecutivos en protagonistas de estos procesos. Entre otras iniciativas se realizaron sesiones de capacitación a líderes, en las que aprendieron a usar de manera efectiva la plataforma LinkedIn, conocieron las nuevas funcionalidades de LinkedIn Recruiter y recibieron recomendaciones para tener mayor impacto y así potenciar el reclutamiento del mejor talento para su equipo y para la organización.

Tasa de contratación por unidad de negocio y género[1]

		Tasa de contratación femenina		Tasa de contratación masculina		Tasa de contratación total	
		2020	**2021**	**2020**	**2021**	**2020**	**2021**
Chile	Banco Falabella	10%	16%	12%	22%	17%	18%
	Seguros Falabella	17%	43%	11%	46%	48%	44%
	Digital Payments		72%		90%		82%
Perú	Banco Falabella	10%	8%	13%	10%	29%	9%
	Seguros Falabella	12%	40%	19%	36%	49%	38%
Colombia	Banco Falabella	26%	37%	29%	44%	40%	40%
	Seguros Falabella	7%	31%	11%	41%	28%	36%
Argentina	Digital Payments	--	103%		90%		94%
México	Soriana	189%	144%	190%	153%	159%	150%
Regional	Corporativo regional	37%	39%	33%	48%	35%	46%

Tasa de rotación por unidad de negocio y género[2]

		Tasa de rotación femenina		Tasa de rotación masculina		Tasa de rotación total	
		2020	**2021**	**2020**	**2021**	**2020**	**2021**
Chile	Banco Falabella	13%	28%	19%	26%	32%	27%
	Seguros Falabella	22%	36%	18%	37%	40%	37%
Perú	Banco Falabella	16%	19%	13%	21%	29%	20%
	Seguros Falabella	21%	22%	15%	27%	36%	24%
Colombia	Banco Falabella	15%	35%	12%	47%	27%	40%
	Seguros Falabella	27%	61%	20%	49%	46%	55%
México	Soriana	73%	151%	95%	119%	166%	137%
Regional	Corporativo regional	20%	36%	18%	44%	19%	39%

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

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

¿Qué Significa Trabajar en Falabella Financiero?

Ser parte de empresa líder en servicios financieros de Latinoamérica.

Desarrollarse en una empresa donde es posible hacer y proponer, innovando con la mejor tecnología.

Trabajar en una empresa que ofrece grandes oportunidades y desafíos para aprender, desarrollarse y crecer.

Formar parte de una empresa en la que el trabajo tiene sentido.

Pertenecer a un lugar dinámico y entretenido que promueve la calidad de vida.

5.3

Un Equipo de Gennials

Desarrollo de Talento

El crecimiento profesional y personal de nuestros colaboradores va de la mano con el desarrollo de la compañía.

1
Capacitación **Autogestionada**

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.

2
Comité Regional de **Talento ejecutivo**

En esta instancia mensual se busca dar visibilidad a las principales vacantes, potenciar la movilidad interna y gestionar los procesos de sucesión para facilitar la movilidad.

3
#Muévete

Es un portal interno donde nuestros *gennials* encuentran todas las ofertas de movilidad y desarrollo profesional de Falabella Financiero y de otros negocios del ecosistema Falabella a nivel regional.

4
Fortalecimiento de la Academia Falabella

La Academia Falabella 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 2021 participaron más de 1.729 líderes y de ellos 223 eran de FIF.

5
Liderazgo Digital

Programa para líderes de FIFTECH, que busca fortalecer herramientas digitales, aspectos comunicacionales, habilidades blandas y liderazgo.

6
Talentum

En 2021 se retomó, de forma virtual, este programa corporativo que involucra pasantías internegocios e interpaíses. En 2021, participaron 32 pasantes de todo el grupo, siendo 3 de Falabella Financiero.

7
Programa Crece

Iniciativa de Falabella Financiero en Chile y Perú que prepara a jóvenes talentos con desempeño sobresaliente y alto potencial, mediante instancias grupales y coaching individual para enfrentar la transformación digital que vivimos y además, los desafía y convierte en protagonistas de su desarrollo profesional. En 2021 se ejecutó la séptima versión de este programa. En Chile se graduaron 40 colaboradores de distintos negocios, quienes fortalecieron sus conocimientos en autogestión, colaboración e influencia y soluciones de valor para el negocio, buscando aplicarlos en la creación y mejora continua de proyectos estratégicos y transversales para nuestra organización.

8
Escuela digital Falabella

La Escuela Digital Falabella entrega herramientas técnicas a nuestros colaboradores, que les permitan proyectar su carrera profesional en áreas digitales.

Más de 400 personas han sido parte de este programa en sus 3 versiones, donde conocen y aplican metodologías ágiles en la fase de Inmersión Digital; se especializan como Desarrolladores Front, Diseñadores UX/UI y Data Analytics, en la fase de bootcamps técnicos y, por último, realizan un periodo de práctica en equipos digitales de los distintos negocios del grupo.

En 2021, 3 colaboradores de la primera generación de la Escuela Digital, pertenecientes a FIF Chile, realizaron exitosamente la práctica profesional. En la segunda generación, 9 colaboradores de FIF avanzaron a la fase de los bootcamps técnicos; 6 de Chile, 2 de Perú y 1 de Colombia. Y en la tercera generación, 13 colaboradores de FIF terminaron exitosamente la fase de Inmersión Digital; 5 de ellos son de Chile, 5 de Colombia y 3 de Perú.

9
Programa de becas

En 2021 mantuvimos este 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, Masters y MBA, patrocinando esas últimas a 3 colaboradores FIF.

10
Hackathon

Por segundo año consecutivo realizamos un evento interno virtual donde los talentos digitales de toda nuestra región se reunieron para protagonizar 48 horas de creación e innovación. El objetivo de esta Hackathon es generar una comunidad digital entre los talentos del ecosistema de Falabella, capaz de crear soluciones innovadoras que respondan a las necesidades del negocio y de nuestros clientes.

Además esta instancia permite potenciar la marca empleadora de Falabella para atraer al mejor talento digital y posicionarnos como un referente en innovación y desarrollo tecnológico en la región.

En la versión 2021 participaron 310 colaboradores.

La evaluación de desempeño es otro factor clave para nuestra gestión de personas.

Desde Falabella Financiero homologamos las competencias evaluadas entre las diferentes unidades de negocio y países, involucrando como eje central, los principios corporativos. En nuestra organización 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. En 2021, 380 ejecutivos de primera línea participaron de este proceso.

Focos de Aprendizaje 2021

Asegurar el buen Desempeño

Durante 2021 nuestros proyectos se enfocaron en tres grandes focos, por medio de los cuales contribuimos a propósito de desarrollar el talento a través del aprendizaje continuo.

Impulsar el Desarrollo

Programas de formación enfocados en desarrollar los conocimientos y habilidades para asegurar un bueno performance en el rol, actuando con ello el alcance de las metas del negocio.

Desarrollar una Cultura Ágil

Entregar herramientas y espacios de aprendizaje que permitan desplegar el máximo potencial de nuestros colaboradores y prepararlos para su siguiente desafío.

Horas promedio capacitación

		2020			2021			
		Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Variación
Chile	Banco Falabella	36	37	37	49	48	49	32%
	Seguros Falabella	26	21	24	82	80	81	238%
	Digital Payments				23	13	17	-
Perú	Banco Falabella	42	47	44	48	47	47	7%
	Seguros Falabella	85	68	77	30	28	29	-62%
Colombia	Banco Falabella	58	54	57	59	53	57	0%
	Seguros Falabella	60	51	56	61	61	61	9%
México	Soriana	6	6	6	5	5	5	-17%
Regional	Corporativo regional	7	5	6	5	5	5	-17%
Regional	Fiftech				44	22	27	-
Total De Horas De Capacitación		39	34	37	49	41	45	22%

5.4

Un Equipo de Gennials

Agilidad

Para acompañar el proceso de transformación organizacional hacia una compañía digital, contamos con una cartera de proyectos específicos, teniendo como horizonte, la creación de una cultura ágil de trabajo, lo que significa trabajar de manera colaborativa, tener feedback constante del cliente, entregar valor temprana y continuamente, con una mirada de mejora continua.

