



2017

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Falabella Financiero





REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2017

>> www.falabellafinanciero-reporte2017.cl



ENTRAR 

≡ CONTENIDOS



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Falabella Financiero 2017



P. **04**

CARTA DEL
GERENTE GENERAL ▾



P. **07**

MODELO DE
GESTIÓN ▾



P. **27**

DESEMPEÑO
ECONÓMICO ▾



P. **32**

APASIONADOS
POR NUESTROS
CLIENTES ▾



P. **45**

EDUCACIÓN
FINANCIERA ▾



P. **51**

COLABORADORES
COMPROMETIDOS ▾



P. **70**

NUESTRO APORTE
A LA REGIÓN ▾



P. **86**

ACERCA DE ESTE
REPORTE ▾

VER MÁS →

CARTA DEL GERENTE GENERAL

"La digitalización ha permitido adaptarnos a las transformaciones tecnológicas y mejorar la experiencia y calidad de atención"



Estimados lectores,

En Falabella Financiero estamos permanentemente adecuándonos a las necesidades de nuestros clientes y evolucionando junto a sus demandas para entregarles un servicio cada vez más personalizado. Ese es el sello que hemos impuesto en cada uno de los países donde tenemos presencia (Chile, Argentina, Perú, Colombia y México) a fin de construir relaciones de largo plazo.

La **digitalización** nos ha permitido avanzar en este camino y adaptar nuestra propuesta de valor, mejorando la experiencia de los clientes y ofreciéndoles productos y servicios basados en la transparencia, conveniencia y simplicidad.

A través de la "Digital Factory", unidad que creamos en 2016, hemos profundizado el desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas y funcionalidades en todas nuestras unidades de negocio (CMR Falabella, Banco Falabella, Seguros Falabella y Viajes Falabella). Entre los principales avances de esta "fábrica digital" destaca el desarrollo de apps, webs y kioskos, además

de mejoras en las plataformas web de nuestras tiendas a través de Quickpay, nuestro botón de pago. Al cierre de 2017 todas las empresas Falabella en Chile operaban con esta tecnología para el pago en línea con tarjetas de crédito y débito.

A lo anterior se suma la implementación de Lía, nuestra asistente virtual en Chile y Colombia, con más de 800 mil interacciones con clientes, alcanzando altos niveles de satisfacción (NPS: 84%). Junto con ello, hemos facilitado la entrega de productos, haciendo de éste un proceso simple y digital. Así, por ejemplo, Banco Falabella Chile se convirtió en el primero del mercado nacional en ofrecer la apertura de cuenta corriente 100% online.

En línea con nuestro objetivo de profundizar el proceso de digitalización, en 2017 también dimos otro importante paso: lanzamos nuestro segundo Centro Financiero Digital en el centro de Santiago. El 100% de las atenciones se realizan en plataformas digitales, donde los usuarios pueden encontrar cajeros automáticos multifuncionales con uso de huella digital para evitar fraudes, una

máquina que permite a los clientes CMR imprimir su tarjeta en solo minutos y un sector acondicionado para experimentar destinos de Viajes Falabella a través de realidad virtual.

Para entregar servicios más simples e intuitivos hemos realizado trabajos asociativos con startups. De esta manera, desarrollamos nuestro primer Demo Day en Chile, encuentro que convocó a emprendedores chilenos e internacionales, con el fin de encontrar las mejores soluciones tecnológicas para nuestros clientes. Además, realizamos alianzas con distintas fintechs como GogoNogo, empresa experta en ciberseguridad que permite la configuración de reglas para el uso de tarjetas, y PSE Pagos, que desarrolla herramientas para el pago de estados de cuenta en la app.

La recepción de los clientes a estas innovaciones dan cuenta de que vamos por el camino correcto: cerramos 2017 con más de 1.800.000 usuarios digitales (webs y apps) y más de 800.000 apps activas en la región.

Durante el año seguimos **reforzando nuestra presencia internacional**. CMR debutó en el mercado mexicano, con la emisión de las primeras tarjetas Falabella-Soriana. Asimismo, concretamos la compra de la cartera de Soriban, con lo cual cerramos el periodo con un stock de más de 150.000 tarjetas activas. Además, ampliamos nuestra red de atención en el país azteca, llegando a 40 sucursales.

Colombia fue otro de los mercados donde consolidamos nuestra presencia, gracias a la alianza de Banco Falabella con Makro, uno de los principales supermercados mayoristas del país. En 2017 abrimos 18 nuevas oficinas y emitimos más de 8.000 tarjetas CMR-Makro, poniendo a disposición del mercado una oferta financiera atractiva, además de la entrega de múltiples beneficios.

En 2017 alcanzamos una cartera consolidada de colocaciones cercana a los US\$ 7.600 millones. En Banco Falabella, las cuentas corrientes crecieron 11% y las cuentas vista un 18%, superando los 2,3 millones de cuentas pasivas en la región. A su vez, alcanzamos más de 6,2 millones de tarjetas CMR activas.

Reafirmando nuestro compromiso con las comunidades donde trabajamos y conscientes de la importancia de la **educación financiera**, profundizamos programas y actividades dirigidos a nuestros clientes, niños, colaboradores y público en general. Este

trabajo lo hicimos a través de nuestro programa "Eddu" que, a través de consejos didácticos y simples, busca transmitir la importancia de educarse en la administración de las finanzas personales. Tal ha sido su éxito que en 2017 lanzamos el programa en Colombia y Argentina, ampliando su presencia. Además, continuamos con el torneo de educación financiera, que en todas sus versiones ha beneficiado a más de 7.000 estudiantes del Programa Haciendo Escuela en la región.

En materia de proyectos sociales, reforzamos nuestra alianza con América Solidaria, fundación con la cual cumplimos cuatro años de trabajo conjunto para el desarrollo de acciones que contribuyen a la igualdad de oportunidades y la superación de la pobreza infantil en el continente.

Los logros alcanzados y el crecimiento de nuestra compañía han sido posibles gracias a la pasión, motivación y dedicación con el que cada uno de nuestros colaboradores realiza su labor. Por eso, junto con continuar con nuestras iniciativas de liderazgo, movilidad interna y capacitaciones, en 2017 lanzamos el programa "Beneficios Flexibles", el cual busca que todos nuestros colaboradores puedan conciliar de mejor manera su vida personal y profesional.

A través de nuestra **cultura organizacional** propiciamos el desarrollo de modelos de trabajo colaborativos; además de promover la creación de talentos y la formación de equipos multidisciplinares.

Tenemos la convicción que seguiremos creciendo de manera sostenible, fortaleciendo nuestro liderazgo en la región y potenciando nuestra propuesta de valor al servicio de nuestros clientes.

Afectuosamente,
Gaston Bottazzini



Modelo de Gestión

CAPÍTULO 01



- ¿Quiénes Somos? •
- Presencia Regional •
- Nuestra Propuesta de Valor •
- Misión y Visión •
- Nuestras Unidades de Negocio •
- Gobierno Corporativo •
- Principales Indicadores •
- Estrategia de Sostenibilidad •
- Compromisos 2017 y Nuevos Desafíos •



¿QUIÉNES SOMOS?

OPERAMOS EN CINCO PAÍSES:
CONSTITUYÉNDONOS ASÍ EN UN
ACTOR CLAVE EN EL DESARROLLO Y
EMPLEO A NIVEL REGIONAL.



Falabella Inversiones Financieras S.A. (en adelante Falabella Financiero) es la filial del Grupo Falabella¹ dedicada principalmente a los negocios de retail financiero.

Las operaciones de Falabella Financiero son realizadas a través de las siguientes empresas: Promotora CMR Falabella S.A. (CMR Falabella), Banco Falabella, Seguros Falabella Corredores Limitada (Seguros Falabella), Viajes Falabella Limitada (Viajes Falabella), CF Seguros de Vida S.A. (sólo opera en Chile), y Sociedad de Facilidades Multirotativas (Falabella Soriana) así como sus filiales. Estas compañías operan en cinco países: Chile, Perú, Colombia, Argentina y México, constituyéndonos así en un actor clave en el desarrollo y empleo a nivel regional, buscando entregar productos y servicios que

contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población, a través de las sinergias que se generan en la oferta de nuestras diferentes unidades de negocio.

Por su parte, CMR Falabella S.A. y Banco Falabella Chile, son sociedades anónimas, cuyo accionista mayoritario es Falabella Financiero, con un 99,9 % y 99,99996667% de las acciones respectivamente. CF Seguros de Vida S.A. es propiedad en un 90% de Falabella Inversiones Financieras S.A. y en un 10% de BNP Paribas Cardif Seguros de Vida S.A. Asimismo, Banco Falabella Colombia cuenta con otro accionista relevante, al disponer el Grupo Corona del 35% de la propiedad. Las restantes unidades de negocio, en los diferentes países, son sociedades de responsabilidad limitada, que

pertenecen de manera directa e indirecta a Falabella Financiero.

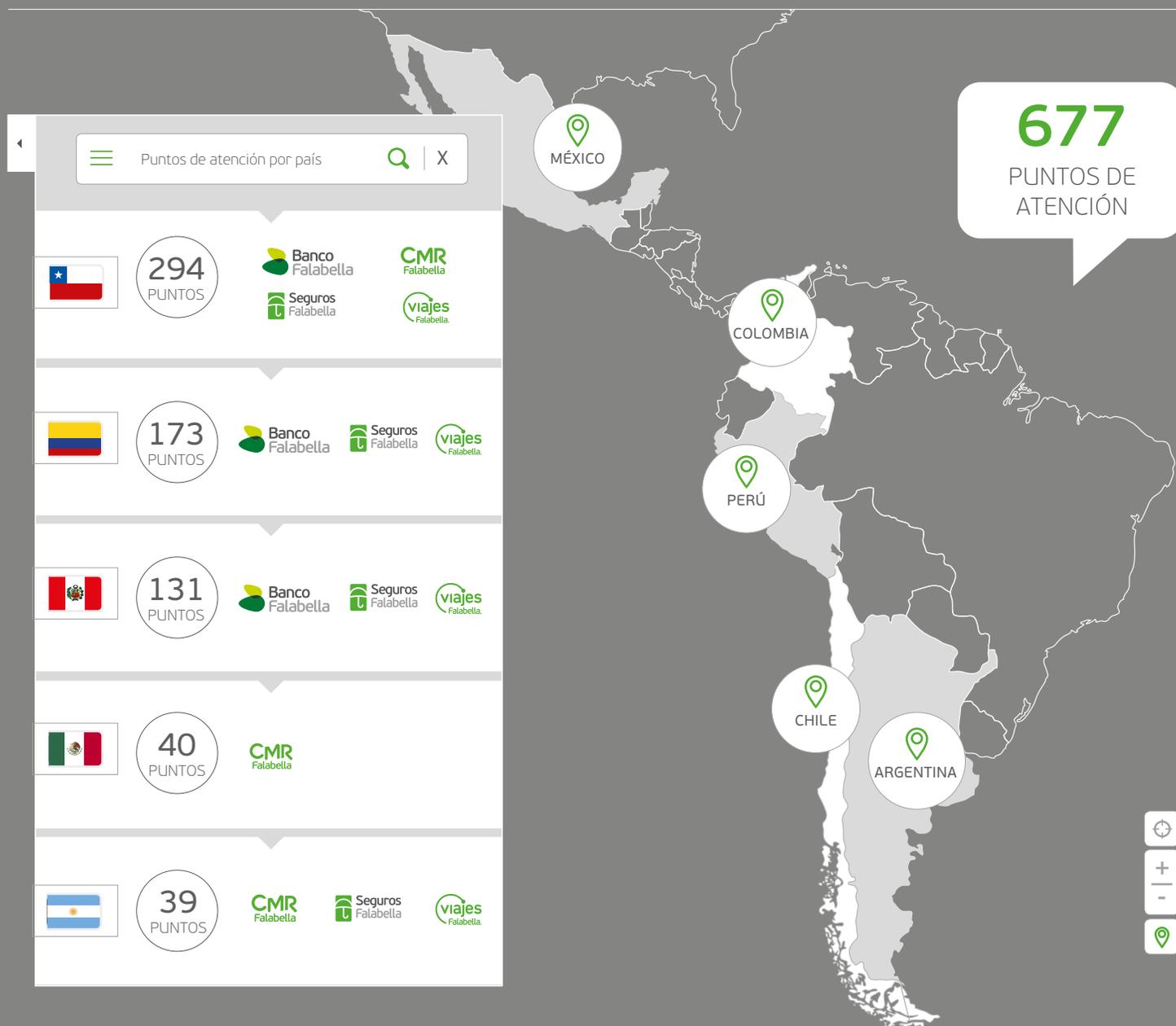


Operamos en
5 PAÍSES
CHILE, PERÚ, COLOMBIA,
ARGENTINA Y MÉXICO

1. Sociedad Anónima Comercial e Industrial Falabella (S.A.C.I. Falabella)

PRESENCIA REGIONAL

Países TODOS



Puntos de atención por país

	294 PUNTOS	Banco Falabella	Seguros Falabella	CMR Falabella	viajes Falabella
	173 PUNTOS	Banco Falabella	Seguros Falabella	viajes Falabella	
	131 PUNTOS	Banco Falabella	Seguros Falabella	viajes Falabella	
	40 PUNTOS	CMR Falabella			
	39 PUNTOS	CMR Falabella	Seguros Falabella	viajes Falabella	

PUNTOS DE ATENCIÓN

PAÍS	CMR Falabella	Banco Falabella	Seguros Falabella	viajes Falabella
» Chile	102	98	55	39
» Perú	--	77	41	13
» Colombia		86	64	23
» Argentina	18	--	11	10
» México	40			

VER MÁS →

NUESTRA PROPUESTA DE VALOR

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

TRANSPARENCIA

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

CONVENIENCIA

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

SIMPLICIDAD

En la aproximación y 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.



NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

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

VISIÓN

[VER SIGUIENTE](#) ↓

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

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

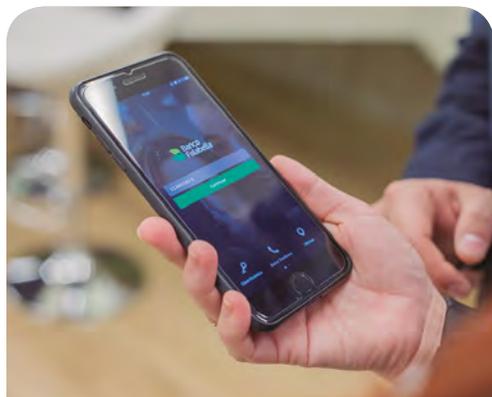
Atraer, desarrollar y motivar un equipo de excelencia, **comprometido, colaborativo y apasionado por los clientes.**

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

[VER MÁS](#) →

NUESTRAS UNIDADES DE NEGOCIO

Unidades de Negocios en la Región | X



2,3 MILLONES
CUENTAS CORRIENTE Y VISTA
EN LA REGIÓN



Con apenas 19 años de vida, se ha consolidado como una entidad integral de personas, que tiene una cercanía especial con el cliente gracias a su sinergia con el retail. Con más de 382.915 clientes de cuenta corriente, Banco Falabella se ha convertido en el quinto actor en Chile. A nivel regional, en tanto, cerró el año con más de 2,3 millones de cuentas corriente y vista, un 11% y 18%, respectivamente superior al 2016.

Consciente de las crecientes demandas de los usuarios, actualmente su foco está en potenciar los canales de atención digital y en avanzar hacia la omnicanalidad bancaria.

Opera en Chile, Perú y Colombia.



MÁS DE 6,2 MILLONES
DE TARJETAS ACTIVAS
EN LA REGIÓN



Con 37 años de historia, es el mayor emisor de tarjetas de crédito en Chile y Perú y uno de los principales a nivel regional.

Desde sus inicios busca satisfacer las necesidades y demandas de sus clientes a través de un sistema de pago cómodo y flexible, para lo cual está permanentemente innovando y reinventando sus productos y servicios. Lo anterior, lo acompaña de beneficios altamente valorados, como el programa de fidelización CMR puntos, que permite acumular puntaje por compras realizadas en locales dentro y fuera del Grupo.

Opera en Chile, Argentina y, desde 2017, en México, gracias a la asociación con la supermercadista Soriana. También está presente en Perú y Colombia a través de Banco Falabella.



MÁS DE **12** MILLONES
DE CLIENTES



Mediante la entrega de un servicio personalizado, flexible y a la medida de las necesidades de sus clientes, en sus 20 años de historia Seguros Falabella ha consolidado su liderazgo en la industria de las corredoras de seguros.

Pone a disposición de sus clientes la mejor oferta y la más amplia gama de compañías aseguradoras, entregando las mejores alternativas en un solo lugar, de forma fácil y segura.



431.000
PASAJEROS TRANSPORTADOS



En sus 20 años de historia, se ha destacado por innovar y entregar un servicio de excelencia que combina calidad y conveniencia, transformándose en una de las agencias de viajes con mayor crecimiento en los últimos años.

Con presencia en Chile, Perú, Colombia y Argentina, Viajes Falabella cuenta con 39 sucursales en Chile y 85 oficinas a nivel regional, posicionándose entre los principales actores de la industria.

GOBIERNO CORPORATIVO

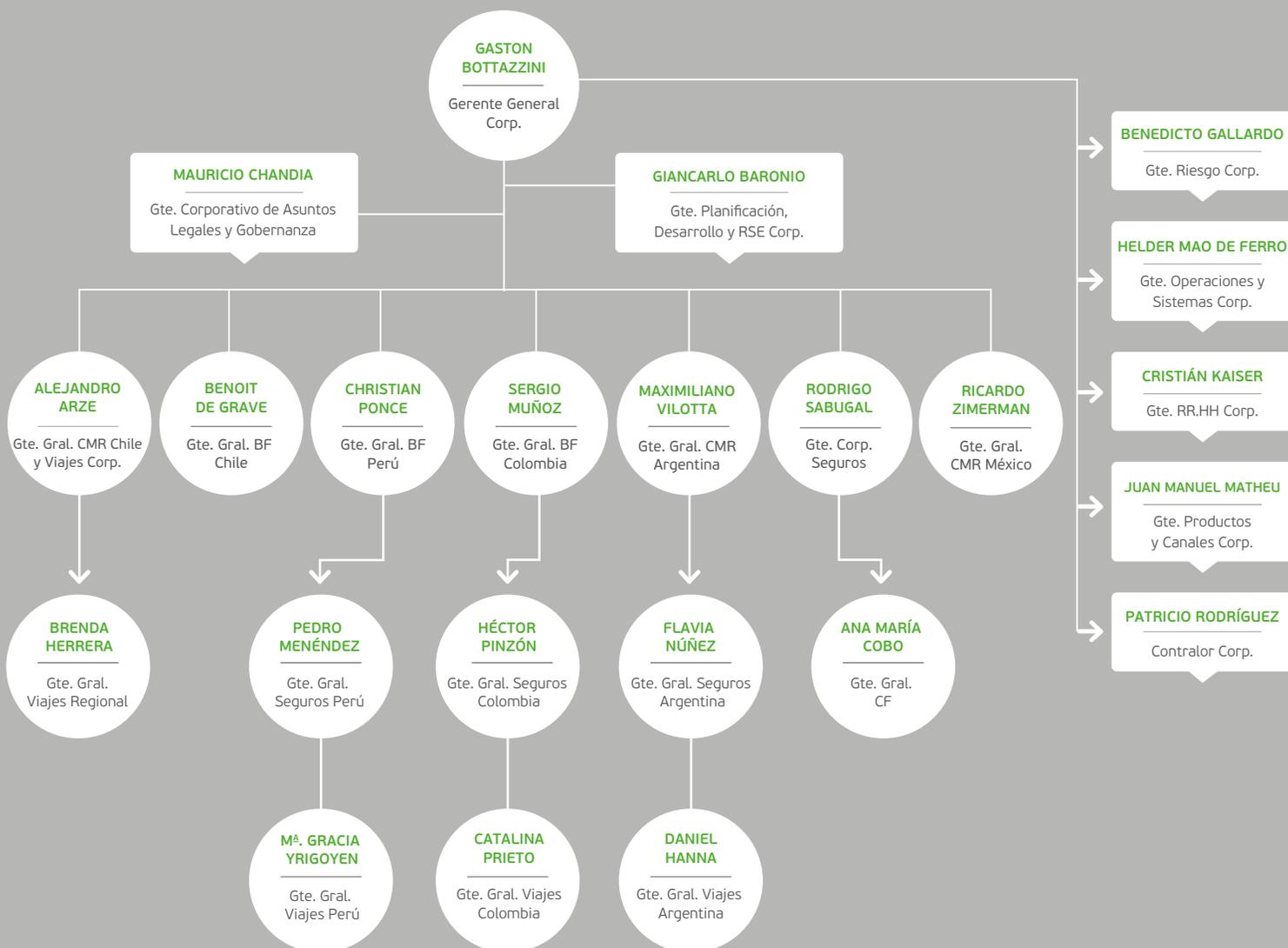


El Directorio de Falabella Financiero es el máximo órgano de gobierno y quien establece los focos estratégicos del negocio y los lineamientos generales de actuación. Lo componen nueve integrantes, escogidos por sus cualidades profesionales y vasta trayectoria, con mandato renovable de 3 años, y designados en la Junta de Accionistas. Ninguno de los directores desempeña cargos ejecutivos dentro de la compañía, y la antigüedad promedio se mantiene en los 3 años. El Directorio sesiona mensualmente, y su funcionamiento se encuentra establecido en los Estatutos de

Falabella Financiero (formalmente Falabella Inversiones Financieras S.A.), además de la normativa legal correspondiente. En estas sesiones se analizan los indicadores de gestión, los riesgos, el contexto y la situación de las distintas unidades de negocio en los diferentes países. Anualmente, los principales resultados de la gestión de la compañía son presentados por el Directorio en la Junta de Accionistas. Por su parte, Banco Falabella Chile, Perú y Colombia, y CMR Falabella Chile, son sociedades anónimas y por ello cuentan con sus propios Directorios, que se rigen por los estatutos y el manual de gobierno

corporativo respectivo, así como por la legislación local pertinente.

