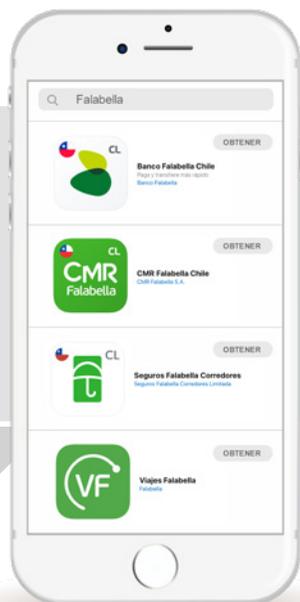


2018

REPORTE DE **SOSTENIBILIDAD**

Falabella Financiero





**REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD**
Falabella Financiero

[INGRESAR](#) 



≡ CONTENIDOS

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD FALABELLA FINANCIERO 2018



P. 04

CARTA DEL
GERENTE GENERAL

P. 06

NUESTRO MODELO DE
GESTIÓN

P. 31

DESEMPEÑO ECONÓMICO

P. 35

DESARROLLO
COMERCIAL SOSTENIBLE

P. 46

DIGITALIZACIÓN

P. 57

EDUCACIÓN FINANCIERA

P. 65

COLABORADORES
COMPROMETIDOS

P. 87

APORTE AL DESARROLLO
DE LA REGIÓN

P. 103

ACERCA DE ESTE
REPORTE



CARTA DEL GERENTE GENERAL

Juan Manuel Matheu



Estimados lectores,

En Falabella Financiero buscamos siempre superar las expectativas de nuestros clientes, lo que nos motiva a trabajar permanentemente para entregarles un servicio cada vez más personalizado, a la medida de sus necesidades, poniendo la tecnología a su servicio y evolucionando junto con las cambiantes tendencias de la industria a nivel mundial.

La pasión con la que trabajamos ha permitido que todas nuestras operaciones en la región (Chile, Argentina, Perú, Colombia y México) tengan consistencia en su arquitectura de sistemas, formas de operar, cultura organizacional colaborativa y propuesta de valor, basados en nuestros principios de transparencia, conveniencia y simplicidad.

En 2018 dimos importantes pasos para **consolidar nuestro liderazgo en la digitalización financiera en Latinoamérica**. Con este objetivo en mente, estamos construyendo un ecosistema financiero digital con el que

buscamos dar una solución integral a nuestros clientes, ofreciéndoles la mejor experiencia en todos nuestros canales, tanto físicos como digitales.

El desarrollo de este ecosistema requiere **transformar nuestra oferta de medios de pago digitales** y para eso estamos desarrollando un ambicioso proyecto. Implementamos QuickPay, una solución para procesar los pagos en los puntocom del grupo Falabella, mejorando significativamente el nivel de conversión de venta. Asimismo, de la mano de Google, trajimos a Chile Google Pay, convirtiéndonos en los primeros en ofrecer al mercado nacional esta innovadora tecnología de medios de pago contactless con celulares.

En pos de continuar con el desarrollo de nuestro modelo de atención omnicanal, abrimos 14 sucursales digitales en la región. La preferencia de nuestros clientes por este formato

ha sido evidente: en Chile, el 40% de la venta de productos financieros en sucursales se realizó en la zona digital.

A través de nuestra Digital Factory, **incorporamos nuevas funcionalidades a las aplicaciones móviles**, lo que nos permitió alcanzar las 1.8 millones de apps activas en la región. Además, desarrollamos soluciones y procesos 100% digitales, como la apertura de cuentas online, acceso a financiamiento más rápido, aumento de cupo en el sitio de Falabella.com, el canje de gift card del programa CMR Puntos a través de la aplicación y la apertura con compra inmediata de tarjetas de crédito 100% online. Por último, en línea con nuestro objetivo de seguir profundizando la digitalización del negocio, impulsamos un nuevo servicio de créditos para proyectos en puntos de venta de Sodimac Colombia.

Todas estas mejoras se vieron reflejadas en un crecimiento importante de nuestra venta digital de productos financieros,



que en 2018 representó el 29,6% de nuestra venta total de créditos de consumo.

Integración de CMR Falabella y Banco Falabella Chile

Con el objetivo de promover un servicio integral y más conveniente para nuestros clientes, en diciembre del año pasado integramos las operaciones de CMR Falabella y Banco Falabella. Con este paso, Banco Falabella se consolidó como el mayor emisor de tarjetas de crédito en Chile, con más de tres millones de plásticos activos y con uno de los programas de beneficios más reconocidos del mercado, CMR Puntos.

A lo anterior se suma que, durante 2018, Banco Falabella se convirtió en el quinto banco en Chile en uso de débito, con más de US\$ 1.800 millones en compras y un crecimiento de 30%, en el último año. Asimismo, la cartera consolidada de colocaciones llegó a más de US\$ 5.200 millones y nuestras cuentas corrientes crecieron un 13,8%.

Presencia regional

En Falabella Financiero tenemos vocación regional, es por ello que durante 2018 seguimos **reforzando nuestra presencia en México**. A dos años de nuestro arribo al país, a través de nuestra alianza con Soriana, superamos las 224 mil tarjetas activas. Además, ampliamos nuestra red de atención, llegando a estar presentes en 132 sucursales, en 10 ciudades distintas.

En Colombia, en tanto, logramos duplicar nuestro nivel de venta de créditos de consumo, los saldos vista de nuestros clientes crecieron en un 40% y alcanzamos una cartera consolidada de colocaciones de más de US\$950 millones.

En Perú, llegamos a más de 1,2 millones de tarjetas activas y una cartera consolidada de colocaciones que supera los US\$ 900 millones.

Compromiso con la sociedad

Reafirmando nuestro compromiso con la sociedad y conscientes de la importancia de la **educación financiera**, profundizamos programas y actividades dirigidos a nuestros clientes, niños, colaboradores y a la comunidad en general.

En 2018, llegamos a México con el Programa "Eddu", nuestra emblemática iniciativa de educación financiera, que reúne un conjunto de actividades destinadas a enseñar finanzas personales a niños, jóvenes y adultos. "Eddu", es un personaje animado que, a través de consejos didácticos y simples, explica diversas materias, como ahorro, endeudamiento responsable y fraude.

Convencidos de que la educación financiera debe ser promovida activamente desde temprana edad, realizamos por sexto año consecutivo el torneo interescolar "Aprende con Eddu", que tiene como propósito enseñar a los jóvenes conceptos financieros básicos. Este año, participaron cerca de 2.400 alumnos de séptimo básico. Además, adaptándonos a las tendencias actuales, llevamos el juego "Edducity" al mundo online.

En materia de proyectos sociales, reforzamos nuestra alianza con América Solidaria, fundación con la cual cumplimos cinco 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.

Trabajo en equipo

El crecimiento de nuestra compañía y los logros alcanzados han sido posibles gracias a la motivación y dedicación de cada uno de nuestros colaboradores. A través de nuestra **cultura organizacional** propiciamos el desarrollo de modelos de trabajo colaborativos. Para eso, hemos remodelado nuestras oficinas en Chile y Perú, y diseñamos espacios abiertos que fomentan el trabajo en equipo y el balance entre productividad y distensión.

Además de promover el desarrollo de talentos y la formación de equipos multidisciplinares, contamos con un programa de beneficios para mejorar la calidad de vida de nuestros equipos, lo que nos ha permitido desarrollar una cultura de trabajo ágil y flexible.

Tenemos la convicción de que nuestra estrategia centrada en el cliente, nuestra preocupación activa por las comunidades donde operamos y nuestra cultura organizacional enfocada en desarrollar a las personas y trabajar en equipo, nos permitirán seguir creciendo de manera sostenible, fortaleciendo nuestro liderazgo regional en el negocio financiero digital.

Afectuosamente,
Juan Manuel Matheu
Gerente General Corporativo
Falabella Financiero

01.

CAPÍTULO

Nuestro modelo de Gestión



- Somos Falabella Financiero
- Gestión de Riesgos
- Ética y Anticorrupción
- Gestión de la Sostenibilidad
- Premios y Reconocimientos





01

SOMOS FALABELLA FINANCIERO

Somos Falabella Inversiones Financieras S.A., filial de servicios de retail financiero de Falabella, compañía con **129 años de trayectoria**, y de los mayores ecosistemas de retail de América Latina, con presencia en Chile, Perú, Colombia, Argentina, Brasil, Uruguay y México.



Con una red de más de 504 tiendas, 43 centros comerciales, 360 sucursales bancarias y sus soluciones de e-commerce, Falabella **ha logrado convertirse en uno de los principales operadores de comercio omnicanal de la región**, ofreciendo productos y servicios diversos a millones de clientes a través de múltiples formatos y canales.

Con presencia en Chile, Perú, Colombia, Argentina y México, las empresas que componen Falabella Financiero son: 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.

Promotora CMR Falabella S.A., en Chile, luego de obtener autorización de parte de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, pasó a convertirse en una Sociedad de Apoyo al Giro (SAG) de Banco Falabella Chile, transformándose este último en su accionista mayoritario. 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.

Grupo Falabella:

504
Tiendas

43
Centros
comerciales

360
Sucursales
bancarias¹

El 35% de la propiedad de Banco Falabella Colombia pertenece al Grupo Corona. Las restantes unidades de negocio, en los diferentes países, son sociedades de responsabilidad limitada, que pertenecen de manera directa o indirecta a Falabella Financiero.

1. Incluye CMR Falabella Chile que se integro a Banco en diciembre 2018.

PRESENCIA REGIONAL



762
Puntos de Atención

Puntos de atención

	>	291
	>	117
	>	183
	>	39
	>	132

PUNTOS DE ATENCIÓN

País				
Chile	102	99	51	39
Perú	69	--	35	13
Colombia	90	--	67	26
Argentina	--	19	11	9
México	--	132		
Total	261	250	164	87

PRINCIPALES CIFRAS



NUESTRO NEGOCIO



6,5 millones

DE TARJETAS DE CRÉDITO
ACTIVAS EN LA REGIÓN



2,3 millones

DE CUENTAS CORRIENTES Y
CUENTAS VISTA



Más de **454 mil**

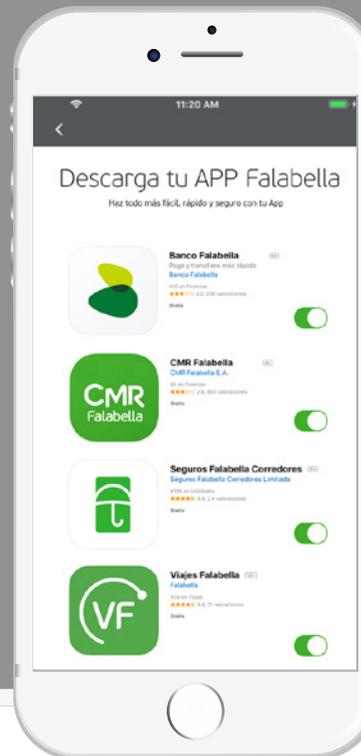
PASAJEROS TRANSPORTADOS



11 millones

DE PÓLIZAS DE SEGUROS

DIGITALIZACIÓN



Más de **1,8 millones**

APLICACIONES ACTIVAS



Más de **171 mil**

APERTURAS 100% DIGITAL
DE CUENTAS CORRIENTES Y
TARJETAS DE CRÉDITO.



29,6 %

DE LA VENTA DE CRÉDITOS DE
CONSUMO FUE DIGITAL

NUESTRAS APLICACIONES
ACTIVAS CRECIERON UN

96,5%

DURANTE EL 2018





DESEMPEÑO ECONÓMICO

Más de **US\$ 7.300 millones** EN COLOCACIONES

ACCESIBILIDAD

762 PUNTOS DE ATENCIÓN



Más de **2,7 millones** DE CANJES DE PUNTOS REALIZADOS

EQUIPO HUMANO

12.422 COLABORADORES EN LA REGIÓN

60% MUJERES

23 NACIONALIDADES



38 HORAS DE CAPACITACIÓN POR TRABAJADOR

SOSTENIBILIDAD

EdduCity **4.300**

NIÑOS JUGARON NUESTRO JUEGO DIGITAL EDDUCITY EN EL MES DE LANZAMIENTO.



Más de **615 mil** VISITA A LAS WEB EDDUTEAYUDA EN LA REGIÓN

32.024 HORAS DE VOLUNTARIADO

Más de **US\$2,4 millones** DE APOORTE A LA COMUNIDAD



23.049 NUEVOS SOCIOS AMÉRICA SOLIDARIA



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS



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

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

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

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

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



PROPUESTA DE **VALOR**



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

TRANSPARENCIA

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

CONVENIENCIA

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

SIMPLICIDAD

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

NUESTRAS UNIDADES DE NEGOCIO



Banco Falabella se ha consolidado como **una de las entidades preferidas en el segmento personas** con una propuesta integral, apalancada en las ofertas del Grupo Falabella y la oferta digital. El esfuerzo realizado por satisfacer las expectativas de los clientes ha llevado a Banco Falabella a convertirse en el quinto actor en Chile en número de cuentas corrientes. A nivel regional, alcanza más de **2,3 millones** de cuentas pasivas con saldo, un **4,5%** más que en 2017. El banco opera en Chile, Perú y Colombia.

Principales Productos:

- Créditos de consumo
- Crédito automotriz
- Crédito hipotecario
- Depósitos a plazo
- Cuentas corriente, de ahorro y cuenta vista
- Tarjeta de crédito
- Fondos mutuos
- Acciones
- Convenio Abono de Remuneraciones
- Ahorro previsional voluntario (APV)



Es el **mayor emisor de tarjetas de crédito en Chile y Perú** y uno de los más importantes en la región. Opera en Argentina, tiene presencia en Chile, Perú y Colombia, a través de Banco Falabella y en México, gracias a la asociación con la supermercadista Soriana.

El programa de fidelización **CMR Puntos**, que permite acumular puntos por compras realizadas con la tarjeta dentro o fuera del Grupo Falabella, es uno de los favoritos de los clientes por su **conveniencia y flexibilidad**.

Principales Productos:

- Tarjetas de crédito
- Avances en efectivo
- Súper avance
- Programa CMR Puntos
- Cargo automático a tarjeta de crédito (PAT)



Seguros Falabella es una corredora de seguros con **21 años de trayectoria** y presencia en Chile, Argentina, Colombia y Perú. Ofrece servicios personalizados, flexibles y a la medida de las necesidades de sus clientes, consolidando así su liderazgo en la industria. 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:

- Seguros automotrices
- Seguros de hogar
- Seguro de salud
- Seguro de vida



Se trata de **una de las principales agencias de viaje de la región**, con presencia en Chile, Perú, Colombia y Argentina. Viajes Falabella destaca en el mercado por su perfil innovador y preocupación por entregar un servicio que logra equilibrar calidad, precio y formas de pago.



↓ **INTEGRACIÓN CMR FALABELLA CHILE Y BANCO FALABELLA CHILE**

En diciembre de 2018 se dio por finalizado el proceso de integración de CMR Falabella y Banco Falabella en Chile, con la aprobación de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) del país. Este gran proyecto, que ocupó durante un año a los equipos de ambas compañías, tuvo por objetivo consolidar el liderazgo de nuestro negocio financiero en el segmento de personas y potenciar la propuesta de valor, conservando la identidad y atributos de ambas marcas.