En 2021 el foco estuvo puesto en crear metodologías de trabajo ágiles, a través de la conformación de células especializadas por temáticas al interior de cada gerencia, 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.

Durante todo el periodo además, se puso especial énfasis en el trabajo con la metodología de Estrategias Ágiles con OKRs y en la formación a las dos primeras líneas gerenciales en torno a estos conceptos.

Para fortalecer las capacidades internas, se formó y certificó como Agile Coach a 30 colaboradores de recursos humanos de las distintas unidades de negocio, quienes serán los encargados de modelar e implementar prácticas ágiles en las operaciones cotidianas.

Otra de las herramientas que nos permiten difundir la cultura de agilidad y sensibilizar a nuestros @gennials en este ámbito son nuestras comunicaciones. Para ello, contamos con planes específicos de comunicación interna y en particular, nos apoyamos de Workplace, la plataforma de comunicación única y transversal para todos los colaboradores de Falabella Financiero. En este espacio, cada trabajador 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 2021, el 75% de los miembros de la red eran usuarios activos de esta. Complementariamente para mantener el espíritu de equipo y la cercanía, se mantuvieron múltiples instancias de conversación y reunión, mesas redondas, desayunos y presentaciones en vivo.

En tres oportunidades del año, se realizaron mediciones regionales del nivel de agilidad de nuestros equipos. Estos sondeos nos permiten identificar oportunidades de mejora y progresar en la implementación de esta forma de hacer el trabajo.

5.5

Un Equipo de Gennials

Cultura y Liderazgo

"Simplificar y disfrutar más la vida"

Como Falabella, redefinimos el propósito corporativo y para nuestra organización en particular, este concepto se ha transformado en parte de nuestro ADN, nos moviliza y desafía día a a día a entregar las mejores experiencias para nuestros colaboradores y clientes, y es la base de una cultura *gennials*, que nos permite disfrutar y pasarlo bien en cada reto, ¡sobre todo si es en equipo!. La construcción del propósito corporativo fue una tarea de co-construcción donde los líderes convocaron a sus respectivos equipos, quienes con el mismo objetivo se reunían con sus colaboradores.

En tanto, anualmente realizamos mediciones de nuestro clima organizacional y del nivel de involucramiento de quienes se desempeñan en Falabella Financiero. En este año en particular, el nivel de respuesta a nivel regional fue cercano al 90%, superior a lo obtenido en años anteriores.

Engagement 2021

		% trabajadores que opinan que FIF es un buen lugar para trabajar		Nivel de Engagement	
		2020	2021	2020	2021
Chile	Banco Falabella	96%	94%	82%	82%
	Seguros Falabella	98%	93%	83%	77%
Perú	Banco Falabella	96%	94%	89%	84%
	Seguros Falabella	97%	96%	93%	86%
Colombia	Banco Falabella	96%	94%	90%	86%
	Seguros Falabella	95%	94%	86%	85%
México	CMR Falabella	94%	86%	88%	72%
Corporativo			96%	78%	81%
Falabella Financiero		96%	94%	86%	83%

** Para el caso de seguros, los datos del 2020 corresponden a una medición parcial*

5.6

Un Equipo de Gennials

Propuesta de Valor a Nuestros Colaboradores

Este pilar de 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 seis ámbitos:

Durante 2021 y a partir de un proceso de co-construccion con los equipos diseñamos un plan de beneficios flexibles, que se adecúa según el momento en la vida de cada trabajador: implementamos metodologías de trabajo Home Office para los perfiles tecnológicos, y lanzamos un modelo híbrido de trabajo que establecimos bajo los términos "toda la libertad con toda la responsabilidad", en donde los colaboradores pueden escoger donde trabajar, 100% *Home Office* o 100% presencial o una manera que combine ambos, incrementamos las horas de tiempo libre, e instauramos los "viernes de desconexión temprana".

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.

5.7

Un Equipo Genial

Relaciones Laborales

Con cada uno de los sindicatos, buscamos mantener un relacionamiento armónico, basado en el diálogo, el respeto, la transparencia y el beneficio recíproco. La compañía cuenta con 2.163 trabajadores sindicalizados que representan 28% del total de trabajadores. Al cierre de año, la tasa de sindicalización disminuyó en tres puntos porcentuales, respecto del año anterior.

Tasa de sindicalización

		2020	2021
Chile	CMR Falabella	82%	56%
	Banco Falabella	61%	58%
	Seguros Falabella	64%	59%
Perú	Banco Falabella	16%	17%
	Seguros Falabella	0%	0%
Colombia	Banco Falabella	2%	3%
	Seguros Falabella	0%	0%
México	Soriana	0%	0%
Tasa de sindicalización total		31%	28%

5.8

Un Equipo de Gennials

Diversidad e Inclusión

El fomento de la diversidad e inclusión se ha convertido en uno de nuestros pilares estratégicos. Lo integramos como eje de nuestra estrategia de sostenibilidad y cada año, cobra mayor relevancia en nuestra gestión.

Formamos parte de cada uno de los proyectos corporativos que se despliegan desde Falabella S.A. y somos proactivos en la búsqueda de nuevas ideas que aporten a este propósito. Nuestra ambición es contar con una cultura diversa, inclusiva, basada en la equidad, donde no exista discriminación de ningún tipo. Nuestra estrategia está dividida en tres ámbitos de trabajo: equidad de género, diversidad sexual y personas con discapacidad.

Para la promoción de una cultura diversa e inclusiva, realizamos diversas actividades y sensibilizamos en estas materias a 375 colaboradores durante todo el año.

Equidad de Género

- **Para impulsar la equidad de género,** nuestra meta regional es contar con un 40% de mujeres en puestos de Top y Middle Managers al 2022. 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.

- **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.

- **En el marco del programa Mujeres conectadas,** instancia que tiene como propósito visibilizar y potenciar el talento femenino, 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.

- **En 2021 aplicamos la primera encuesta de percepción de equidad de género** en las unidades de negocio de Falabella Financiero, herramienta que nos entregó información clave sobre las áreas a trabajar.

- **En este mismo sentido, se implementaron mesas redondas** de flexibilidad laboral desde donde se originaron planes específicos por área de negocio.

- **En Banco Falabella Colombia se implementó un comité de diversidad e inclusión** que sesiona cada dos meses. Cabe destacar que Banco Falabella Colombia fue finalista en el premio "Acercando la banca a los colombianos" de Asobancaria, en la categoría "Equidad, Diversidad e Inclusión" gracias a las iniciativas desarrolladas para su promoción.

- **En Chile se realizó la primera medición de brechas salariales desde puestos de jefatura**, donde se concluyó que a nivel general no existen brechas significativas y se realizaron ajustes en casos particulares.

Diversidad Sexual

- **En materia de 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+.
- **Lanzamos la comunidad LBGTI+ en Workplace,** instancia que al cierre de 2021 contaba con 70 suscriptores.
- **Implementamos beneficios** para parejas homoparentales.
- **En Chile, participamos del ranking Equidad CL de Pride Connection**, alcanzando la categoría B+. Este ranking nos permitió identificar además 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 en nuestros canales.** En junio, en el marco del contexto del mes del orgullo LGBT, se hizo pública esta política corporativa, dejando claro que en nuestros canales siempre debe primar el respeto en la atención.
- **Las unidades de negocio en Perú firmaron una declaración** de compromisos junto a Pride Connection Perú.