Además de los Directorios, desde 2015 se implementaron Comités de Auditoría en todas las empresas de Falabella Financiero. En cada uno, participan miembros del Directorio y de la Administración, el auditor interno del Grupo y el auditor interno de la unidad. En tales Comités, se monitorea la efectividad del sistema de control interno contable y se supervisa la integridad de la información contenida en los estados financieros



CAMBIOS GERENCIALES: FORTALECIENDO NUESTRO DESARROLLO REGIONAL

Con el fin de continuar fortaleciendo el crecimiento de Falabella Financiero, potenciar el desarrollo digital y enriquecer la interacción con nuestros clientes, en septiembre de 2017 realizamos una serie de cambios en gerencias claves de nuestras áreas de negocios.

Así, el ex gerente general de Banco Falabella Chile, Juan Manuel Matheu asumió la gerencia comercial corporativa, posición desde la cual está a cargo de potenciar el área de Productos

y Canales en beneficio de nuestros clientes en Chile, Perú, Argentina, Colombia y México.

Por su parte, Benoit de Grave asumió la gerencia general de Banco Falabella Chile y Rodrigo Sabugal, la gerencia corporativa de Seguros Falabella. En tanto, Brenda Herrera asumió el liderazgo de Viajes Falabella a nivel regional.



GOBIERNO CORPORATIVO EN CF SEGUROS

Desde su creación, esta sociedad anónima, dando cumplimiento a las exigencias de la Superintendencia de Valores y Seguros, posee una estructura de Gobierno Corporativo y un Sistema de Gestión de Riesgo robusto, con miras a asegurar una correcta gestión de sus riesgos. Con este mismo fin, en 2017 se implementaron nuevas prácticas de gestión: se capacitó a la alta administración en prácticas de gobierno corporativo, proceso realizado por la Asociación de Aseguradores, se realizaron autoevaluaciones a nivel de Directorio y de la alta administración en torno a las exigencias de la Norma de Carácter General N° 309 y se realizaron presentaciones específicas a los directores sobre aspectos tributarios.



FORTALECIMIENTO DE LOS CONTROLES INTERNOS

En el marco del proceso de fortalecimiento de la función de Auditoría Interna, durante 2017 se continuó reforzando el equipo, en particular para el control de los procesos vinculados con la digitalización y la creación de nuevas soluciones. En este sentido y particularmente en la Digital Factory, se creó un Comité de Seguridad de la Información que velará por la adecuada gestión de los datos en estos proyectos. Cabe recordar que cada una de las unidades de negocio cuenta con un equipo interno de auditoría interna, que sigue los lineamientos generales del equipo corporativo. Asimismo, el área corporativa, rinde cuentas dos veces al año al Directorio de Falabella Financiero. En México, durante este año se puso en funcionamiento el área de Auditoría Interna.

Con el ánimo de promover la transparencia y el adecuado flujo de información para la toma de decisiones, se realizan reuniones específicas entre los auditores externos e internos, y el Directorio de Falabella Financiero o los Directorios de las unidades de negocios.

Otra de las medidas implementadas para el robustecimiento de los sistemas de control interno fue la incorporación de “machine learning” en los procesos corporativos de auditoría. Se trata de una herramienta que permite que los computadores aprendan sin ser expresamente programados. Estos aprendizajes permiten identificar patrones y elaborar estadísticas, convirtiendo los datos en predicciones y por lo tanto, generando resultados de gran utilidad para el proceso de auditoría. Durante el año se iniciaron los pilotos en las unidades de tarjetas y banco y comenzará en 2018 el piloto en los demás negocios.

ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN

Como parte del Grupo Falabella, nos sentimos orgullosos de contar, a partir de 2017, con las nuevas directrices corporativas en materia de gestión ética. A nivel Grupo, se lanzó un nuevo estándar ético de aplicación a todas las filiales. El estándar fue aprobado por el Directorio y la campaña de difusión masiva se realizará durante 2018. Por otra parte, y en reemplazo de todos los canales de denuncia



CONTAMOS CON NUEVAS
DIRECTRICES CORPORATIVAS EN
MATERIA DE GESTIÓN ÉTICA

ACTUALIZAMOS CONSTANTEMENTE
EL MODELO DE PREVENCIÓN DE
DELITOS EN LOS NEGOCIOS

LANZAMOS LA CAMPAÑA
ANTISOBORNO "YO JUEGO
LIMPIO"



o canales éticos existentes al interior de las empresas del Grupo, se creó el Canal de Integridad, herramienta única de consulta y denuncia para todos los trabajadores, proveedores y clientes del Holding. Asimismo, y como parte del programa, **se creó una gerencia** encargada de velar por la adecuada implementación del estándar y directrices éticas y de canalizar las consultas o denuncias a las unidades respectivas.

Tanto el estándar ético como el canal de integridad, han sido diseñados de manera que las inquietudes legales y éticas puedan ser expresadas sin temor a las represalias, confidencialmente y a petición del denunciante, sean tratadas de manera anónima. Por último y como parte del proceso de homologación organizacional, se estandarizaron los procedimientos de gestión ética, tales como la actualización de los documentos, la investigación y el procesamiento de la información.

Otra de las iniciativas implementadas a nivel Grupo y que involucró a cada una de las unidades de Falabella Financiero, fue la medición del **Barómetro de Valores**. Esta herramienta, permitió diagnosticar el nivel de conocimiento de los valores, y conductas esperadas por parte de los colaboradores así

como las experiencias vividas y percepciones en torno a estas materias. Esta medición se realizará anualmente.

Durante 2017 no se recibieron denuncias relevantes en los canales existentes en las unidades de negocios de Falabella Financiero, con excepción de Seguros Falabella Perú, donde se detectaron tres casos de corrupción, los cuales fueron investigados y las personas involucradas fueron desvinculadas.

CUMPLIMIENTO

El compromiso de Falabella Financiero con la integridad, se refleja también en la implementación, actualización y adecuación constante del Modelo de Prevención de Delitos en sus negocios. Este modelo, nos permite mitigar razonablemente la posibilidad que uno de nuestros colaboradores cometa dentro de la organización, alguno de los delitos definidos en la Ley 20.393 y vinculados con el financiamiento del terrorismo, el lavado de dinero, el cohecho o la receptación. Por ello, durante 2017 se mantuvieron los esfuerzos de robustecimiento de los procesos de cumplimiento, a través de capacitaciones, particularmente a los nuevos colaboradores

y en todo aquello vinculado con este modelo.

Particularmente para los colaboradores de Falabella Financiero a nivel corporativo, se realizó una **Jornada de Prevención de Delitos**, con el propósito de sensibilizarlos en esta materia.

Otra de las iniciativas implementadas como Grupo fue el lanzamiento de la campaña antisoborno **"Yo Juego Limpio: Nunca acepto ni ofrezco soborno"**. Se trató de cartillas físicas y digitales donde se instruye a los colaboradores sobre cómo establecer relaciones con funcionarios públicos, especialmente cuando se trata de sostener reuniones, tramitar permisos, autorizaciones o cuando la compañía es sujeta a fiscalizaciones. La campaña también incluye cartillas y afiches que promueven buenas prácticas en las transacciones comerciales con proveedores y en las acciones promocionales.

A nivel Grupo Falabella también, se robustecieron y estandarizaron las metodologías de gestión de cumplimiento, tomando como referencia la **norma ISO 19.600**. Asimismo, se estandarizaron los programas de cumplimiento en todas las empresas filiales.

DURANTE 2017, SE DISEÑÓ E
IMPLEMENTÓ EL MARCO DE GESTIÓN DE
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA Y DE NUESTROS CLIENTES

En Falabella Financiero contamos con herramientas de seguridad de última generación que permiten identificar tempranamente los ataques y/o amenazas que puedan afectar la integridad o confidencialidad de los datos de la organización. Asimismo las herramientas actuales nos permiten detectar comportamientos inusuales y peticiones maliciosas hacia las bases de datos donde está la información de clientes, empleados y proveedores. Además, periódicamente capacitamos a nuestros empleados en temas tales como mejores prácticas en seguridad y protección de datos personales. Durante 2017 avanzamos en la implementación de PCI Compliance, sistema que propone estándares, procesos y herramientas concretas, y tiene por objetivo proteger los datos de las tarjetas de los clientes, controlar el acceso a los repositorios de datos y eliminar el uso innecesario de los datos de las tarjetas. Durante 2017, se diseñó e implementó el marco de gestión de seguridad de la información, modelo que contempla pautas específicas para cada negocio, en la clasificación de la información, identificación de los riesgos y el control sobre las medidas

de protección, en línea con el plan director de Grupo Falabella.

GESTIÓN DE RIESGOS

Conscientes de la criticidad que implica una adecuada gestión de riesgos en nuestros negocios financieros, contamos con una estructura de gobierno robusta en esta materia. Por ello, las principales decisiones y el monitoreo adecuado de los riesgos de crédito, financieros y operacionales, se realizan desde tres niveles organizacionales: **Comité de Riesgos local, Comité de Riesgos Corporativo y Directorio**. Durante 2017, a través de nuestra Gerencia de Riesgo Corporativa, se focalizaron los esfuerzos en la homologación de las prácticas de gestión en los distintos negocios, aplicando las mejores prácticas de cada negocio.

Por otra parte, el esfuerzo de la unidad ha estado centrado en mantener los indicadores de riesgo en niveles manejables, dado el contexto económico y político cambiante y complejo en la región. Cabe destacar que dado que nuestra compañía participa activamente en la bancarización de la población de los países donde operamos, incorporando a sectores financieramente excluidos, se hace indispensable el cuidado y gestión apropiada

de los riesgos de la compañía. Por ello, la Gerencia de Riesgos Corporativa participa activamente estableciendo un marco de gestión que propicie la definición de políticas y procedimientos de riesgo homogéneos, con un sistema de información que permita gestionar el riesgo de forma oportuna y que ayude a canalizar buenas prácticas entre países. Durante el año, se robustecieron los procesos de control y se avanzó en la implementación de modelos predictivos y herramientas de gestión como parte del proceso de mejora continua en la infraestructura de riesgos. Otro avance importante de 2017 fue la redefinición de las políticas de endeudamiento y de apalancamiento de clientes, estableciéndose nuevas métricas que son de aplicación transversal para todos los negocios. Ello nos permite seguir avanzando en una estrategia de financiación cada vez más responsable, evitando el sobreendeudamiento de nuestros clientes.



UN HITO RELEVANTE EN MATERIA DE GESTIÓN Y CONTROL FUE LA REALIZACIÓN DE UNA MEDICIÓN DE LOS RIESGOS DE CIBERSEGURIDAD



Otro de los focos de actuación en materia de gestión de riesgos fue el fortalecimiento de la estructura de fraude a nivel corporativo y la homologación de las buenas prácticas en todos los negocios, tanto en la etapa de originación como transacción.

Para ello, a nivel corporativo contamos con herramientas y sistemas que monitorizan las transacciones en los distintos canales (presencial, no presencial, nacional e internacional) y alertan de forma oportuna cualquier operación sospechosa de fraude.

En materia de riesgo operacional se implementó una solución tecnológica que nos permite soportar el modelo de gestión definido, propiciando así un proceso de administración más eficiente y sistematizado. Adicionalmente hemos avanzado en la

cultura de control incorporando la función de continuidad del negocio corporativa, con ello se espera nivelar a los negocios a través de la implementación del modelo de gestión regional, el cual ha sido diseñado en función de los actuales estándares internacionales.

RIESGOS DE CIBERSEGURIDAD

Un hito relevante en materia de gestión y control fue la realización de una medición de los riesgos de ciberseguridad, en todas las filiales y en todos los países, de acuerdo con el marco de trabajo de la agencia estadounidense NIST. El área de Auditoría Interna corporativa fue la encargada de revisar en cada unidad

y diagnosticar, el nivel de riesgo al que se encontraban expuestas. Con esta base, se diseñaron planes de acción específicos para disminuir la exposición de cada negocio que comenzaron ya a implementarse desde 2017. Otro de los valiosos resultados de este proceso fue la conformación de una herramienta de evaluación única y transversal para todo Falabella Financiero, que será capaz de medir los riesgos de ciberseguridad a lo largo del tiempo.

PRINCIPALES INDICADORES



12.756

COLABORADORES EN LA REGIÓN



61%

DE MUJERES

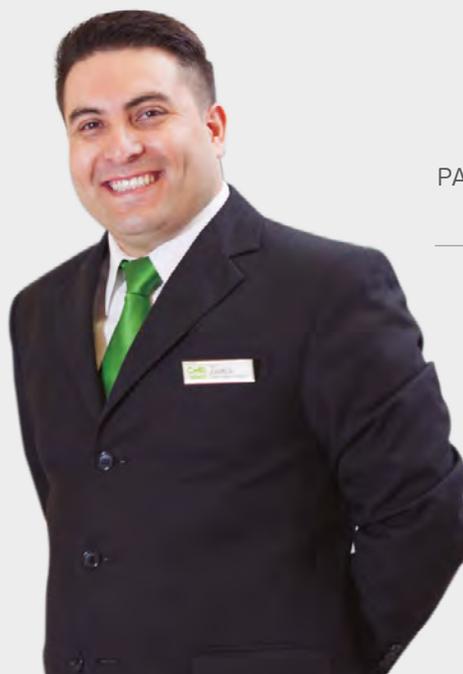


39,3

HORAS DE CAPACITACIÓN
POR COLABORADOR



12.028.992
PÓLIZAS DE SEGUROS EN STOCK



431.000
PASAJEROS TRANSPORTADOS

677 
PUNTOS DE ATENCIÓN



6,2 millones
MILLONES DE TARJETAS DE
CRÉDITO ACTIVAS



637
CAJEROS AUTOMÁTICOS



2,3 millones
DE CUENTAS CORRIENTES Y
VISTA DE BANCO FALABELLA

MÁS DE
US\$ 7,6
MIL MILLONES
DE COLOCACIONES

Eddu

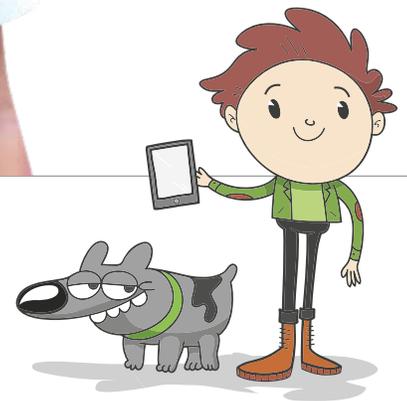
5.680 escolares
APRENDIERON SOBRE
EDUCACIÓN FINANCIERA A
TRAVÉS DEL TORNEO APRENDE
CON EDDU Y CHARLAS



35.571
NUEVOS SOCIOS
CAPTADOS PARA
AMÉRICA SOLIDARIA

782.647

VISITAS A
WWW.EDDUTEAYUDA.CL



> 30.932

HORAS DE VOLUNTARIADO
CORPORATIVO

MÁS DE
1.900 horas

DE CAPACITACIÓN
A NUESTROS
COLABORADORES EN
EDUCACIÓN FINANCIERA

NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Este año se cumplieron cuatro años desde que comenzáramos a implementar nuestra estrategia de sostenibilidad corporativa y transversal. Desde aquel momento, hemos logrado afianzar nuestro compromiso con cada una de las líneas estratégicas, y a partir del aprendizaje, hemos potenciado algunos ámbitos donde nuestro impacto es exponencial. Sin embargo los lineamientos se mantienen; la promoción de la educación, en particular la educación financiera y en seguridad vial, el voluntariado y el desarrollo comercial sostenible continúan siendo nuestros ejes de actuación.

El año 2017 fue un año de consolidación: por una parte, pudimos consolidar regionalmente nuestro trabajo en Educación Financiera. A partir de iniciativas concretas y de impacto con clientes, colaboradores y público en general, logramos estructurar y concentrar nuestros esfuerzos en la difusión de prácticas de ahorro y endeudamiento responsable. Por su parte, en 2017 se reforzó la alianza con América Solidaria y se masificaron los programas de voluntariado, dos ejes clave de nuestra estrategia.

Continuaremos avanzando bajo la orientación de un equipo corporativo de sostenibilidad,

pero con el apoyo crucial de los encargados de cada unidad de negocio y país. La toma de decisiones continua recayendo en nuestro Comité de Sostenibilidad, compuesto por el gerente general corporativo, los gerentes generales de negocios y los encargados de RSE. Durante 2017 el Comité sesionó bimensualmente abocándose en particular, a la planificación e implementación del nuevo programa de educación financiera a nivel regional y al monitoreo de las metas vinculadas con voluntariado corporativo y captación de socios para América Solidaria. Además, en dichas instancias se presentan nuevas iniciativas específicas en temas tales como seguridad vial, voluntariado corporativo y reporting en sostenibilidad.

En Banco Falabella Perú, se implementaron charlas y conversatorios de RSE, sensibilizando en esta materia a 628 colaboradores.

FOCOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVO	STAKEHOLDERS
Educación Financiera	Ser un referente en educación financiera en la región, con Eddu. En Seguros, potenciar la educación vial.	 Clientes  Colaboradores
Voluntariado y Aporte Económico	Fomentar, de la mano de América Solidaria y el Programa "Haciendo Escuela", una cultura de voluntariado.	 Clientes  Colaboradores  Comunidad
Desarrollo Comercial Sostenible	Asegurar información simple y transparente en todos los puntos de contacto con clientes.	 Clientes  Colaboradores  Proveedores y aliados
TAMBIÉN NOS PREOCUPAMOS POR:		
Medio Ambiente	Apoyar iniciativas y mejoras en procesos que fomenten el ahorro de papel.	 Medio Ambiente
Diversidad e Inclusión	Fomentar la diversidad e inclusión de personas con discapacidad.	 Colaboradores  Comunidad

COMPROMISOS ASUMIDOS PARA 2017 Y NUEVOS DESAFÍOS

PILAR	COMPROMISO 2017	CAPÍTULO DONDE SE MUESTRAN LOS AVANCES	AVANCES
EDUCACIÓN FINANCIERA	» Desarrollo de feria de Educación Financiera para todo público.	» Educación Financiera	
	» Incorporación de los conceptos de Educación Financiera en los procesos de inducción a nivel regional.	» Educación Financiera	
	» Lanzamiento de e-learning de Educación Financiera para colaboradores.	» Educación Financiera	
	» Desarrollo de charlas de Educación Financiera en sucursales.	» Educación Financiera	
	» Desarrollo de iniciativas de Educación Financiera con universidades.	» Se desestimó esta iniciativa poniendo foco en la educación escolar.	
DESARROLLO COMERCIAL SOSTENIBLE	» Involucramiento de la gestión sostenible en el relacionamiento con proveedores.	» Educación Financiera	
	» Concientización en "venta transparente" a ejecutivos de sucursales.	» Apasionados por nuestros clientes	
	» Desarrollo de campañas de fraude y Educación Financiera.	» Educación Financiera	
VOLUNTARIADO Y APOORTE ECONÓMICO	» Impulso del voluntariado corporativo vinculado con micro-emprendimiento.	» Nuestro aporte a la región	
	» Mantenimiento del KPI: 3 horas de voluntariado promedio por colaborador a nivel regional.	» Nuestro aporte a la región	
	» Incorporación del voluntariado en los procesos de inducción.	» Nuestro aporte a la región	
MEDIO AMBIENTE	» Cuantificación de los principales impactos ambientales.	» Nuestro aporte a la región	
	» Masificación del proyecto Paperless.	» Nuestro aporte a la región	
	» Desarrollo de campañas de sensibilización ambiental.	» Nuestro aporte a la región	
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	» Diseño de proyectos piloto de inclusión de mujeres egresadas de programas técnicos de programación digital.	» Se inició un proyecto piloto en conjunto con Laboratoria, incorporándose una persona al equipo de Viajes Falabella Chile.	

▼ AVANCES



0%



Poco



Medio



Alto

VER MÁS →

DESAFÍOS DE SOSTENIBILIDAD PARA EL AÑO 2018

PILAR	COMPROMISOS 2018 ▼
EDUCACIÓN FINANCIERA	<ul style="list-style-type: none"> » Ampliar la difusión de los conceptos de Educación Financiera en la inducción de nuevos colaboradores. » Masificar el uso de las herramientas de e-learning en Educación Financiera para los colaboradores (a nivel regional). » Realizar intervenciones públicas y masivas en las comunidades donde estamos presentes para fomentar el buen uso de los productos financieros. » Convocar a un número cada vez mayor de alumnos al torneo de Educación Financiera. » Implementar un juego digital de Educación Financiera, con alcance regional. » Medir el impacto de los programas de Educación Financiera.
DESARROLLO COMERCIAL SOSTENIBLE	<ul style="list-style-type: none"> » Potenciar los esfuerzos de concientización en “venta transparente” a ejecutivos de sucursales. » Incrementar el número y alcance de las campañas de prevención de fraude y Educación Financiera. » Implementar los lineamientos de Grupo Falabella en materia de integridad (ética, relacionamiento con proveedores, cumplimiento, entre otros). » Profundizar en políticas de capacidad de pago que incentiven un endeudamiento responsable de los clientes. » Redoblar los esfuerzos en materia de accesibilidad y digitalización aumentando las funcionalidades de los canales digitales y promoviendo un mayor uso de los mismos.
VOLUNTARIADO Y APORTE ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> » Impulsar el voluntariado corporativo vinculado con micro-emprendimiento. » Incrementar las horas de voluntariado promedio por colaborador a nivel regional a 3,5 horas. » Medir el impacto del voluntariado corporativo. » Impulsar el voluntariado en las áreas de conocimiento/experiencia específica de cada colaborador.
GESTIÓN AMBIENTAL EFICIENTE	<ul style="list-style-type: none"> » Multiplicar las campañas internas de sensibilización en temas ambientales.
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	<ul style="list-style-type: none"> » Implementar una política de diversidad e inclusión, y reforzar estos conceptos en la cultura organizacional.