CMR Falabella se suma a Banco Falabella como una Sociedad de Apoyo al Giro (SAG). Respecto de la estructura accionaria, Banco Falabella Chile no sufrirá cambios, mientras que CMR Falabella pasará a pertenecer en más de un 50% a Banco Falabella Chile, y el 50% restante queda en manos de Falabella Financiero. De esta manera, Banco Falabella pasó a ser matriz de CMR Falabella.

La empresa integrada será liderada por Alejandro Arze, quien se desempeñaba como gerente general de CMR Falabella Chile.

De esta manera, Banco Falabella se consolida como el mayor emisor de tarjetas de crédito en Chile, reuniendo a más de 1 millón 200 mil usuarios que operan mensualmente en las webs y apps. Por su parte, los clientes mantendrán sus actuales condiciones contractuales, teniendo la posibilidad de acceder a mejores productos y beneficios. Esto se traduce en una oferta más conveniente, con mejores condiciones de crédito, una experiencia de servicios simple a través de canales digitales y físicos, con una red integrada de atención de más de 200 sucursales desde Arica a Punta Arenas.

El proyecto, a nivel interno, fue desarrollado por la denominada "Oficina de Integración", instancia de trabajo en la que participaron equipos de ambas compañías, con el propósito de concretar en forma eficaz y segura el proceso de integración



más de **1.200.000**

usuarios que operan mensualmente en las webs y apps de Banco Falabella Chile.

GOBIERNO CORPORATIVO



Directorio

El Directorio de Falabella Inversiones Financieras S.A. se compone de 9 miembros designados en la Junta de Accionistas. Sus miembros ejercen el cargo por tres años desde la fecha de elección, pudiendo ser reelegidos en forma indefinida.

El Directorio no contempla miembros suplentes. Al 31 de diciembre de 2018, el Directorio de Falabella Financiero estaba compuesto por los siguientes miembros:



Julio Fernández Taladriz
DIRECTOR

Juan Fernández Fernández
DIRECTOR

Carlo Solari Donaggio
PRESIDENTE

Ignacio Swett Errázuriz
DIRECTOR

Jorge González Correa
DIRECTOR

Gonzalo Rojas Vildósola
DIRECTOR

Sergio Cardone Solari
DIRECTOR

Alex Harasic Durán
DIRECTOR

Felipe del Río Goudie
DIRECTOR



Ninguno de los directores desempeña cargos ejecutivos dentro de la compañía. El Directorio sesiona bimestralmente, y su funcionamiento se encuentra establecido en los Estatutos Sociales de Falabella Financiero, y en las disposiciones legales y reglamentarias vigentes. 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. Durante 2018, el Directorio sesionó 6 veces.

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

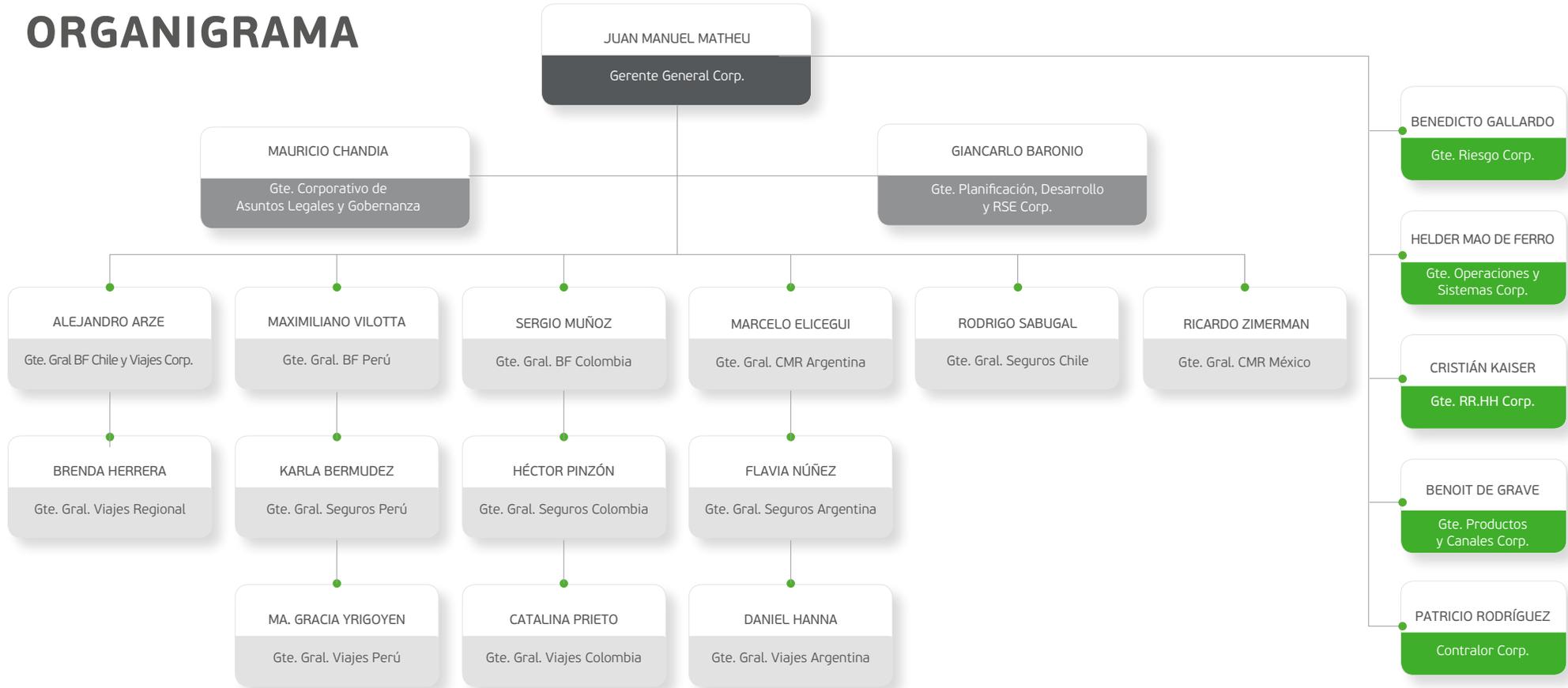
como por la legislación local pertinente. Desde hace dos años, se incorporó como Directora de Banco Falabella y de Promotora CMR Falabella a la señora Varsovia Valenzuela, demostrándose así nuestro compromiso con la presencia femenina.

Durante 2018 se continuó con el proceso de implementación de **mejores prácticas de gobierno corporativo** en todas las filiales de Falabella. Cabe destacar la publicación de una nueva política de operaciones entre partes relacionadas y el reforzamiento de los procesos de gestión de conflictos de interés. Asimismo, se realizaron capacitaciones específicas a los miembros del Directorio en temas tales como Derecho de protección al consumidor, Modelo de Prevención de Delitos y la Ley de Protección de Datos.

GOBIERNO CORPORATIVO EN CF SEGUROS

Desde su creación, esta sociedad anónima, dando cumplimiento a las exigencias de la Superintendencia de Valores y Seguros en Chile, actualmente CMF, posee una estructura de Gobierno Corporativo y un Sistema de Gestión de Riesgo robusto. 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 y presentaciones específicas a los directores sobre aspectos tributarios.

ORGANIGRAMA



ADMINISTRACIÓN **FALABELLA FINANCIERO**

La **administración** de la compañía es liderada por el Gerente General Corporativo, quien articula la gestión de las unidades de negocio y países donde operamos, además de rendir cuentas al Directorio sobre los avances del negocio.

A partir de Junio de 2018, el Directorio de Falabella Financiero nombró a Juan Manuel Matheu como gerente general corporativo de Falabella Financiero, en reemplazo de Gaston Bottazzini, quien asumió como gerente general de Falabella.



Dada la presencia regional de nuestras unidades de negocio, la empresa cuenta con el apoyo de siete comités diseñados para temas específicos, donde participan directores, colaboradores de las unidades de negocio y del equipo corporativo, potenciando la mejor toma de decisiones eficaz y las sinergias regionales.



Comité de Auditoría

Desde el año 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 de Falabella 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.

Comité de Riesgos y de Seguridad de la información

El monitoreo adecuado de los riesgos de crédito, de cobranza y operacionales, se realizan desde tres niveles organizacionales: el Comité Regional de Riesgos, el Comité Ejecutivo y los Comités específicos en ciertas unidades de negocio. Al alero del primer comité sesiona el Comité de Seguridad de la información que sesiona mensualmente. Particularmente en la Digital Factory, se creó un Comité de Seguridad de la Información específico que vela por la adecuada gestión de los datos en los proyectos de esta unidad.

Comité de Recursos Humanos

Este comité se realiza cada dos semanas y a él asisten los gerentes de Recursos Humanos de toda la región y es liderado por el gerente de Recursos Humanos Corporativo.

Comité Comercial y Canales Digitales Regional

Tiene como objetivo principal la implementación de iniciativas comerciales y mejoras en nuestros canales digitales.

Comité de Activos y Pasivos (CAPA)

Es el encargado de realizar el seguimiento a los principales indicadores de riesgo financiero y a la estructura de fondeo de cada negocio.

Comité Tecnológico Regional

Es el encargado de gestionar los programas estratégicos de inversión para mejorar la experiencia del cliente y monitorear la calidad de atención de nuestros sistemas.

Comité de Talentos

Tiene como misión desarrollar planes de acción específicos para los colaboradores con mayor potencial y la promoción de oportunidades de movilidad interna.



02 | GESTIÓN DE RIESGOS

En el continuo afán de mejorar la gestión del riesgo en nuestros negocios financieros, durante el 2018, la Gerencia Corporativa de Riesgos ha puesto el foco en robustecer el proceso de identificación, control y seguimiento del Riesgo de Crédito, Mercado y Liquidez, Operacional, Fraude, y Seguridad de la Información, adoptando prácticas internacionales y mejorando el marco de gestión, medición y reporte. Dentro de las mejoras realizadas, destacamos la implementación de ratios de liquidez y solvencia de acuerdo a los lineamientos de Basilea III, la evolución de las herramientas de fraude para dar mayor protección a nuestros clientes, el desarrollo de soluciones de ciberseguridad que resguarden la información y la protejan ante ataques cibernéticos, y el diseño de un Datamart Corporativo de Riesgos que permitirá consolidar en una fuente de información estructurada, los datos relevantes para la gestión de los riesgos en los diferentes negocios.

Desde la Gerencia Corporativa de Riesgos se ha dado apoyo a los negocios en el optimización de procesos y la definición

de políticas para crecer de forma responsable en número de clientes y colocaciones, mejorando las bases de pre-aprobados y participando en el desarrollo de procesos ágiles y digitales que propicien una mejor experiencia de cliente, atendiendo con oportunidad sus necesidades de financiación. Para lograr lo anterior, se mejoraron los modelos mediante la implementación de metodologías de big data y machine learning. En el mismo ámbito, se trabajó en la construcción y puesta en marcha de los modelos de provisiones cumpliendo con el estándar contable internacional IFRS9.

Cabe destacar que nuestra compañía participa activamente en la bancarización de segmentos financieramente excluidos. En línea con ello, en el 2018 se potenció el uso de los motores de decisión para lograr mayores cuotas de sanción automática, se consolidó la política de endeudamiento para garantizar una financiación responsable y se amplió el Panel Corporativo de reporting para permitir una gestión activa y oportuna del riesgo.

Asimismo, se consolidó y estandarizó en todos los países de la región el Marco de Apetito al Riesgo cumpliendo con los requerimientos regulatorios, rentabilidad y desafíos corporativos.

En el ámbito de **Cobranzas**, los esfuerzos se enfocaron en realizar una cobranza más inteligente y más digital, buscando una mayor eficiencia en términos de costo-beneficio y una mejor experiencia de cliente. Este modo de trabajo busca potenciar una mayor autogestión del cliente, adaptando las distintas estrategias a cada nivel de morosidad e incorporando un mejor manejo de los datos en la gestión de cartera impaga.

En materia de **Riesgo Operacional**, se impulsaron directrices corporativas alineadas a la norma ISO 22.301, estándar de mejores prácticas en continuidad de negocios. Para ello, se diseñó e implementó un plan de trabajo regional que busca elevar la efectividad de los modelos de gestión utilizados en los negocios, minimizando brechas a partir de las mejoras implementadas.

Con el fin de mantener una adecuada prevención y detección temprana de incidencias en los procesos de riesgo, hemos avanzado en la consolidación del área de Governance y Control con el diseño y la puesta en marcha de controles en los procesos de riesgo críticos.

En materia de **Fraude**, se continuó el proceso de homologación a nivel corporativo, contando para ello con un motor de fraude transaccional que cubre más negocios y canales en tiempo real. Además, se ha impulsado la incorporación de nuevas herramientas biométricas para el control de fraude de autenticación que mejoran la experiencia de los clientes a la vez que velan por su seguridad; hemos implementado herramientas de vanguardia para salvaguardar las transacciones que pasan por los canales digitales (web y app) y se ha dotado de mejores herramientas de prevención a las operaciones que se realizan en la página web de los retailers de Falabella.

↓ GESTIÓN DE RIESGOS DE CIBERSEGURIDAD

Para el resguardo de la información personal de los clientes, nuestras unidades implementaron controles muy rigurosos de protección, apuntando a alcanzar las mejores prácticas con la finalidad de fortalecer la **ciberseguridad**, dada la recurrencia y el alto impacto de los ataques cibernéticos a nivel mundial, se realizaron evaluaciones en distintos ámbitos. Como resultado se actualizó el plan corporativo de Seguridad de la Información, se ejecutaron mejoras a los procesos de control, y se robustecieron nuestros procesos de identificación y gestión de vulnerabilidades y la capacidad de respuesta ante ataques. A ello, se han sumado campañas específicas de concientización a los clientes para que resguarden su propia información. Se adquirieron herramientas de seguridad de última generación que contribuyen a la identificación de ataques y/o amenazas que puedan afectar la



integridad o confidencialidad de los datos de la organización y que permiten identificar comportamientos inusuales y peticiones maliciosas hacia las bases de datos donde está la información de clientes, empleados y proveedores. Todos estos esfuerzos se complementaron con pruebas de phishing y capacitaciones presenciales a nuestros colaboradores que buscan fortalecer las buenas prácticas en seguridad y protección de datos personales.

Durante 2018 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. 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.



03 | ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN

Con base en las directrices emanadas por Falabella, en 2018 se consolidó el *Modelo de Gestión Ética*.



A partir del estándar aprobado por el Directorio, se implementaron diversas campañas de difusión masiva en cada una de las unidades y se consolidó 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. Mensualmente, los Gerentes Generales de cada unidad, son informados de las principales denuncias, su envergadura y cuantía.

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.

Complementariamente, se desarrolló una encuesta de integridad en todos los negocios de holding con el objetivo de medir la percepción de integridad por parte de los colaboradores. Esta encuesta permitirá elaborar planes y controles más específicos para cada una de las empresas.

En Chile, todas las unidades de negocio continuaron implementando, actualizando y adecuando sus Modelos de Prevención de Delitos. Estos modelos, permiten mitigar razonablemente la posibilidad de ocurrencia de los delitos estipulados en la Ley 20.393; financiamiento del terrorismo, lavado de dinero, cohecho y receptación. Para dar cumplimiento a la normativa en Perú y Argentina en estas materias, se replicaron los modelos existentes en Chile. Además, en el período se continuaron robusteciendo los procesos de cumplimiento, a través de capacitaciones, particularmente a los nuevos colaboradores y en todo aquello vinculado con este modelo.



04 | GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

Nuestra ambición en materia de sostenibilidad pretende *entregar valor más allá de los productos y servicios* que ofrecemos, buscando el desarrollo de relaciones de largo plazo con cada uno de los grupos de interés.