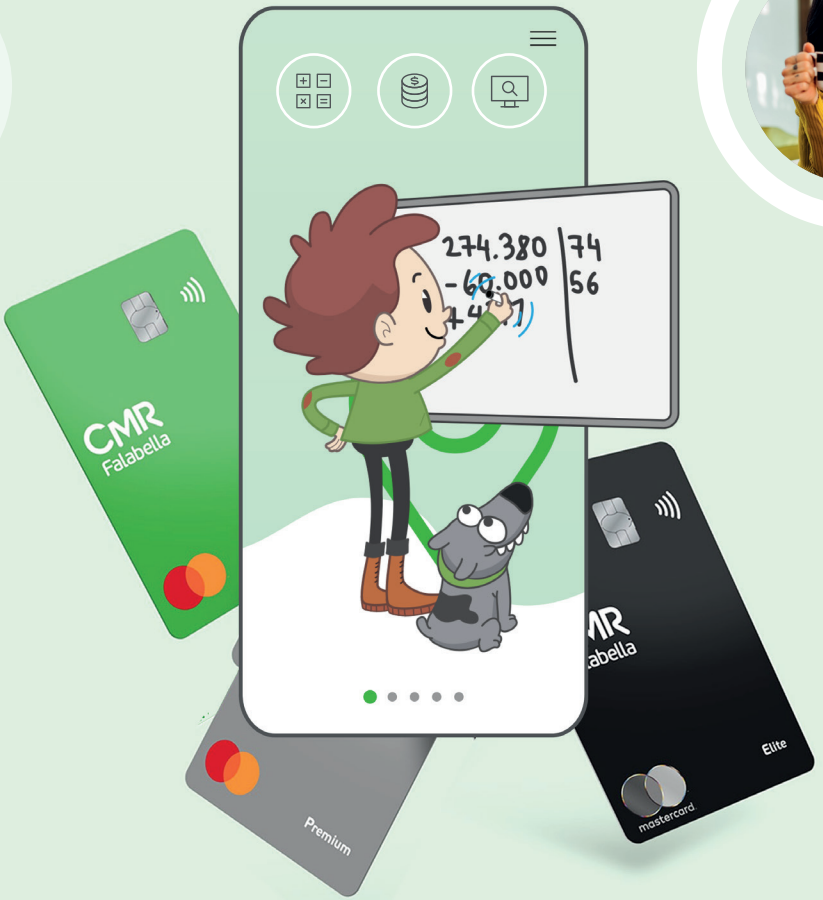
Inclusión de Personas con Discapacidad

- **En Chile se realizó el primer diagnóstico de inclusión de personas con discapacidad** en conjunto con la Fundación con Trabajo.

06

CAPÍTULO

Inclusión y Educación Financiera



Inclusión y Educación Financiera

Queremos contribuir a la construcción de una sociedad más responsable y empoderada en la gestión de sus finanzas personales. Desde nuestro negocio, a través de la educación y la 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.

6.1

Inclusión y Educación Financiera

Inclusión Financiera

Mantenemos nuestro compromiso con la inclusión financiera, otorgando acceso a servicios financieros a miles de familias de la región.

Desde hace más de 40 años nuestras tarjetas de crédito permitieron bancarizar a personas que habían sido excluidas del mercado financiero. En 2021, dimos un paso más: En Chile, lanzamos la cuenta corriente 100% digital, porque estamos seguros será una nueva solución para la bancarización de la población.

Por otra parte, desde Banco Falabella contamos con productos de créditos específicamente diseñados para los emprendedores que ofrecen sus productos en los Marketplace del grupo. El objetivo de este producto es entregarles soluciones de financiamiento para su capital de trabajo y aumentar su principalidad y sus ventas en las plataformas de Falabella.

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.

6.2

Inclusión y Educación Financiera

Educación Financiera

Conscientes de la importancia de la educación en esta área, y en línea con uno de los pilares de nuestra estrategia de sostenibilidad, durante 2021 potenciamos nuestros programas y actividades para alfabetizar financieramente a nuestros clientes, colaboradores, estudiantes y a la sociedad en general, adaptándolos a la realidad de cada país y al contexto de pandemia.

129 mil
Visitas a los sitios web de Eddu en la región

770
participantes del juego digital Edducity

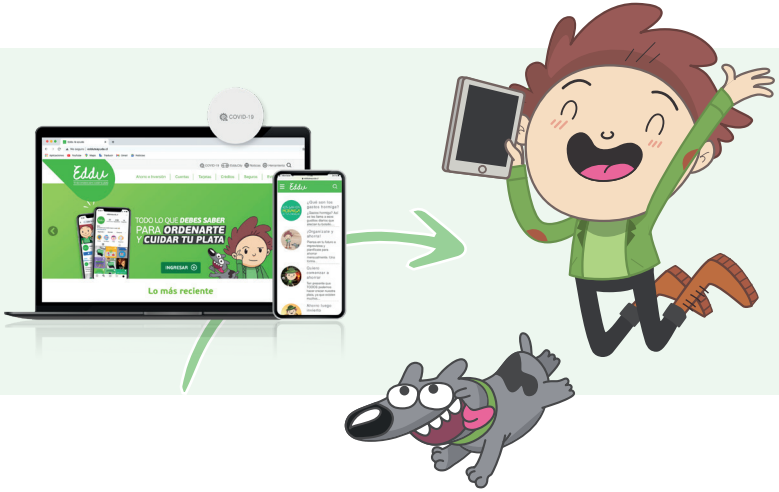
22.600
seguidores de Eddu en Instagram

35.100
seguidores de Eddu en Facebook

+2.000
LIVE
personas reprodujeron nuestros lives

39.127
personas ingresaron a nuestros cursos e-learning

Más de
3.200
Colaboradores capacitados en Educación Financiera



Nuestro programa de educación financiera tiene por objetivo entregar a clientes, colaboradores, colegios y la comunidad en general, conceptos y consejos sobre el manejo de finanzas personales. Para ello, y de la mano de Eddu, un personaje animado, desarrollamos distintas instancias para interactuar con los distintos públicos.

Programa Eddu

1 Plataformas Web

Educación Financiera para clientes y comunidad

El ancla principal del programa son las plataformas web de Eddu (www.eddute-ayuda.com), espacios donde los usuarios pueden encontrar información de productos financieros, medidas para realizar operaciones seguras y orientación en transacciones relevantes. En cada país, contamos con sitios web específicos, que se adecuan al lenguaje y normativa del contexto. Estas funcionalidades se complementan en algunos países con herramientas locales, como la aplicación "Organiza tu plata'', disponible en Chile y México, que entrega sugerencias de gestión financiera a partir de la información económica que la persona ingresa y "Ahorro e Inversión'' que propone opciones de ahorro, según las necesidades y posibilidades del interesado.

En cada una de las plataformas se ofrecen además cursos e-learning gratuitos, sobre cómo evitar fraudes, la responsabilidad en el endeudamiento, la importancia y alternativas de ahorro, y la gestión de inversiones, todas instancias diseñadas con un lenguaje simple y atractivo para atraer a un número cada vez mayor de interesados. En 2021 más de 39 mil personas tomaron los cursos.

2
Comunicaciones a clientes

Para complementar la información disponible en las plataformas web, diseñamos un plan de comunicación con clientes, donde la educación financiera ocupa un lugar central. 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.

3
Redes Sociales

Un tercer espacio para la educación financiera son nuestras redes sociales: Instagram (**@edduteayuda_cl**), Facebook (**@edduteayuda, @edduteayudacol**) y YouTube (**Eddu Te Ayuda**) llegando a tener más de 58.400 seguidores a nivel consolidado. A través de estos canales, se transmite información vinculada con el resguardo de los productos bancarios y la correcta administración de presupuestos.

4
Live Instagram

Contamos con un equipo de colaboradores voluntarios, el Eddu Team, que a través de Instagram realiza **sesiones en vivo** e intercambia con los visitantes experiencias y conocimientos de educación financiera. En total, los lives tuvieron más de 2.000 reproducciones.

5
Edducast

Edducast es otro canal donde se presentan podcast de educación financiera a través de Spotify. Destaca en particular el episodio lanzado en mayo, alertando a los oyentes sobre temas de fraudes y estafas telefónicas, inversión, endeudamiento responsable y ahorro.

6
Talleres Microemprendedores

En Chile se organizaron 6 talleres para microemprendedores a través de una alianza con el programa Mall Plaza Emprende, brindando capacitación en temas de educación financiera, ahorro, inversión, endeudamiento responsable, entre otros, a más de 380 emprendedores que se conectaron. Asimismo, a través de la Fundación Trascender se capacitó a 27 mujeres emprendedoras.