Desempeño Económico

CAPÍTULO 02



- Expansión Regional •
- Eficiencia Organizacional •
- Proveedores •



DESEMPEÑO ECONÓMICO-FINANCIERO



2017 FUE UN AÑO DE CRECIMIENTO
PARA TODAS LAS UNIDADES
DE NEGOCIO QUE CONFORMAN
FALABELLA FINANCIERO.

RUBRO ¹	2016	2017	VARIACIÓN
» Ingresos	1.917.310	2.081.302	8,55%
» Costo	-741.862	-730.641	-1,51%
» Margen Bruto	1.175.449	1.350.661	14,91%
» Impuesto	-105.783	-135.586	28,17%
» Última Línea s/EERR	337.628	381.967	13,13%

2017 fue un año de crecimiento para todas las unidades de negocio que conforman Falabella Financiero. La venta con tarjeta CMR se incrementó en un 8% durante el año, destacando la venta en comercios fuera del Grupo. Estos importantes crecimientos han ido de la mano con el aumento en la cantidad de cuentas CMR activas, la que superó los 6,2 millones en toda la región.

Por su parte, en Banco a nivel regional, las cuentas corrientes y cuentas vista crecieron 11% y 18%, respectivamente, superando los 2,3 millones de cuentas pasivas en la región.

A nivel consolidado Seguros Falabella incrementó su venta en un 4,8%, lo que se tradujo en un incremento en el stock de pólizas del 9% comparado con el año anterior. La compañía CF Seguros de Vida, creada en 2016, también tuvo resultados favorables, mostrando un crecimiento de ingresos de 12% respecto de 2016. Viajes Falabella, en tanto, transportó a 431.000 pasajeros en la región, siendo su venta de paquetes, hoteles y aéreos un 5,9% mayor que el año anterior.

LA VENTA CON TARJETA CMR
SE INCREMENTÓ EN UN 8%
DURANTE EL AÑO

2,3 MILLONES DE
Cuentas PASIVAS
EN LA REGIÓN

1. Considera el tipo de cambio al cierre de 2017 =614,75

LANZAMOS LA NUEVA TARJETA FALABELLA
SORIANA EN MÉXICO, MARCANDO EL INICIO DE
NUESTRAS OPERACIONES EN ESE PAÍS



EXPANSIÓN REGIONAL

Durante 2017, además de seguir fortaleciendo las operaciones en los países en los que estamos ya consolidados, lanzamos la nueva tarjeta Falabella Soriana en México, marcando el inicio de nuestras operaciones en ese país. Asimismo concretamos la compra de la cartera de Soriban, con lo cual cerramos el periodo con un stock de más de 150.000 tarjetas activas. Al cierre del ejercicio, se ofrecían los servicios financieros de Falabella en 40 sucursales de Soriana, tanto en Monterrey como en México DF. Paralelamente en Colombia implementamos la alianza con la cadena de supermercados Makro, instalando la marca en 18 nuevas sucursales y entregando financiamiento a sus clientes a través de la tarjeta CMR Banco Falabella-Makro.

EFICIENCIA ORGANIZACIONAL

Como resultado de la digitalización y automatización de procesos hacia los clientes, se generan también eficiencias al interior de las unidades de negocio. Se implementó a nivel corporativo un área encargada de mapear todos los procesos, costearlos y rediseñarlos utilizando los avances tecnológicos, generándose así, ahorros en transacciones manuales, menor consumo de papel y en definitiva, mayores eficiencias. Estos rediseños, afectan también en la calidad de atención y en el servicio prestado a los clientes.

Por su parte, en Banco Falabella Perú se inició un proyecto de reingeniería que abarcó

el levantamiento de todos los procesos operacionales, con el ánimo de identificar oportunidades de eficiencia en costos y en tiempos.

Con este horizonte, se emprendieron de forma paralela, diversos proyectos de cambios de sistemas informáticos. A nivel consolidado, se inició un proyecto de simplificación de la arquitectura de todos los sistemas corporativos. Además en Banco Falabella Perú se implementó un nuevo core de tarjetas y se automatizó el sistema de evaluación de riesgo en Banco Falabella Chile y de comportamiento en Banco Falabella Colombia y CMR Chile. En Argentina, en todas las unidades de negocios se produjo un recambio tecnológico migrando conjuntamente al ERP SAP.

viajes
Falabella.



CONTAMOS CON EL APOYO DE
MÁS DE
8.200
PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

EN 2017 TRABAJAMOS CON
1.672
PYMES EN LA REGIÓN

EN VIAJES FALABELLA
SEGUIMOS POTENCIANDO
LAS VENTAS DIRECTAS DE
PRODUCTOS

PROVEEDORES

Para entregar a los clientes servicios de excelencia y confiables, contamos con el apoyo de más de 8.200 proveedores y contratistas en nuestras unidades de Chile, Perú, Colombia y Argentina, cuya relación gestionamos desde cada empresa, de modo de ajustarnos a las particularidades de cada sector. Durante 2017, trabajamos con 1.672 pymes en toda la región¹.

En los negocios de banco y tarjetas, se clasifica a los proveedores y contratistas más críticos en función de su influencia en nuestros riesgos operacionales. Con ellos, se definen planes de trabajo específicos para reforzar su desempeño y fomentar en ellos la adopción de buenas prácticas en materia de seguridad de la información, planes de contingencia e incluso, en algunas ocasiones, auditamos su funcionamiento.

El monitoreo y trabajo conjunto con los distintos actores de la cadena de suministro es especialmente relevante para nuestros negocios de Seguros y Viajes por su rol como empresas intermediarias. En el caso de Viajes Falabella seguimos potenciando las ventas directas de productos, y aquellos que no cumplen con los estándares establecidos, son retirados de la oferta comercial.

PROVEEDORES CRÍTICOS POR UNIDAD DE NEGOCIO



» Servicios Informáticos

» Servicios Informáticos

» Compañía de Seguros o Aseguradora

» Servicios Informáticos

» Transporte de Valores

» Emisores de Plásticos

» Servicios Informáticos

» Operadores Mayoristas de Turismo

» Sociedades de Apoyo al Giro

» Sociedades de Apoyo al Giro

» Contact Center

» Aerolíneas

» Empresas de Seguridad

» Transporte de Documentos

» Prestadores de Servicio al Asegurado

» Hoteles / Servicios de Alojamiento

» Servicios de Marketing y Publicidad

1. La cifra no incluye proveedores Pyme de CMR Falabella Chile, quien a partir de 2018 comenzará a monitorear este indicador.



Apasionados por Nuestros Clientes

CAPÍTULO 03



Desarrollo Comercial Sostenible •

Nuestros Canales de Atención
a Clientes •

Digital Factory •

Accesibilidad •

La Digitalización en Cifras •

Gestión de la Satisfacción •

Reclamos •

Fidelización de Clientes •



APASIONADOS POR NUESTROS CLIENTES

CUMPLIR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES Y ADELANTARNOS A SUS NECESIDADES ES LO QUE NOS MUEVE. CON ELLOS HEMOS PLANTEADO UNA RELACIÓN TRANSPARENTE, CONVENIENTE Y SIMPLE.



1



La transparencia debe regir en cada una de las instancias en que interactuamos con nuestros clientes, desde el diseño y puesta a disposición de los diferentes productos que comercializamos, hasta la atención postventa.

2



Entregar productos que sirven a nuestros clientes, y estar dónde nos necesiten, son esenciales para convertirnos en la opción más conveniente del mercado.

3



Además, nuestras comunicaciones con los clientes, buscan ser simples, claras y no dejar lugar a confusiones. Trabajamos también porque la simplicidad sea un atributo de nuestros procesos de atención.

PENSANDO EN ESTOS TRES PILARES FUNDAMENTALES ES QUE DURANTE 2017, REALIZAMOS IMPORTANTES AVANCES EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD, TRANSPARENCIA Y DIGITALIZACIÓN.

DESARROLLO COMERCIAL SOSTENIBLE

INCLUSIÓN FINANCIERA

Nuestra estrategia comercial nos ha permitido, desde el lanzamiento de la primera tarjeta de crédito CMR, llegar a cada vez más latinoamericanos con una solución financiera adecuada. Es por ello, que nuestro motor de desarrollo consiste en **adaptar nuestras soluciones, procesos y estructuras** a las necesidades de los clientes, sin importar en dónde se encuentren, brindándoles una experiencia gratificante. En este contexto, nuestros esfuerzos en materia de inclusión, se visualizan en la apertura de cada vez más sucursales en toda la región, en la gran inversión en soluciones digitales o virtuales que nos acercan a los clientes y el lanzamiento de productos adaptados a la realidad de cada contexto.

Uno de nuestros productos que contribuye a la inclusión financiera es la cuentas abono de remuneraciones, durante el 2017 se abrieron más de **300 mil** a nivel regional. Además de generar beneficios a nuestras unidades de negocios desde el punto de vista de captación de nuevos clientes y de generación de ingresos, este producto constituye en sí mismo, un gran aporte a bancarización de la población de las regiones donde operamos ya que permite, a personas empleadas, acceder a servicios bancarios, en muchos casos, por primera vez.

TRANSPARENCIA Y SEGURIDAD

Continuamos nuestros esfuerzos por hacer cada vez más claras y transparentes las pólizas de Seguros Falabella, mediante la disminución

*...**NUESTRO MOTOR DE DESARROLLO
CONSISTE EN ADAPTAR NUESTRAS
SOLUCIONES, PROCESOS Y ESTRUCTURAS
A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES...***

de las exclusiones en los productos y textos de los contratos y a través de la entrega de información acerca del carácter voluntario de la contratación de seguros y de su eventual anulación, sin costos adicionales.

Seguros Falabella Chile suscribió el Acuerdo de Autoregulación de Retail Financiero, demostrando su compromiso con la promoción y desarrollo de mejores prácticas en el mercado de la intermediación de seguros. Cada año el cumplimiento de los acuerdos es auditado, y el resultado de dicho informe es comunicado a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

Por su parte CMR Falabella Chile realizó la campaña "Venta Transparente", dirigida a todos los ejecutivos comerciales de la empresa. De la mano de nuestro personaje Eddu, tuvo como objetivo concientizar acerca de buenas prácticas de venta de cara a los clientes.

Seguros Falabella Colombia implementó durante el mes septiembre IVR, guion de transferencia donde al finalizar la venta telefónica un conmutador le pregunta al cliente si está de acuerdo con la compra del seguro, de manera de certificar que el mismo, está de acuerdo con las condiciones

pactadas. También en Seguros Falabella Colombia, se implementó el programa "Experiencia Soñada", iniciativa que incorpora varias acciones para mejorar los índices de satisfacción de los clientes.

Cuidar a nuestros clientes implica también proteger su información de malos usos. Por ello a nivel corporativo contamos con una Política de Seguridad de la Información, y un Comité Regional de Seguridad de la Información, integrado en el de Riesgos, que sesiona mensualmente. Existen además para la gestión operativa permanente, responsables de seguridad de la información a nivel de cada unidad de negocio y país.

Entre las principales iniciativas implementadas para el resguardo de la información y confidencialidad de los clientes destacan a nivel corporativo, el rediseño de actividades de acuerdo a estándares internacionales específicos en la materia (como los parámetros ISO y PCI DSS). Además, continuamos implementando medidas orientadas a controlar las fugas de información, resguardar la correcta configuración de los sistemas, y proteger las aplicaciones frente al uso indebido de tarjetas, así como lograr un mayor nivel de control sobre las telecomunicaciones.



NUESTROS CANALES DE ATENCIÓN A CLIENTES

Para mantener los buenos resultados de negocio, los niveles de satisfacción y el posicionamiento de nuestras marcas en el mercado, debemos concentrar nuestros esfuerzos en la búsqueda de nuevas y mejores soluciones para nuestros clientes. Por otra parte, en los últimos años, el entorno se ha vuelto más complejo; los desarrollos tecnológicos son cada vez más creativos y avanzados, los competidores más activos y los clientes cada vez más empoderados.

En este contexto, la estrategia organizacional de Falabella Financiero y de cada una de sus unidades de negocio contienen lineamientos claros de negocios: acelerar los ritmos de transformación digital y entregar novedades de manera permanente a los clientes. En este sentido el desarrollo tecnológico debe convertirse en un factor diferenciador, con centro en la mejora de la experiencia de nuestros clientes. Esa experiencia debe ser alimentada con nuevas y mejores ideas, con soluciones cada vez más flexibles y eficientes y para ello, se requirió seguir introduciendo cambios al interior de nuestros procesos comerciales y operacionales.

En esta línea, a nivel de canales, se definieron objetivos estratégicos a cumplirse en un plazo de tres años:

- 01. Migrar los clientes a los canales digitales:** En esta línea, las iniciativas impulsadas se relacionan con la expansión del modelo de sucursales y zonas digitales y el diseño de procesos que eviten que los clientes deban trasladarse físicamente a nuestros procesos. Gracias a las mejoras implementadas, cerramos el 2017 con un 70% de atenciones por canales digitales en CMR Falabella Chile y un 85,6% en Banco Falabella Chile, cifras que esperamos sigan creciendo en el futuro y se repliquen en el resto de las unidades de negocio.
- 02. Incrementar el uso de los canales digitales:** Para ello, fue fundamental trabajar en hacer más fácil la experiencia de pago, entregar información de forma oportuna y mejorar ciertos flujos de transacciones como es el caso de las transferencias electrónicas. En este sentido, por ejemplo en Banco Falabella Chile, superamos el 80% de transacciones aprobadas mediante clave dinámica.

- 03. Potenciar la venta de productos:** A través de los canales digitales, no solo se realizan transacciones sino que buscamos, la comercialización de nuevos productos. Para ello, trabajamos en la mejora y simplificación de las simulaciones y desembolsos de créditos de consumos y en el rediseño de los procesos de aperturas de cuenta, emisión de tarjetas de crédito y venta de créditos online.
- 04. Lograr una experiencia digital integrada entre el retail y los productos financieros:** En este ámbito, las compañías del Grupo, se encuentran en proceso de redefinición de procesos de manera que se puedan financiar productos digitalmente, se incrementen las ventas de garantías extendidas y se incrementen las ventas con tarjetas CMR a través de los sitios corporativos.
- 05. Mejorar la experiencia del cliente en los canales digitales:** Monitorearemos constantemente el nivel de satisfacción de nuestros clientes con estas soluciones, y ofreceremos beneficios exclusivos por el uso de estos canales.



BANCO FALABELLA CHILE SE
CONVIRTIÓ EN EL PRIMER BANCO
EN OFRECER

100% ONLINE
LA APERTURA DE CUENTA CORRIENTE

LANZAMIENTO PÁGINA WEB
EN MÉXICO



DIGITAL FACTORY

Para la implementación de los planes concretos que permitan alcanzar estos objetivos, la **Digital Factory** cumplió un rol clave. Habiendo partido sus primeros proyectos en 2016, fue este año que la Digital Factory, tomó impulso y estructuró su gobernanza y metodología de trabajo. Esta fábrica digital, es una unidad específica de Falabella Financiero que tiene como objetivo fundamental ampliar y mejorar la experiencia digital de nuestros clientes, construyendo soluciones tecnológicas con flexibilidad e inmediatez, acompañando así las demandas cambiantes del mercado y de nuestros clientes. Este nuevo modelo de trabajo implica contar con equipos multidisciplinarios, autogestionados y empoderados que entreguen constantemente soluciones (en su mayoría software), de excelente calidad y bajo dos premisas fundamentales: simplicidad y satisfacción permanente del cliente.

A nivel de gobernanza durante 2017, se amplió considerablemente el tamaño de la Digital Factory dedicando equipos a cada una de las experiencias digitales más relevantes (apertura de productos, pagos, fidelización, entre otros).

Estos equipos trabajan de la mano con los equipos comerciales de los negocios, testeando cada 15 días los resultados de las mejoras diseñadas y obteniendo la retroalimentación oportunamente. Asimismo, a partir de este año, los responsables de cada producto dentro de la Digital Factory presentan al Directorio de Falabella Financiero los principales avances del periodo.

El quehacer de la Digital Factory durante 2017 estuvo centrado en dos ejes de actuación; por una parte, el foco estuvo puesto en el cierre de brechas digitales entre las múltiples unidades de negocios, continuando con la implementación de los rollout de los proyectos Omnichannel y Quickpay, y por la otra, el lanzamiento de las primeras mejoras al canal móvil.

Sin duda que la salida en vivo en Chile del **programa Quickpay** marcó un hito para nuestros negocios. Se trata de una plataforma de pagos innovadora, más amigable, rápida, segura que operará de manera estándar en todas las empresas del Grupo Falabella. Al cierre de 2017 todas las empresas del Grupo en Chile, operan con esta tecnología, en sus plataformas virtuales para el pago de las tarjetas de crédito.

Por otra parte, este año se lanzó la experiencia apertura de tarjetas de CMR, en nuestras tiendas en Chile, con un proceso 100% digitalizado y expedito. En Banco Falabella Colombia, se redefinió el proceso digital de apertura de tarjetas de cuentas nómina. Además, se iniciaron los pilotos para la digitalización de los procesos de reclamos. Uno de los hitos más relevantes para Banco Falabella Chile, fue que durante 2017 se convirtió en el primer banco en ofrecer la apertura de cuenta corriente 100% online.

Además, durante el periodo se comenzó el rediseño de todos los sitios públicos de las empresas de Banco y CMR en la región, con el apoyo de una consultora externa británica, con el propósito de modernizarlos y capturar a nuevos clientes. Complementariamente, se realizó el lanzamiento de nuestra página web en México, www.falabella.com.mx, desde donde se comercializa y se difunden los beneficios de la tarjeta Falabella Soriana. Al mismo tiempo, en el caso de las empresas de Seguros, se mejoraron las funcionalidades y se incorporó la venta de SOAP digital.

ACCESIBILIDAD

El proyecto Omnichannel, que lanzamos en 2014, tenía como propósito inicial que nuestros clientes tuvieran la misma experiencia de relacionamiento con nuestra compañía, independiente del canal elegido, lo que implica homogeneidad en las posibilidades de uso y la información entregada. Con este horizonte y desde aquel año, hemos implementado una serie de iniciativas tecnológicas, que han acercado a los clientes a nuestra organización, sin tener que desplazarse físicamente. Las mejoras tanto en las aplicaciones móviles como en las páginas webs de las unidades de negocio, han permitido a los clientes un mayor contacto y comodidad a la hora de operar con nuestra empresa.

El migrar nuestros negocios a un mundo cada vez más digital, sin duda que facilita el acceso de nuestros actuales y potenciales clientes a los productos y servicios que ofrecemos. Sin embargo, no nos quedamos allí: particularmente en Banco Falabella Chile, se trabajó durante 2017 en la implementación de facilidades para el acceso de personas con discapacidad física a las sucursales.

APLICACIONES MÓVILES

Durante los últimos dos años hemos diseñado y lanzado aplicaciones móviles en la mayoría de nuestros negocios. Gracias a todo el esfuerzo realizado inicialmente y a las mejoras aportadas en el último año, pudimos concluir el 2017 con **930.000 usuarios activos**, cifra casi tres veces mayor a diciembre de 2016.

Destaca en 2017 el lanzamiento de la app de Banco Falabella Colombia, la cual culminó el año con un total de 204.300 descargas y 97.300 clientes que la utilizaron en más de 3 millones de consultas y transacciones. Por su parte la app de **CMR Argentina superó las 33 mil descargas**.

Por su parte, en las aplicaciones que ya existían, se siguieron incorporando mejoras. Es el caso de la app de Seguros Falabella Chile donde se incorporaron más facilidades, como la mejora del proceso de inspección de vehículos, incorporando la aceptación y declaración de daños del vehículo en un proceso completamente digital. También agregamos una sección llamada Asegúrate aquí, en la cual el cliente puede optar por cotizar los productos de su interés o solicitar que lo llamen del área de telemarketing.

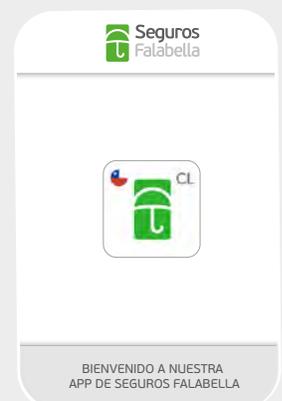
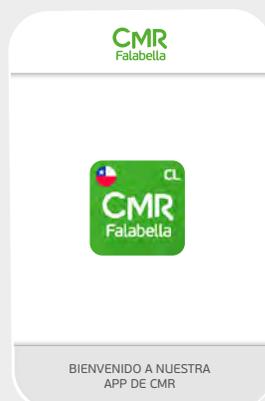
En 2017 destaca el lanzamiento de la app de Banco Falabella Colombia, la que culminó el año con un total de

204.300 DESCARGAS
Y 97.300 CLIENTES
que realizaron más de 3 millones
de consultas y transacciones



Contamos con más de

930.000
USUARIOS EN NUESTRAS
APLICACIONES MÓVILES,
TRES VECES MÁS QUE EN 2016





CAJEROS AUTOMÁTICOS Y NUEVAS SUCURSALES

Otro de los puntos de contacto con nuestros clientes son los cajeros automáticos, alcanzando durante el 2017 una red de 637 terminales en funcionamiento, **3%** más que en 2016. En el año, pusimos especial énfasis en la mejora de los sistemas antifraude y antirobo al interior de los cajeros. Estas alternativas tecnológicas se complementan con las sucursales que continuaron incrementándose en la región.