Bajo esta premisa diseñamos nuestra estrategia de sostenibilidad corporativa que se estructura en **tres ejes principales de actuación: la promoción de la educación financiera, el voluntariado corporativo y el desarrollo comercial sostenible**. Como focos secundarios, nos abocamos a implementar una gestión ambiental eficiente y fomentar una cultura de diversidad e inclusión.

Bajo la orientación de un equipo corporativo de sostenibilidad, pero con el apoyo de encargados en cada unidad de negocio y país, **se diseñaron programas de sostenibilidad con alcance regional**: el programa de educación financiera, el voluntariado corporativo, la alianza con América Solidaria, el programa Haciendo Escuela y los programas de buenas prácticas comerciales, teniendo como foco, el resguardo y los intereses de nuestros clientes.

Programas de Sostenibilidad



Programa Educación Financiera EDDU

Voluntariado Corporativo

Alianza América Solidaria

Programa Haciendo Escuela

Buenas Prácticas Comerciales



ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



Focos Estratégicos →

✓ **Educación Financiera**

✓ **Voluntariado y Aporte Económico**

✓ **Desarrollo Comercial Sostenible**

Objetivos →

Ser un referente en educación financiera en la región, con Eddu.

Fomentar, de la mano de América Solidaria y el Programa "Haciendo Escuela", una cultura de voluntariado.

Asegurar información simple y transparente en todos los puntos de contacto con clientes.

Stakeholders →

Clientes
 Colaboradores
 Comunidad

Colegios

Clientes
 Colaboradores
 Comunidad

Clientes
 Colaboradores
 Proveedores y aliados

También nos preocupamos por:

Focos Estratégicos →

✓ **Medio Ambiente**

✓ **Diversidad e Inclusión**

Objetivos →

Apoyar iniciativas y mejoras en procesos que fomenten el ahorro de papel y electricidad.

Fomentar una cultura diversa e inclusiva.

Stakeholders →

Clientes

Clientes
 Colaboradores
 Comunidad



PILAR

OBJETIVOS DESARROLLO SOSTENIBLE



COMPROMISOS



CAPÍTULO



DESARROLLO COMERCIAL SOSTENIBLE



- 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 del Grupo Falabella en materia de integridad (ética, relacionamiento con proveedores, cumplimiento, entre otros).
- Profundizar el modelo de gestión de riesgos de cara a desincentivar el sobreendeudamiento 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.

- Desarrollo comercial sostenible
- Educación financiera
- Modelo de gestión
- Modelo de gestión
- Digitalización

CREACIÓN DE VALOR EN LA COMUNIDAD



- 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.

- Aporte al desarrollo de la región
- Aporte al desarrollo de la región
- Desafío para el año 2019
- Aporte al desarrollo de la región

GESTIÓN AMBIENTAL EFICIENTE



- Multiplicar las campañas internas de sensibilización en temas ambientales.

- Aporte al desarrollo de la región

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



- Implementar una política de diversidad e inclusión, y reforzar estos conceptos en la cultura organizacional.

- Colaboradores Comprometidos



NUESTROS DESAFÍOS 2019 **DE SOSTENIBILIDAD**



PILAR

OBJETIVOS DESARROLLO SOSTENIBLE

COMPROMISOS

EDUCACIÓN FINANCIERA



- Ampliar el alcance de las campañas masivas de educación financiera a través de Eddu.
- Implementar charlas de Educación Financiera en las Municipalidades destinadas a los vecinos de cada comuna.
- Implementar proyectos pilotos de Educación Financiera a estudiantes de educación superior.
- Incrementar las charlas presenciales de Educación Financiera a clientes.
- Potenciar la comunicación directa con clientes a través de medios digitales.
- Continuar desarrollando talleres y el torneo de educación financiera en los colegios del Programa Haciendo Escuela.
- Lanzamiento del juego digital de Educación Financiera a nivel regional.
- Desarrollar programas e-learning de formación en Educación Financiera para todos los colaboradores de la región.



PILAR

OBJETIVOS DESARROLLO SOSTENIBLE

COMPROMISOS

DESARROLLO COMERCIAL SOSTENIBLE



- 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.
- Continuar potenciando los programas de fidelización del Grupo, entregando más y mejores beneficios a los usuarios.
- A través de la estrategia de digitalización, continuar incrementando la accesibilidad y disponibilidad de servicios financieros a todos los habitantes.
- Fomentar la educación en el uso de medios digitales a través de las sucursales digitales.

CREACIÓN DE VALOR EN LA COMUNIDAD



- Promocionar el voluntariado corporativo basado en las habilidades y experiencias de cada colaborador
- Medir el impacto del voluntariado corporativo.

GESTIÓN AMBIENTAL EFICIENTE



- Desarrollar campañas internas de sensibilización en temas ambientales.

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



- Continuar los programas de inclusión de personas con discapacidad.
- Adecuar la infraestructura comercial para hacerlo accesibles a todos los clientes.
- Diseñar campañas específicas de promoción de valores como diversidad e inclusión.



05 | PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS



• **PREMIO:**
Effe Awards

• **ENTREGA:**
Effe Awards

• Finalistas de la campaña **“De esconder mi tarjeta a decir: yo pago”**, para la categoría servicios financieros y seguros.



• **PREMIO:**
Agencia aliada 2018

• **ENTREGA:**
Air Europa líneas aéreas.

• Agencia de viajes aliada en ventas para el año 2018.



• **PREMIO:**
Ratificación agencia diamante 2018

• **ENTREGA:**
Aerovías del continente Americano.

• Ratificación categoría agencia diamante en ventas 2018.



• **PREMIO:**
Ratificación agencia club honores 2018

• **ENTREGA:**
Aerovías del continente Americano.

• Premio categoría agencia club honor en ventas 2018.



• PREMIO:

Servitest Personas 2018

• ENTREGA:

IPSOS

- 1er lugar de la medición 2018. El premio mide percepción de los clientes cuenta correntistas con respecto al servicio de todos los Bancos Tradicionales.



• PREMIO:

Promoción de la empleabilidad DUOC UC

• ENTREGA:

DOUC UC

- Reconocimiento por el compromiso en la promoción de sus egresados, a través de presencia en ferias laborales y contar con estudiantes en prácticas profesionales en casa matriz y sucursales.



• PREMIO:

Premio Lealtad del consumidor

• ENTREGA:

ALCO

- 1er lugar en la categoría Tarjeta casas comerciales. Este reconocimiento evidencia la relación existente entre un consumidor y la marca.



• PREMIO:

Premio Nacional de satisfacción de clientes

• ENTREGA:

Procalidad

- 1er lugar en la categoría Tarjetas comerciales. Este reconocimiento, mide la satisfacción y recomendación de los clientes con respecto a la marca.



• PREMIO:

Talento Femenino

• ENTREGA:

Diario Pulso

- Fomentar el trabajo de la mujer a través de altos niveles de contratación femenina y de un elevado número de mujeres en sus directorios.



• PREMIO:

eCommerce Award, líder industria turística

• ENTREGA:

eCommerce Institute

- Reconocimiento al desarrollo del comercio electrónico, los negocios por Internet y su contribución a la innovación, el desarrollo de los mercados en la red y la economía digital.



• PREMIO:

Agencias Top Mundial de Aeroméxico

• ENTREGA:

Aeroméxico

- Premiación para destacar a las 10 agencias de turismo mejor rankeadas.



• PREMIO:

Agencia Diamond

• ENTREGA:

Avianca

- Reconocimiento a las agencias con mejor nivel de ventas en cada país.



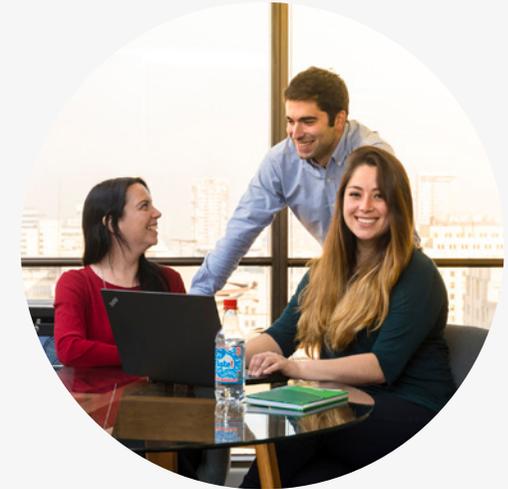
• **PREMIO:**

Mejor campaña sector banca y finanzas

• **ENTREGA:**

Top Influencers 2018 - Por Mercado Negro y agencia Influmedia

- Reconocimiento a los anunciantes con mejores resultados en sus campañas comunicacionales y a los influencers peruanos con mayor engagement. Banco Falabella Perú ganó el premio por la campaña #MiércolesGourmet.



• **PREMIO:**

Costa Cruceros Top Producers

• **ENTREGA:**

Costa Cruceros

- Puesto # 3 en Ventas de Cruceros - Temporada 2017 - 2018.



• **PREMIO:**

Top Producers LATAM Airlines

• **ENTREGA:**

LATAM Airlines

- Top 10 Producers Argentina.



• **PREMIO:**

Great Place To Work

• **ENTREGA:**

Great Place To Work

- Puesto # 13 en categoría hasta 250 empleados.



• **PREMIO:**

Premio Impulsores de Impacto Social

• **ENTREGA:**

RedActivos

- Premiación a empresas que realizan compras inclusivas en conjunto con RedActivos (empresa social de Asociación Civil La Usina).



• **PREMIO:**

MSC Awards

• **ENTREGA:**

MSC Cruceros

- Top 10 Producers Argentina - Temporada 2017-2018.

02.

CAPÍTULO

Desempeño Económico



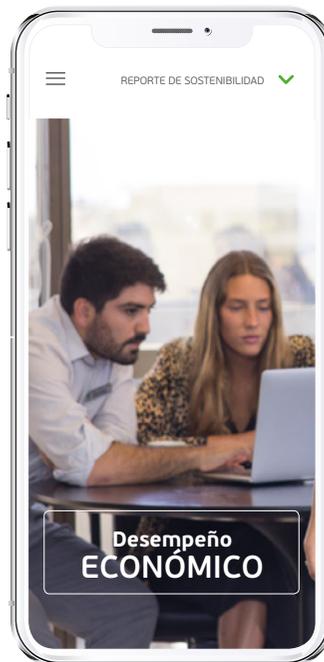
- Indicadores Económicos 2018
- Proveedores



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- En Falabella Financiero aspiramos a consolidarnos como una institución sólida, dinámica y que entienda las necesidades de sus diversos clientes. Para ello, hemos centrado nuestros esfuerzos en la gestión adecuada del riesgo, la digitalización, la innovación y la eficiencia operacional, de cara a ser una organización rentable y confiable.

GRI: 201-1



¿CÓMO LO GESTIONAMOS?

- Contamos a nivel de Falabella Financiero, con un equipo de Control de Gestión encargado del monitoreo de los principales indicadores financieros y operacionales y de preparar los informes al Directorio. Para que ello sea posible, cada una de las empresas cuenta con equipos de trabajo y sistemas de información que de manera individual reportan al equipo corporativo, a cargo de la consolidación.
- Es este mismo equipo el encargado de realizar los estudios de nuevos proyectos o negocios y de reportar la información requerida por Grupo Falabella.

CIFRAS 2018 DESTACADAS



Más de
US\$ 1.900 millones
de ingresos



Más de
US\$ 320 millones
de utilidad



US\$ 7.300 millones
en colocaciones



11%
de proveedores pymes
a nivel regional



01 | INDICADORES ECONÓMICOS 2018

El año 2018, *fue un año de crecimiento* para la mayor parte de las unidades de negocio que conforman Falabella Financiero.



El crecimiento de los ingresos **en 4,7%** fue apalancado por el crecimiento de ingresos en los negocios de Chile, especialmente la tarjeta CMR. También lograron crecimientos destacados nuestras unidades de Colombia y Perú.

Los costos se vieron afectados por una parte por la integración de Banco Falabella Chile y CMR Falabella Chile, y por otra debido a los cambios en la contabilización de gastos de los negocios de Argentina.

RUBRO ¹ ▾	2017 ▾	2018 ▾	VARIACIÓN ▾
Ingresos	1.843	1.929	4,7%
Costos	-887	-939	5,9%
Margen bruto	957	990	3,4%
Impuesto	-120	-117	-2,5%
Utilidad neta	337	323	-4,2%

1. Todas las cifras están en millones de dólares de EE.UU. calculadas en base al tipo de cambio observado al 2 de enero de 2019: 694,77 \$/US\$. El cuadro solo incluye a Banco Falabella y CMR Falabella de los respectivos países.



Las compras con tarjeta CMR se incrementaron en un 11,2% durante el año así como las tarjetas CMR activas, las que superaron los 6,5 millones en toda la región. Por su parte, en Banco a nivel regional, las cuentas pasivas con saldo alcanzaron los 2,3 millones un 4,5% superior al 2017.

A nivel consolidado Seguros Falabella cuenta con 11 millones de pólizas y Viajes Falabella, en tanto, transportó a más de 454 mil pasajeros en la región.

PROVEEDORES

Para entregar a los clientes servicios de excelencia y confiables, contamos con el apoyo de más de 7.730 proveedores y contratistas en nuestras unidades de Chile, Perú, Colombia, Argentina y México, cuya relación gestionamos desde cada empresa, de modo de ajustarnos a las particularidades de cada sector. **Durante 2018, 828 proveedores, es decir 11% son pymes.**

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

Banco Falabella	CMR Falabella	Seguros Falabella	viajes Falabella
• Servicios informáticos	• Servicios informáticos	• Compañía de seguros o aseguradoras	• 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 a clientes	• Aerolíneas
• Empresas de seguridad	• Transporte de documentos	• Prestadores de servicio al asegurado	• Hoteles / Servicios de Alojamiento
			• Servicios de marketing y publicidad

03.

CAPÍTULO

Desarrollo Comercial Sostenible



- Inclusión y Accesibilidad
- Satisfacción y Reclamos de Clientes
- Fidelización de Clientes



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- 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.
- Este es uno de los pilares de nuestra estrategia de sostenibilidad; queremos desarrollar nuestras operaciones asegurando información simple y transparente en todos los puntos de contacto con clientes.

GRI: 417-1



¿CÓMO LO GESTIONAMOS?

- Buscamos impregnar nuestros valores corporativos en cada uno de nuestros procesos: Transparencia, Conveniencia y Simplicidad.
- A nivel corporativo, contamos con un área encargada de la gestión de la experiencia de clientes, encargada de implementar buenas prácticas y monitorear los indicadores de satisfacción. En coordinación con esa área, los negocios cuentan con equipos específicos para trabajar estas materias.
- "Apasionados por los clientes" es un proyecto de cambio cultural que busca centrar la atención de los colaboradores en las necesidades y expectativas de los clientes.

CIFRAS 2018 DESTACADAS



6,5 millones

de personas en Chile, Perú, Colombia, Argentina y México tienen la tarjeta de crédito CMR Falabella



762

Sucursales



654 cajeros

en funcionamiento en 2018



Más de

2,7 millones

de canjes de puntos 20% más que el 2017



TRANSPARENCIA



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. Las pantallas interactivas en las sucursales bancarias (el cliente ve en pantalla lo que firmará) y las mejoras constantes en los sistemas comerciales de seguros para eliminar las malas ventas, son solo algunos ejemplos de nuestro enfoque transparente en el relacionamiento con los clientes.