7
De Gennial a Gennials

En Chile se desarrollaron cápsulas a través de nuestras redes sociales denominadas **"De Gennial a Gennials",** con el fin de acercar temáticas de educación financiera de una forma más dinámica y cercana tanto a clientes como a no clientes.

En Chile, durante 2021 realizamos una evaluación del programa Eddu en el marco del tracking de marca Banco Falabella y CMR Falabella, donde se concluye que:

34%

Un 34% de las personas conocen el personaje Eddu (Personas bancarizadas tanto clientes de Banco Falabella como de otros bancos).

56%

Un 56% de los clientes del Banco Falabella conoce el programa.

12% +
de puntaje

Quienes conocen Eddu, le asignan a Banco Falabella Chile, un 12% más de puntaje en la variables transparencia (dato obtenido del tracking continuo de bancos 2021).

Educación Financiera para colegios

Torneo Edducity

En 2021, y dada las restricciones de la crisis sanitaria, volvimos a realizar el torneo EdduCity de manera virtual. Se trata de un campeonato, donde por tercer año consecutivo, se convocó a alumnos de los colegios del Programa Haciendo Escuela de Chile, Perú y Colombia para competir en un juego de manejo responsable de finanzas personales, cumpliendo diversas tareas cotidianas de un adulto como educarse, administrar dinero, emprender, asegurarse, solicitar créditos o recrearse, poniendo a prueba las decisiones de cada jugador. En la última versión, Chile contó con más de 30 colegios y 300 escolares; en Perú, jugaron 160 estudiantes de 11 escuelas y en Colombia, 300 alumnos, de 14 establecimientos.

Además, el juego está disponible durante todo el año en **www.edducity.com**. Desde su lanzamiento han participado más de 44.000 niños.

En Banco Falabella Perú, fue finalista en el Premio de Creatividad Empresarial de la Universidad de Ciencias Aplicadas, en la categoría de Medios Interactivos, gracias al gran alcance de la plataforma a nivel regional y ser una gran herramienta de educación financiera que enseña de manera lúdica tanto a niños como a adultos.

Paralelamente, en Chile, implementamos de la mano de ActitudLab, un programa innovador que tenía como propósito vincular a colaboradores de Falabella Financiero con estudiantes de sexto básico. Se trata de un programa pedagógico que entrega conocimientos básicos de educación financiera adecuados y adaptados a la malla curricular de dicho nivel, en temáticas tales como ahorro, necesidades básicas, uso del dinero, intereses, compra informada, generando espacios de contención emocional entre los involucrados. En estos talleres participaron 157 estudiantes y 21 voluntarios colaboradores.

770

jugadores participaron en el torneo regional www.edducity.cl en 2021

157

estudiantes participaron del programa desarrollado con Actitudlab

3.221

Colaboradores participaron del programa interno de educación financiera

79,2%

de los colaboradores considera que el programa es un aporte

Educación financiera a nuestros colaboradores

Nuestro programa interno de educación financiera alcanzó en 2021 a 3.221 colaboradores. Uno de los principales canales para sensibilizar a nuestros equipos en torno al manejo financiero responsable es Workplace, la plataforma interna de comunicación, donde de manera constante se publican consejos y campañas en este ámbito.

Para los colaboradores de Banco Falabella Chile y Perú, además de Seguros Falabella Perú, se diseñaron cursos online de educación financiera y para aquellos que se incorporan a las operaciones en Chile, se realiza un módulo específico en el proceso de inducción. Por su parte, en Colombia a todos los nuevos colaboradores se les da acceso a través de una plataforma online, a dos talleres de educación financiera de finanzas personales y de ahorro e inversión, respectivamente.

En tanto, en 2021 colaboradores de Banco Falabella Chile dictaron charlas de educación financiera dirigidas a todos los colaboradores del grupo y a sus hijos.

Por último, y en el marco del Global Money Week, Banco Falabella y Seguros Falabella Colombia organizaron un torneo de educación financiera donde fueron invitados a participar los hijos y sobrinos de los colaboradores. Además en el marco del mismo programa se compartieron piezas comunicacionales referentes a la temática. Este torneo se replicó en Chile en octubre, participando también los hijos de nuestros colaboradores. Paralelamente, participamos de la feria virtual organizada por la Superintendencia de Banca y Seguros del Perú, donde se alcanzaron **más de 8.000 visitas**, y el stand de Banco Falabella fue el más votado por los participantes.

En 2021 y por primera vez, medimos la contribución de nuestro programa a través de la encuesta de engagement de colaboradores donde un 79,2% considera que el programa es un aporte.

07

CAPÍTULO

Aporte al Desarrollo de la Sociedad

7.1

Aporte al Desarrollo de la Sociedad

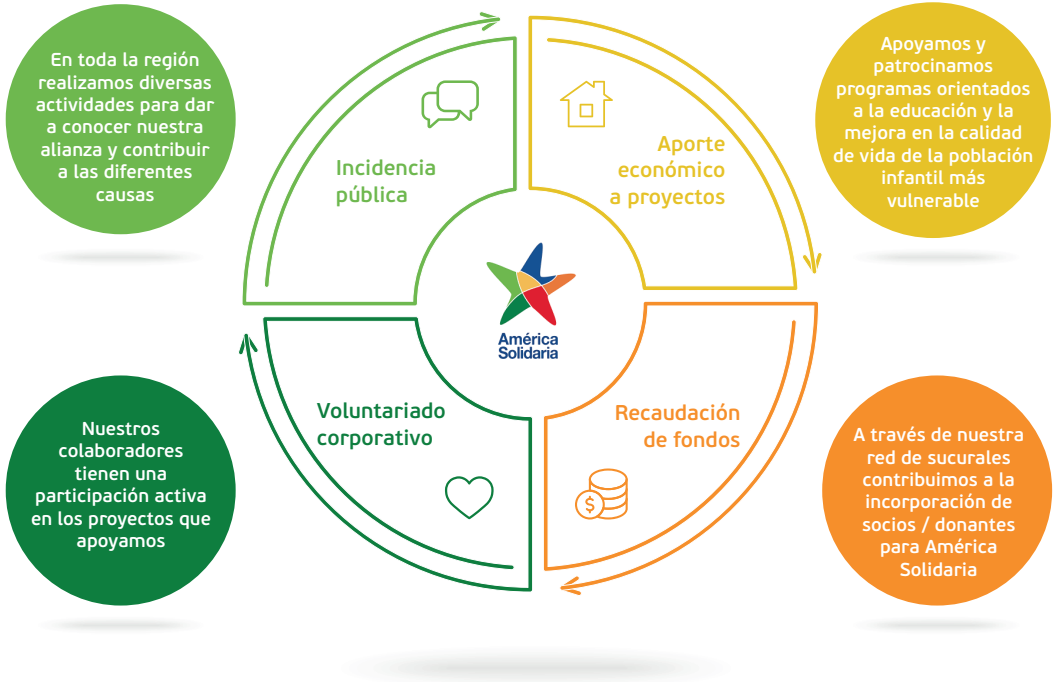
Alianzas y Programas para la Comunidad

Entendemos que nuestro aporte a las sociedades donde estamos presentes va más allá del negocio que desarrollamos. Por ello, y en línea con nuestra estrategia corporativa, buscamos avanzar en el desarrollo de programas y relaciones comunitarias de largo plazo.

Alianza con América Solidaria

Desde Falabella Financiero respaldamos y patrocinamos hace más de 9 años las iniciativas que desarrolla la Fundación América Solidaria en los países donde estamos presentes con el objetivo de superar la pobreza infantil en la región.

Ejes de nuestra alianza con América Solidaria



En este ámbito, las iniciativas más destacadas en 2021 fueron:

América Solidaria

Más de **9 años**

respaldando las iniciativas que desarrolla la Fundación América Solidaria

Chile

Banco Falabella Chile a través de América Solidaria colaboró con la **Escuela Casa Azul** de La Granja, aportando recursos para el apoyo de niños con alta deserción escolar. Además voluntarios del banco acompañaron a la Fundación Regazo en el apoyo a niños de jardines infantiles y adolescentes de la zona.