Durante 2017, se produjo la apertura de 18 sucursales bajo la alianza Banco Falabella-Makro y **40 sucursales en México**. Con estas nuevas aperturas cerramos 2017 con un crecimiento de **5%** en el total de sucursales en la región.

SUCURSALES POR UNIDAD DE NEGOCIO

UNIDAD DE NEGOCIO	2016	2017
 CMR Falabella	101	102
 Banco Falabella	101	98
 Seguros Falabella	56	55
 Viajes Falabella	38	39
 Banco Falabella	97	77
 Seguros Falabella	40	41
 Viajes Falabella	13	13
 Banco Falabella	67	86
 Seguros Falabella	63	64
 Viajes Falabella	22	23
 CMR Falabella	18	18
 Seguros Falabella	11	11
 Viajes Falabella	10	10
 Soriana Falabella		40
TOTAL DE SUCURSALES	637	677

637

TERMINALES EN
FUNCIONAMIENTO EN 2017



5%

FUE EL CRECIMIENTO DE LAS
SUCURSALES EN LA REGIÓN



18

APERTURAS DE SUCURSALES
bajo la alianza Banco
Falabella-Makro en Colombia

40

SUCURSALES EN MÉXICO

CENTRO FINANCIERO DIGITAL

Este fue el segundo año de este gran proyecto innovador en materia de atención al cliente. Fue diseñado por Falabella Financiero, en línea con el objetivo estratégico de llevar el **100% de las transacciones a plataformas digitales** y de autoatención (computadores, tablets, celulares, cajeros). El propósito de este proyecto fue educar al cliente, generarle confianza en el uso de las plataformas digitales, apuntando a que a futuro pueda realizar las transacciones desde la comodidad de su casa o su celular, sin tener que acudir a la tradicional sucursal bancaria.

En paralelo, esta iniciativa se convirtió en un centro para la capacitación financiera de los clientes y en un espacio de educación digital, donde ayudamos a nuestros clientes a perder el miedo a las nuevas tecnologías. El primer centro financiero digital se inauguró en diciembre de 2016 en Santiago y en 2017, inauguramos el segundo en el centro de Santiago. Las mediciones de satisfacción realizadas en estos centros arrojan resultados muy positivos, alentándonos a seguir potenciando este canal en el acercamiento a nuestros clientes.



Cada uno de estos centros digitales se organiza en cuatro sectores:

Sector educación financiera a los clientes:

Allí los clientes pueden interactuar con una pantalla touch en una trivía de educación financiera que les permite aprender acerca de cómo gestionar el endeudamiento y también acerca de herramientas para el ahorro.

Sector sueños:

Un espacio dedicado a llevar a los clientes a viajar por distintos destinos a través de la tecnología de realidad virtual. A través de una vista en 360°, el cliente puede elegir el destino que desea conocer y caminar por distintas ciudades o playas, conociendo los aspectos más típicos de cada destino, de la mano de Viajes Falabella.

Sector online:

El eje central de la sucursal son 8 módulos con computadores en los cuales el cliente puede acceder a las distintas páginas web de los negocios de Falabella Financiero y operar resolviendo todas sus necesidades de manera rápida y segura.

Sector transaccional:

Contamos con 3 cajeros multifuncionales en donde se pueden realizar giros de dinero, depósitos en efectivo y pagos de cuentas. Asimismo, se instalaron 3 kioscos de última tecnología para que los clientes puedan acceder rápidamente al saldo de su cuenta, sacar cupones de pago de la tarjeta, ver sus puntos CMR y el saldo de las giftcard de Falabella.

IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO DE ASISTENTE VIRTUAL

En Banco Falabella Colombia, CMR Falabella Chile, Banco Falabella Chile y Seguros Falabella Chile, se implementó un nuevo canal de relacionamiento con nuestros clientes desde las páginas web respectivas. Se trata de Lía, nuestra asistente virtual o chatbot, sistema que permite mantener una conversación a través de texto, impulsado a partir de una serie de reglas e inteligencia artificial. El programa tiene la capacidad de suplantar a una persona y llevar una conversación en tiempo real. En particular, nuestras unidades de negocio lo utilizan para dar asistencia a quienes visitan la web. En la medida en que el chatbot no es capaz de responder deriva la consulta a un ejecutivo de atención. Durante 2017, se totalizaron más de **800 mil interacciones** con clientes a través de Lía.

LA DIGITALIZACIÓN EN CIFRAS

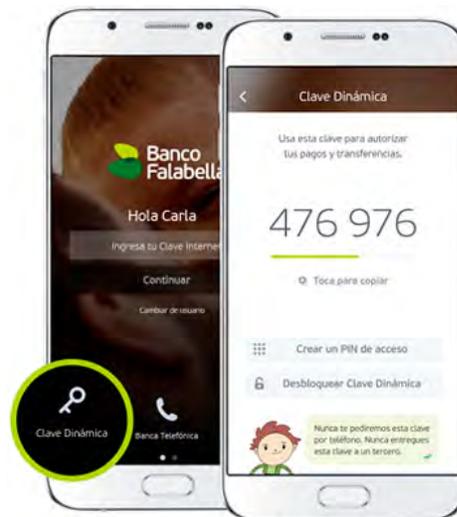
930.000
usuarios

ACTIVOS EN APPS
AL CIERRE 2017



800.000
atenciones

a través de Lia, nuestro
asistente virtual, que alcanzó
un 84% (NPS) de satisfacción
total.



95.000 usuarios

DE CMR FALABELLA CHILE TIENEN
CONFIGURADAS "MIS REGLAS"



MÁS DE

160.000 pagos mensuales

DE ESTADOS DE CUENTA EN LA APP DE CMR CHILE.
Procesamos 100.000 pagos desde otros bancos con la
integración de Khipu.



MÁS DE

10.000.000

atenciones DESDE CANALES
DIGITALES (corresponde al 86% del total de
atenciones)



1.000.000

de transferencias mensuales

EXITOSAS DESDE NUESTRA APP



MÁS DE

536.000

de las atenciones DESDE LA
APP EQUIVALENTES AL 20,7%



97.300 clientes

USAN LA APP

GESTIÓN DE LA SATISFACCIÓN

Seguimos aprendiendo al escuchar a nuestros clientes, considerando su opinión como un elemento clave en la introducción de cambios y en el desarrollo de productos y servicios. Además, estos indicadores están ligados a diversos procesos corporativos de gestión del capital humano: desarrollo de carrera, remuneración variable, y planificación de la capacitación.

Monitoreamos el grado de satisfacción de nuestros clientes con encuestas específicas que nos permiten identificar nuestras fortalezas y debilidades en cuanto a calidad de los productos y servicios, así como en el trato, pudiendo implementar mejoras oportunas.

Durante 2017 seguimos implementando el modelo NPS® (Net Promoter Score) en todas nuestras unidades de negocio. El modelo NPS®, comprende una metodología de mejora continua que consiste en:

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

El NPS® se aplica en cada punto de contacto con el cliente, tanto a nivel de procesos como de canales. Durante 2017, se logró implementar esta metodología de medición en los procesos que aún estaban pendientes, particularmente en las filiales de Argentina.

A partir de todas las iniciativas implementadas durante 2017, se lograron grandes avances en la satisfacción de clientes, aunque aún queda espacio por mejorar. La mayoría de las unidades de negocio a nivel de región mejoraron su NPS® de Venta. En el caso de Banco Falabella Perú en particular, se dio inicio a un plan de mejora del NPS® con dos líneas de acción: trabajar en las causas raíz y en la gestión en sí misma de la satisfacción de clientes.

INDICADOR NPS® EN LA VENTA PRESENCIAL - 2017

Todas las Unidades de Negocio ▼

CMR
Falabella



Banco
Falabella



Seguros
Falabella



viajes
Falabella



RECLAMOS

Durante el 2017 se definió un nuevo modelo corporativo de gestión de reclamos, con alcance regional y que incluyó: una guía de evaluación del nivel de madurez del proceso de reclamos, una autoevaluación en todos los negocios y una definición de plan de acción para disminuir la brecha. Además, se implementó la plataforma de gestión de reclamos SIEBEL en Perú y Argentina, y se realizaron mejoras en esta misma en CMR Falabella Chile.

La gestión efectiva de los reclamos es una preocupación constante en cada uno de los países donde operamos y en cada unidad de

negocio. El modelo de gestión de reclamos los agrupa por tipología, donde se priorizan y se asignan responsables. De acuerdo con los reclamos más repetitivos se implementaron planes que contemplaron la reformulación de los niveles de servicio acordados (SLAs), la asignación de más atribuciones a quienes se contactan directamente con los clientes, la incorporación de más controles en ciertos procesos y especialmente, se introdujeron mejoras en la comunicación y seguimiento de los casos.

En particular, Banco Falabella Perú sufrió un importante incremento en el nivel de reclamos

debido por un lado, a las demoras provocadas por la migración en el sistema de información soporte de los procesos de tarjetas y por otro, a la ocurrencia de un fenómeno climático de gran impacto en el país. Por su parte, en Argentina también subieron los reclamos, explicado principalmente por la introducción de cambios normativos en los esquemas de cobranza. En Banco Falabella Colombia, se experimentó una baja significativa en el nivel de reclamos de cliente gracias a la implementación de diversas medidas para migrar a los clientes al mundo digital.

CANALES DE COMUNICACIÓN



Call Center



Página Web



Correo Electrónico



Sucursales



Redes Sociales

RECLAMOS CADA 10.000 CLIENTES

	2016	2017
CMR Falabella	191	108
Banco Falabella	420	149
Seguros Falabella	365	156
Viajes Falabella	1.141	669
		
Banco Falabella	405	291
Seguros Falabella	528	154
Viajes Falabella	313	168
		
Banco Falabella	334	159
Seguros Falabella	208	79
Viajes Falabella	379	368
		
CMR Falabella	327	402
Seguros Falabella	105	49
Viajes Falabella	908	263



FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Buscando generar relaciones de largo plazo con los clientes, en CMR Falabella se creó el programa CMR Puntos, que tiene por objetivo **premiar a sus clientes por su preferencia y por el uso de la tarjeta CMR o RedCompra de Banco Falabella**. Se trata de uno de los programas más destacados y conocidos de acumulación de puntos y que entrega a los clientes otra buena razón para preferirnos. De esta manera, los clientes que consumen utilizando las tarjetas del Grupo Falabella, pueden acumular beneficios bajo un mismo programa, que cada año crece. En 2017, se canjearon un 9% más de puntos en CMR Falabella Chile, en Banco Falabella Perú un 7% y en Banco Falabella Colombia se produjo un incremento del 41%.

El programa CMR Puntos se caracteriza por su flexibilidad, tanto para acumular como para canjear. Permite acumular puntos dentro de nuestras tiendas, como en cualquier otro comercio, incluso en compras fuera de Chile.

CMR PUNTOS CANJEADOS

NEGOCIO	CMR PUNTOS CANJEADOS 2016	CMR PUNTOS CANJEADOS 2017
 Chile	12.406.261.000	13.489.696.529
 Perú	3.513.261.000	3.761.349.810
 Colombia	1.194.898.281	1.687.361.735



EN 2017, SE CANJEARON UN

9%

MÁS DE PUNTOS EN
CMR FALABELLA
CHILE

7%

MÁS DE PUNTOS CANJEADOS EN
BANCO FALABELLA
PERÚ

41%

FUE EL INCREMENTO DE LOS
PUNTOS CANJEADOS EN
BANCO FALABELLA
COLOMBIA



Educación Financiera

CAPÍTULO 04



Programa Eddu •

Educación Financiera a la Comunidad •

Educación Financiera a Colaboradores •





EDUCACIÓN FINANCIERA

La educación financiera de nuestros principales grupos de interés, se ha constituido en un pilar estratégico para la organización. Entendemos que esta se constituye en una solución tangible a la problemática del endeudamiento en los países donde operamos y por ello, contribuimos a través de la formación, entregando consejos prácticos que puedan ayudar a nuestros clientes, colaboradores y

público en general en la toma de decisiones. En Falabella Financiero estamos conscientes que además de ser una organización que ha contribuido significativamente a la bancarización de la población en cada uno de los países donde operamos, podemos generar un impacto positivo a través de la educación y el desarrollo de mercados financieros saludables.

PROGRAMA EDDU

Una de las líneas de educación del programa es la plataforma web, donde constantemente se difunden recomendaciones y videos en un lenguaje simple y atractivo. En promedio, la página en Chile recibió **65 mil visitas**

mensuales durante el año. A lo largo de 2017 se realizaron distintas renovaciones incorporando herramientas que ayuden aún más a los usuarios a organizar y planificar sus finanzas.

Una de las principales estrategias de intervención en esta temática ha sido el Programa "Eddu". Esta innovadora iniciativa, creada en 2016, reúne todas las actividades que desarrollamos en materia de educación financiera. Su protagonista es "Eddu", un personaje animado que, a través de consejos didácticos y simples, busca que niños, jóvenes y adultos comprendan la importancia de educarse en la administración de sus finanzas. Durante 2017 continuamos fortaleciendo este programa, lanzándolo también en Colombia y Argentina, ampliando su presencia en la región (en 2016 el programa se lanzó en Chile y Perú).

EN 2018 EDDU
LLEGARÁ MÉXICO

TRAS ELLO, NUESTRO PERSONAJE
ESTARÁ PRESENTE EN TODOS LOS
PAÍSES EN QUE OPERAMOS



EN 2017, LA PÁGINA WEB
WWW.EDDUTEAYUDA.CL RECIBIÓ

782.647
VISITAS





BANCO FALABELLA CHILE REALIZÓ
360 CHARLAS PRESENCIALES

1.500 CLIENTES
CAPACITADOS

PÁGINAS WEB EDDU EN LA REGIÓN

CHILE:
WWW.EDDUTEAYUDA.CL

PERÚ:
WWW.EDDUTEAYUDA.PE

COLOMBIA:
WWW.EDDUTEAYUDA.COM.CO

ARGENTINA:
WWW.EDDUTEAYUDA.COM.AR

Paralelamente y como parte del programa, se mantuvieron las acciones de difusión de estas temáticas desde las distintas unidades de negocio de Falabella Financiero. Se reforzó la estrategia de difusión de consejos prácticos a los clientes a través de mensajes impresos y digitales y se incorporaron conceptos de endeudamiento responsable en los discursos comerciales de los ejecutivos. Así, Eddu está presente en los kioscos de autoatención de nuestras sucursales a lo largo de todo Chile. Además, todos los meses enviamos correos electrónicos a nuestros clientes con tips de educación financiera, y los incorporamos en los sitios webs y apps de cada una de nuestras

unidades de negocio. Por último, en nuestras sucursales digitales contamos con un sector completo dedicado a la educación financiera.

Con el fin de enseñar a los clientes a utilizar de manera responsable sus productos, proporcionarles tips de seguridad frente fraudes y estafas, enseñarles a leer correctamente sus estados de cuenta e inducirlos al mundo de la educación financiera en general, Banco Falabella Chile realizó 360 charlas presenciales en sus sucursales de Santiago y regiones. El objetivo inicial fue la realización de seis charlas por sucursal y en la mayoría de los casos, la meta fue alcanzada, logrando llegar a más de 1.500 clientes capacitados.

Por su parte, Banco Falabella Colombia mantiene una sección en su página web, dedicada a la sensibilización de los clientes y no clientes, en materias tales como el uso responsable de los créditos, la cultura del ahorro y la planificación financiera.

CMR Falabella Chile, realizó una campaña específica dirigida a sus clientes denominada "OK con mi Estado de cuentas" donde se entregaban consejos prácticos para interpretar correctamente y tomar buenas decisiones a partir de la lectura de la cartola.

CURSOS E-LEARNING PARA NUESTROS CLIENTES

Entendiendo que las nuevas generaciones están cada vez más digitalizadas y que ésta será la manera de educar en el futuro, a través de la página web de Banco Falabella Chile realizamos cuatro cursos e-learning, con el fin de llegar a todos aquellos que buscan la innovación y optan por las plataformas digitales. En ellos enseñamos a los participantes sobre el ahorro, el endeudamiento responsable, la prevención de fraudes y cómo invertir.

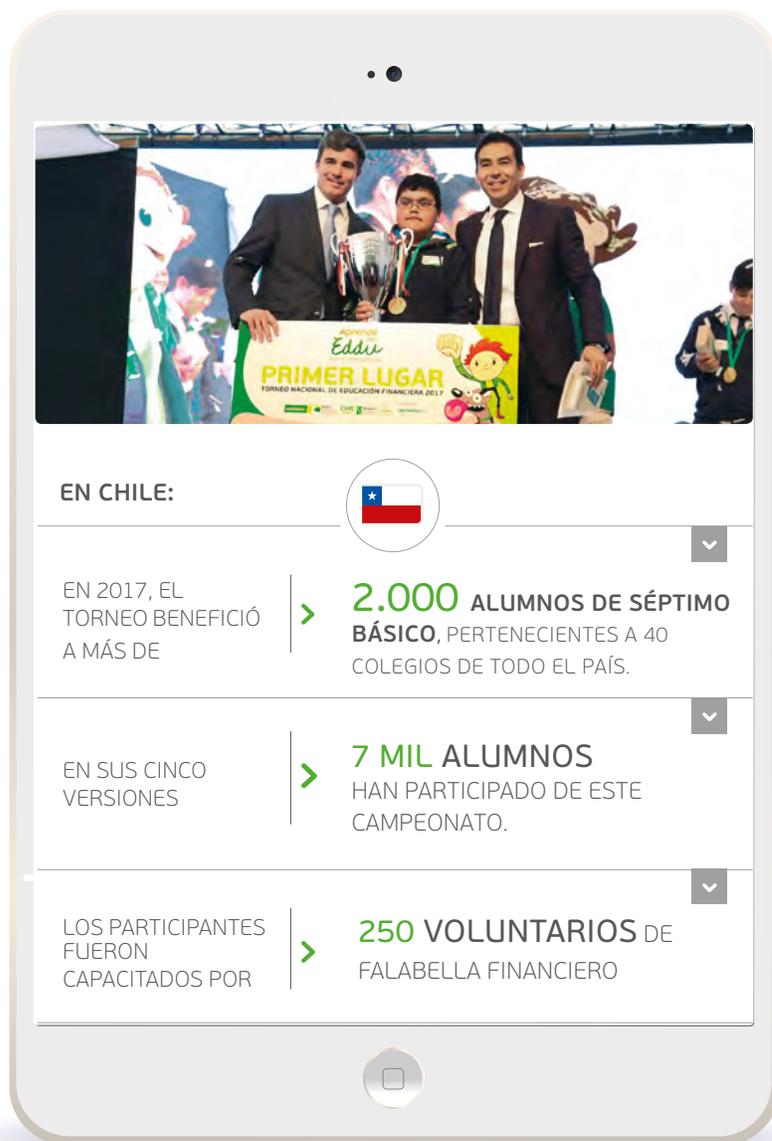
Para incentivar su uso, Banco Falabella Chile ofreció premios relacionados a las temáticas de cada uno de ellos al momento de finalizar el curso satisfactoriamente. Por ejemplo, quienes completaron el e-learning de ahorro, recibieron la posibilidad de abrir una cuenta de ahorro con un año de mantención gratis, mientras que quienes realizaron el curso de endeudamiento responsable obtuvieron un 10% de descuento en la tasa de un crédito de consolidación, para ordenar sus deudas. En el transcurso del año, **511 personas completaron los cursos e-learning.**

EDUCACIÓN FINANCIERA A LA COMUNIDAD

TORNEO "APRENDE CON EDDU"

Conscientes de la relevancia de aprender cómo manejar responsablemente las finanzas desde una edad temprana, por quinto año consecutivo realizamos en Chile nuestro torneo interescolar de educación financiera. Este año, participaron del torneo más de 2 mil alumnos de séptimo básico, pertenecientes a **40 colegios del programa "Haciendo Escuela"** de todo el país, acumulándose así más de 7 mil alumnos han participado de este campeonato desde su creación. Para que esta iniciativa sea una realidad, contamos con el apoyo de 250 colaboradores de las unidades de negocio que, voluntariamente, acompañaron a los estudiantes que participaron del torneo. Este año, de la mano de Eddu, desarrollamos nuestro propio juego, "**Aprende con Eddu**", el que además dio nombre al torneo. A través de este juego de tablero aprenden de manera lúdica conceptos clave sobre el manejo de las finanzas. Como ya es tradición, esta actividad icónica de Falabella Financiero contó con el apoyo de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF).

Más de 4 mil alumnos de 60 colegios del programa Haciendo Escuela de Falabella se han beneficiado a nivel regional.



La iniciativa se realizó también en Colombia, llegando a **2.022 alumnos de 10 colegios** del programa "Haciendo Escuela" de Falabella, que apadrina colegios en los lugares donde existe una tienda de la empresa. En Argentina, en tanto, 1.680 niños jugaron el juego de Eddu.

Por su parte, Banco Falabella Perú realizó charlas de educación financiera para **casi dos mil alumnos**, 100 profesores y cerca de 200 apoderados de colegios pertenecientes

a la red "Haciendo Escuela". Lo mismo se desarrolló con 60 de sus proveedores, a quienes transmitió conocimientos en finanzas personales y manejo de presupuesto.

El esfuerzo de Seguros Falabella Colombia en materia de educación financiera, estuvo enfocado a fortalecer los conocimientos de 60 niñas de la Fundación OPNI. Con el apoyo de voluntarios de la empresa, y a través de actividades lúdicas y dinámicas se instruyó a las beneficiarias de la fundación.



FERIA DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Esta iniciativa nace por el alto interés de las charlas sobre educación financiera que realizamos en nuestras sucursales.