CONVENIENCIA



Entregar productos que sirven a nuestros clientes, y estar dónde nos necesiten, son esenciales para convertirnos en la opción más conveniente del mercado. Destacan en 2018 los avances hacia soluciones digitales en cada uno de los negocios, el lanzamiento del acuerdo con Google Pay y el incremento en los comercios adheridos para la acumulación de CMR Puntos.

SIMPLICIDAD



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. Los esfuerzos realizados con el proyecto Omnichannel (homologando todos los canales de interacción con los clientes), la simplificación de los procesos de venta de productos y los contratos.



01 | INCLUSIÓN Y ACCESIBILIDAD

La tarjeta de crédito CMR Falabella, presente en la billetera de **más de 6,5 millones de clientes** en Chile, Perú, Colombia, Argentina y México, se ha convertido desde su lanzamiento en un producto financiero inclusivo, siendo en muchos casos, la primera tarjeta de crédito familiar.



Por otra parte, ofrecemos a nuestros clientes soluciones más convenientes: cada vez más sucursales en toda la región, más y mejores soluciones digitales que nos acercan a los clientes y productos que se adaptan a la realidad de cada contexto.

Las sucursales y cajeros automáticos son otro punto de acercamiento con nuestros clientes. Durante 2018 nuestra red de cajeros automáticos alcanzó los 654 terminales en funcionamiento, un 2,7% más que en 2017.

Durante 2018, se produjo la apertura de 92 nuevas sucursales de Falabella Soriana en México, en las ciudades de Toluca, Puebla, Cuernavaca, Saltillo, Monclova, Gómez Palacio, Torreón y Durango. Se planifica para 2019, realizar la apertura de 20 nuevas sucursales.

6,5 millones
de personas en Chile, Perú, Colombia, Argentina y México tienen la tarjeta de crédito CMR Falabella

654 cajeros
en funcionamiento en 2018



SUCURSALES POR PAÍS 2017 - 2018



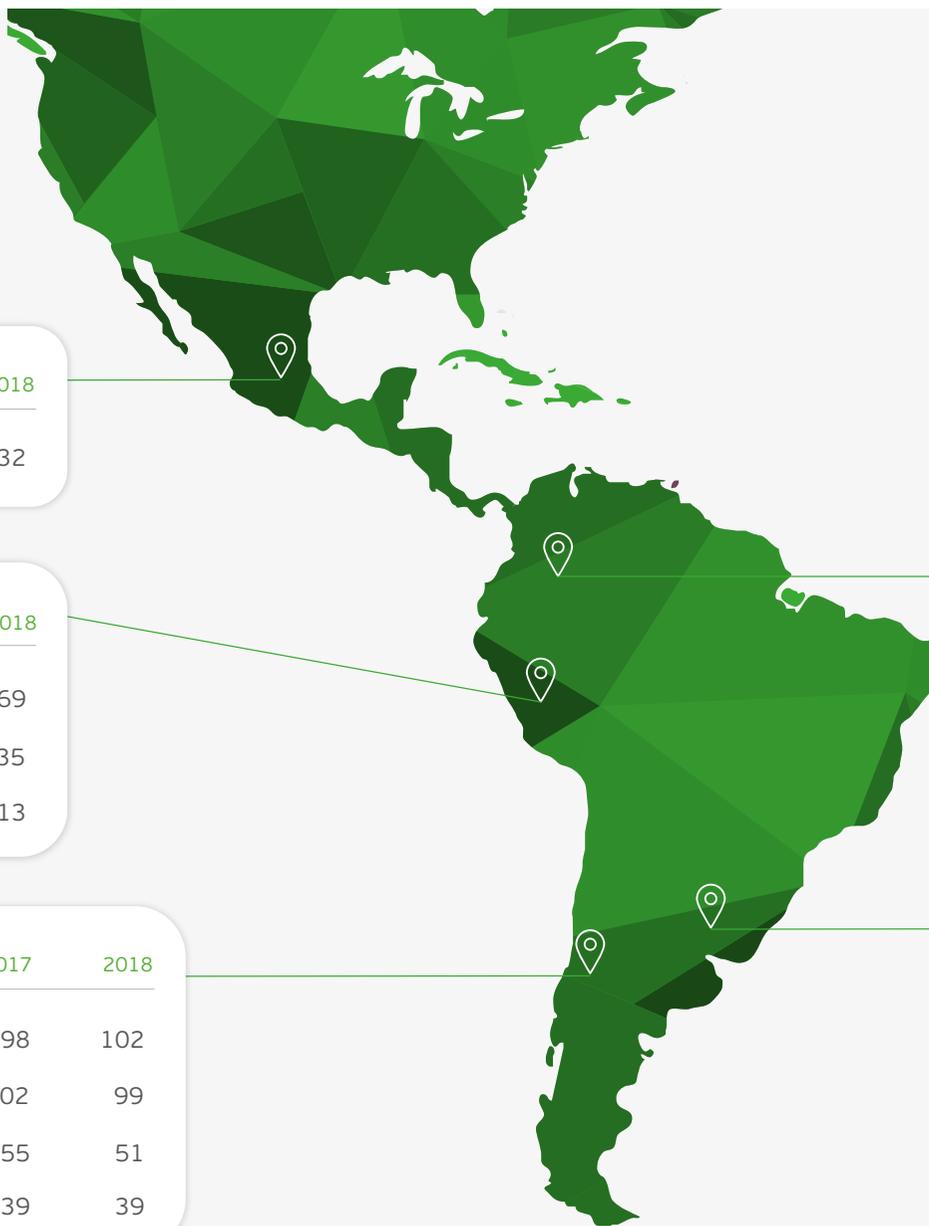
	2017	2018
	40	132

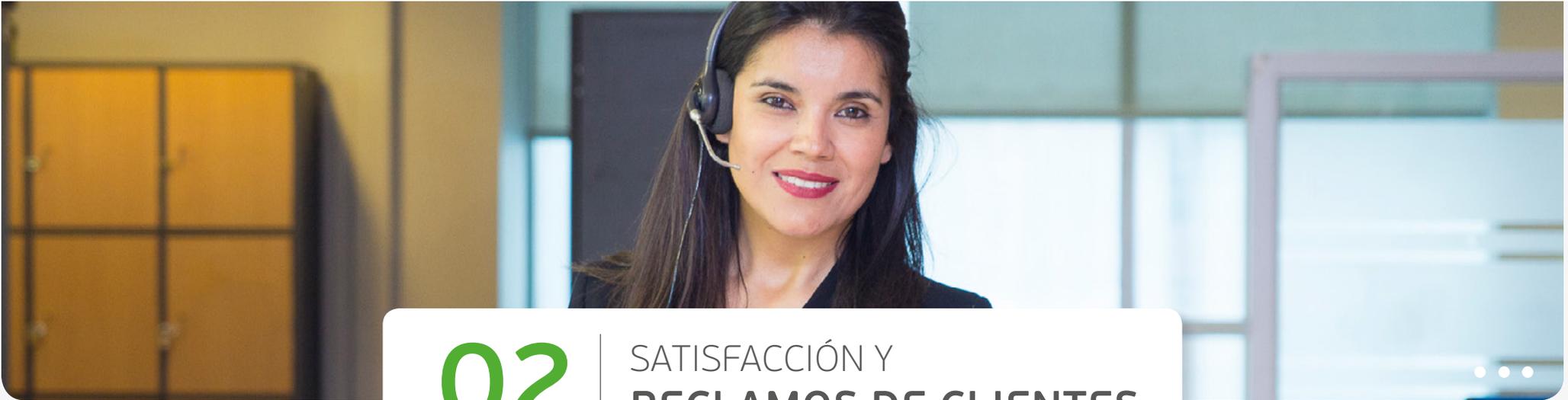
	2017	2018
	77	69
	41	35
	13	13

	2017	2018
	98	102
	102	99
	55	51
	39	39

	2017	2018
	86	90
	64	67
	23	26

	2017	2018
	18	19
	11	11
	10	9





02

SATISFACCIÓN Y RECLAMOS DE CLIENTES



En Falabella Financiero tenemos como premisa fundamental la mejorar continua de la experiencia de nuestros clientes, es por esto que consideramos su opinión como un elemento clave para poder tomar decisiones que nos permitan ir mejorando no solo los productos y servicios ofrecidos sino también la atención brindada. Constantemente monitoreamos la satisfacción de nuestros clientes a través de diferentes estudios, de tal forma de poder identificar nuestras fortalezas y brechas a mejorar, para así trabajarlas con el objetivo de construir relaciones a largo plazo.

Desde el año 2015, nuestras unidades de negocio utilizan el modelo NPS® (Net Promoter Score) como herramienta de monitoreo del grado de recomendación de nuestra marca, permitiéndonos estar alineados y poner foco en la gestión para la mejora constante.

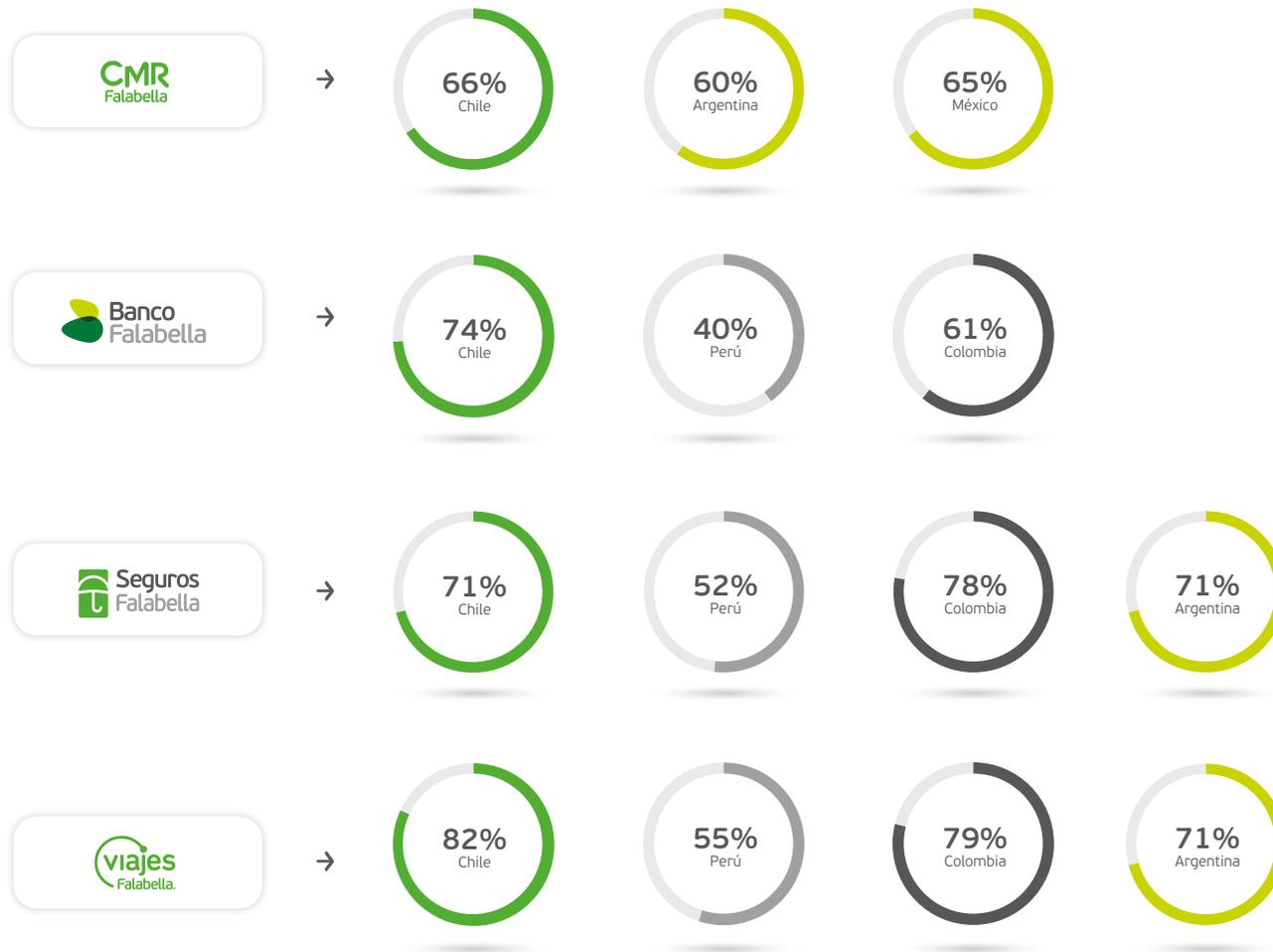
Aplicamos el NPS® en cada punto de contacto del cliente con el negocio. Al cierre de 2018, metodología estaba implementada en la mayoría de los procesos de las distintas unidades de negocios, incluida la activación de tarjetas en México.

Para medir el grado de recomendación de nuestra marca, aplicamos el

modelo NPS®

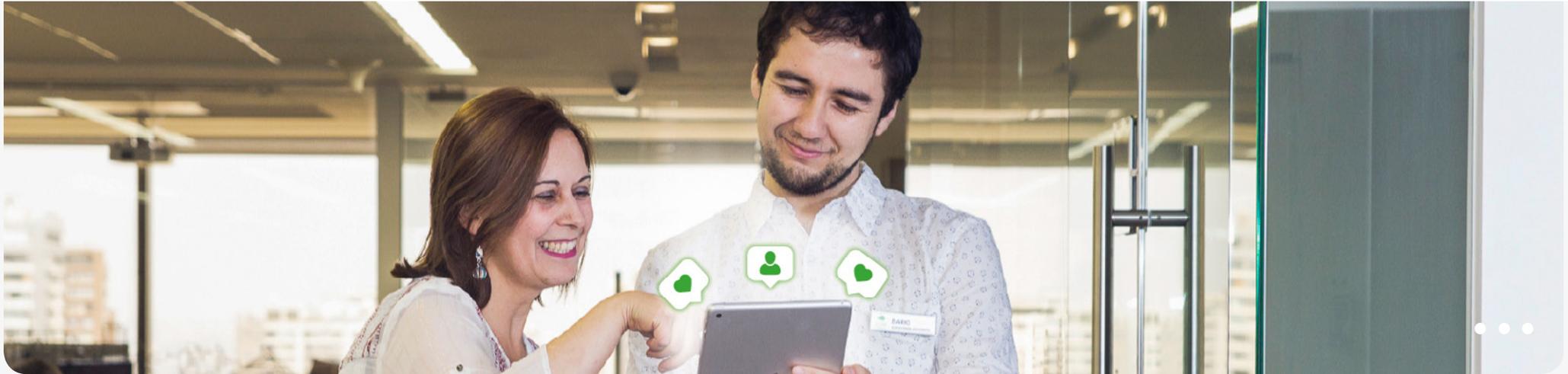
en cada punto de contacto con el cliente

INDICADOR NPS VENTA PRESENCIAL 2018



Gracias a los esfuerzos implementados en cada uno de los equipos tanto a nivel de mejoras operacionales y tecnológicas, cómo a nivel cultural con la implementación del programa Apasionados, se ha generado un cambio en la forma de trabajo con una mirada más de **"cliente en el centro"**, lo que ha afectado positivamente a nuestros indicadores de recomendación.

En el caso de Banco Falabella Perú, los indicadores de recomendación se vieron afectados principalmente por cambios tecnológicos y organizacionales, sin embargo, la organización se encuentra implementando mejoras operacionales y culturales relevantes que estamos confiados que repercutirán directamente en nuestros clientes de manera positiva.