Perú

Se desarrollaron dos proyectos, **"Líderes por una América Solidaria" y "Potenciando una América Inclusiva"**, que buscan fortalecer el refuerzo educativo, promover la salud psicoemocional, impulsar el emprendimiento, el protagonismo y el liderazgo adolescente, así como también mantener los procesos de inclusión socioeducativa, generando un impacto positivo en la comunidad. Ambas iniciativas lograron beneficiar a **más de 22.000 personas de 24 regiones del país**.

Colombia

Banco Falabella Colombia colaboró con el despliegue de los proyectos **"Observatorio 2030" y "Generación 2030"**, procesos de formación para adolescentes y jóvenes que tienen como ejes fundamentales el liderazgo, el protagonismo juvenil, la ciudadanía global y las habilidades comunicativas desde el arte. Paralelamente, se desarrolló el proyecto Meraki en la ciudad de Cali donde se acompañó y apoyó a familias de escasos recursos en la identificación de oportunidades de generación de nuevos ingresos y emprendimiento. En conjunto en Colombia, se benefició a **más de 200 niños, niñas, adolescentes y sus cuidadores.**

México

A través de América Solidaria, se trabajó en un proyecto denominado **"Accionadores de proyectos"**, en donde un conjunto de Jóvenes del Municipio de San Nicolás, recibieron asesorías por parte de los colaboradores de Falabella, para impulsar proyectos sostenibles. Los jóvenes diseñaron y lideraron proyectos enfocados en la resolución de problemas específicos de sus comunidades en temas de salud, bienestar, educación, entre otros. Los proyectos se encuentran en fase piloto y se presentarán en una feria pública en 2022.

Al cierre de 2021, más de

33.000

personas se beneficiaron por la ejecución de los proyectos desarrollados con América Solidaria

Programa Haciendo Escuela

www.haciendoescuela.com

Como Falabella Financiero somos parte del Programa Haciendo Escuela de Falabella que apoya con formación académica, socioemocional y con accesibilidad digital a más de 81 mil niños en 99 centros educacionales de Chile, Perú y Colombia. El programa es parte de la estrategia de inversión social de la empresa y, para llevarla a cabo, se trabaja en conjunto con los directores de las escuelas, instituciones afines y un equipo multidisciplinario de Falabella. Un eje transversal en esta labor es el programa de voluntariado donde los colaboradores se involucran y participan haciendo uso de horas laborales pagadas por la compañía.

Apoyamos directamente a 74 colegios del programa, aportando con infraestructura, recursos técnicos y horas de voluntariado corporativo. El foco de trabajo escogido es la educación financiera, pero también se incorporan otros tipos de intervenciones.

Específicamente en 2021, seguimos aportando para la mejora en la infraestructura y accesibilidad digital de los colegios, donando tablets e internet. 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. También se realizan, capacitaciones a centros de padres, programas de nivelación escolar y proyectos de intervención artística en las fachadas de los colegios. Durante el año, alcanzamos a impactar a 34 mil personas a través de este programa.

En Chile, en el contexto de la pandemia colaboramos con cada uno de los colegios apadrinados con insumos de higiene y papelería, alimentación para las familias y conectividad para los alumnos. En tanto, en Colombia se entregaron simcards para apoyar la conectividad a internet de niños y niñas y lavamanos portátiles para las instituciones educativas. En Perú ofrecieron clases virtuales sobre temas diversos, como matemáticas para preescolares.

HACIENDO ESCUELA
PROGRAMA FALABELLA

Más de **81 mil**

niños con apoyo de formación académica, socioemocional y con accesibilidad digital

74

centros educacionales de Chile, Perú y Colombia, apoyados por Falabella Financiero

34 mil

personas beneficiadas gracias a este programa

7.2

Aporte al Desarrollo de la Sociedad

Aporte Económico y Donaciones en la Región

El aporte económico de Falabella Financiero y sus unidades de negocios, superó los 1,4 millones de dólares. Del total entregado en el año, 77% se destinó al programa "Haciendo Escuela".

Aporte comunitario (en US$)

Relacionamiento Comunitario

Cabe destacar que en 2021, y como parte de un proyecto de Falabella a nivel corporativo se dieron los primeros pasos para la implementación de planes de relacionamiento comunitario en las instalaciones de Falabella Financiero.

Se realizaron los primeros diagnósticos de línea de base, se mapearon grupos de interés para un grupo de sucursales y se capacitó a gerentes zonales en buenas prácticas de relacionamiento con los vecinos.

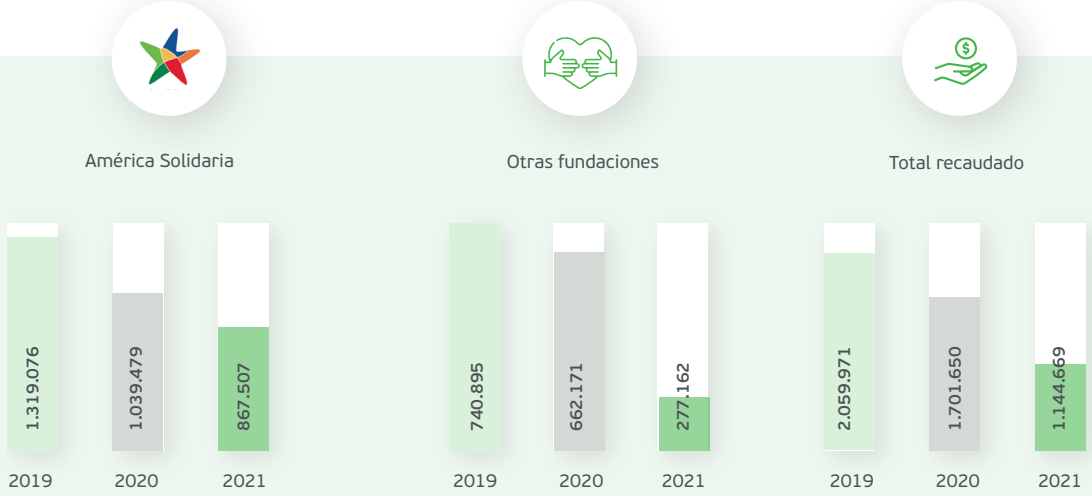
Recaudación para Fundaciones

Desde las distintas unidades de negocio apoyamos la recaudación de fondos a través de la captación de socios para organizaciones sin fines de lucro. Estas campañas se realizan en Chile y Colombia e involucran la entrega de estímulos para los equipos con mejores resultados.

Al cierre de 2021, a nivel regional, y desde que comenzáramos con esta campaña, logramos comprometer a **148 mil socios** para que realicen sus aportes a América Solidaria y **7.320 para otras fundaciones.**

Además de esta recaudación, tanto en Chile como en Colombia, nuestros clientes tienen la opción de canjear sus CMR puntos por una donación a la Fundación América Solidaria.

Total recaudación para fundaciones (USD)



7.3

Aporte al Desarrollo de la Sociedad

Voluntariado Corporativo

Uno de nuestros ejes prioritarios para la generación de impactos positivos en las comunidades donde estamos presentes son las acciones de voluntariado corporativo.

Desde la inducción, promovemos la participación de los colaboradores en actividades sociales en cada uno de los negocios, conscientes de su aporte a la mejora en la cultura organizacional y la promoción de cualidades como la solidaridad y el trabajo en equipo, además del valor que genera para las comunidades impactadas. Para llevar a cabo este voluntariado lo hacemos en conjunto con las alianzas mencionadas anteriormente, además de otras fundaciones que nos prestan apoyo específico en esta materia.

Principales iniciativas de voluntariado corporativo en 2021:

Chile

En Chile contamos con el apoyo de la **ONG Actitud Lab** para la ejecución del programa de voluntariado corporativo específicamente, en la capacitación en educación financiera a los estudiantes de tres escuelas del programa Haciendo Escuela, donde participaron **21 voluntarios**. En materia de voluntariado experto, equipos de marketing de nuestra organización apoyaron a los socios territoriales de la fundación en aspectos de comunicación y marketing. Además, aquellos colaboradores que se integraron a la organización, participaron de voluntariados de inducción, donde se comparten videos educativos a niños y niñas en situación de vulnerabilidad.