En Chile, realizamos por primera vez una feria de educación financiera, que contó con el apoyo de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras en Chile. En la actividad, que se realizó en el Mall Plaza Vespucio, se llevaron a cabo diversas charlas con el objetivo de promover el endeudamiento responsable, la importancia del ahorro y la inversión. También se entregaron consejos para transmitir la importancia del autocuidado y tips que pueden ayudar a prevenir los fraudes más frecuentes como la clonación, el cambio de tarjetas, phishing y los fraudes telefónicos. Además, se incluyeron stands con entrega de material y se realizaron concursos y trivias.

PRESENCIA EN FERIAS Y KERMESSES

Banco Falabella Chile, durante 2017 mantuvo su estrategia de difusión de los conceptos de

educación financiera con las comunidades escolares. En el marco de kermesses escolares, las cuales tuvieron una asistencia de **más de 54.000 personas**, se sensibilizó entregando minialcancias y realizando sorteos y concursos que refuerzan los conceptos de finanzas responsables. Por otra parte, el Banco participó por tercera vez, de las ferias de educación financiera organizadas por la SBIF en Santiago. La participación incluyó la entrega de información acerca del programa Eddu y la realización de concursos sobre educación financiera para niños.

EDDU SE SIGUE DIGITALIZANDO

Evolucionando de la mano de nuestros clientes, en 2018 Eddu seguirá aumentando su presencia en el mundo online. Para ello, estamos desarrollando un juego que será lanzado a nivel regional y que estará disponible en la páginas webs de Eddu en la región, el cual permitirá aprovechar esta plataforma para masificar de manera lúdica y digital los conceptos de educación financiera. Además, el juego será instalado en los colegios del programa Haciendo Escuela en todos los países en que estamos presentes.

EDUCACIÓN FINANCIERA A COLABORADORES

La capacitación en temas de manejo de presupuesto y prevención de fraude, es también dirigida a nuestros propios equipos. Durante la inducción de los nuevos colaboradores, y desde hacer más de dos años, en Banco Falabella Chile se realizan charlas específicas de educación financiera. En CMR Falabella Chile, se realizaron charlas voluntarias de endeudamiento responsable, donde participaron 30 colaboradores y donde se demostraron las ventajas y desventajas de los créditos, la diferencia entre un subsidio y un crédito hipotecario, entre otros.

Por su parte, en Seguros Falabella Perú, se realiza un taller de 12 horas de duración, donde se explica cómo manejar y organizar su presupuesto considerando metas a corto plazo, mediano y largo plazo.



DURANTE 2017 A NIVEL CONSOLIDADO REGIONAL REALIZAMOS MÁS DE **1.900 HORAS** DE EDUCACIÓN PARA NUESTROS COLABORADORES.



Colaboradores Comprometidos

CAPÍTULO 05



- Somos Protagonistas •
- Hacemos que las Cosas Pasen •
- Desarrollamos a las Personas •
- Nos Apasionamos por los Clientes •
- Jugamos en Equipo •



NUESTRO APOORTE A LA REGIÓN

Para alcanzar los ambiciosos desafíos que nos hemos propuesto necesitamos atraer, desarrollar y motivar a los mejores talentos, capaces de asumir tales desafíos. Durante 2017, nuestros esfuerzos continuaron enfocados en la práctica de los principios corporativos que definen la cultura organizacional de Falabella Financiero:



DESARROLLAMOS A LAS PERSONAS

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



SOMOS PROTAGONISTAS

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



HACEMOS QUE LAS COSAS PASEN

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



NOS APASIONAMOS POR LOS CLIENTES

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



JUGAMOS EN EQUIPO

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

SOMOS PROTAGONISTAS

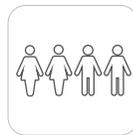


**Quiénes somos: un equipo joven,
con una fuerte presencia de
mujeres.**

En Falabella Financiero contamos con una Gerencia Corporativa de Recursos Humanos, encargada de entregar los lineamientos globales aplicables a todas las unidades de negocio y de definir la estrategia de gestión de personas de manera integral para toda la región. La gerencia es la encargada de reportar al Directorio los proyectos y avances generales en esta materia. Por su parte, en cada negocio, la Gerencia de Recursos Humanos es la encargada de su implementación, de acuerdo a su país, normativa y contexto específico.

Uno de los avances más importantes de cara a la gestión de colaboradores durante este año fue la implementación gradual de diferentes módulos del sistema SAP para recursos humanos, plataforma de clase mundial que permitirá a los negocios mejorar los procesos de gestión de colaboradores y la toma de decisiones.

A partir de la implementación de este sistema integrado regionalmente podremos homologar aún más las prácticas de administración de los colaboradores y fomentar la autogestión, ya que el sistema permite mantener información online de cada trabajador, en una plataforma amigable y accesible con el celular, dando acceso a una amplia variedad de auto atenciones.



12.756 COLABORADORES



61% MUJERES



33,2 AÑOS ES LA EDAD PROMEDIO



26% SINDICALIZADOS



4 AÑOS ANTIGÜEDAD PROMEDIO



92% OPINAN QUE FALABELLA FINANCIERO
ES UN GRAN LUGAR PARA TRABAJAR

NUESTROS EQUIPOS

Durante 2017, a nivel consolidado, Falabella Financiero alcanzó los 12.756 colaboradores, cifra 5% mayor al cierre del año anterior. El crecimiento en la dotación total se explica principalmente por la contratación de personas

en nuestras unidades de Colombia y Argentina. Esta cantidad de puestos de trabajo al final del periodo es una clara demostración del impacto positivo que nuestras compañías tienen en el crecimiento de los países de la región.

DURANTE 2017, A NIVEL
CONSOLIDADO, FALABELLA
FINANCIERO ALCANZÓ LOS

12.756
COLABORADORES

DOTACIÓN POR UNIDAD DE NEGOCIO

	MUJERES 2016	MUJERES 2017	HOMBRES 2016	HOMBRES 2017	TOTAL 2016	TOTAL 2017	VARIACIÓN POR PAÍS
» CMR Falabella	1.848	1.896	735	887	2.583	2.783	
» Banco Falabella	1.104	1.085	816	831	1.920	1.916	
» Seguros Falabella	456	430	348	329	804	759	
» Viajes Falabella	299	305	151	165	450	470	
» CF	7	11	7	9	14	20	
TOTAL CHILE	3.714	3.727	2.057	2.221	5.771	5.948	3%
» Banco Falabella	1.461	1.402	1.014	1.003	2.475	2.405	
» Seguros Falabella	212	208	174	149	386	357	
» Viajes Falabella	91	99	32	38	123	137	
TOTAL PERÚ	1.764	1.709	1.220	1.190	2.984	2.899	-3%
» Banco Falabella	1.202	1.444	909	1.019	2.111	2.463	
» Seguros Falabella	247	262	216	214	463	476	
» Viajes Falabella	117	125	59	57	176	182	
TOTAL COLOMBIA	1.566	1.831	1.184	1.290	2.750	3.121	13%
» CMR Falabella	246	267	131	146	377	413	
» Seguros Falabella	59	63	43	47	102	110	
» Viajes Falabella	86	86	30	33	116	119	
TOTAL ARGENTINA	391	416	204	226	595	642	8%
» Soriana Falabella	0	59	0	87	0	146	
TOTAL MÉXICO	0	59	0	87	0	146	
TOTAL FALABELLA FINANCIERO	7.435	7.742	4.665	5.014	12.100	12.756	5%

EN FALABELLA FINANCIERO VALORAMOS LA DIVERSIDAD DE GÉNERO Y EDAD, PORQUE RECONOCEMOS LA IMPORTANCIA DE ENRIQUECER EL TRABAJO MEDIANTE LA CONFLUENCIA DE DISTINTAS PERSONAS



DIVERSIDAD

Mantenemos el compromiso con la generación de empleo femenino, superando el 60% de nuestra dotación total a fines de 2017. A partir de este año se comenzó a realizar el monitoreo gerencial de todos los indicadores de recursos humanos desglosado por género, con el objetivo de identificar oportunidades de crecimiento y desarrollo equitativamente para hombres y mujeres.

En Falabella Financiero valoramos la diversidad de género y edad, porque reconocemos la importancia de enriquecer el trabajo mediante la confluencia de distintas personas, que aportan diferentes niveles de experiencia y vitalidad a nuestros equipos.

Nuestras remuneraciones son altamente competitivas en el mercado y para efectos

del plan de carrera son fundamentales el desempeño y las competencias de cada persona. Es política en cada uno de los negocios que la evaluación de desempeño y el desarrollo de carrera de cada colaborador sea independiente a su género. Sin embargo, y con miras a promover un mayor balance femenino-masculino en los puestos de responsabilidad, durante 2017 en algunos negocios, en los procesos de búsqueda de talentos, se colocó un mayor foco en las postulaciones femeninas.

En particular en Seguros Falabella Perú, se continuaron desarrollando una serie de actividades vinculadas con la promoción de la diversidad. Entre ellas destacan la realización de convocatorias específicas a través del Ministerio de Trabajo y de las plataformas de empleo para personas con discapacidad. La empresa obtuvo el cuarto lugar en el Ranking Par – Ranking de Equidad de Género

en las organizaciones entre **141 empresas** participantes. En Banco Perú, se mantienen las actividades de promoción de la diversidad, implementadas en 2016 en el marco del lanzamiento de la Política de Diversidad, tales como los beneficios específicos diseñados para las colaboradoras embarazadas y con niños recién nacidos..

A FINES DEL 2017, LA
GENERACIÓN DE EMPLEO
FEMENINO SUPERÓ EL

60%
DE LA DOTACIÓN TOTAL

ROTACIÓN DE COLABORADORES

La rotación de colaboradores sigue siendo un factor crítico para la compañía, siendo este indicador un reflejo de nuestra gestión de recursos humanos. Durante el año reportado, se lograron mejoras en los indicadores de rotación femeninos y masculinos de casi todas las unidades de negocios. Caben destacar los resultados logrados por CMR Falabella Chile, que logró una disminución de 4,9 puntos porcentuales y de todas las unidades de negocios en Perú y Argentina.



TASA DE ROTACIÓN POR UNIDAD DE NEGOCIO Y GÉNERO*

UNIDAD DE NEGOCIO	ROTACIÓN FEMENINA		ROTACIÓN MASCULINA		ROTACIÓN TOTAL	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
 CMR Falabella	21,9%	15,4%	26,3%	21,3%	23,2%	17,3%
 Banco Falabella	13,6%	13,2%	15,7%	15,3%	14,5%	14,1%
 Seguros Falabella	21,3%	21,6%	28,2%	29,5%	24,3%	25,0%
 Viajes Falabella	15,4%	15,4%	18,5%	12,7%	16,4%	14,5%
 CF	14,3%	27,3%	0,0%	33,3%	7,1%	30,0%
 Banco Falabella	41,1%	34,7%	43,7%	38,9%	42,2%	36,5%
 Seguros Falabella	67,5%	49,5%	62,1%	61,7%	65,0%	54,6%
 Viajes Falabella	49,5%	32,3%	34,4%	15,8%	45,5%	27,7%
 Banco Falabella	43,7%	39,7%	54,2%	50,3%	48,2%	44,1%
 Seguros Falabella	43,7%	50,0%	49,5%	57,9%	46,4%	53,6%
 Viajes Falabella	58,1%	44,8%	72,9%	61,4%	63,1%	50,0%
 CMR Falabella	27,2%	15,7%	39,7%	15,8%	31,6%	15,7%
 Seguros Falabella	20,3%	17,5%	16,3%	19,1%	18,6%	18,2%
 Viajes Falabella	26,7%	17,4%	20,0%	12,1%	25,0%	16,0%
 Soriana Falabella		10,2%		10,3%		10,3%

*La Tasa de Rotación se calcula como Egresos de colaboradores durante el año/ Dotación al cierre del año.



Por su parte, la tasa de contratación, que se reporta este año por primera vez, es reflejo de las nuevas oportunidades de empleo generadas en cada una de las empresas, destacando en este caso, Seguros Falabella

Perú y Colombia. La tasa de contratación de CMR Falabella México es reflejo de la estrategia de conformación de los nuevos equipos en dicho país.

TASA DE CONTRATACIÓN POR UNIDAD DE NEGOCIO Y GÉNERO*

UNIDAD DE NEGOCIO	TASA CONTRATACIÓN FEMENINA	TASA CONTRATACIÓN MASCULINA	TASA CONTRATACIÓN TOTAL
	2017	2017	2017
 CMR Falabella	15,2%	32,5%	20,7%
 Banco Falabella	11,2%	17,3%	13,9%
 Seguros Falabella	19,8%	28,9%	23,7%
 Viajes Falabella	15,4%	30,3%	20,6%
 CF	27,3%	44,4%	35,0%
 Banco Falabella	31,1%	37,0%	33,6%
 Seguros Falabella	96,2%	94,0%	95,2%
 Viajes Falabella	32,3%	21,1%	29,2%
 Banco Falabella	13,4%	17,4%	15,1%
 Seguros Falabella	60,3%	62,1%	61,1%
 Viajes Falabella	13,6%	12,3%	13,2%
 CMR Falabella	21,7%	25,3%	23,0%
 Seguros Falabella	15,9%	23,4%	19,1%
 Viajes Falabella	18,6%	18,2%	18,5%
 Soriana Falabella	93,2%	89,7%	91,1%

*La Tasa de Contratación se calcula como Ingresos de colaboradores durante el año/ Dotación al cierre.

*La tasa de contratación comenzó a monitorearse a partir de 2017 y por ello, no se incluye información de años anteriores.



HACEMOS QUE LAS COSAS PASEN

UNO DE LOS PRINCIPALES
AVANCES DEL AÑO EN MATERIA
DE BENEFICIOS PARA EMPLEADOS
FUE LA IMPLEMENTACIÓN DEL
PROGRAMA "MODO FLEX".

COMPENSACIONES Y BENEFICIOS A COLABORADORES

En materia de compensaciones hemos logrado un alineamiento regional, contando con una política corporativa de compensaciones para cargos directivos. Al mismo tiempo y con el propósito de remunerar competitivamente a nuestros colaboradores, se utilizaron escalas salariales de mercado homologadas por país, realizándose la valuación de cargos en base a una metodología estandarizada regionalmente.

Pero sin duda alguna, uno de los principales avances del año en materia de beneficios

para empleados fue la implementación del programa **Modo Flex**. Se trata de una iniciativa corporativa, que se ha implementado en todos los negocios de Falabella Financiero, con el propósito de motivar al personal al lograr una mejor conciliación de su vida personal y laboral. El programa entrega, por un lado, la posibilidad al colaborador de contar de dos meses sin goce de sueldo para viajar, estudiar o disponer a su gusto de tiempo libre, y por otro, la alternativa de elegir el horario de entrada y salida semanal según su mejor comodidad. Además, en algunos negocios, a raíz de esta iniciativa se redujo el horario laboral del día viernes y se brindó la posibilidad de trabajar un día a la semana, desde su casa.

- ✓ TIEMPO LIBRE
- ✓ HORARIO A TU MEDIDA
- ✓ SALIDA ANTICIPADA LOS VIERNES
- ✓ HOME OFFICE

DESARROLLAMOS A LAS PERSONAS

Estamos convencidos que, para alcanzar nuestros ambiciosos objetivos de negocios, es fundamental invertir en el desarrollo integral de nuestros colaboradores, y focalizamos el esfuerzo en los procesos de capacitación, en la implementación de planes de movilidad interna, y en la mejora constante de nuestros procesos de evaluación de desempeño.

CAPACITACIÓN

El principal fundamento de los procesos de desarrollo de nuestros colaboradores dice relación con la responsabilidad de cada uno de buscar alternativas interesantes para su carrera. En Falabella Financiero ponemos a disposición de los equipos un conjunto de herramientas que le permiten a cada colaborador modelar su carrera, a través de capacitaciones virtuales y presenciales

diseñadas a partir de los distintos estilos de aprendizaje. Además, contamos con un portal digital donde los trabajadores pueden compartir sus conocimientos.

El año 2017 estuvo marcado por avances sustanciales en materia de capacitación: se aumentaron las horas y la cobertura de la capacitación, se incorporaron nuevas temáticas en las mallas curriculares y mejoró la satisfacción de los participantes entrenados. Otra mejora importante implementada en el área de formación fue la medición del impacto de las capacitaciones en su transferencia al puesto de trabajo, diagnóstico que nos será de utilidad, para redefinir los futuros planes de formación, así como los formatos y medios de entrenamiento.

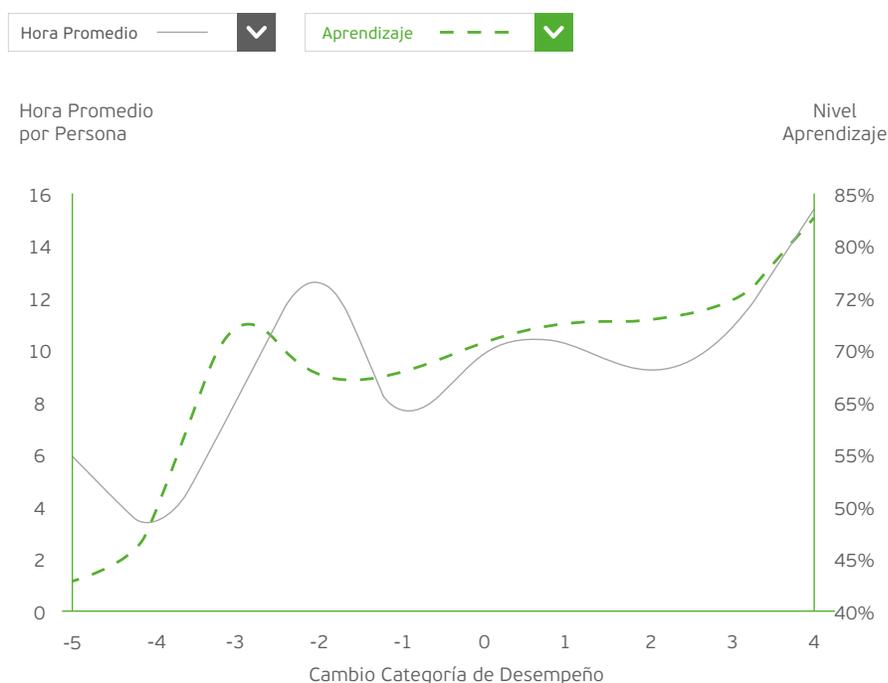
HORAS DE CAPACITACIÓN

UNIDAD DE NEGOCIO	MUJERES		HOMBRES		TOTAL		VARIACIÓN 2016-2017
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	
 CMR Falabella	67.742	76.123	29.983	22.796	97.725	98.919	1,22%
 Banco Falabella	27.967	38.029	25.205	36.280	53.172	74.309	39,75%
 Seguros Falabella	26.258	24.843	24.206	22.351	50.464	47.194	-6,48%
 Viajes Falabella	11.506	11.527	5.228	4.771	16.734	16.298	-2,61%
 Banco Falabella	67.299	63.125	46.577	52.688	113.876	115.813	1,70%
 Seguros Falabella	12.615	8.329	9.799	6.491	22.414	14.820	-33,88%
 Viajes Falabella	995	3.656	427	949	1.422	4.605	223,84%
 Banco Falabella	39.092	52.099	31.460	32.620	70.552	84.718	20,08%
 Seguros Falabella	12.135	16.428	11.285	14.897	23.420	31.325	33,75%
 Viajes Falabella	3.556	737	1.601	215	5.157	952	-81,54%
 CMR Falabella	6.614	6.610	3.151	3.202	9.765	9.812	0,48%
 Seguros Falabella	2.423	552	1.095	581	3.518	1.133	-67,79%
 Viajes Falabella	2.036	811	904	270	2.940	1.081	-63,25%
 Soriana Falabella	0	164	0	216	0	380	
TOTAL	280.238	303.033	190.921	198.327	471.159	501.359	6,40%



Capacitación técnica mejora el desempeño a partir de un 70% aprendizaje

Uno de los principales avances para promover el desarrollo de los colaboradores de Falabella Financiero fue la realización de un estudio de correlación entre las oportunidades de capacitación, el nivel de aprendizaje y los avances en el desempeño de nuestros colaboradores. El estudio, realizado por el equipo de recursos humanos corporativo, demuestra que, tal como lo representa el gráfico, aquellos colaboradores que más aprenden (aquellos que aprueban con más de 70% las pruebas de capacitación), logran mejores resultados en sus evaluaciones y en los procesos de promoción. Ello nos anima a seguir entregando las mejores oportunidades de formación para nuestros equipos, con miras a obtener las mejores oportunidades de desarrollo de sus carreras.



HORAS DE CAPACITACIÓN PROMEDIO POR PERSONA

UNIDAD DE NEGOCIO	MUJERES		HOMBRES		TOTAL	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Chile	35,9	40,4	41,1	38,8	37,8	39,8
Perú	45,9	43,9	46,6	50,5	46,2	46,6
Colombia	34,98	37,83	37,45	37,00	36,05	37,49
Argentina	28	19	25	18	27	19
México	-	2,8	-	2,5	-	2,6
TOTAL FALABELLA FINANCIERO	37,96	39,40	41,36	39,96	39,27	39,62

“EL PROPÓSITO DE ESTE PROGRAMA FUE DESARROLLAR LAS HABILIDADES DE LIDERAZGO CLAVE PARA LOS DESAFÍOS DE UNA CULTURA DE TRABAJO MÁS DIGITAL”



PROGRAMA LÍDERES 2.0

En formación, uno de los hitos destacados en 2017 fue el lanzamiento del programa de líderes 2.0. El propósito de este programa fue desarrollar las habilidades de liderazgo clave para los desafíos de una cultura de trabajo más digital, a través de programas de formación entre los propios pares voluntarios. Una primera etapa, consistió en cinco talleres donde los colaboradores, generalmente jefes, se inscribían voluntariamente y una vez recibida la capacitación, replicaban los conocimientos en nuevos equipos. Esta iniciativa fue muy bien evaluada por los participantes, y por ello, continuaremos implementándola en 2018, conformando así comunidades digitales de autoaprendizaje.