La promoción de las buenas prácticas en la comercialización de nuestros productos fue otro de los focos de acción durante 2019. Poniendo en la práctica nuestro principio corporativo de transparencia, en Banco Falabella Colombia se capacitó a la fuerza comercial en torno a las conductas apropiadas de atención y ventas. Por su parte, en Seguros Falabella Chile, se implementaron cursos e-learning de “Ejecutivo responsable”, instancias donde los colaboradores comparten las mejores prácticas de ventas, cuidando los intereses del cliente. Este mismo mensaje se reforzó mediante campañas específicas desde el contact center.

PREMIO SERVITEST PERSONAS 2018

Los esfuerzos realizados para entregar más y mejores soluciones son reconocidos por nuestros clientes; prueba de ello es el reconocimiento obtenido en el estudio Servitest Personas 2018, donde Banco Falabella Chile obtuvo el primer lugar en mejor servicio y app.



PROGRAMA APASIONADOS

Desde 2017 se desplegó en todos los negocios de Falabella Financiero el programa Apasionados por los clientes que busca transformarnos en una empresa 100% centrada en el cliente. El programa se apalancó en tres ejes estratégicos: **“ponernos en el lugar de los clientes”, “escuchar y atender sus necesidades”, y “construir relaciones a largo plazo”.**

Para ello, en el plan de trabajo se incorporaron iniciativas en los ámbitos de satisfacción interna (NPS®), el reconocimiento de colaboradores 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.



RECLAMOS

Los reclamos de clientes conforman otra base fundamental de oportunidades de mejora para nuestros equipos. En 2018 se introdujeron mejoras relevantes en los procesos de gestión de reclamos (tales como automatizaciones y cambios de estructuras) y se reforzaron los conceptos culturales de orientación hacia el cliente, promoviendo la resolución de problemas en el mismo punto de contacto con el usuario. En cada uno de los países, se diseñaron rutas específicas para la mejora de estos indicadores bajo la premisa de buscar soluciones omnicanal y paperless. Particularmente en los negocios de Viajes Falabella a nivel regional, se continúan implementando proyectos bajo la metodología Lean, con el objetivo de seguir identificando oportunidades de mejora a la experiencia de los clientes.

Gracias a las mejoras informáticas implementadas en años anteriores, los reclamos en Seguros Perú, disminuyeron significativamente.

Las incidencias informáticas, los cambios de plataformas tecnológicas explican las principales variaciones negativas en los indicadores de reclamos. En Argentina, se agregan los cambios regulatorios como principal factor determinante en el alza de los reclamos. En México, las tasas de reclamos se mantienen altas, explicadas principalmente por cargos no reconocidos por los clientes.



RECLAMOS	2017	2018
TOTAL	165.446	194.633
Chile	28.251	31.331
Perú	93.915	99.937
Colombia	43.280	63.365
TOTAL	108.429	146.448
Chile	58.519	72.262
Argentina	49.910	74.186
México		7.789
TOTAL	44.638	35.565
Chile	15.846	15.696
Perú	12.948	4.244
Colombia	10.242	9.225
Argentina	5.602	6.400
TOTAL	3.466	3.172
Chile	15.846	15.696
Perú	12.948	4.244
Colombia	10.242	9.225
Argentina	5.602	6.400



03 | FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Nuestro programa de fidelización CMR puntos, sigue consolidándose a nivel regional. Gracias a él, los clientes de CMR Falabella o Banco Falabella pueden **acumular puntaje por compras realizadas** tanto en nuestras tiendas, como en cualquier otro comercio, incluso en compras fuera de Chile.



El programa CMR Puntos se caracteriza por su flexibilidad, tanto para acumular como para canjear. En 2018 en Chile se realizaron importantes alianzas para incorporar más comercios a los procesos de acumulación. En los países se siguió avanzando con el uso de Giftcards, profundizando el foco de que nuestros clientes puedan canjear lo que quieran en nuestras tiendas. Como parte de nuestra estrategia de digitalización, en Chile se lanzó la opción de canjear Giftcards a través de nuestra app de

CMR, reafirmando nuestro compromiso de entregar la mejor experiencia de canje a nuestros clientes.

Complementando lo anterior, se realizaron fuertes campañas de comunicación para potenciar la marca CMR Puntos en todos los países, y a fines del 2018 se lanzó la opción de acumular puntos con todo medio de pago en Tottus Chile, abriendo la opción de fidelizar a los mejores clientes de nuestro negocio de Supermercados.

Flexibilidad en programa

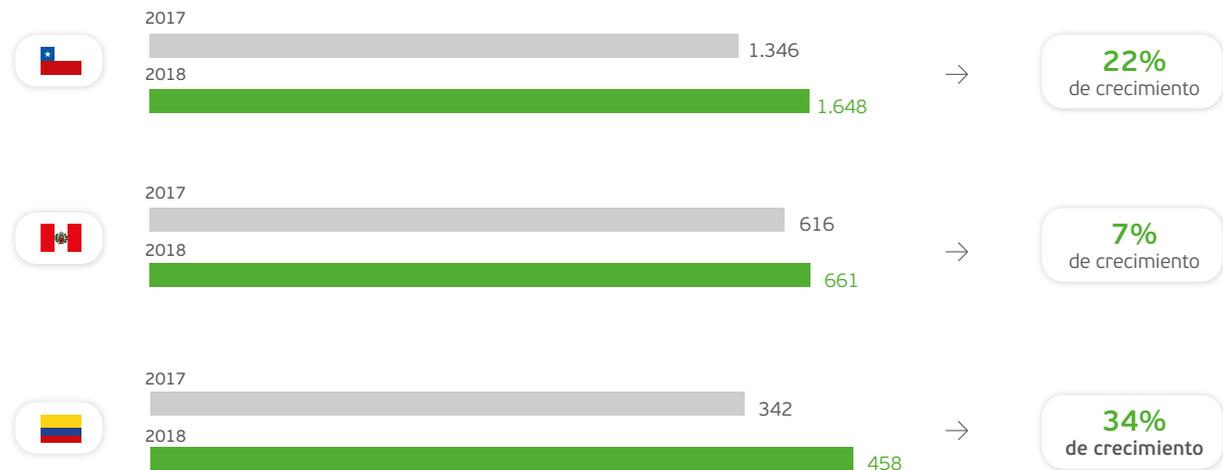
CMR Puntos

tanto para acumular como para canjear



Dado lo anterior, durante el 2018, el número de canjes en CMR Falabella Chile **creció un 22%**, en Banco Falabella Perú un **7%** y en Banco Falabella Colombia se produjo un incremento del **34%**.

NÚMERO DE CANJES (MILES) ▾



De esta forma, nuestro programa de fidelización se sigue potenciando, manteniendo como uno de sus principales objetivos **tener una comunidad de clientes que se vinculen cada día más con todas las marcas** del Grupo Falabella y profundicen el uso de nuestros medios de pago.

04.

CAPÍTULO

Digitalización



- Digital Factory
- Aplicaciones Móviles
- Consolidación del Modelo Corporativo de Sistemas
- Sucursales Digitales
- Implementación del Proyecto de Asistente Virtual
- Promoción de la Innovación



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?



- Desde hace más de 5 años, la digitalización se ha constituido en un pilar de nuestra estrategia de crecimiento en cada uno de nuestros negocios.
- La digitalización nos permite adaptar nuestra propuesta de valor, mejorar la experiencia de los clientes y ofrecer productos y servicios basados en la transparencia, conveniencia y simplicidad, nuestros valores corporativos.
- Nos planteamos como desafío evolucionar desde una organización con presencia predominantemente física, hacia un negocio financiero digital, con presencia en el mundo físico.
- 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, ampliándose así la oferta de servicios financieros, de Viajes y Seguros. Asimismo, las innovaciones introducidas nos permiten ofrecer los servicios de manera más eficiente, e incorporar mayores controles de seguridad en las transacciones.



¿CÓMO LO GESTIONAMOS?



- Contamos con un área especialmente dedicada a la transformación digital: DIGITAL FACTORY.
- Se definieron como focos de actuación la digitalización de experiencias de clientes, las mejoras en las apps y web, las sucursales virtuales y la asistencia virtual.
- La filosofía corporativa frente a la transformación digital, mantiene los mismos principios corporativos y culturales, poniendo al cliente al centro de lo que hacemos. Para ello, se han diseñado múltiples canales de retroalimentación de los clientes: pruebas de usuarios, desayunos, encuestas, análisis de redes sociales, son algunos de los formatos más utilizados.
- Digitalización en procesos internos.

CIFRAS 2018 DESTACADAS

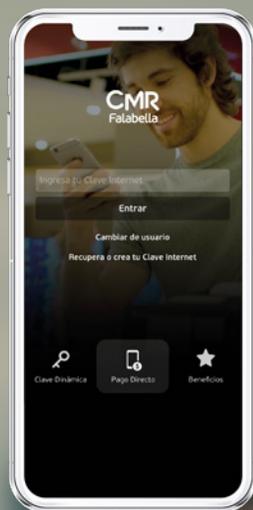
Transformación Digital

Más de 171 mil

aperturas 100% digital de Cuentas Corrientes y Tarjetas de Crédito.



Más de **1,8 millones**
aplicaciones activas un 96,5%
más que el 2017



3,3 millones

de interacciones con nuestra
asistente virtual Lía.

Más de **20 millones**
de transacciones digitales



más que en 2017



30%

de la Venta de crédito
de consumo fue digital



Más de **21 millones**
de transferencias digitales



más que en 2017

CMR
Falabella

Google Play

Acuerdo de CMR Falabella
Chile con Google Pay



01 | DIGITAL FACTORY



Para concretar la ambición de convertir a nuestras unidades de negocio en empresas digitales con presencia en el mundo físico, en 2015 se pusieron en marcha diversos proyectos tecnológicos que tenían como horizonte principal la renovación en los sistemas CORE, la simplificación de su arquitectura y la mejora de los canales digitales en los negocios financieros. Para este último objetivo, **a fines de 2016 se creó la Digital Factory**. Su misión principal es ampliar y mejorar la experiencia digital de nuestros clientes, construyendo soluciones tecnológicas flexibles, acompañando así las demandas cambiantes del mercado y de nuestros clientes. Para ello, cuenta con un equipo multidisciplinario, con una metodología propia de trabajo basado en la autogestión y que provee soluciones eficientes y de calidad, coordinando sus esfuerzos con los equipos comerciales y de sistemas de cada negocio.

Los principales objetivos encomendados a esta fábrica digital son lograr **migrar a los clientes actuales de los negocios de Falabella Financiero a plataformas digitales**, incrementar el uso de estos canales y mejorar las experiencias de los usuarios en los mismos.

Por ello en 2018, **el equipo que integraba la Digital Factory siguió creciendo**, de la mano de la evolución del negocio y sus necesidades, llegando a ser 173 colaboradores a diciembre de 2018, de 11 profesiones distintas (Devops, Developers y Automatizadores entre otros) y de 10 nacionalidades. En su totalidad el equipo alcanzó los 285 trabajadores.

La Digital Factory cuenta con

173

colaboradores de

10 nacionalidades distintas

Durante 2018, la Digital Factory estuvo abocada en la **implementación de procesos 100% digitales** en las unidades de negocios.



120.000

tarjetas de crédito se abrieron a través de medios digitales



Banco Falabella Chile

implementó la apertura de cuenta corriente 100% online.

En este sentido, se avanzó en la digitalización de los procedimientos de apertura de tarjetas de crédito CMR Falabella Chile y México, y las respectivas tarjetas bancarias de Banco Falabella Colombia y Perú. Al cierre de 2018, se abrieron más de 120.000 tarjetas a través de este medio. Paralelamente, a través de medios digitales y por primera vez en Chile, se implementó un proceso de apertura de una cuenta corriente realizado en su totalidad de manera electrónica.

Vale la pena destacar la creación de un equipo específico para el proyecto Sales Finance, programa destinado al financiamiento **100% online de grandes proyectos**, ofrecido a clientes de las tiendas de retail del grupo Falabella. Este proyecto se encuentra en fase piloto en Colombia y busca ser una nueva alternativa de financiamiento para el ecosistema Falabella.

Otro de los avances logrados desde esta fábrica digital es la puesta a disposición de clientes de los **nuevos sitios públicos en toda la región**, con nuevos diseños y adaptados a la realidad de cada país. En cada una de las páginas web se incorporó un **chat online** en el cual participa Lia, la asistente virtual, que resuelve inquietudes y requerimientos de los usuarios electrónicos.

Desde el punto de vista de seguridad para el usuario se incorporaron nuevas funcionalidades; por un lado en las aplicaciones de los negocios financieros se incorporó durante el año, la clave dinámica. Por otra parte, en las apps de CMR Falabella Chile, Banco Falabella Chile, Banco Falabella Colombia, Falabella Soriana y CMR Falabella Argentina se puede ingresar mediante el **uso de la huella digital**, opción más segura para el usuario en caso de robo y con menor tasa de error al ingresar. Por su parte, la opción **“Mis reglas”** se encuentra disponible en la apps de CMR Falabella Chile y CMR Falabella Argentina, así como en las aplicaciones de la tarjeta Falabella Soriana en México y Banco Falabella en Perú. Esta última opción, permite a los clientes decidir, cuáles operaciones quedan habilitadas en los distintos escenarios: compras por internet, compras

internacionales, retiros en cajeros, entre otros. Finalmente, tanto en las soluciones digitales de CMR Falabella Chile como de Banco Falabella Colombia, se implementó un proceso de Autorización Basada en Riesgo (ABR), sistema por el cual según el tipo y cuantía de la transacción se definen los requisitos de seguridad, disminuyendo significativamente el riesgo de fraude en las transacciones.





02 | 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 2018 con 1,8 millones de usuarios activos de nuestras apps, un 96,5% más que el 2017.

Además, los equipos se abocaron a buscar la forma de entregar más información útil en las apps, mejorando así, la experiencia general en el uso. La aplicación de CMR Falabella Chile, a partir de este año, cuenta con la **opción online** de desconocimiento de transacciones y canjes de gift cards digitales. Además, se puede solicitar por esta vía, un aumento de cupo en línea.

En el caso de Banco Falabella Perú **se lograron importantes avances en la aplicación**, al integrarse las funcionalidades de pago del estado de cuenta online, la realización de transferencias y el seguimiento de los CMR Puntos.

Adicionalmente, los clientes de Banco Falabella Chile y Banco Falabella Colombia pueden, a partir de este año, tomar créditos de consumo desde la misma app. El aplicativo de Falabella México, es aún de tipo consultivo, quedando para 2019 el desafío de incorporar funcionalidades transaccionales. Destaca la iniciativa de Banco Falabella Colombia, **convirtiéndose en el primer banco en ofrecer una atención a clientes a través de chat por whatsapp.**





03

CONSOLIDACIÓN DEL MODELO CORPORATIVO DE SISTEMAS

Al cierre de 2018, se dieron por finalizados los más importantes proyectos de sistemas a nivel corporativo, con la **migración de los sistemas** de tarjetas en CMR Falabella Argentina y en Banco Falabella Colombia.



El proyecto **Omnichannel** culminó a fines de 2017 y durante 2018 se avanzó en la consolidación de Quickpay en las empresas Falabella. Otra de las líneas más importantes de trabajo del año fue la implementación de mejoras significativas en los motores de riesgo corporativo. De esta manera, se eliminan los sistemas y aplicativos locales, migrando a sistemas homogéneos en su estructura, que facilitarán la implementación de mejoras en un futuro próximo.