Colombia

En Colombia, hacia fines de 2021 pudimos retomar los voluntariados presenciales. Así se realizaron siembras de árboles y embellecimientos de parques infantiles, cercanos a las comunidades con las que se trabaja, además de actividades de integración a través de talleres de cocina para celebrar la Navidad, todas instancias lideradas por colaboradores voluntarios. Por otra parte, se realizaron voluntariados expertos virtuales en temas como manejo de Excel, educación financiera y de apoyo en la participación en el torneo **EdduCity**.

Perú

"Creciendo Juntos" se denominó el programa de voluntariado que Banco y Seguros Falabella implementaron en Perú, en alianza con América Solidaria y los colegios Fe y Alegría. Los colaboradores desarrollan habilidades de liderazgo, comparten sus conocimientos sobre educación financiera, experiencias profesionales y potencian sus habilidades de comunicación, gestión de proyectos, empatía, al mismo tiempo que ayudan a jóvenes de distintas regiones a desarrollar sus proyectos sociales en pro de su comunidad. Gracias a la virtualidad, el programa convocó a más de 300 voluntarios que impactaron a más de 22 mil beneficiarios. El programa también fue reconocido ganando el primer puesto del Premio Metropolitano de la Municipalidad de Lima en la categoría de voluntariado corporativo, consolidándolo como una buena práctica de gran alcance.

México

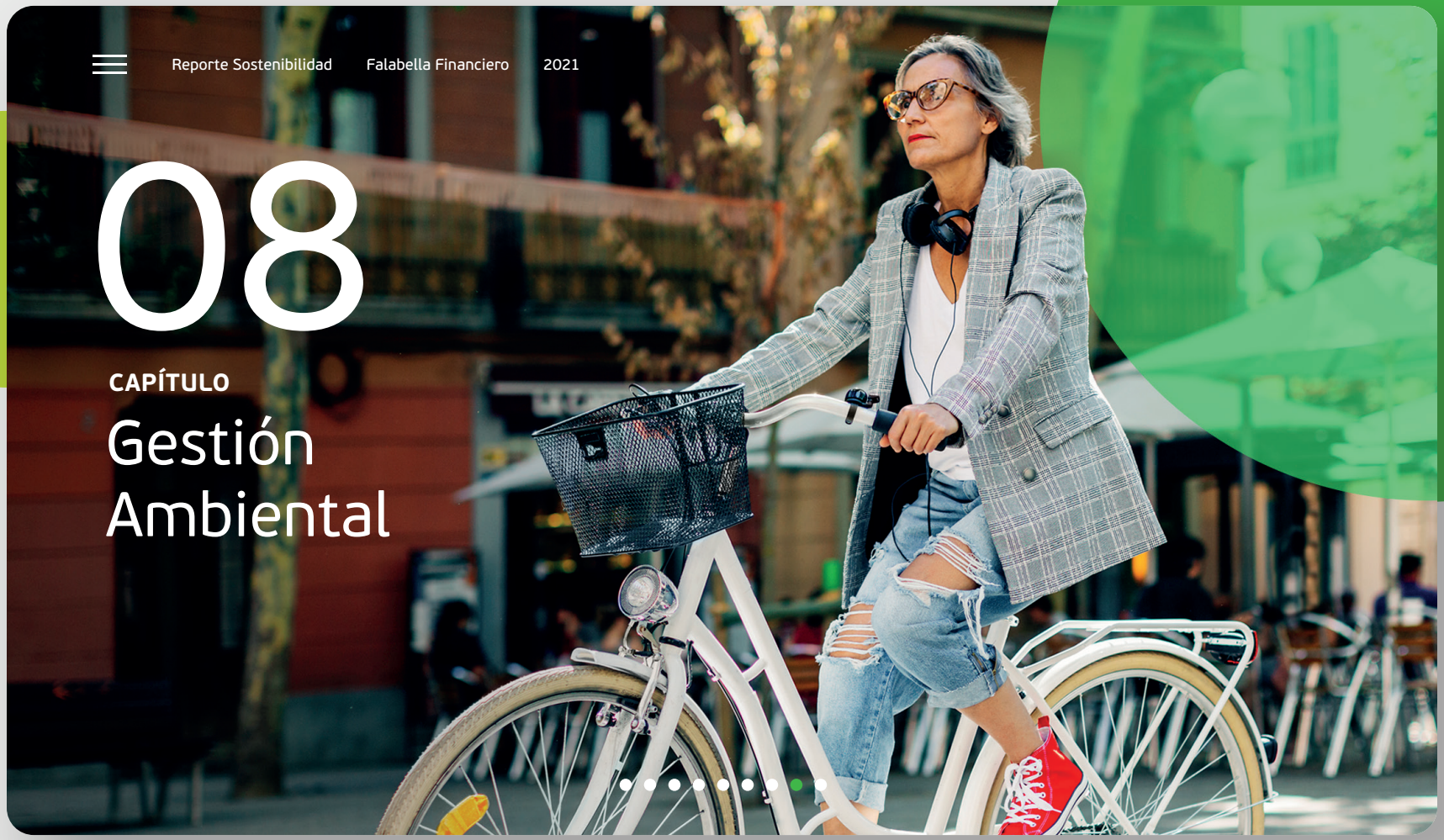
Durante 2021 se realizaron dos activaciones de voluntariados en México: En el marco del programa América Solidaria, se cerró el programa iniciado el año anterior, donde colaboradores de CMR Falabella México leyeron y compartieron virtualmente fábulas con niños y adolescentes del Municipio de Guadalupe, Nueva León. En la misma zona, se originó el proyecto **Accionadores**, también iniciativa de América Solidaria, donde colaboradores de la empresa asesoraron a adolescentes en la búsqueda de soluciones específicas a problemáticas locales. Este programa que culminará en 2022 con una feria de proyectos, contó con la participación de 17 colaboradores.

En conjunto con América Solidaria, organizamos voluntariados corporativos interculturales a nivel regional, donde los voluntarios dictaron talleres para niños y niñas de toda la región, compartiendo los principales aspectos de su cultura local: gastronomía, costumbres típicas, flora y fauna, y cuentos americanos. En 2021 se realizaron 2 voluntariados interculturales a nivel regional que alcanzaron a 212 beneficiarios de los socios territoriales de América Solidaria y contaron con la participación de 68 colaboradores de Falabella Financiero.

15.859
horas de voluntariado en 2021

1,58
horas promedio de voluntariado

5.485
voluntarios participantes



08

CAPÍTULO

Gestión Ambiental

Gestión Ambiental

Estamos comprometidos con el cuidado y respeto del medioambiente y, por ello, desarrollamos nuestra actividad, buscando reducir los impactos adversos en el entorno.

Bajo esta premisa, en 2021 se decidió dar inicio al monitoreo más preciso de los impactos ambientales de nuestra operación. Con el objetivo de dar impulso a esta actividad, en Chile, se conformó una mesa ambiental, en la que 20 colaboradores voluntarios de las distintas áreas de Falabella Financiero, discuten proyectos, validan prioridades y proponen instancias para concientizar al resto de los equipos. En 2021 sesionó en cinco oportunidades.

En el período, se realizaron mediciones iniciales, que servirán como diagnóstico inicial y como orientación para el desarrollo de planes de acción.

8.1

Gestión Ambiental

Compromiso con el Cambio Climático

Estamos conscientes del riesgo que implica el cambio climático para el planeta y para la sociedad. Desde Falabella Financiero, dimos el primer paso en este camino, realizando el diagnóstico de nuestro impacto y, por primera vez, medimos la huella de carbono corporativa, incluyendo tanto las emisiones directas como indirectas provenientes de las operaciones de Falabella Financiero en Chile, Perú y Colombia.

Esta herramienta nos permitirá diseñar nuestra hoja de ruta para combatir el cambio climático. En este sentido, nuestra principal iniciativa se vinculará con la continuidad de la digitalización de procesos, dado que más del 65% de nuestra huella corresponde a las emisiones generadas por el transporte de nuestros clientes a las sucursales.

Por otro lado, en Chile, se realizó por primera vez la semana "eco", donde en el ecosistema Falabella se ofrecían descuentos en productos ecológicos comprados a través de la tarjeta CMR Falabella o de débito de Banco Falabella.