Estas instancias fueron reforzadas mediante el uso de videos y material netamente digital, promoviendo el desarrollo de contenidos a partir de los equipos de trabajo. Durante el año se relanzó un portal de capacitación, 100% personalizable de manera de entregar los contenidos específicos que cada líder requiere y generar una cultura de aprendizaje de alto desempeño. Este programa, es parte de las Academias de Falabella Financiero, que vienen desarrollándose desde hace cinco años en las compañías del Grupo.

Complementariamente, 30 gerentes y subgerentes participaron de un nuevo Diplomado denominado “Transformación Digital e Innovación” impartido por la Pontificia Universidad Católica de Chile, curso de servicios financieros con un enfoque centrado en lo digital. Como resultado de esta

iniciativa, los alumnos presentaron proyectos de transformación digital que podrán ser implementados en los negocios.

También durante 2017 se desarrollaron los programas Crece y América 10. El primero busca desarrollar habilidades de liderazgo en jóvenes con potencial y que hayan sido destacados en su evaluación de desempeño, brindándoles la oportunidad de participar en capacitaciones presenciales y actividades de coaching. En la generación 2016-2017 participaron 78 colaboradores de la región en esta iniciativa. Por su parte, América 10, es una pasantía internacional que permite a los colaboradores ser parte y trabajar durante 10 semanas en algunos de los países donde Falabella Financiero tiene presencia. En esta versión, participaron 13 colaboradores.

ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTOS

La atracción, el desarrollo y la retención de los talentos, ocupa un lugar de importancia estratégica en la gestión de Falabella Financiero. Por ello, en 2017 se creó un Comité de Talentos, abocado a desarrollar planes de acción específicos para los colaboradores con mayor potencial y a la promoción de oportunidades de movilidad interna.

Para la atracción de talentos, continuamos con el programa de incorporación de egresados de MBAs (de Europa y de Estados Unidos). Durante 2017, el programa mejoró en todos sus indicadores; un mayor número de postulantes y de entrevistados, más ofertas de parte de los negocios hacia los estudiantes y una mayor participación de los negocios del Grupo en el proceso. Fue así que se incorporaron a nuestros equipos durante 2017, 11 participantes de este programa. Estamos orgullosos de los logros obtenidos con este programa y continuaremos promoviendo este camino para la atracción de nuevos colaboradores, incorporando también personas capacitadas en el mundo digital.

Además, y respondiendo a las necesidades del mercado y los focos estratégicos de Falabella Financiero, se desarrolló un programa de reclutamiento de talento digital, **Recruiting Tech**. Se trata de un gran esfuerzo que realizamos para la atracción de colaboradores con conocimientos que nos permitan continuar avanzando en la implementación de estrategias digitales. A partir de un piloto implementado en Uruguay y Venezuela (donde postularon 17 personas) capturamos varios aprendizajes que sirvieron como insumo para la implementación masiva del programa a nivel regional.

En forma paralela, en Chile y también como piloto, se desarrolló un evento con ex-alumnos y alumnos del último semestre de la Universidad Federico Santa María, Universidad de Chile y Universidad Católica, donde además de contarles de qué se trata la Digital Factory, se invitó a colaboradores de Falabella Financiero a contar sus propias experiencias en las nuevas metodologías de trabajo, invitando a los asistentes a postular a las vacantes de la compañía.

EN CHILE NUESTRO PROGRAMA RECRUITING
TECH INGRESÓ A 12 "TALENTOS DIGITALES"
DURANTE EL 2017

A partir de estas experiencias, se implementó el programa regional, que abarcó a siete países, dos universidades en cada país, y contó con la participación activa de las áreas de recursos humanos y sistemas, en aquellos países donde tenemos presencia comercial. Los postulantes participaron de una primera entrevista virtual y una segunda entrevista en Chile para aquellos preseleccionados. Como resultado de estos esfuerzos, logramos incorporar a 12 nuevos "talentos digitales".

Otra de las aristas más importantes para la atracción de talentos digitales es el programa de reclutamiento a través de personas referidas por nuestros propios colaboradores. Mediante un procedimiento estandarizado, que incluye entrevistas realizadas por sus propios pares y la decisión final de un comité específico, se selecciona a los mejores candidatos. Así, durante 2017, dos tercios de las incorporaciones a la Digital Factory provinieron de este tipo de recomendaciones.

TRABAJAR EN FALABELLA FINANCIERO ES... 

Trabajar en una empresa **líder en servicios financieros** de Latinoamérica.

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

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

Trabajar en un lugar dinámico y entretenido que **promueve la calidad de vida**.

Trabajar en una empresa en la que el trabajo tiene **sentido**.



JÓVENES PROFESIONALES

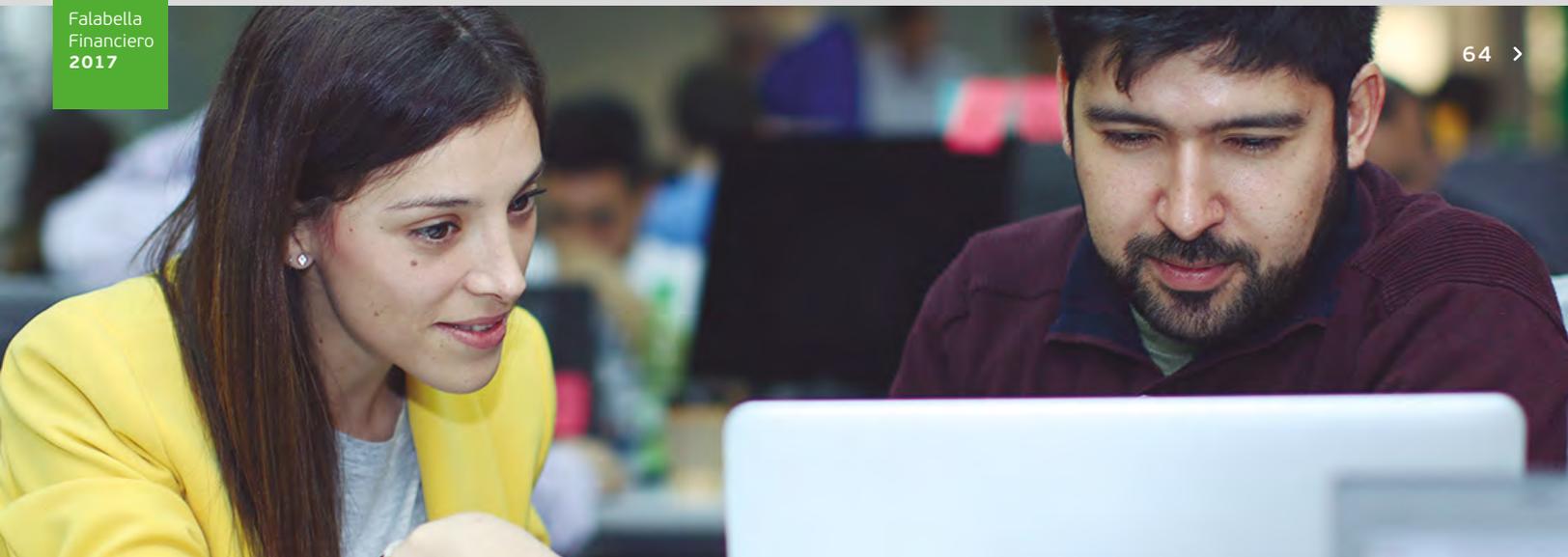
Durante 2017 se continuó desarrollando Jóvenes Profesionales, programa donde nuevos colaboradores participan durante un año, de una formación integral, ejecutando funciones en distintas gerencias, acompañados siempre por un mentor. Después de ese período, y en función de su desempeño y habilidades específicas, los jóvenes tienen la oportunidad de ocupar un

cargo definitivo en la compañía. En la versión 2017 del programa, participaron 94 jóvenes.

Paralelamente se realizaron actividades específicas de inducción de ejecutivos de cara a su inmersión en las actividades del Grupo. Además de las presentaciones corporativas, se implementaron visitas a tiendas de todos los negocios y a la Digital Factory, además de actividades de networking específicas para este público.

EN LA VERSIÓN 2017 DEL
PROGRAMA JÓVENES
PROFESIONALES PARTICIPARON

94 JÓVENES



LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LOS EJECUTIVOS QUE SE REALIZA DE ACUERDO AL MODELO 360°, ES DECIR UNA EVALUACIÓN ASCENDENTE, DESCENDENTE Y ENTRE PARES.

DESARROLLO DE CARRERA

La evaluación de desempeño es otro factor clave para nuestra gestión de personas. Desde Falabella Financiero hemos homologado las competencias evaluadas entre las diferentes unidades de negocio y países, involucrando como eje central, los principios corporativos. El modelo de gestión contempla tres tipos de evaluaciones. Por una parte, la evaluación del desempeño de los ejecutivos que se realiza de acuerdo al modelo 360°, es decir una evaluación ascendente, descendente y entre pares. Durante el 2017 también se incorporó al modelo 360° a "jóvenes profesionales" y jefes. En 2017 participó el 3% de los colaboradores a nivel consolidado. Para

colaboradores con gente a cargo se les aplicó una evaluación en 180°, que incorpora la evaluación ascendente de sus colaboradores. Por último, para los colaboradores sin gente a cargo, se aplicó la modalidad 90°, siendo cada uno evaluado por su propio jefe. Estos procesos, orientados a toda la plana con más de cuatro meses de antigüedad y contrato indefinido, nos permiten generar un mapeo de los colaboradores para gestionar los procesos de movilidad interna, y preparar los planes de sucesión. Como resultado de estas evaluaciones, durante 2017 se incorporaron matrices de potencial, que permiten visualizar las posibilidades de crecimiento de cada trabajador.



DURANTE 2017 TAMBIÉN SE INCORPORÓ AL MODELO 360°

A "JÓVENES PROFESIONALES" Y JEFES

COLABORADORES EVALUADOS

NEGOCIO	2016			2017		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
 » CMR Falabella	85%	85%	85%	85%	88%	87%
» Banco Falabella	72%	94%	85%	84%	92%	89%
» Seguros Falabella	83%	84%	84%	95%	90%	92%
» Viajes Falabella	97%	88%	91%	78%	84%	82%
» CF	100%	86%	93%	100%	91%	95%
TOTAL CHILE	80%	88%	85%	86%	89%	88%
 » Banco Falabella	92%	69%	79%	96%	80%	86%
» Seguros Falabella	101%	73%	85%	147%	93%	115%
» Viajes Falabella	91%	63%	70%	103%	83%	88%
TOTAL PERÚ	93%	69%	79%	103%	82%	90%
 » Banco Falabella	71%	66%	68%	63%	57%	59%
» Seguros Falabella	74%	58%	65%	99%	61%	78%
» Viajes Falabella	58%	43%	62%	123%	55%	76%
TOTAL COLOMBIA	71%	63%	67%	71%	58%	63%
 » CMR Falabella	122%	107%	112%	117%	111%	113%
» Seguros Falabella	86%	81%	83%	81%	90%	86%
» Viajes Falabella	90%	81%	84%	88%	92%	91%
TOTAL ARGENTINA	110%	97%	102%	105%	104%	105%
 » Soriana Falabella	-	-	-	59%	47%	54%
TOTAL MÉXICO	-	-	-	59%	47%	54%
TOTAL FALABELLA FINANCIERO	83%	79%	80%	86%	81%	83%

Además del sistema formal de evaluación, durante 2017 se realizaron diversas campañas que estimulaban a los ejecutivos a buscar el feedback constante de sus equipos, y para todos los colaboradores, para obtener feedback de sus pares.

Particularmente en sucursales y dados los resultados de la evaluación de desempeño, se implementaron regionalmente, actividades específicas orientadas a acortar las brechas

de competencias y comerciales, se diseñaron mallas curriculares para estos grupos de colaboradores y se creó el banco de talentos. Ejemplo de ello fueron las capacitaciones en productos y en técnicas de venta, los mentoring por parte de líderes comerciales, los procesos de reforzamiento con capacitadores especializados y las actividades de seguimiento in situ. Durante 2017, 2.692 personas participaron de estas actividades en los cuatro países.

Por su parte, el banco de talentos es una iniciativa que premia a los colaboradores de sucursales, con buen desempeño y buenos resultados, entregándoles más oportunidades de capacitación y ofreciéndoles experiencias en diferentes puestos de trabajo. Tales oportunidades son re-evaluadas al fin del período, certificando las competencias de aquellos que obtuvieron buenos resultados. A nivel regional, participaron 353 colaboradores en el año y 54 personas fueron promovidas.



NOS APASIONAMOS POR LOS CLIENTES

Con el propósito de continuar incorporando los principios organizacionales en la cultura y en los procesos diarios, durante 2017, desplegamos el programa **Apasionados**, que busca transformarnos en una empresa 100% centrada en el cliente.

El programa se apalanca en tres ejes estratégicos:

“PONERNOS EN EL LUGAR
DE LOS CLIENTES”

“ESCUCHAR Y ATENDER
SUS NECESIDADES”

“CONSTRUIR RELACIONES
A LARGO PLAZO”

APASIONADOS, NO ES SOLAMENTE EL NOMBRE DE UN PROGRAMA, ES UN CAMBIO CULTURAL QUE BUSCA PONER AL CLIENTE EN EL CENTRO DE TODAS NUESTRAS DECISIONES.

A partir de la recopilación de las buenas prácticas existentes en los distintos negocios y del modelo de influencia para la gestión del cambio de McKinsey, se desarrolló un plan de trabajo que incorpora iniciativas en los ámbitos de satisfacción interna (NPS®), los reconocimientos de clientes y la mejora en la experiencia.

En cada negocio y basados en sus niveles de madurez, se definieron KPIs específicos, con miras a conseguir mejoras significativas en la preferencia y satisfacción de nuestros clientes y al mismo tiempo, disminuir la fuga y la tasa de reclamos.

Durante 2017, el programa se lanzó en todas las unidades de negocios de Chile y Argentina y en Seguros Falabella en Perú y Viajes Falabella en Colombia, estando programado para 2018, el despliegue de esta iniciativa en el resto.

En definitiva, Apasionados, no es solamente el nombre de un programa, es un cambio cultural que busca poner al cliente en el centro de todas nuestras decisiones.

PROGRAMA APASIONADOS

SE LANZÓ EN 2017 EN TODAS LAS UNIDADES DE NEGOCIOS DE CHILE Y ARGENTINA Y EN SEGUROS FALABELLA PERÚ Y VIAJES FALABELLA COLOMBIA

JUGAMOS EN EQUIPO

CLIMA ORGANIZACIONAL

Nos llena de orgullo concluir que seguimos avanzando en el nivel de engagement de nuestros colaboradores, habiendo aumentado un 7% respecto del año anterior. Esta medición, que realizamos desde hace dos años, busca identificar las

principales variables que promueven los principios del plan de cultura organizacional y ayudan a avanzar para convertirnos en una organización más proactiva, colaborativa y con foco en el cliente.

La encuesta, es administrada por la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile e integra variables de cultura, clima y compromiso. Una de las principales fortalezas de esta herramienta es

que permite correlacionar el liderazgo, con la conducta colaborativa, la proactividad y la orientación al cliente.

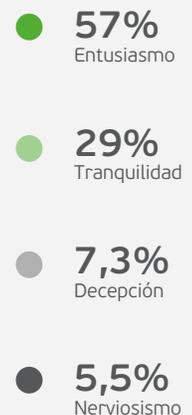
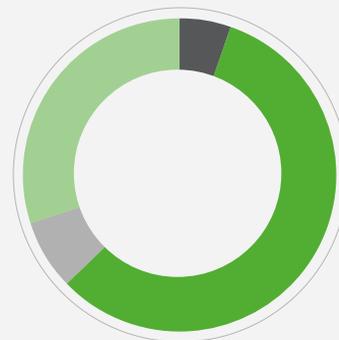
En la medición realizada en junio de 2017, participaron 9.913 colaboradores. De ellos 92% opinaron que Falabella Financiero es un gran lugar para trabajar y un 57%, se encuentran entusiastas con su trabajo (53% en 2016).

ENTRE LOS PRINCIPALES RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE ESTA ENCUESTA SE DESTACAN: ⌵

78% Fue la participación del total de colaboradores.

92% De los colaboradores opinan que Falabella Financiero es un gran lugar para trabajar.

57% Describe a los equipos de trabajo como "Entusiastas", es decir ambientes donde se propicia la creatividad e innovación y con alto nivel de energía. Este porcentaje es comparable con un 44%, Engagement promedio en la industria.



Si bien mejoró el indicador de Engagement en todos los países, los incrementos más significativos se dieron en Chile y en Argentina (8 puntos porcentuales en cada uno).

RELACIONES LABORALES



2017 estuvo caracterizado por el buen relacionamiento con los sindicatos en los cuatro países. Mención especial dice relación con el proceso de negociación colectiva de CMR Chile, donde a partir de un diálogo anticipado y el establecimiento de relaciones de respeto y confianza, se lograron acordar importantes mejoras salariales y mayores beneficios, en particular en educación y salud.

Otra de las negociaciones sindicales iniciadas en 2017 fue realizada con los colaboradores de Banco Falabella en Colombia, quienes son parte de la Unión Sindical Bancaria, asociación que representa a los trabajadores del sector financiero en dicho país.

En el marco del buen relacionamiento empresa-sindicatos, en Chile se diseñaron instancias de capacitación a los dirigentes sindicales, a los equipos de recursos humanos y a los jefes directos sobre los principales cambios que involucra la nueva legislación laboral. Asimismo, se contó con la participación de los dirigentes sindicales en las actividades de voluntariado que impulsan los negocios.

A nivel consolidado, al cierre del año, mantuvimos el porcentaje de trabajadores sindicalizados en 26%, porcentaje idéntico al año anterior, afiliados a nueve sindicatos en Chile, Perú, Colombia y Argentina.

COMUNICACIONES INTERNAS

Durante 2017 nos concentramos en el fortalecimiento y alineamiento de nuestras comunicaciones internas al servicio de la colaboración y una cultura más digital. Uno de los hitos más relevantes fue la nueva Intranet corporativa regional, donde compartimos noticias y contenidos corporativos, así como mejores prácticas entre los negocios. Además, esta plataforma accesible vía celular, se ha posicionado como herramienta clave para la gestión del conocimiento. Además, se desarrollaron portales específicos para la Digital Factory, para los líderes de la organización y para la gestión del cambio en los proyectos.

Por otra parte, en el año se desarrollaron mesas redondas, instancias informativas a nivel regional, donde vía streaming, participaron más de 500 trabajadores.

SINDICALIZACION

	NEGOCIO	SINDICALIZACIÓN 2016	SINDICALIZACIÓN 2017
	» CMR Falabella	48%	45%
	» Banco Falabella	48%	47%
	» Seguros Falabella	53%	55%
	» Viajes Falabella	57%	67%
	» CF	0%	0%
	» Banco Falabella	7%	11%
	» Seguros Falabella	0%	0%
	» Viajes Falabella	0%	0%
	» Banco Falabella	2%	2%
	» Seguros Falabella	0%	0%
	» Viajes Falabella	0%	0%
	» Serco /ABC Colombia	0%	0%
	» CMR Falabella	9%	8%
	» Seguros Falabella	3%	5%
	» Viajes Falabella	7%	6%
	TOTAL FALABELLA FINANCIERO	26%	26%



Nuestro Aporte a la Región

CAPÍTULO 06



Nuestro Aporte a las Comunidades
donde Estamos Presentes •

Voluntariado Corporativo •

Otras Colaboraciones Solidarias y
Voluntariados •

Eficiencia Ambiental •



NUESTRO APOORTE A LA REGIÓN

*HEMOS IMPLEMENTADO UNA
SERIE DE PROGRAMAS QUE
PERMEAN A TODAS LAS UNIDADES
DE NEGOCIOS*



Como resultado de nuestra presencia en la región, se generan múltiples impactos. Estamos conscientes que producto de nuestro negocio, somos un aporte tangible en la accesibilidad al mercado financiero, en la generación de empleo y en la educación. Sin embargo, desde que diseñáramos nuestra estrategia de sostenibilidad corporativa, hemos querido ir más allá aportando valor

a otro stakeholders: las comunidades en donde operamos. Es por ello, que hemos implementado una serie de programas que permean a todas las unidades de negocios y en los cinco países. Paralelamente y acorde con otro de nuestros lineamientos estratégicos, hemos implementado medidas concretas para minimizar nuestro impacto ambiental.

EN 2017 NUESTROS
COLABORADORES REALIZARON

30.932
HORAS DE VOLUNTARIADO



NUESTRO APORTE A LAS COMUNIDADES DONDE ESTAMOS PRESENTES

Analizamos nuestro actuar en beneficio de la comunidad a través de tres líneas estratégicas: El aporte económico a proyectos que contribuyan al desarrollo región, el voluntariado corporativo, y la recaudación de fondos para organizaciones sociales. Estos tres lineamientos se llevan a cabo principalmente con la alianza que tenemos hace cuatro años con América Solidaria y con Programa Haciendo Escuela

del Grupo Falabella. El monto total de aportes a la comunidad durante 2017 superó los 2.2 millones de dólares, cifra 17% superior al aporte realizado en 2016. De dicho monto, un 61% correspondió a aportes al programa Haciendo Escuela y un 18% a la colaboración con América Solidaria. El resto de las donaciones, corresponde a los programas específicos que desarrolla cada unidad de negocios.