Omnichannel
culminó a fines del 2017

Quickpay
se consolidó este 2018



En México y Perú **se inició el piloto del proyecto Omnichannel 2.0**: lo que se busca es **replicar la experiencia de atención web en la sucursal**, por lo tanto, el ejecutivo atiende al cliente con la misma solución web. Con los buenos resultados obtenidos hasta el momento, es posible proyectar que en 2019, se seguirán extendiendo los pilotos en el resto de las unidades y países.

Uno de los principales logros del año es la mejora significativa en la estabilidad de los sistemas mejorando los indicadores de **“Uptime”** en todos los componentes.

Otra línea prioritaria de trabajo en este período fue la automatización de procesos internos, en particular, los vinculados con el apoyo a la gestión comercial y operacional. La digitalización de procesos de conciliación con comercios, la incorporación de **programas robotizados** para las interfaces con proveedores de Viajes Falabella y la **migración tecnológica** de los procesos de gestión de recursos humanos, son algunos ejemplos destacados en esta línea.

↓ **¿De qué se trata el proyecto Omnichannel y cómo impactará a los usuarios o clientes?**

Los proyectos de omnicanalidad que implementamos, representan cambios radicales en la forma en que nos contactamos con los clientes: desde hace 4 años venimos realizando inversiones significativas para lograr mejorar la experiencia de nuestros clientes, su permanencia y su lealtad, facilitando al mismo tiempo, su acceso al mundo financiero.

Se trata de un set de iniciativas coordinadas que pretenden generar experiencias coherentes y homogéneas, y donde todos los canales de interacción (físicos y digitales) se encuentran integrados. El cliente interactúa con una organización que cuenta con políticas e información centralizadas y por tanto, puede operar indistintamente

a través de todos los canales puestos a disposición por las empresas que conforman Falabella Financiero.

De esta manera, se logra una mayor satisfacción del cliente en el momento de la interacción, una mayor cercanía hacia nuestra organización, y mayor comodidad al operar con nuestra empresa.

Omnichannel

mejora la experiencia de nuestros clientes, su permanencia y lealtad



04 | SUCURSALES DIGITALES

Un hito destacado del año 2018 en materia de transformación digital fue la conversión de las sucursales a espacios donde se proveen cada vez más *soluciones a través del uso de la tecnología.*



En estas sucursales el ejecutivo utiliza las facilidades y aplicaciones del mundo digital (web y apps) para dar respuesta a las inquietudes y solicitudes de los clientes. De esta manera, por un lado, se promueve la eficiencia en la atención y, por otra parte, se educa al cliente a resolver sus inquietudes a través de estos medios, generando confianza en el uso de las plataformas digitales. El propósito de este proyecto, al igual que en el proyecto

Omnichannel 2.0 es educar al cliente y brindarles soluciones de auto-atención en los canales digitales. Las mediciones de satisfacción realizadas en estas sucursales arrojan resultados muy positivos, alentándonos a seguir potenciando este canal en el acercamiento a nuestros clientes.

Durante el 2018 abrimos

14 sucursales digitales

en la región



05

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 “Un asistente virtual”.



Se trata de Lía, nuestra asistente virtual o chatbot, sistema que permite mantener una conversación a través de texto, alimentado a partir de una serie de reglas e inteligencia artificial.

El programa tiene la capacidad de responder preguntas, ayudar a resolver problemas y ejecutar tareas repetitivas, llevando una conversación en tiempo real. En la medida en que el chatbot no es capaz de responder se deriva la consulta a un ejecutivo de atención. Durante 2018, se totalizaron más de 3,3 millones

de interacciones con clientes a través de Lía, cifra 382% a la registrada en 2017.

3,3 millones de
interacciones con clientes a través de Lía



382%
más que en 2017



06 | PROMOCIÓN DE LA INNOVACIÓN



Con miras a compartir los conocimientos y experiencias en materia de transformación digital, en octubre de 2018, Banco Falabella Chile organizó la conferencia **“El desafío de Chile en la economía mundial de la innovación”** donde el expositor principal fue **Andrés Oppenheimer**, coganador del **premio Pulitzer**. En la actividad, se enfatizó en la importancia de la innovación para el desarrollo de los países y se refirió al futuro del trabajo en la era de la automatización.



Falabella sella acuerdo con Google Pay para traer a Chile sistema de pago

A fines de este año, Falabella Financiero, anunció la firma de un acuerdo para traer a Chile Google Pay, el sistema de pago de la compañía estadounidense. Mediante esta plataforma los clientes de CMR Falabella podrán realizar compras en Chile y el mundo, con un sistema que ya ha demostrado su exitoso desempeño en decenas de países alrededor del mundo.

A través de esta forma de pago, los clientes pueden realizar los pagos directamente desde su celular, sin tener que utilizar la tarjeta física en el comercio.

Esta tecnología es más segura para los usuarios ya que se crea un identificador digital único o token que reemplaza la información sensible de los consumidores.

05.

CAPÍTULO

Educación Financiera



- Educación Financiera a Clientes y Comunidad
- Educación Financiera a Colegios
- Educación Financiera a Colaboradores



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- En Falabella Financiero tenemos la convicción de que una sociedad más informada es también una sociedad más responsable y empoderada en la gestión de sus finanzas personales, consciente de las herramientas y múltiples alternativas que el sistema le ofrece.
- Diversos estudios avalan la necesidad de priorizar el esfuerzo en Educación Financiera; en Chile por ejemplo, el manejo de conceptos financieros de la población es relativamente bajo en comparación a otros países. El puntaje de conocimiento financiero nacional (5,12) está por debajo del nivel de referencia (se considera alta una puntuación mayor o igual a 6,0) y solo 40% de la población presenta un alto nivel de conocimiento financiero¹. En Argentina, tales cifras alcanzan el 4,0 y 33% respectivamente².

GRI: 413-1



¿CÓMO LO GESTIONAMOS?

- A través del Programa Eddu, lanzado en 2016 con el fin de acercar la educación financiera a la sociedad, enseñamos conceptos básicos y entregamos consejos prácticos que puedan ayudar a clientes, colaboradores, colegios y comunidad en el manejo de sus finanzas personales.
- Algunas iniciativas vinculadas a este programa son la capacitación a través de medios digitales a clientes y no clientes, la formación financiera a colaboradores, torneo y talleres de Educación Financiera en colegios, y las charlas a clientes.

1. "Encuesta de medición de capacidades financieras en los países andinos: Chile 2016" - CAF y SBIF

2. "Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina - 2017" - CAF y Banco Central de Argentina

CIFRAS 2018 DESTACADAS



Más de
615.000

Visitas a las páginas web de Eddu te ayuda en la región



Más de
4.300

niños jugaron nuestro juego digital Edducity en el mes de lanzamiento.



Más de
13.000

personas utilizaron las herramientas online.



Más de
1.600

personas capacitadas a través de e-learning.



Más de
1.200

Personas capacitadas en charlas presenciales.



Tras la participación en los talleres de educación financiera en colegios, un **96% DE LOS ALUMNOS SUPO JERARQUIZAR LOS GASTOS EN un presupuesto familiar.**



01 | EDUCACIÓN FINANCIERA A CLIENTES Y COMUNIDAD



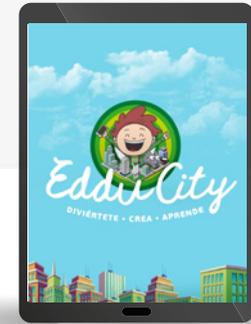
En Falabella Financiero consideramos que el desarrollo comercial debe ir acompañado de **entrega de información de manera transparente**, que contribuya al entendimiento de los productos y servicios financieros y fomenten su uso responsable.

La educación financiera juega un rol esencial, por lo que hemos volcado gran parte de nuestros esfuerzos en ello.

El Programa Eddu, representado con un personaje animado, fue lanzado en 2016 con el objetivo de reunir en una única iniciativa todas las actividades que desarrollamos en materia de educación financiera. Mediante consejos didácticos y simples, se busca que niños, jóvenes y adultos aprendan a manejar sus finanzas personales y comprendan su importancia. Alineados con nuestra estrategia corporativa, las actividades del programa se promueven presencialmente y a través de las distintas plataformas digitales, buscando así, lograr una mayor cobertura.

Durante 2018, alcanzamos el 100% de cobertura de Eddu al lanzarse el programa en México. Estamos orgullosos de contar con una página web específica, dedicada exclusivamente a la educación financiera, en cada uno de los países donde estamos presentes.

	<input type="text"/>
CHILE	www.edduteayuda.cl
PERÚ	www.edduteayuda.pe
COLOMBIA	www.edduteayuda.com.co
ARGENTINA	www.edduteayuda.com.ar
MÉXICO	www.edduteayuda.mx



EdduCity

Otro hito destacado del programa Eddu durante 2018 fue el lanzamiento del juego digital, **EdduCity**¹ que busca acercar a los más pequeños al mundo del ahorro y la correcta administración de su dinero. Para ello, el juego requiere del cumplimiento de diversas tareas cotidianas de un adulto como educarse, administrar dinero, emprender, asegurarse, solicitar créditos o recrearse, poniendo a prueba las decisiones de cada jugador. Durante 2018 participaron 4.300 usuarios. El mismo juego será lanzado durante 2019 en toda la región.

La **página web** consiste en una plataforma interactiva con información sobre las características de los diferentes tipos de productos financieros y cómo utilizarlos. También incluye medidas concretas para resguardar los productos financieros y consejos útiles para tomar grandes decisiones, como la compra de una casa, de un auto, u otros gastos e inversiones, organizados en función de las diferentes etapas de la vida.

conceptos de gastos, y el sistema le propone oportunidades de mejora a su gestión financiera. También se incorporó la herramienta **"Ahorro e inversión"**; la cual propone los mejores mecanismos de ahorro, en función de las necesidades y posibilidades de cada usuario. Estas dos herramientas, que estamos en proceso de extender a toda la región, fueron utilizadas más de 13.000 veces durante el año, sólo en Chile.

Una de las herramientas más útiles para los visitantes de la web son los cursos online o "e-learning". Actualmente existen en la plataforma cuatro cursos disponibles: cómo evitar fraudes, inversiones, endeudamiento responsable y ahorro. Estos cursos fueron realizados por más de 1.600 personas durante 2018.

Además, se han ido incorporando nuevas herramientas en algunos países, como **"Organiza tu plata"**, aplicación donde el usuario tiene la posibilidad de registrar sus ingresos y principales

Más de

1.600

personas realizaron diferentes cursos de e-learning

4.300

niños jugaron el mes de lanzamiento

1. <https://edducity.cl/>



↓ CHARLAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA



Durante 2018, continuamos realizando charlas de educación financiera, en donde enseñamos a clientes y colaboradores a **utilizar de manera responsable sus productos y entregamos consejos de seguridad** frente a fraudes o estafas.

Banco Falabella Chile y CMR Falabella Chile realizaron 27 charlas presenciales en oficinas centrales y sucursales llegando a más de 400 clientes. Además, se realizaron más de 40 charlas a los colaboradores de Falabella Retail, alcanzando a más de 800 personas.

También como parte del programa, se mantuvieron las acciones de difusión de educación financiera desde las distintas unidades de negocio. Se reforzaron los mensajes comunicacionales con consejos prácticos a los clientes a través de mensajes impresos, correos electrónicos, página web y aplicaciones, y se incorporaron conceptos de endeudamiento responsable en los discursos comerciales de los ejecutivos. En nuestras sucursales digitales contamos con un sector específico dedicado a la educación financiera.

El programa Eddu fue reforzado durante el año, con distintas campañas masivas realizadas tanto en Chile como en Argentina, a través de la prensa y los medios digitales. En estas campañas se trataron diversos temas como entendimiento del estado de cuenta, detección de fraudes, endeudamiento responsable, ahorro e inversión, entre otros.



67 charlas

Educación Financiera



más de 1.200

asistentes



02

EDUCACIÓN FINANCIERA A COLEGIOS

De la mano de Eddu, durante 2018 se desarrolló en Chile el sexto torneo interescolar "Aprende con Eddu" de Educación Financiera, el cual contó con la participación de 2.400 alumnos de séptimo básico, provenientes de 43 colegios del programa "Haciendo Escuela". El torneo, organizado por Falabella Financiero, tiene como propósito enseñar y promover de manera lúdica los conceptos y herramientas necesarias para un manejo responsable de las finanzas.

Una vez más, su realización fue posible gracias a la colaboración de 267 empleados voluntarios de Falabella Financiero, quienes capacitaron a cada uno de los niños que participaron en el torneo.

De esta manera, desde el 2012 más de 9.400 niños han participado de este torneo.

Complementariamente, la empresa entregó el material didáctico de Eddu en 65 colegios de toda la región para dar la posibilidad a sus alumnos de aprender estos conceptos a través del juego.

En paralelo y por primera vez, durante 2018 se desarrollaron talleres de educación financiera en 12 colegios de Chile. Se lograron impartir conceptos tales como interés, gastos fijos y variables, y presupuesto a un total de 700 niños.

SEXTO TORNEO INTERESCOLAR "APRENDE CON EDDU"

9.400
alumnos
han participado desde 2012

43
colegios
del programa haciendo Escuela

267
voluntarios
de Falabella Financiero



96% alumnos

supo jerarquizar los gastos en presupuesto familiar, tras finalizarla en Chile



4.900 alumnos

recibieron charlas dictadas por colaboradores de Perú



1.308 horas

de voluntariado se destinaron a los talleres de educación financiera en Banco Falabella Colombia.

Al finalizar la capacitación los alumnos fueron evaluados midiéndose así el impacto logrado mediante esta iniciativa. Algunos de los principales resultados fueron: tras la aplicación del programa, el **96% de los alumnos** supo jerarquizar los gastos en un presupuesto familiar, el 78% de los niños comprende lo que es un gasto variable en el presupuesto familiar y el **75% de los alumnos** comprende que pedir un avance o un superavance es pedir un crédito, y por ello tiene intereses. Los participantes también pudieron dar su opinión sobre el programa, valorándola en su gran mayoría positivamente y entregando ideas y aportes para próximas ediciones. Además, CMR Falabella Argentina durante 2018, dictó un módulo de educación financiera en el encuentro de docentes del Programa Haciendo Escuela.

Asimismo, en el marco de la Semana Mundial del Ahorro, 142 alumnos de los Colegios Fe y Alegría del programa Haciendo Escuela en Perú, participaron de iniciativas de educación financiera. Paralelamente, colaboradores de Banco Falabella dictaron durante el año, diversas charlas de administración de finanzas personales y de ahorro a un total de **4.900 alumnos** de las mismas instituciones.

Banco Falabella Colombia también desarrolló 8 talleres de educación financiera en los colegios del programa Haciendo Escuela, alcanzando a un total de 401 alumnos. Este año, se incorporaron cursos e-learning y talleres prácticos de ahorro para estudiantes mayores de 14 años. En total fueron 1.308

horas de voluntariado las que se dedicaron en esta iniciativa.

El esfuerzo de Seguros Falabella Colombia en materia de educación financiera, estuvo enfocado en **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.

En Chile junto a Eddu, participamos en 24 kermesse de colegios, con el objetivo de acercar a los niños al mundo financiero de una forma educativa y entretenida, donde a través de trivias y concursos se enseñaron conceptos básicos de ahorro.





03 | EDUCACIÓN FINANCIERA A COLABORADORES

Otro grupo de interés clave en nuestro desafío de educar financieramente son *nuestros colaboradores*.