Las primeras iniciativas implementadas a partir de la medición de las emisiones, fueron el recambio a iluminación LED tanto en las oficinas centrales como en sucursales y el cambio de los equipos de clima a inverter, generándose un ahorro de energía eléctrica de entre un 35 y un 40% aproximadamente.

Asimismo, en 2021 se comenzó a diseñar nuestra primera sucursal LEED[1], estándar de construcción sostenible reconocido a nivel internacional que certifica las prácticas de edificación ecoeficientes. Esperamos poder expandir este modelo a los futuros proyectos.

• ALCANCE	Chile		Colombia		Perú		Consolidado	
	2021		2021		2021		2021	
	tCO_2eq	%	tCO_2eq	%	tCO_2eq	%	tCO_2eq	%
Alcance 1*	130	1%	463	3%	32	1%	625	2%
Alcance 2*	1.830	15%	547	4%	453	10%	2.830	9%
Alcance 3*	10.193	84%	13.105	93%	4.048	89%	27.346	89%
Total de emisiones de GEI	12.153	100%	14.115	100%	4.534	100%	30.802	100%

1. Energy in Enviromental Design

**Alcance 1: conjunto de emisiones directas que son producidas por fuentes propias o controladas.*

**Alcance 2: conjunto de emisiones indirectas derivadas del consumo de energía.*

**Alcance 3: el resto de las emisiones indirectas que son consecuencia de la actividad.*

8.2

Gestión Ambiental

Compromiso con la Reducción de Residuos

Durante 2021, en Chile, realizamos el primer diagnóstico de los residuos que generamos en las oficinas centrales. Este diagnóstico, realizado en conjunto con la empresa Triciclos, nos entregó la primera aproximación sobre la cantidad de residuos generados y cómo estos se distribuyen, además de ser una valiosa herramienta para la generación de conocimientos y compromisos de parte de nuestros colaboradores con el reciclaje y la disminución de desechos.

Los principales resultados fueron:

4.747 kg
De residuos generados por mes

→

2,68 kg
De residuos generados en promedio por colaborador y por mes

29%
Residuos Reciclables

23%
Residuos Orgánicos

48%
Residuos no Reciclables

A partir del diagnóstico, se comenzó a trabajar en un plan de reducción, reutilización, y reciclaje de residuos y se dió inicio a nuestro camino para convertirnos en una empresa "cero basura".

- En materia de reciclaje, se implementaron políticas de separación de residuos y medidas para el reciclaje de productos tales como papeles, latas y vidrio en cada uno de los pisos de las oficinas centrales. Para su efectiva implementación, se realizaron sesiones de sensibilización y capacitación a los colaboradores. En el periodo septiembre-diciembre de 2021 se alcanzaron a reciclar 1.086 kgs de residuos, evitando su disposición en rellenos sanitarios.

- Se iniciaron los pilotos para la segregación de residuos orgánicos en casa matriz y a partir de 2022 se darán los primeros pasos para extender el reciclaje hacia las sucursales.

- Comenzamos a incorporar variables ambientales en las bases de licitación y en la política de compras. Este ejercicio tiene como objetivo comenzar a involucrar a toda nuestra cadena de valor en la gestión ambiental responsable.

- Desde 2018, y en el marco de nuestro plan de digitalización, comenzamos a implementar el proyecto Paperless, disminuyendo cada año la cantidad de papel impreso utilizado. Año a año reconvertimos nuestros procesos para transformarnos en un banco digital, generando importantes ahorros en este recurso.

- En 2021 en Chile, comenzamos a recuperar los residuos generados en el desarme de sucursales y materiales acumulados en bodega. Durante este período se cerraron 18 sucursales, recuperando cerca de 20 toneladas de residuos, tratados en las plantas de DEGRAF.

- A partir de campañas comenzamos a disminuir las cartolas impresas de cuenta corriente y estados de cuenta de tarjetas de crédito, invitando a nuestros clientes a ser parte de estas campañas de cuidado ambiental.

% Estados de Cuenta Digitales

Banco Falabella

Chile

Perú

Colombia

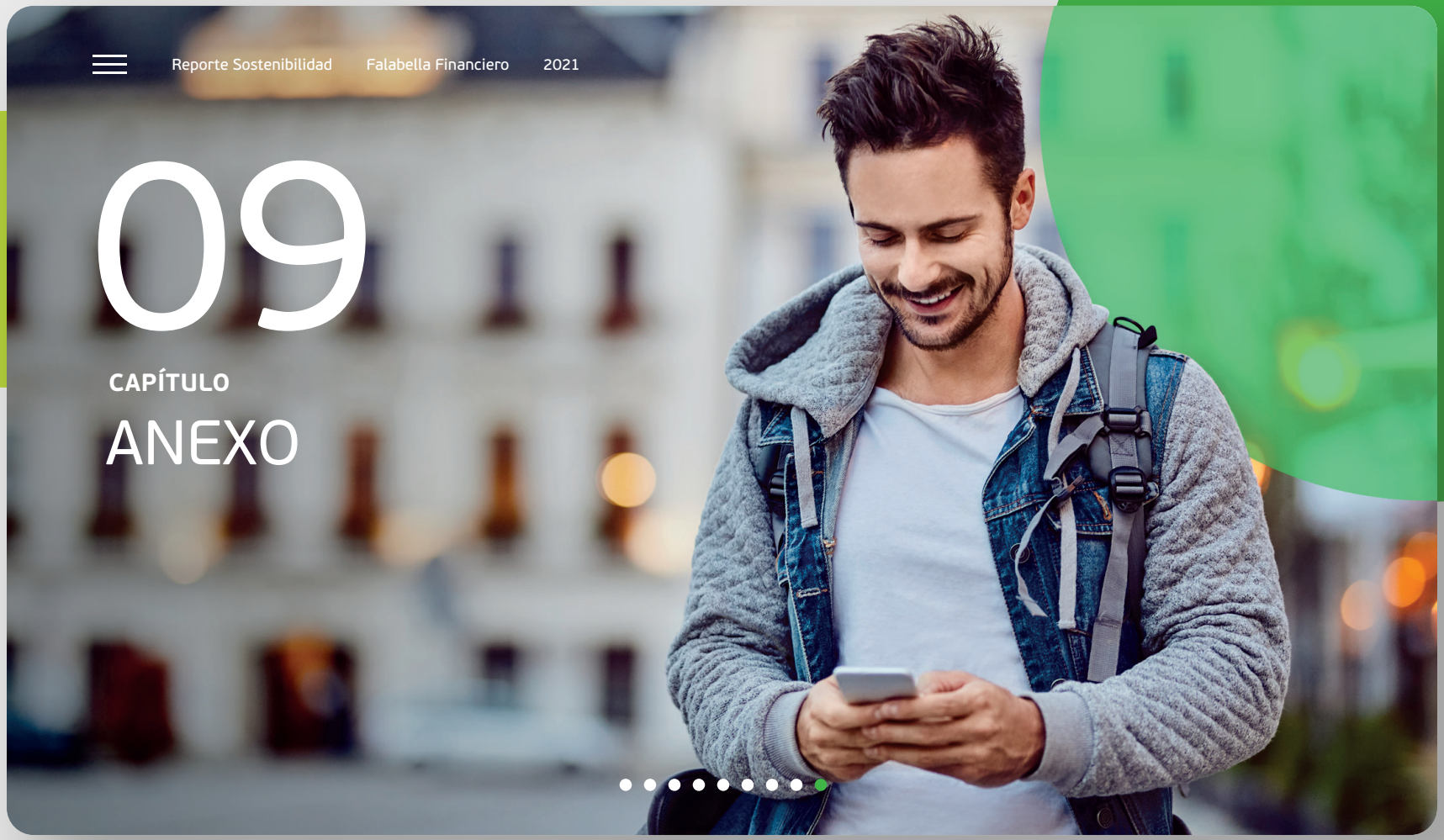
CMR Falabella

México

09

CAPÍTULO

ANEXO



9.1

Anexos

Acerca de este Reporte de Sostenibilidad

Este Reporte de Sostenibilidad se ha elaborado de conformidad con la opción esencial de los Estándares del Global Reporting Initiative, GRI, en su versión 2016.