EN 2017, NUESTRO APORTE A LAS
COMUNIDADES SUPERÓ LOS

**US\$ 2,2
MILLONES**

**17%
SUPERIOR AL 2016**

APORTES A LA COMUNIDAD (EN USD)

	2016	2017	VARIACIÓN
» América Solidaria	346.529	412.115	19%
» Programa Haciendo Escuela	1.180.267	1.384.823	17%
» Otros Aportes / Donaciones	567.165	456.017	-20%
TOTAL DE APORTES A LA COMUNIDAD	2.093.961	2.252.955	17%

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Nuestro actuar en materia comunitaria se vincula estrechamente con el involucramiento de nuestros colaboradores en los proyectos. Por ello, medimos el éxito de nuestra estrategia de sostenibilidad, a través del monitoreo de la participación de los mismos en las actividades comunitarias, tanto en el programa "Haciendo Escuela" como en los proyectos realizados en colaboración con América Solidaria. Las horas de voluntariado de cada unidad de negocio, constituyen

un indicador clave de desempeño, que se monitorea mensualmente y se reporta al Directorio.

Durante 2017 trabajamos en desarrollar el "voluntariado experto" en nuestras unidades de negocio, este consiste en involucrar a nuestros colaboradores en el voluntariado a partir de sus propios conocimientos, esto contribuye a que la vinculación con los proyectos sea mucho mayor y que el aporte que cada voluntario hace, sea más significativo. Este voluntariado se realiza en Colombia, Argentina y Chile y esperamos que en los próximos años se extienda a toda la región.

A pesar del activo impulso, desde el equipo de sostenibilidad corporativo y de las áreas encargadas en cada unidad de negocios, se produjo una baja del 8% en las horas de voluntariado de nuestros equipos respecto del año anterior, producto de cambios en la metodología de Colombia y Perú. Sin embargo, nos sentimos orgullosos de haber implementado de manera transversal en todos los negocios, una política de voluntariado corporativo que parte desde la inducción; los nuevos colaboradores, en cualquiera de los países, son capaces de experimentar lo relevante que es para nuestra cultura organizacional, los valores como la solidaridad y el trabajo en equipo.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

UNIDAD DE NEGOCIO	HORAS DE VOLUNTARIADO		PROMEDIO DE HORAS POR PERSONA		
	2016	2017	2016	2017	
	CMR Falabella	7.344	6.357	2,84	2,28
	Banco Falabella	6.127	7.366	3,19	3,84
	Seguros Falabella	2.659	3.377	3,31	4,45
	Viajes Falabella	677	677	1,51	1,44
	Banco Falabella	7.663	5.703	3,10	2,37
	Seguros Falabella	1.339	1.565	3,47	4,38
	Viajes Falabella	474	462	3,85	3,37
	Banco Falabella	4.299	2.752	2,13	1,17
	Seguros Falabella	1.540	1.630	3,33	3,42
	Viajes Falabella	637	507	3,62	2,79
	CMR Falabella	485	392	1,29	0,95
	Seguros Falabella	215	74	2,11	0,67
	Viajes Falabella	169	68	1,46	0,57
TOTAL FALABELLA FINANCIERO	33.629	30.931	2,78	2,42	



AMÉRICA SOLIDARIA

4 EJES



Durante 2017 reafirmamos nuestro compromiso por cuatro años más con la ONG América Solidaria, organización que busca promover iniciativas sociales orientadas a superar la pobreza infantil en nuestro continente. A través de una alianza que lleva ya cuatro años, a nivel corporativo y desde cada una de las unidades de negocios, trabajamos en 4 ejes:

Aporte Económico a Proyectos:

Apoyamos y patrocinamos programas orientados a la educación y a la mejora en la calidad de vida de la población infantil más vulnerable.

Voluntariado Corporativo:

Nuestros colaboradores tienen una participación activa en los proyectos que apoyamos.

Recaudación de Fondos:

A través de nuestra red de sucursales contribuimos a la creación de socios para América Solidaria.

Incidencia Pública:

En toda la región realizamos diversas actividades para dar a conocer nuestra alianza y contribuir a las diversas causas.

EN CONJUNTO CON AMÉRICA SOLIDARIA, DURANTE EL AÑO, APOYAMOS A UN TOTAL DE

6.679 NIÑOS

A TRAVÉS DE 12 PROYECTOS CONJUNTOS.

A CONTINUACIÓN, SE PRESENTAN ALGUNAS DE LAS INICIATIVAS MÁS DESTACADAS DE 2017.

☰ Todos los países 🔍 X



En CMR Falabella Chile se realizaron dos actividades de voluntariado por mes: Por una parte, se convocó a los nuevos colaboradores participantes del proceso de inducción y por otra, se realizaron voluntariados con los colaboradores de planta. En este último caso, los equipos apoyaron al desarrollo de habilidades sociales con los niños de la Fundación Edudown, acompañando a los beneficiarios en salidas pedagógicas.

Por su parte, los voluntarios en proceso de inducción, continuaron los proyectos iniciados en 2016, vinculados con la construcción y mantenimiento de huertos y cuenta cuentos. Pero sin duda la iniciativa más innovadora en este ámbito fue "A la huerta de la esquina"; se trata de un proyecto de desarrollo de un emprendimiento, en conjunto con ocho jóvenes de la misma fundación, para el montaje y operación de una fábrica de conservas. Participaron de este proyecto 25 voluntarios de CMR Falabella Chile quienes

trabajaron por más de seis meses en la creación y lanzamiento de esta idea, siendo este grupo el encargado de realizar los estudios de mercado, planes de marketing, flujos de caja, entre otros. Producto de la venta de las conservas, la fundación logró recaudar más de 8 millones de pesos.



"A LA HUERTA DE LA ESQUINA"
UNA INNOVADORA INICIATIVA



En lo que respecta al apoyo a través de América Solidaria, el voluntariado del equipo de **Banco Falabella Chile** se desarrolló en el colegio "La Casa Azul". Actualmente el Banco, ha construido una relación cercana y de ayuda directa, donde los voluntarios se han transformado en protagonistas de cada cambio y evolución que ha tenido la escuela, apoyando de forma directa en actividades tales como: construcción y pintado de techos, pintado de salas y espacios comunes y ayuda a la mejora del huerto del colegio.



Durante el 2017, en conjunto con América Solidaria, **Seguros Falabella Chile** realizó diez actividades con la Fundación Amigos de Jesús, beneficiando a más de 80 niños y jóvenes con discapacidad. Los voluntarios apoyaron a la fundación a través de la mejora en la infraestructura de su edificio y en la refacción de sus muebles. Además, participaron de actividades recreativas, celebraciones y salidas pedagógicas con los beneficiarios de la fundación.

Por su parte **Viajes Falabella** continuó su trabajo con Cerro Navia Joven con actividades de infraestructura, ferias de emprendimiento, celebración navideña y acompañamiento en talleres prelaborales de cocina.

MÁS DE 80 NIÑOS Y JÓVENES CON DISCAPACIDAD, DE LA FUNDACIÓN AMIGOS DE JESÚS FUERON BENEFICIADOS



Con el objetivo de incrementar el impacto de las acciones de voluntariado, **Banco Falabella y Seguros Falabella Colombia** se unieron para invitar a sus trabajadores a colaborar con la fundación OPNI y BiblíoSEO. Durante el año, se organizaron diversas jornadas de voluntariado vinculadas con actividades de reforestación y embellecimiento de espacios públicos, reconstrucción de espacios deportivos y apoyo en el desarrollo de proyectos de emprendimiento de las niñas de la Fundación.

Reflejo del compromiso de Seguros Falabella Colombia con los niños de la Fundación, fue la implementación de la sala de fonoaudiología. Gracias a esta inversión, los profesores de nivel inicial contarán con las herramientas adecuadas para potenciar las habilidades auditivas y lingüísticas de los alumnos.

DURANTE EL AÑO, SE ORGANIZARON DIVERSAS JORNADAS DE **ACTIVIDADES DE REFORESTACIÓN Y EMBELLECIMIENTO**



En Argentina se implementó un nuevo gabinete psicopedagógico en el Colegio Mano Amiga-Pilar ubicado en la provincia de Buenos Aires. Este espacio permitirá detectar, acompañar y prevenir las problemáticas que rodean a los estudiantes en los ámbitos educativo, personal, social y profesional. Se busca favorecer su desarrollo integral, a través del acompañamiento y fortalecimiento del equipo de orientación escolar. Este proyecto impactó a 553 estudiantes y 48 docentes.

Por su parte, colaboradoras del equipo de recursos humanos de CMR Falabella Argentina formaron parte del proceso de selección de voluntarios para América Solidaria. Se realizaron un total de 10 entrevistas, de las cuales fueron seleccionados 3 voluntarios para desarrollar diferentes proyectos de la fundación.

NUEVO GABINETE PSICOPEDAGÓGICO EN EL COLEGIO MANO AMIGA-PILAR, BUENOS AIRES, IMPACTÓ EN **553 ESTUDIANTES Y 48 DOCENTES.**



Banco Falabella Perú en conjunto con América Solidaria, continuó con el programa "Recrear la convivencia", iniciativa implementada en los colegios Fe y Alegría de Huaycán (Lima) y de San Juan de Lurigancho. A los colegio concurren mayoritariamente inmigrantes y se emplaza en contextos de excesiva violencia y mal trato. Por ello, América Solidaria y voluntarios de Banco Falabella en Perú, orientaron sus esfuerzos a potenciar allí herramientas personales en los integrantes de la comunidad escolar, para promover la vida y animar la esperanza, construyendo los valores de la institución educativa pensando en el desarrollo integral de los y las estudiantes. La intervención tiene por objetivo fortalecer los espacios de convivencia por medio de una perspectiva de cultura de paz, a través de charlas de sensibilización orientadas a los alumnos, padres y profesores. Asimismo, y con el mismo fin, se desarrollaron talleres con líderes voluntarios de la comuna, con un total de 30 personas capacitadas. Por su parte voluntarios de Seguros Falabella Perú dentro del voluntariado de inducción desarrollaron libros dirigidos a niños de 3 a 6 años con discapacidad y/o habilidades especiales con el fin de apoyar el aprendizaje en aula pre-inclusivas. Además, nuestras filiales en Perú, con el propósito de atraer más socios, auspiciaron la carrera "Corre por una América Solidaria 5k 2017", segunda realizada por la fundación en dicho país.

LOS APORTES DE NUESTROS COLABORADORES SE ORIENTAN A LA INTERVENCIÓN EN LOS COLEGIOS MEDIANTE PROYECTOS DE EDUCACIÓN FINANCIERA, EDUCACIÓN VIAL U OTROS

PROGRAMA "HACIENDO ESCUELA"

Durante 2017, nuestros voluntarios siguieron apoyando el trabajo de los colegios "Haciendo Escuela", emblemático programa del Grupo Falabella. Los aportes de nuestros colaboradores se orientaron a la intervención en los colegios mediante proyectos de educación financiera, educación vial u otros aportes específicos que requerían los colegios. En 2017, el programa del Grupo Falabella llegó a 100 escuelas y más de 81.000 alumnos en la región, superando las cifras del año anterior. Por una parte, todas las unidades de negocio, organizaron

durante el año, actividades especiales para conmemorar, junto a los colegios apadrinados, fechas especiales o festividades (Regreso al Colegio, Fiestas Patrias, Día del Niño o Navidad), aprovechando las oportunidades de encuentro para hacer entrega de regalos o útiles escolares, contar cuentos o desarrollar actividades lúdicas para los alumnos.

A continuación se presentan algunas iniciativas destacadas desarrolladas en 2017 por los equipos.

EN 2017, EL PROGRAMA "HACIENDO ESCUELA" LLEGÓ A

**100
ESCUELAS**

Y A MÁS DE

81.000
ALUMNOS EN LA REGIÓN



Iniciativas más destacadas



X



Banco Falabella Perú continuó en 2017 con su apoyo a los cinco colegios apadrinados con énfasis en la mejora de la infraestructura, la promoción de la salud y el emprendimiento. Así, durante el año, los voluntarios compartieron con los niños, buenas prácticas en salud bucal, alimentación sana y nutrición. Para alumnas del último año de estudios, profesoras y madres se desarrolló un taller sobre cáncer de mama y 60 alumnas participaron de una charla de emprendimiento. Otro de los focos del año 2017 fueron las charlas de equidad de género, donde se buscó extender a las comunidades educativas las iniciativas impulsadas por el banco. Voluntarios dictaron charlas sobre empoderamiento de mujer para alumnas, madres y profesoras y realizaron un taller de estereotipos de género, donde participaron 248 alumnas.

Además de las tradicionales iniciativas de educación financiera, los trabajadores de Banco Falabella Perú, en el marco del

programa cultural de cada colegio, realizaron una visita al Gran Teatro Nacional. Un total de 660 niños, docentes y voluntarios fueron parte de esta visita, que para muchos constituía la primera en su tipo.

Por su parte **Seguros Falabella Perú** capacitó a más de 1.600 niños en educación vial mediante una clase teórica y práctica a través del proyecto Bus Escuela, implementado en alianza con Touring en cuatro colegios del país.

248

ALUMNAS PARTICIPARON
EN EL TALLER DE
ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

660

NIÑOS, DOCENTES Y VOLUNTARIOS
FUERON PARTE DE LA VISITA
AL GRAN TEATRO NACIONAL



MÁS DE

1.600

NIÑOS CAPACITADOS
EN EDUCACIÓN VIAL



En Chile, las unidades de negocio continuaron apadrinando a los colegios Haciendo Escuela, apoyados por una alta participación de los equipos voluntarios. En el Colegio Yangtsé de Santiago, por ejemplo, además del ya tradicional apoyo en actividades como cuenta cuentos o talleres de matemática se realizaron reconocimientos a los alumnos destacados por su desempeño. Los colaboradores en proceso de inducción de **Seguros Falabella Chile**, colaboraron con la Escuela Alemania de San Bernardo, apoyando las actividades de pintura de salas de clases, casino y patios interiores.

Además, **Seguros Falabella** con el fin de concientizar a los niños en temas de educación vial realizó, de la mano de Carabineros de Chile, obras de títeres en los colegios del Programa Haciendo Escuela, llegando a más de 500 niños.



Desde Argentina, las filiales continuaron con el apoyo a las nueve escuelas del Programa Haciendo Escuela, en conjunto con las tiendas de retail del Grupo. Como parte de la colaboración se realizaron jornadas de capacitación para los docentes, en particular vinculadas con tecnologías de información y con seguridad vial a través del juego Mini Agente de Tránsito. Asimismo, junto a la Fundación Leer y en cada una de las escuelas apadrinadas se realizó la Maratón Nacional de Lectura, con el propósito de promover el desarrollo del lenguaje y fomentar el hábito de la lectura en los niños. Con el mismo propósito y en coordinación con el cuerpo docente, se implementó el Programa Leer 2020. En dos de las escuelas apadrinadas, nuestras unidades de negocios aportaron los recursos para la implementación de nuevas tecnologías en las aulas y la capacitación en el uso de aulas digitales a profesores y alumnos.



EN CHILE

500 NIÑOS

PARTICIPARON DE LAS ACTIVIDADES
DE EDUCACIÓN VIAL

EN ARGENTINA

SE IMPLEMENTÓ EL PROGRAMA
"LEER 2020" Y LA
MARATÓN NACIONAL
DE LECTURA.



COMENZAMOS A TRABAJAR
CON LA ONG
MAKE A WISH CHILE
CUMPLIENDO SUEÑOS A NIÑOS
DE LA FUNDACIÓN

BANCO FALABELLA COLOMBIA
APOYA
A BANCO DE ALIMENTOS

BANCO FALABELLA CHILE
Y FUNDACIÓN MI PARQUE
BENEFICIARON A 3 JARDINES
INFANTILES, CON MÁS
DE 500 NIÑOS

OTRAS COLABORACIONES SOLIDARIAS Y VOLUNTARIADOS

Durante 2017 comenzamos a trabajar con la ONG **Make a Wish en Chile**, y los equipos de cada uno de los negocios, colaboraron en la consecución del sueño de un niño apadrinado por la fundación. Se trata de niños con enfermedades de alto riesgo y el aporte busca enriquecer la experiencia humana con esperanza, fortaleza y alegría. A nivel consolidado, se lograron cumplir 10 sueños.

Otra de las iniciativas de voluntariado de **Banco Falabella Colombia** fue en apoyo al Banco de Alimentos. Se trata de una organización sin fines de lucro, cuyo propósito es atender necesidades alimenticias y nutricionales de niños y adultos en situación de vulnerabilidad. En tres oportunidades diferentes, equipos del banco apoyaron a la fundación, ejecutando tareas logísticas. Complementariamente, funcionarios del Banco de Alimentos dictaron

charlas nutricionales y motivacionales a los voluntarios.

En el marco de las iniciativas del Grupo Falabella en Argentina y por quinto año consecutivo se realizó la Campaña "Navidad en Acción" donde, nuestros colaboradores prepararon cajas navideñas para donar a personas de escasos recursos. Asimismo, se becó a 17 alumnos del colegio Santa María a través de la Fundación Mano Amiga, ONG que lucha por apoyar a niños que viven en contextos que dificultan su desarrollo.

Banco Falabella Chile desarrolló actividades con la **Fundación Mi Parque** quienes tienen como objetivo diseñar, construir y activar los parques, plazas públicas o patios de jardines infantiles, impactando directamente en la calidad de vida de niños y adultos. Durante el 2017 realizamos tres actividades con esta fundación, beneficiando a tres jardines infantiles, y más de 500 niños en total. Por otra parte, el Banco organizó en conjunto con la Fundación Trascender, actividades de orientación vocacional a jóvenes de educación media. La iniciativa "Sombras" de la fundación, nos permitió recibir en nuestras oficinas a 20 niños, quienes compartieron todo el día con un profesional del Banco, afín a

sus gustos o intereses particulares. Otra iniciativa que se trabajó con la fundación fue un taller para emprendedores, donde cada voluntario aportó desde sus propios conocimientos, con el fin de asesorar a los beneficiarios en la administración de sus negocios.

APOYO ANTE CATÁSTROFES

Incendios, terremotos e inundaciones se han vuelto fenómenos cada vez más frecuentes en los países donde operamos y frente a dichas situaciones de emergencia, las necesidades de los más afectados son múltiples. Ni las empresas que conforman Falabella Financiero ni sus equipos han estado ajenas a tales fenómenos climáticos, colaborando a través de distintas iniciativas. Por ello, durante 2017 y con el fin de homologar las acciones de respuesta frente a emergencias, a nivel corporativo, se desarrolló un protocolo de emergencias que sirva de guía para todas las unidades de negocios. El protocolo considera cuatro frentes de acción: nuestros colaboradores, nuestros clientes, nuestros



proveedores y nuestras comunidades vecinas. Se establece en dicho documento que, en caso de provocarse una catástrofe, el Comité de Emergencia de cada unidad de negocio será quien comande la actuación. Además del levantamiento de la situación de los colaboradores y oficinas afectadas, se estipula en el protocolo, la realización de un diagnóstico social para la organización del apoyo futuro. También se establecen las acciones a realizar en materia comercial y de recaudación de fondos. La apuesta al generar este documento estuvo en generar, a través de la coordinación y de la estandarización de procedimientos más impacto positivo y alcanzar a un mayor número de beneficiarios.

INCENDIOS EN CHILE

En febrero, en Chile, se produjeron de manera paralela, **diversos incendios forestales que afectaron las zonas centro y sur de Chile**, entre las regiones de Coquimbo y Los Lagos, con mayor intensidad en las regiones de O'Higgins, Maule y Biobío alcanzando a un total de **587 mil hectáreas**. En respuesta a este lastimoso evento se organizaron una serie de actividades a nivel corporativo que incluyeron: la visita a terreno para el levantamiento de las necesidades de las comunas afectadas y una campaña interna de la mano de colaboradores, en la cual la empresa duplicó la cifra recaudada, llegando a los 25 millones de pesos. Estos fueron destinados a kit escolares y gift cards que

fueron entregados, de la mano de voluntarios de Falabella Financiero, a las escuelas afectadas en la comuna de Paredones.

Particularmente desde **Seguros Falabella Chile**, se definió como política comercial, que un porcentaje de la venta de los seguros obligatorios de vehículos, se destinara a la realización de talleres de apoyo psicológico para los niños afectados. De cara a nuestros empleados, se realizó un primer sondeo de los afectados, se organizaron campañas de colaboración y una jornada de voluntariado en apoyo a la comuna de Paredones. En lo que respecta a los clientes, en las distintas empresas de Falabella Financiero se generaron políticas de reprogramación de sus deudas, se suspendieron las acciones de cobranza y se habilitaron canales de atención específicos para ellos.

EN TODOS LOS PAÍSES DONDE ESTAMOS PRESENTES, REALIZAMOS CAMPAÑAS PARA IR EN AYUDA DE LAS COMUNIDADES AFECTADAS POR CATÁSTROFES

INUNDACIONES EN PERÚ

El norte de Perú y las zonas periféricas de Lima **fueron azotadas por graves inundaciones**, evento que afectó la región durante los meses de marzo y abril. Se calcula que más de un millón de habitantes fueron impactados por este evento climático, siendo los peores efectos los deslizamientos de tierra, los daños a la infraestructura y la destrucción de viviendas, colegios y centros de salud.

La primera reacción de nuestras filiales para ir en apoyo a los colaboradores de las sucursales ubicadas en la zona afectada fue la conformación de un Comité Gerencial encargado de monitorear la salud e integridad física de los equipos, implementando un sistema de monitoreo continuo de las

necesidades y respondiendo eficazmente a las mismas. Además, se recortó el horario de trabajo para las sucursales. Por su parte, los propios equipos organizaron campañas de donación para sus compañeros afectados. Un 25% de los clientes de **Banco Falabella Perú** se encontraban en la zona afectada por la catástrofe y para ellos, se implementaron políticas de alivio financiero, tales como condonaciones, períodos de gracia y tasas especiales de financiamiento.