Por una parte, son ellos quienes ponen a disposición de nuestros clientes los productos y servicios financieros, por ello son los principales embajadores de su uso responsable. Por otra parte, nuestros colaboradores son también usuarios de estos productos y se encuentran expuestos a los riesgos de no utilizarlos correctamente. Es interés de Falabella Financiero que sus colaboradores sean líderes en la educación financiera de su entorno, promoviendo una conducta financiera responsable.

En este marco, desde hace tres años, se vienen realizando iniciativas específicas orientadas a los equipos internos. En Banco Falabella Chile y por primera vez, se incluyó en las instancias

de formación, no sólo a los colaboradores de la institución, sino también a empleados de las tiendas Falabella del país. A nivel de Banco, se alcanzó a un 100% de colaboradores a través de capacitación e-learning.

Banco Falabella Perú, implementó un curso online para capacitar financieramente a sus colaboradores alcanzando a un **77% de ellos**. En tanto, en Seguros Falabella Perú, se capacitó a los nuevos colaboradores en los conceptos de Educación Financiera y Banco Falabella Colombia también realizó capacitaciones a colaboradores.

En Banco Falabella Chile se llegó a un

100%

de los colaboradores con capacitación e-learning de educación financiera.

06.

CAPÍTULO

Colaboradores Comprometidos



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



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?



El compromiso y motivación de nuestros colaboradores se constituyen en factores fundamentales para el logro de nuestras ambiciosas metas corporativas.

Asimismo, tenemos como desafío la atracción de talentos calificados y que cuenten con las competencias necesarias para afrontar nuestro crecimiento. Por ello, estamos abocados a ofrecer una propuesta de valor integral e interesante a nuestra fuerza laboral: Una empresa dinámica, entretenida y donde se promueve la calidad de vida, el desarrollo y donde nuestro trabajo tiene sentido.



¿CÓMO LO GESTIONAMOS?



- Contamos con una Gerencia Corporativa de Recursos Humanos, encargada de definir la estrategia de gestión de personas para toda la región. En cada negocio, la Gerencia de Recursos Humanos es la encargada de su implementación, de acuerdo a su país, normativa y contexto específico.

- Cinco principios corporativos inspiran nuestros focos en materia de gestión de personas: Desarrollamos a las personas, Somos protagonistas, Hacemos que las cosas pasen, Nos apasionamos por los clientes y Jugamos en equipo.

- Los focos estratégicos del año 2018 fueron la productividad y eficiencia, el compromiso y desarrollo del equipo, la diversidad, la cultura y la transformación digital.

GRI: 401-1/ 404-1/404-3/ 405-1

CIFRAS 2018 DESTACADAS

Nuestros Colaboradotes



12.422

colaboradores

23

Nacionalidades



34 años

es la edad promedio

27%

colaboradores sindicalizados

4,6 años

es la antigüedad promedio



60%

Mujeres



91,5%

opinan que Falabella Financiero es un gran lugar para trabajar



38 horas

promedio de capacitación por colaborador

NUESTROS PRINCIPIOS



Nuestro foco en la gestión de personas continúa siendo la atracción, desarrollo y motivación de un equipo de excelencia, colaborativo y apasionado por los clientes. Para ello, inspiramos nuestras decisiones en cinco principios corporativos que definen nuestra cultura organizacional, aplicable a todas las unidades de negocio y en todos los países donde tenemos presencia



NOS APASIONAMOS POR LOS CLIENTES:



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



JUGAMOS EN EQUIPO:



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



DESARROLLAMOS A LAS PERSONAS:



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



SOMOS PROTAGONISTAS:



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



HACEMOS QUE LAS COSAS PASEN:



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



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.

En sintonía con la estrategia corporativa, uno de los ejes principales de trabajo del año fue la digitalización de la gestión del capital humano. De esta manera, se inició con la digitalización de los procesos fundamentales de administración de colaboradores tales como capacitación, evaluación de desempeño, solicitudes y trámites de los colaboradores, digitalización de firmas, incorporación de chatbot para consultas y ejecución de transacciones, entre otros. Además, se comenzaron a incorporar **nuevas tecnologías** para lograr mayores eficiencias en las gerencias de recursos humanos. Estos avances se sumaron a los proyectos iniciados en 2018 vinculados con la implementación de los módulos de Gestión de Empleados y Pago de Nómina (SAP).

Además, durante 2018, **se implementó Aira**, plataforma robotizada de apoyo al proceso de reclutamiento y selección que, aplicando su inteligencia artificial y test predictivos de selección, es capaz de realizar las primeras evaluaciones de los candidatos. Además de la importante reducción en horas de dedicación de los equipos y en inversión monetaria, esta plataforma permite realizar evaluaciones más objetivas en temas trascendentales para Falabella Financiero: su capacidad de adaptación a la cultura organizacional, su personalidad y sus habilidades "blandas".



Se incorporaron
chatbot
para consultas y ejecución de transacciones
de colaboradores

Se implementó
Aira
plataforma robotizada para el reclutamiento
y selección de trabajadores



01 | SOMOS PROTAGONISTAS



Al cierre de 2018, a nivel consolidado, Falabella Financiero alcanzó los 12.422 colaboradores, cifra 3,6% menor al cierre del año anterior.

Como parte del proceso de integración de CMR Falabella y Banco Falabella en Chile, los equipos de recursos humanos de ambas empresas con la coordinación del área de recursos humanos corporativa, desarrollaron diversas iniciativas orientadas a resguardar la cultura y el clima organizacional, **dando soluciones adecuadas a quienes dejaban la compañía.**

12.422
colaboradores

Con la integración de Banco Falabella Chile y CMR Falabella Chile se
desarrollaron iniciativas
para resguardar la cultura y el clima organizacional



DOTACIÓN



	MUJERES 2018				HOMBRES 2018				% MUJERES / TOTAL DOTACIÓN
	GERENTES Y SUBGERENTES	PROFESIONALES Y TÉCNICOS	OTROS CARGOS	TOTAL	GERENTES Y SUBGERENTES	PROFESIONALES Y TÉCNICOS	OTROS CARGOS	TOTAL	
 CMR Falabella	29	232	914	1.175	61	372	316	749	61%
Banco Falabella	27	357	1.258	1.642	52	284	620	956	63%
Seguros Falabella	20	140	257	417	19	145	177	341	55%
Viajes Falabella	4	46	249	299	8	56	76	140	68%
TOTAL CHILE	80	775	2.678	3.533	140	857	1.189	2.186	62%
 Banco Falabella	37	364	922	1.323	43	261	664	968	58%
Seguros Falabella	7	63	130	200	4	53	76	133	60%
Viajes Falabella	4	94	0	98	4	32	2	38	72%
TOTAL PERÚ	48	521	1.052	1.621	51	346	742	1.139	59%
 Banco Falabella	73	320	906	1.919	66	326	544	1.310	59%
Seguros Falabella	7	90	151	3.638	9	87	104	2.487	59%
Viajes Falabella	8	38	72	7.178	8	26	31	4.936	59%
TOTAL COLOMBIA	88	448	1.129	1.665	83	439	679	1.201	58%
 CMR Falabella	12	90	220	322	14	52	84	150	68%
Seguros Falabella	3	24	33	60	4	16	26	46	57%
Viajes Falabella	1	27	53	81	4	10	14	28	74%
TOTAL ARGENTINA	16	141	306	463	22	78	124	224	67%
 Soriana Falabella	3	58	107	168	10	93	119	222	43%
TOTAL MÉXICO	3	58	107	168	10	93	119	222	43%
TOTAL FALABELLA FINANCIERO	235	1.943	5.272	7.450	306	1.813	2.853	4.972	60%

↓ DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Estamos convencidos que el trabajo se enriquece *al confluir personas con diversas experiencias y capacidades.*



Por ello, favorecemos la conformación de equipos diversos y buscamos desarrollar las condiciones para la incorporación de mujeres, personas de distintas nacionalidades y experiencias y también de personas con discapacidad. La diversidad es parte de nuestra estrategia de sostenibilidad y se ha conformado en una pieza fundamental de nuestra cultura. Durante el año, se realizaron campañas internas y sesiones de sensibilización para promocionar estos valores en los equipos.

Mantenemos el compromiso con la generación de empleo femenino, llegando al 60% de nuestra dotación total a fines de 2018.

Una de las fortalezas que hemos desarrollado al interior de los equipos y que se ha transformado en un sello de nuestra cultura es la incorporación de personas de diverso origen. Así, contamos con colaboradores de **23 nacionalidades distintas**, que enriquecen a la organización aportando su expertise, conocimientos y vivencias.

Nuestro equipo se caracteriza también por su juventud: La edad promedio en 2018 fue de 34 años, prueba de nuestro

compromiso con la contratación y el desarrollo de oportunidades de empleo para jóvenes profesionales.

↓ ATRACCIÓN DE TALENTOS Y ROTACIÓN

La atracción, el desarrollo y la retención de los talentos, ocupa un lugar de importancia estratégica en la gestión de Falabella Financiero. La incorporación de las redes sociales al sistema de reclutamiento de todas las unidades de negocio y a nivel corporativo, ha significado un cambio de relevancia para la compañía; nos ha permitido **alcanzar a nuevos postulantes, acercarnos como marca empleadora y posicionarnos como una empresa moderna en su gestión humana.**

Una de las principales iniciativas implementadas para la atracción de talentos para cargos internos vinculados al mundo digital es el 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. Para ello, nuestros colaboradores de las áreas de recursos humanos y



sistemas realizaron visitas a dos universidades de siete países de la región y convocaron a los estudiantes, a postular a los cargos vacantes en Falabella Financiero. Durante 2018 postularon 252 personas e ingresaron 12 como resultado de la implementación regional del programa.

En forma paralela, en Chile se desarrollaron eventos con exalumnos y alumnos del último semestre de la Universidad Federico Santa María, Universidad de Chile y Universidad Católica. Colaboradores de nuestro equipo, les contaron de qué se trata la Digital Factory, y cómo han sido sus propias experiencias en las nuevas metodologías de trabajo. Los estudiantes pudieron visitar las oficinas y postular a las vacantes de la compañía.



Durante 2019, 13 estudiantes del Instituto Profesional DUOC de Chile, *participaron de prácticas profesionales* en la compañía.

El objetivo de esta iniciativa fue hacerlos parte de la cultura digital que se vive en Falabella Financiero, a través de instancias de formación interna. Mentores de nuestros equipos quienes durante cuatro meses impartieron conocimientos tanto teóricos como prácticos. Luego de este proceso, los alumnos fueron evaluados para medir sus niveles de conocimientos obteniendo resultados destacados: **de los 13 estudiantes formados, 11 quedaron seleccionados para trabajar como Developers y QA Trainees.**

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 2018, 36% de las incorporaciones a la Digital Factory provinieron de este tipo de recomendaciones.

Cabe destacar también el programa de incorporación de egresados de MBAs (de Europa y de Estados Unidos). Durante 2018, 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 en 2018, 11 participantes se hicieron parte de este programa. Estamos orgullosos de los logros obtenidos y continuaremos promoviendo este camino para la atracción de nuevos colaboradores..

11 alumnos

del DUOC quedaron seleccionados para trabajar como Developers y QA Trainees

Propuesta de valor: ¿Cómo es trabajar en Falabella Financiero?



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

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

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

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



TASA DE CONTRATACIÓN¹

	MUJERES		HOMBRES		TOTAL	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
 CMR Falabella	15,24%	15,47%	32,47%	32,58%	20,73%	20,83%
 Banco Falabella	11,24%	21,62%	17,33%	27,72%	13,88%	24,35%
 Seguros Falabella	19,77%	17,03%	28,88%	27,86%	23,72%	21,90%
 Viajes Falabella	15,41%	17,06%	30,30%	16,43%	20,64%	16,86%
 Banco Falabella	31,10%	16,10%	36,99%	20,25%	33,56%	17,85%
 Seguros Falabella	96,15%	2,50%	93,96%	1,50%	95,24%	2,10%
 Viajes Falabella	32,32%	0,00%	21,05%	60,53%	29,20%	16,91%
 Banco Falabella	14,39%	63,66%	17,75%	67,63%	15,82%	65,32%
 Seguros Falabella	60,31%	48,39%	62,15%	47,00%	61,13%	47,77%
 Viajes Falabella	13,60%	38,98%	12,28%	35,38%	13,19%	37,70%
 CMR Falabella	21,72%	36,65%	25,34%	27,33%	23,00%	33,69%
 Seguros Falabella	15,87%	35,00%	23,40%	63,04%	19,09%	47,17%
 Viajes Falabella	18,60%	3,70%	18,18%	82,14%	18,49%	23,85%
 CMR Falabella	93,22%	96,43%	89,66%	95,95%	91,10%	96,15%
Total Falabella Financiero	22,52%	28,79%	31,03%	38,29%	25,88%	32,60%

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



TASA DE ROTACIÓN¹

	TASA DE ROTACIÓN FEMENINA		TASA DE ROTACIÓN MASCULINA		TASA DE ROTACIÓN TOTAL	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
 CMR Falabella	15,40%	12,67%	21,31%	19,49%	17,28%	14,81%
Banco Falabella	13,18%	13,70%	15,28%	14,54%	14,09%	14,08%
Seguros Falabella	21,63%	26,86%	29,48%	34,02%	25,03%	30,08%
Viajes Falabella	15,41%	15,38%	12,73%	28,57%	14,47%	19,59%
 Banco Falabella	34,74%	17,46%	38,88%	19,11%	36,47%	18,16%
Seguros Falabella	49,52%	47,00%	61,74%	71,43%	54,62%	56,76%
Viajes Falabella	32,32%	1,02%	15,79%	2,63%	27,74%	1,47%
 Banco Falabella	42,51%	31,49%	51,45%	32,59%	46,31%	31,95%
Seguros Falabella	50,00%	59,27%	57,94%	59,50%	53,57%	59,38%
Viajes Falabella	44,80%	44,07%	61,40%	36,92%	50,00%	41,53%
 CMR Falabella	15,73%	19,57%	15,75%	24,00%	15,74%	20,97%
Seguros Falabella	17,46%	25,00%	19,15%	15,22%	18,18%	20,75%
Viajes Falabella	17,44%	14,81%	12,12%	21,43%	15,97%	16,51%
 CMR Falabella	10,17%	36,90%	10,34%	50,00%	10,27%	44,36%
Total Falabella Financiero	26,6%	21,65%	32,9%	26,75%	29,1%	23,7%

1. La Tasa de Rotación se calcula como Egresos de colaboradores durante el año/ Dotación al cierre del año. Está rotación no considera el cargo de promotoras.



La rotación de colaboradores sigue siendo un factor crítico en la gestión de nuestros equipos, siendo este indicador **un reflejo de la gestión de recursos humanos.**



Los esfuerzos realizados por la compañía en los últimos años en cada uno de los ámbitos de la gestión de recursos humanos han comenzado a dar frutos. En 2018 a nivel consolidado, se redujo la tasa de rotación en **5,4 puntos porcentuales.**

Durante el año reportado, se lograron mejoras en los indicadores de rotación femeninos y masculinos de casi todas las unidades

de negocios. Esto se logró gracias a la implementación de un programa de medidas comandadas por encargados específicos y comités zonales de rotación. Asimismo, se implementaron procesos más sistematizados para evaluar las causas de rotación, con el objetivo de identificar a tiempo las oportunidades de mejora en la retención.

La tasa de rotación se redujo

5,4 puntos

porcentuales.