Como Falabella Financiero comenzamos hace 12 años a publicar de forma anual, reportes de sostenibilidad que dan cuenta de nuestra gestión económica, ambiental y social. El propósito de este documento es transparentar hacia nuestros grupos de interés los principales logros, desafíos y lecciones aprendidas que vamos adquiriendo en el proceso de ser una organización cada vez más sostenible.

Este documento se transforma en un resumen de nuestros principales impactos positivos y negativos en favor del desarrollo sostenible. En esta oportunidad presentamos la gestión referente al año 2021 de Banco Falabella, Seguros Falabella, FPay y CMR Puntos en Chile, Perú, Colombia y México, concentrándonos en aquellos temas más relevantes o materiales de nuestra gestión.

El proceso de elaboración estuvo liderado por la Subgerencia de Sostenibilidad de Falabella Financiero, encargada de compilar y consolidar los datos de cada uno de los negocios. El documento fue validado internamente por la Gerencia Corporativa de Gestión y Sostenibilidad.

¿Cómo elaboramos este Reporte?

- El estándar Global Reporting Initiative (GRI) propone principios que orientan el proceso de definición de contenidos del reporte: Exhaustividad, Materialidad, Inclusión de Grupos de Interés y Contexto de Sostenibilidad. Todos ellos fueron contemplados para la edición de este documento.

- Para ello, se analizaron, por una parte, los aspectos materiales reportados en ejercicios anteriores, los objetivos estratégicos de Falabella Financiero y de cada una de las unidades de negocios y los principales acontecimientos del año. Se realizaron complementariamente, entrevistas a los ejecutivos principales de la organización y a los líderes de sostenibilidad de cada uno de los países.

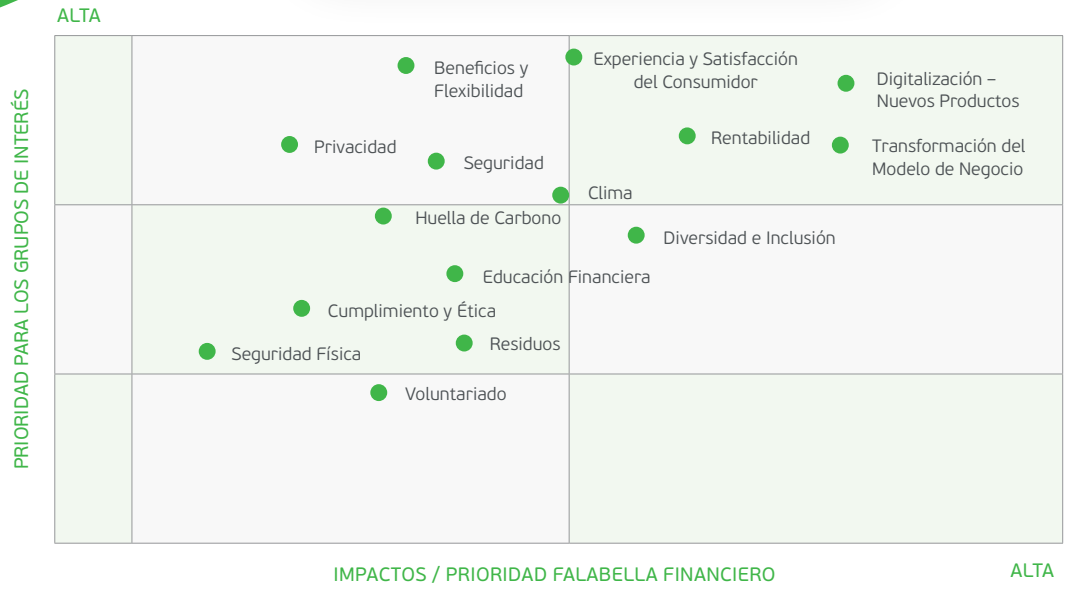
- Además, se tomaron como referencia las prioridades estratégicas de sostenibilidad y requerimientos de Falabella así como los resultados de una encuesta anual específica que el grupo realizó a clientes de nuestra organización. (71 respuestas).

- También se incorporaron los resultados de las encuestas anuales de engagement realizados a colaboradores de Falabella Financiero, además del análisis de prensa local y regional.

- El resultado del proceso de materialidad se presenta en la tabla de la página 85.

- En esta ocasión decidimos no verificar este Reporte de Sostenibilidad con una entidad externa.

Matriz de Materialidad 2021



Contacto

Cualquier duda respecto de los contenidos de este reporte o requerimiento de más antecedentes se puede solicitar a:

Camila Aguirre F.

Subgerente Corporativo de Sostenibilidad de Falabella Financiero

cgaguirre@falabella.cl

9.2

Anexos

Indíce de Contenidos GRI

GRI 102:	CONTENIDOS GENERALES	Página
102-1	Nombre de la organización	10
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	14
102-3	Ubicación de la sede	10
102-4	Ubicación de las operaciones	10
102-5	Propiedad y forma jurídica	10
102-6	Mercados servidos	10
102-7	Tamaño de la organización	6
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	41
102-9	Cadena de suministro	22
102-10	Cambios significativos en la organización	-
102-11	Principio o enfoque de precaución	23
102-12	Iniciativas externas	69
102-13	Afiliación a asociaciones	-
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsable de la toma de decisiones	3
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	11
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	24
102-18	Estructura de gobernanza	16
102-19	Delegación de autoridad	16
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	17

GRI 102:	CONTENIDOS GENERALES	Página
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	16
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	16
102-40	Lista de grupos de interés	22
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	57
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	22
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	22
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	22
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	84
102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas de cada tema	84
102-47	Lista de temas materiales	85
102-48	Reexpresión de la información	-
102-49	Cambios en la elaboración del informe	-
102-50	Período objetivo del informe	84
102-51	Fecha del último informe	84
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	85
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	84
102-55	Índices de contenidos GRI	86
102-56	Verificación externa	-

Tema Material GRI	Estándar	Enfoque de Gestión	Contenido Especifico GRI	Página
Anticorrupción	**GRI 205- 2016:** Anticorrupción	23	**205-2:** Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	24
Cambio Climático	**GRI 305- 2016:** Emisiones	80	**305-1:** Emisiones directas de GEI (alcance 1)	80
			305-2: Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	80
			305-3: Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	80
Desempeño económico	**GRI 201- 2016:** Desempeño Económico	8	**201-1:** Valor económico directo generado y distribuido	8
Empleo	**GRI 401- 2016:** Empleo	41	**401-1**: Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	43
			401-2: Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	56
Formación y enseñanza	**GRI 404- 2016:** Formación y enseñanza	50	**404-1:** Media de horas de formación al año por empleado	53
			404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	53
Diversidad e Igualdad de oportunidades	**GRI 405- 2016:** Diversidad e igualdad de oportunidades	58	**405-1:** Diversidad en órganos de gobierno y empleados	58
Comunidades locales	**GRI 413- 2016:** Comunidades locales	68	**413-1:** Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	68
Privacidad del cliente	**GRI 418- 2016:** Privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	36	**418-1:** Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	36
Residuos	**GRI 306– 2020:** Residuos	81	**306-3:** Residuos generados	81

Otros temas materiales	Enfoque de gestión	Indicadores internos	Página
Educación Financiera	62	# Capacitados en educación financiera	63
		# Participantes del Torneo	
		# Visitas a la web Eddu	
Voluntariado	75	# Voluntarios participantes	75
		# Horas de voluntariado	
Gestión de reclamos	37	Reclamos por cada 10.000 atenciones	37
Seguridad de la información	23	Iniciativas implementadas en Ciberseguridad	23
Satisfacción de clientes	37	Net Promote Score (NPS ®)	37
Accesibilidad e inclusión	62	# De proyectos de inclusión financiera	62
Digitalización	20	# Apps activas	6
		% Ventas de crédito, abierta online	
Clima organizacional	55	% Colaboradores que opinan que Falabella Financiero es un buen lugar para trabajar	55

2021
Reporte Sostenibilidad

Falabella Financiero

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