OTROS APOYOS SOLIDARIOS FRENTE A CATÁSTROFES

En junio de 2017, las crecidas de tres ríos arrasaron varios barrios de Mocoa, capital del departamento de Putumayo, al suroeste de Colombia. Para ir en apoyo a esta localidad, **Banco Falabella, Seguros Falabella y Viajes Falabella Colombia** realizaron una importante donación y organizaron campañas de recolección de recursos.

Desde Argentina, y durante todo el año, la empresa y sus colaboradores siguieron participando activamente en cada catástrofe natural que vivió el país, como inundaciones, tornados e incendios. De manera coordinada, se colaboró realizando campañas solidarias donde nuestros colaboradores participaron con colectas y donaciones para todos los damnificados.

En apoyo al terremoto vivido en México, **Banco Falabella Chile** implementó una campaña denominada **#TodosxMéxico**. En alianza con América Solidaria, el Banco recaudó fondos para la etapa de reconstrucción de la infraestructura escolar que se vio afectada por este terremoto.

**DURANTE 2017 SE LOGRÓ RECAUDAR
MÁS DE US\$ 1MM A TRAVÉS DEL APORTE
DE SOCIOS DE AMÉRICA SOLIDARIA**

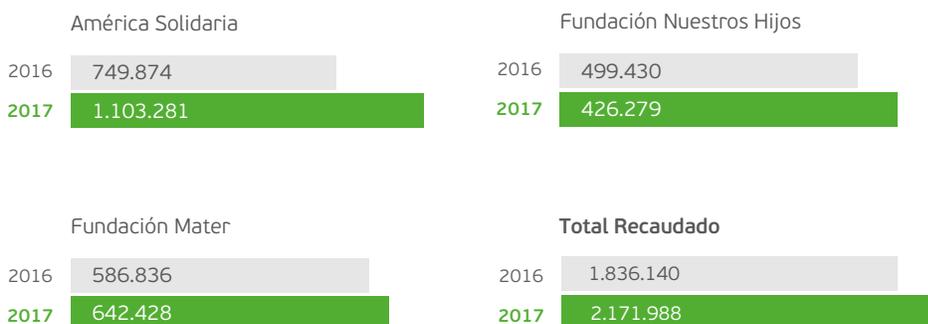
RECAUDACIÓN PARA FUNDACIONES

Otra de las líneas de aporte a las comunidades donde operamos es a través de la recaudación de fondos y la captación de socios para organizaciones sin fines de lucro presentes en cada territorio. Desde 2015, se realizan importantes campañas para atraer socios para América Solidaria, y durante 2017 particularmente, se sumó nuestra filial **CMR en Argentina**. Gracias

al esfuerzo de nuestros equipos y a las campañas de recaudación se incrementó en un **47%** el monto recaudado para esta ONG en el transcurso del último año. Por su parte, **CMR Falabella Chile** recauda donaciones de clientes para la Fundación Mater y la Fundación Nuestros Hijos.

TOTAL RECAUDACIÓN FUNDACIONES

Recaudación USD 2016-2017



EFICIENCIA AMBIENTAL

Aunque las actividades de Falabella Financiero no generan impactos ambientales relevantes en su medio, la gestión de estos aspectos constituye uno de los ejes de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, que promueve una cultura de desempeño responsable. Por ello, durante el ejercicio 2017, nos enfocamos en la tarea de reducir el consumo de papel.

Uno de los proyectos que más impacto tendrá en la reducción de este material es el proyecto **Paperless** y las iniciativas de digitalización de las operaciones.

Paperless es una iniciativa que surgió en 2015 y se trata de un proyecto transversal a todos los países y unidades de negocio de Falabella Financiero con una única meta: reducir el consumo de papel en los procesos operativos y comerciales. Busca desmaterializar la apertura de productos a través de la emisión y firma digital de los documentos asociados a cada uno de ellos. Aunque surgieron como proyectos independientes, finalmente en 2016, se conformó un proyecto corporativo de reducción del consumo de papel, que nuclea iniciativas como la estandarización de certificados, y la reducción de firmas requeridas en los procesos comerciales. El foco de este proyecto está puesto en tres medidas concretas: la implementación de la firma electrónica, de un gestor documental (permite digitalizar todos los procesos internos) y de un administrador de planillas. A ello, se suman todos los esfuerzos realizados para automatizar las sucursales (tanto en el front como en el back office) y para homologar los procesos inter-sucursales, generándose grandes ahorros en materia de papel. Durante

2017 se realizaron las primeras mediciones del impacto que se genera en cada uno de los procesos intervenidos en CMR Falabella Chile. Esta medición nos arroja un total de **1.030.000** hojas de papel por mes, que se dejan de imprimir en sus sucursales. Por su parte, Banco Falabella Colombia se constituyó en 2017 en el primer banco "sin papel" en el país. Paralelamente, a nivel corporativo seguimos reduciendo el consumo de papel a través de medidas como la comunicación digital para las sesiones del Directorio y la digitalización de las comunicaciones con nuestros clientes. En Banco Falabella Chile, se realizaron cambios en las comunicaciones internas que implicaron el pasaje de una revista física a "Conecta2 News", un boletín semanal digital, que toma las noticias más importantes de cada semana y es enviado simultáneamente a todo el banco.

Desde el punto de vista comercial, también se implementaron cambios que afectan positivamente al medio ambiente como la venta del SOAP (Seguro Obligatorio de Accidentes Personales) y SOAT (Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito) en

formato digital en nuestras unidades de Seguros en Chile y Perú respectivamente. En estos productos, el cliente recibe los comprobantes directamente en su celular o correo electrónico, no siendo necesaria la impresión del comprobante.

En Argentina, las empresas de Falabella Financiero implementaron el Programa **"JUSTO: reducir y reciclar"** que busca reducir el consumo de energía, de agua y de papel. Asimismo se continuó la campaña en conjunto con el Hospital Pediátrico Garrahan, colaborando con la recolección de papel para reciclaje y de tapitas plásticas.

Banco Falabella Colombia, por su parte, desarrolló "Mi papel", proyecto productivo ideado y gestionado por niños y jóvenes mentores de la Fundación Bibloseo, ente territorial de la Fundación América Solidaria. El proyecto fue puesto en marcha en septiembre de 2017, y tiene como objetivo la promoción del reciclaje en los colaboradores del banco. Para ello se ubicaron cajas de



CON ESTAS MEDIDAS,
SE DEJARON DE IMPRIMIR

1.030.000

HOJAS DE PAPEL POR MES EN LAS
SUCURSALES DE CMR CHILE

BANCO FALABELLA COLOMBIA
SE CONSTITUYÓ EN 2017
EN EL PRIMER BANCO
"SIN PAPEL"
EN EL PAÍS

reciclaje en su sede administrativa, cerrando el año con 505 kilogramos recolectados. Con este mismo propósito, la iniciativa de **Seguros Falabella Perú** desarrollada en colaboración con Aldeas Infantiles, capturó 1.134 kilogramos de papel y Viajes Falabella Perú, 480 kilogramos. En nuestra oferta de productos también quisimos contribuir al medio ambiente; por ello lanzamos un producto innovador que genera beneficios al cliente y al planeta; se trata del nuevo seguro de bicicletas nuevas y usadas. Este producto, que beneficia a quienes optan por un medio de transporte más saludable y amigable con el entorno, posee una cobertura nacional e internacional y brinda asistencia las 24 horas al asegurado, cubriendo gastos médicos de emergencia y traslado, llantas estalladas, remolque de la bicicleta y la rotura de los accesorios de la bicicleta.

MIGRACIÓN A ESTADOS DE CUENTA DIGITAL

Otra de las acciones de Falabella Financiero para disminuir su huella ambiental, se vincula con el fomento de la comunicación online con los clientes. Particularmente, **CMR Falabella y Banco Falabella en todos los países**, han desarrollado campañas específicas para invitar a los clientes a recibir su estado de cuenta por medio del correo electrónico. Como resultado, en todas las unidades de negocio, se incrementó el porcentaje de clientes que acceden a sus cartolas por medio digital.

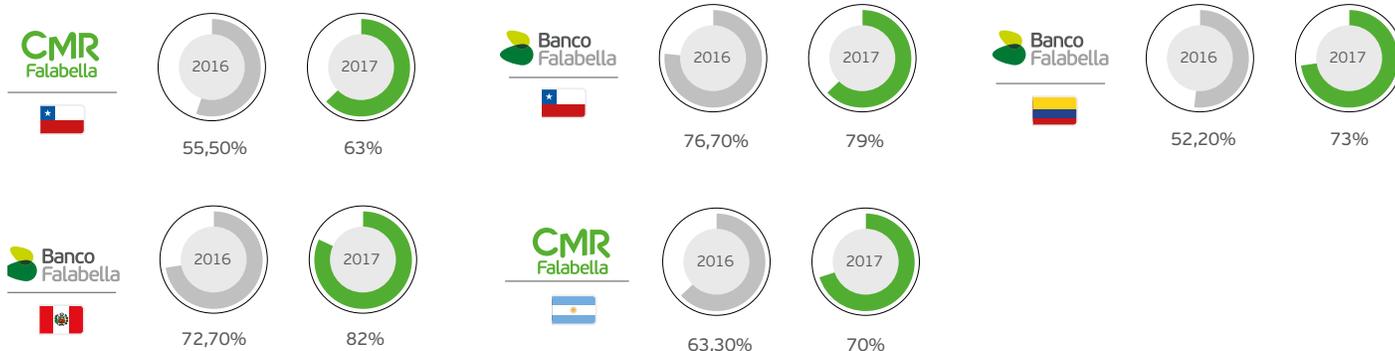
LA INICIATIVA DE RECICLAJE
CAPTURÓ
1.134 KG. DE PAPEL
EN SEGUROS FALABELLA PERÚ

480 KG.
EN VIAJES FALABELLA PERÚ

SEGURO DE BICICLETAS
PRODUCTO INNOVADOR QUE
GENERA BENEFICIO PARA EL
CLIENTE Y PARA EL PLANETA

CLIENTES QUE ACCEDEN A SU ESTADO DE CUENTA POR MEDIO DIGITAL

Todos los países ▼





Acerca de este Reporte

CAPÍTULO 07



- Alcance •
- Equipo de Trabajo •
- Metodología •
- Índice de Contenidos GRI •



ACERCA DE ESTE REPORTE

BIENVENIDOS A NUESTRO OCTAVO REPORTE DE SOSTENIBILIDAD DE FALABELLA FINANCIERO EN EL QUE PRESENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA, PRIORIDADES Y DESEMPEÑO PARA EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 1 DE ENERO Y EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017.

ALCANCE

Este documento incluye información de todas las unidades de negocio de Falabella Financiero (CMR Falabella, Banco Falabella, Seguros Falabella y Viajes Falabella) en los cinco países donde estamos presentes: Chile, Perú, Colombia, Argentina y México. Además, considera las principales cifras y prioridades de Corredora de Seguros Falabella, que comenzó a operar en 2016 en Chile. No se realizaron cambios significativos en la información reportada el año anterior.

EQUIPO DE TRABAJO

En la confección de este reporte participó un equipo de trabajo formado por responsables de RSE de las unidades de negocios en cada uno de los países, y colaboradores del equipo corporativo de Falabella Financiero. El listado de aspectos materiales fue validado por la gerencia corporativa de Control de Gestión y RSE, el documento final fue validado por los

principales gerentes a nivel corporativo. Este reporte no fue verificado por una entidad externa.

METODOLOGÍA

Para la elaboración de este documento, se tomaron en consideración los nuevos estándares lanzados en 2015 por la Iniciativa Global de Reportes (GRI, por su sigla en inglés). **Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI.**

En concordancia con tales lineamientos, para definir los contenidos del reporte, se emprendieron una serie de actividades cumpliendo así con los principios GRI de materialidad, inclusión de grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad. En lo referido a la materialidad, se realizaron relevamientos de tipo interno y externo: Internamente, cabe destacar las entrevistas a ejecutivos de cada una de las unidades de negocios y a los gerentes corporativos de

Falabella Financiero, totalizando cerca de 40 entrevistas. Por su parte, a nivel externo, se analizaron las menciones de prensa de las unidades de negocio y se realizaron entrevistas a representantes de grupos de interés externos, tales como representantes del Comité de Retail Financiero y de la Asociación de Aseguradores de Chile (AACH). Asimismo, se tomaron en consideración los resultados de las encuestas de clima organizacional y un conjunto de estudios que relevaron la opinión de los clientes durante 2017.



Como resultado de este trabajo y tomando en consideración por una parte, las prioridades estratégicas definidas por Falabella Financiero y los temas levantados por los grupos de interés por otro, se concluyó en el siguiente listado de aspectos materiales:

TEMA MATERIAL	POR QUÉ ES MATERIAL		COBERTURA
	PRIORIDAD INTERNA	LO MENCIONARON LOS GRUPOS DE INTERES	INTERNA
» Educación financiera	X	X	X
» Gestión de reclamos	X	X	X
» Transparencia	X	X	X
» Formación y enseñanza	X	X	X
» Empleo	X	X	X
» Seguridad de la información	X	X	X
» Digitalización	X		X
» Satisfacción de clientes	X		X
» Desempeño económico	X		X
» Clima organizacional	X		X
» Voluntariado	X		X
» Eficiencia operacional	X		X
» Accesibilidad	X		X
» Comunidades locales	X		X
» Sindicalización		X	X
» Inclusión financiera		X	X
» Eficiencia ambiental		X	X
» Diversidad e igualdad de oportunidades	X	X	X



Se realizaron diversas actividades para asegurar el cumplimiento de los principios de calidad presentados por GRI, entre las cuales cabe destacar, el alineamiento con la información presentada por el Grupo Falabella en su Reporte de Sostenibilidad, la inclusión de información comparable con el año anterior y la revisión de los datos y alcances por parte de los gerentes de área. Este reporte no ha sido sometido a verificación externa.

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

GRI 102: CONTENIDOS GENERALES, 2017

		PÁGINA
102-1	» Nombre de la organización	8
102-2	» Actividades, marcas, productos y servicios	9
102-3	» Ubicación de la sede	9
102-4	» Ubicación de las operaciones	9
102-5	» Propiedad y forma jurídica	8
102-6	» Mercados servidos	9
102-7	» Tamaño de la organización	20
102-8	» Información sobre empleados y otros trabajadores	51
102-9	» Cadena de suministro	30
102-10	» Cambios significativos en la organización	15 y 29
102-11	» Principio o enfoque de precaución	83
102-12	» Iniciativas externas	95
102-13	» Afiliación a asociaciones	95
102-14	» Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4
102-16	» Valores, principios, estándares y normas de conducta	11 y 16
102-17	» Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	17
102-18	» Estructura de gobernanza	14
102-19	» Delegación de autoridad	15
102-20	» Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	15
102-22	» Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	14
102-23	» Presidente del máximo órgano de gobierno	14
102-40	» Lista de grupos de interés	23
102-41	» Acuerdos de negociación colectiva	68
102-42	» Identificación y selección de grupos de interés	23
102-43	» Enfoque para la participación de los grupos de interés	87
102-44	» Temas y preocupaciones clave mencionados	88
102-45	» Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	8
102-46	» Definición de los contenidos del informe y las coberturas de cada tema	87
102-47	» Lista de temas materiales	88
102-48	» Reexpresión de la información	87
102-49	» Cambios en la elaboración de informes	87
102-50	» Periodo objeto del informe	87
102-51	» Fecha del último informe	87
102-52	» Ciclo de elaboración de informes	87
102-53	» Punto de contacto para preguntas sobre el informe	92
102-54	» Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	87
102-55	» Índice de contenidos GRI	90
102-56	» Verificación externa	87

MATERIALIDAD

TEMA MATERIAL GRI	ESTÁNDAR	ENFOQUE DE GESTIÓN	CONTENIDO	PÁGINA O URL	
DESEMPEÑO ECONÓMICO	GRI 201: Desempeño Económico, 2016	27	GRI 201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	28
EMPLEO	GRI 401: Empleo, 2016	52	GRI 401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal.	53
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA	GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva, 2016	67	GRI 407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	68
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA	GRI 404: Formación y enseñanza, 2016	58	GRI 404-1	Media de horas de formación al año por empleado.	59
			GRI 404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	61
			GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	65
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades, 2016	55	GRI 405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	55
MATERIALES	GRI 301: Materiales, 2016	82	GRI 301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	83
RELACIONAMIENTO CON COMUNIDAD	GRI 413: Comunidades Locales, 2016	70	GRI 413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	71

OTROS TEMAS MATERIALES	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADOR PRINCIPAL	PÁGINA O URL
EDUCACIÓN FINANCIERA	46	# participantes del Torneo	48
		# visitas a la web Eddu	46
VOLUNTARIADO	72	# voluntarios participantes	73
		# horas de voluntariado	73
GESTIÓN DE RECLAMOS	42	# reclamos por cada 10.000 atenciones	42
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	18 y 34	Principales avances	34
SATISFACCIÓN DE CLIENTES	41	Net Promote Score (NPS ®)	41
ACCESIBILIDAD	37	# de sucursales	9
		# de cajeros automáticos	38
INCLUSIÓN FINANCIERA	34	% crecimiento cuentas nómina	34
TRANSPARENCIA	34	Campañas e iniciativas de transparencia con clientes	34
DIGITALIZACIÓN	36	# usuarios activos en aplicaciones móviles	40
		# atenciones a través del asistente virtual	39



En caso de requerir mayor información sobre la información presentada en este Reporte de Sostenibilidad, favor comunicarse con:



Camila Aguirre F.

Jefe Corporativo de Responsabilidad Social
de Falabella Financiero

cgaguirre@falabella.cl



VER MÁS →

➤ ANEXOS

NUESTROS RECONOCIMIENTOS



RECONOCIMIENTOS



- **PREMIO:**
Effie de Bronce
- **ENTREGA:**
Effie Awards Colombia
- 3^{er} puesto dentro de la categoría Banca y Finanzas, reconociendo la efectividad en la publicidad.



- **PREMIO:**
Ratificación agencia diamante 2017
- **ENTREGA:**
Aerovías del continente Americano S.A.
- Ratificación categoría agencia diamante en ventas 2017.
- **PREMIO:**
Agencia aliada 2017
- **ENTREGA:**
Air Europa líneas aéreas S.A.
- Agencia de viajes aliada en ventas para el año 2017.



- **PREMIO:**
Effie
- **ENTREGA:**
Effie
- Premio de Plata en la categoría extensión de línea y Premio de Bronce en la categoría servicios financieros. Ambos por la campaña "Cuenta de sueldo independientes".

- **PREMIO:**
Distintivo Empresa Socialmente Responsable
- **ENTREGA:**
Perú 2021
- Premio a Empresas con altos estándares de Responsabilidad Social empresarial, basado en el cuestionario y auditoría realizada por Perú 2021.



- **PREMIO:**
Ranking Par – Ranking de Equidad de Género
- **ENTREGA:**
Aequales, Perú 2021, Owit Perú y la Cámara del Comercio Española
- Nos ubicamos en el 4^{to} puesto de 141 empresas participantes. Fuimos evaluados en 4 áreas fundamentales para la equidad, enfocados en promover un clima libre, inclusivo y equitativo.



- **PREMIO:**
Effie Plata, Categoría Éxito Sostenido

- **ENTREGA:**
EFFIE AWARDS CHILE

- Effie Awards Chile constituye la única instancia profesional de evaluación en nuestro medio, que centra su preocupación en la efectividad de las comunicaciones de marketing. Banco Falabella Chile obtuvo Effie de plata en esta categoría por su consistencia en la comunicación durante los años, activando valores de transparencia con una oferta concreta, simple y conveniente. Orientado a las necesidades de las personas de hoy.

- **PREMIO:**
2° Lugar Servitest, estudio de satisfacción de cuentacorrentistas

- **ENTREGA:**
IPSOS

- Servitest es un estudio comparativo que se realiza a los clientes cuentacorrentistas de la Banca Tradicional el que mide la satisfacción con el servicio recibido por los distintos bancos de la industria. Se realiza 1 vez al año, durante los meses de mayo, junio y julio, a más de 400 clientes.

- **PREMIO:**
ECOMMERCE

- **ENTREGA:**
Camara Chilena de comercio

- Premio que reconoce a la mejor empresa de turismo 2017.



- **PREMIO:**
Premio ALCO

- **ENTREGA:**
ALCO

- Premio que entrega la consultora ALCO a las empresas con mayor lealtad de los consumidores.

- **PREMIO:**
Premio Nacional de Satisfacción de clientes

- **ENTREGA:**
ProCalidad

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

- **PREMIO:**
Premio IMPULSA Talento Femenino 2017

- **ENTREGA:**
Fundación ChileMujeres, PwC Chile y PULSO

- 2^{da} versión del premio que destaca a las empresas, por sector, que fomentan el trabajo de la mujer con altos niveles de contratación y desarrollo del talento femenino.

ASOCIACIONES Y MEMBRESÍAS

PAÍS	NEGOCIO	ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES PUBLICADAS 2016
		Comité de Retail Financiero A.G.
		Chile Transparente
		Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF)
		Acción Empresas
		Comité de Retail Financiero A.G.
		Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G. (ACHET)
		Asociación de Bancos del Perú (ASBANC)
		Asociación Peruana de Corredores de Seguros (APECOSE)
		Asociación Peruana de Agencias de Viaje (APAVIT)
		ASOBANCARIA
		Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO)
		Pacto Global Naciones Unidas
		Instituto Argentino de Responsabilidad Social (IARSE)
		Cámara de Tarjetas de Compra y Crédito (ATACYC)
		Asociación de Agencias de Viaje de Buenos Aires (AVIABUE)
		Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)
		Federación Argentina de Empresas de viajes y turismo (FAEVYT)



2017

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD
Falabella Financiero