02

HACEMOS QUE LAS COSAS PASEN

Durante el año 2018, seguimos trabajando en la implementación de una política *y un plan de alineamiento regional de compensaciones.*



COMPENSACIONES Y BENEFICIOS A COLABORADORES

Con el propósito de remunerar competitivamente a nuestros colaboradores, se utilizan escalas salariales de mercado homologadas por país, realizándose la evaluación de cargos en base a una metodología estandarizada regionalmente.

Uno de los beneficios más valorados por los colaboradores y que

continuamos trabajando en 2018 es el 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 a los colaboradores a lograr una mejor conciliación de su vida personal y laboral. El programa entrega, por un lado, la posibilidad 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. En todas las unidades de negocio de Falabella Financiero se lograron avances del programa durante 2018.

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.



03 | DESARROLLAMOS A LAS PERSONAS

Sabemos que, para alcanzar nuestros ambiciosos objetivos de negocios, es fundamental invertir no sólo en más y mejores beneficios sino también en el desarrollo de una *propuesta de valor interesante para nuestros actuales y potenciales trabajadores.*



Durante 2018 seguimos focalizando el esfuerzo en los procesos de capacitación, en la implementación de planes de movilidad interna acorde con nuestra presencia regional, y en la mejora constante de nuestros procesos de evaluación de desempeño.

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.

se implementó a nivel regional un programa de capacitación autogestionada, donde los equipos recibían un presupuesto de formación y lo administraban entre sus integrantes.

↓ CAPACITACIÓN

En Falabella Financiero ponemos a disposición de los equipos un conjunto de herramientas que le permiten a cada colaborador

El año 2018 estuvo marcado por **avances sustanciales en materia de capacitación**: se aumentó la cobertura de la capacitación, se incorporaron nuevas temáticas en las mallas curriculares, se incrementaron las capacitaciones digitales y mejoró la satisfacción de los participantes entrenados. Además,

implementación de programa de

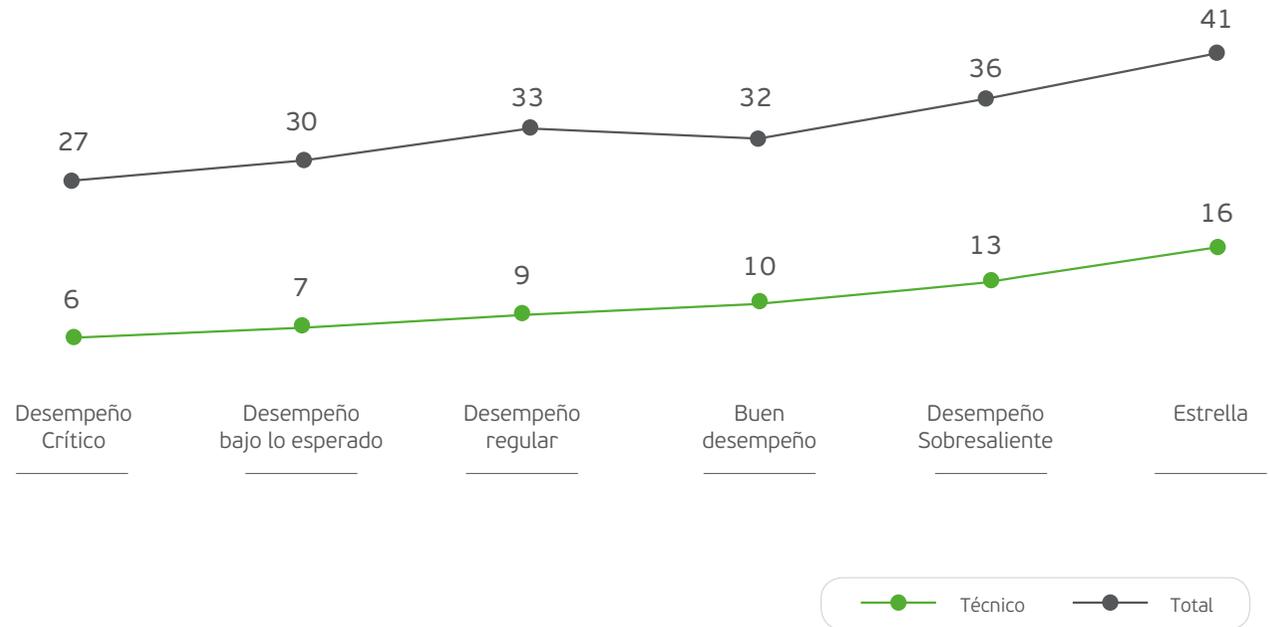
capacitación

autogestionada

Una mejora importante implementada en el área de formación desde el año 2017 fue la medición del impacto de las capacitaciones en su transferencia al puesto de trabajo, diagnóstico que nos es de utilidad, para redefinir los futuros planes de formación, así como los formatos y medios de entrenamiento. En el año 2018, el estudio reforzó las conclusiones del año anterior: aquellos que se capacitan, tienen un mejor desempeño.

A nivel consolidado en 2018, se dictaron más de **468 mil horas** de capacitación, cifra **3,6% mayor** al cierre de 2017, incremento explicado principalmente por los esfuerzos realizados por la unidad de negocios en México. A nivel regional, las más beneficiadas fueron las mujeres quienes recibieron un 5,0% más de formación. A nivel de horas promedio de capacitación, el incremento consolidado fue de **6,1%** respecto de 2017, siendo Viajes y Seguros Falabella Colombia, Banco Falabella Chile y CMR Falabella Argentina, las que mayores incrementos porcentuales experimentaron.

PROMEDIO HORAS POR PERSONAS, SEGÚN CATEGORÍA DESEMPEÑO 17'



más de
468 mil horas
 de capacitación

	SATISFACCIÓN			IMPACTO ¹		
	2017	2018	△	2017	2018	△
Todas las temáticas	75%	89%	↑ 24,8%	74%	82%	↑ 12,1%
Gestión	57%	98%	↑ 70,7%	75%	72%	↓ -2,9%
Técnico	61%	93%	↑ 53,0%	77%	81%	↑ 5,2%
Normativo	100%	83%	↓ -17,1%	79%	81%	↑ 2,8%
Liderazgo	76%	90%	↑ 18,9%	63%	92%	↑ 44,8%
Inducción	82%	81%	↓ -1,5%	74%	82%	↑ 10,5%

1.El impacto mide la incorporación de los conocimientos en nuestros colaboradores.



HORAS TOTALES DE CAPACITACIÓN

	2017			2018		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
 CMR Falabella	22.796	76.123	98.919	17.618	50.701	68.319
Banco Falabella	36.280	38.029	74.309	57.312	77.096	134.408
Seguros Falabella	15.964	18.322	34.286	20.107	18.930	39.037
Viajes Falabella	4.771	11.527	16.298	3.919	8.923	12.842
 Banco Falabella	38.675	49.027	87.703	15.284	68.628	83.912
Seguros Falabella	7.712	9.559	17.270	5.737	7.433	13.170
Viajes Falabella	949	3.656	4.605	536	1.969	2.505
 Banco Falabella	32.620	52.099	84.718	44.630	21.738	66.368
Seguros Falabella	9.115	11.757	20.872	11.227	16.257	27.484
Viajes Falabella	215	737	952	1.060	1.779	2.839
 CMR Falabella	3.202	6.610	9.812	953	10.756	11.709
Seguros Falabella	581	552	1.133	189	292	481
Viajes Falabella	270	811	1.081	117	242	359
 Soriana Falabella	216	164	380	3.361	1.913	5.274
Total Falabella Financiero	173.365	278.971	452.337	182.050	286.657	468.707



HORAS DE CAPACITACIÓN PROMEDIO POR PERSONA

	Horas promedio de capacitación 2017			Horas promedio de capacitación 2018			Variación 2017 vs. 2018
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	
 CMR Falabella	26	40	36	24	31	29	-19,61%
Banco Falabella	44	35	39	60	66	63	62,63%
Seguros Falabella	49	43	45	59	45	52	14,01%
Viajes Falabella	29	38	35	28	30	29	-15,64%
 Banco Falabella	17	13	15	7	19	15	-0,49%
Seguros Falabella	8	7	7	6	6	6	-19,95%
Viajes Falabella	6	18	13	4	10	8	-41,68%
 Banco Falabella	27	30	29	39	13	24	-17,71%
Seguros Falabella	9	8	8	12	13	12	45,11%
Viajes Falabella	1	3	2	5	7	6	216,85%
 CMR Falabella	2	4	3	1	6	4	29,95%
Seguros Falabella	4	2	3	1	1	1	-62,85%
Viajes Falabella	6	13	10	3	4	3	-65,52%
 Soriana Falabella	1	0	1	15	4	8	1196,98%
Total Falabella Financiero	35	36	35	37	38	38	6,41%



Desde hace seis años, Falabella Financiero cuenta con un programa de formación denominado **Academia FIF**, instancia donde los gerentes comparten información y conocimientos de sus respectivos negocios, con colaboradores de todo el grupo.

Cabe destacar la participación de 814 colaboradores, en 64 sesiones, en las que se presentaron distintos temas asociados a tecnología, tendencias y liderazgo.

Uno de los componentes de la Academia FIF es el programa de formación regional líderes 2.0. Se trata de una iniciativa que busca desarrollar a través de programas dictados por los propios pares voluntarios, las habilidades de liderazgo clave para los desafíos de una cultura digital y moderna. Se compone de tres talleres donde los colaboradores, generalmente subgerentes y jefes, se inscriben voluntariamente y una vez recibida la capacitación, replican los conocimientos en sus propios equipos, conformando comunidades de aprendizaje. Destaca de esta iniciativa, la experiencia real de los relatores, quienes al ser parte de la empresa se conectan mejor con los participantes. En 2018 este programa **está presente en Colombia y Chile, y durante 2019 también estará en Perú y México**. 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.

Paralelamente, en 2018 se desarrolló un nuevo programa de liderazgo para jefes nuevos, donde con la ayuda de coach internos, y la entrega de herramientas de capacitación en liderazgo, se busca **potenciar y monitorear el desempeño de los nuevos líderes y su adaptación a la cultura de Falabella Financiero**. A nivel corporativo, se continuará incentivando la formación interna entre pares y particularmente, el desarrollo de nuevos entrenadores.

Durante 2018 continuamos potenciando los programas para jóvenes. El Programa Crece, con 5 años de historia y que busca **desarrollar a los talentos jóvenes**, brindándoles la oportunidad de participar en talleres grupales y coaching individual, incorporó tareas prácticas de trabajo en equipo donde los participantes debieron llevar adelante proyectos relevantes para cada negocio. En la generación 2018 participaron 86 colaboradores de la región.

Una nueva iniciativa de Falabella, es el programa Talentum, que permite a jóvenes con desempeño destacado desarrollar un



814 colaboradores

participaron del programa de formación

ACADEMIA FIF

Líderes 2.0

es el programa de formación regional



proyecto en una empresa de Falabella, distinta a la que trabajan actualmente, permitiéndoles conocer culturas e industrias distintas. Dicho programa contó con 10 jóvenes del Grupo, 2 de los cuales fueron de Falabella Financiero. Esta última iniciativa se suma a la oferta de valor que ya entrega nuestro Programa América 10, que permite a nuestros talentos **desarrollar un proyecto en país distinto**, dándoles la oportunidad de vivir por 10 semanas en otro país, y aportar con su conocimiento y trabajo al desarrollo de un proyecto local.

Finalmente, cada negocio cuenta con distintos programas para apoyar a sus colaboradores recién egresados de la universidad, dándoles una formación integral y acompañándolos en su proceso de adaptación al trabajo.

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. Para colaboradores con gente a cargo se les aplica una evaluación en 180°, que incorpora la evaluación ascendente de sus colaboradores. Por último, para los colaboradores sin gente a cargo, se aplica la modalidad 90°, siendo cada uno evaluado por su propio jefe. A nivel consolidado durante 2018 participó el 100% de los colaboradores, porcentaje que se mantiene respecto del año anterior. 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.

Paralelamente, constantemente se realizan campañas de comunicación motivando a los jefes a buscar el feedback de sus equipos, y a todos los colaboradores, para obtener feedback

de sus pares. En sucursales, se continuó con el **programa de banco de talentos**, potenciando a los futuros jefes comerciales, premiando a los colaboradores con buen desempeño y buenos resultados, entregándoles más oportunidades de capacitación y ofreciéndoles experiencias en diferentes puestos de trabajo.

100% de los colaboradores
participaron de la evaluación de desempeño



04 | JUGAMOS EN EQUIPO

Las últimas herramientas aplicadas para medir el nivel de compromiso de nuestros trabajadores ratifican la tendencia que venimos experimentando desde hace tres años: *seguimos avanzando en el nivel de Engagement de nuestros colaboradores.*



ENGAGEMENT

Esta medición, 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, fue diseñada 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 todas las unidades de negocios, se implementó **una nueva herramienta de engagement**, más dinámica y con resultados en línea, solución que permite la autogestión de los resultados.

Durante 2018 se realizaron dos evaluaciones: una primera evaluación en el mes de mayo y otra en noviembre, ratificándose los resultados positivos. En la medición realizada en noviembre de 2018, participaron 7.068 colaboradores, es decir el 91,4% del total de colaboradores versus el 78% del año anterior.¹ De ellos 91,5% opinaron que Falabella Financiero es un gran lugar para trabajar y un 83,3%, es el nivel de compromiso de la organización a nivel consolidado.

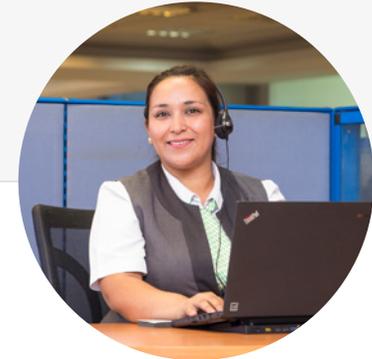


COMUNICACIONES INTERNAS

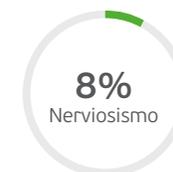
La estrategia de comunicación interna regional tiene como propósito **enfatar el mensaje de una cultura corporativa colaborativa, moderna, y digital**. La Intranet corporativa regional, accesible vía celular, los portales específicos para la Digital Factory y para los líderes, y las herramientas digitales de gestión del cambio son algunos ejemplos de ello. Además, buscamos implementar herramientas de comunicación y colaboración que permiten bidireccionalidad, con miras a obtener retroalimentación oportuna de los equipos.

RELACIONES LABORALES

En Falabella Financiero **se promueve el desarrollo de relaciones armónicas** con las organizaciones sindicales y sus autoridades, basadas en el diálogo, el respeto y la confianza. Durante 2018 se desarrollaron en los plazos acordados las negociaciones colectivas de Banco Falabella en Perú y de Lexicom en Chile. A nivel consolidado, al cierre del año, aumentamos el porcentaje de trabajadores sindicalizados al 27%, afiliados a nueve sindicatos en Chile, Perú, Colombia y Argentina.



Estado de ánimo de los colaboradores



1. Durante 2018 no se realizaron mediciones de compromiso en las unidades de negocio de Argentina, CMR Falabella Chile ni Banco Falabella Chile.



SINDICALIZACIÓN

	2017	2018	
	CMR Falabella	45%	60%
	Banco Falabella	47%	48%
	Seguros Falabella	55%	55%
	Viajes Falabella	67%	70%
	CF	0%	0%
	Banco Falabella	11%	13%
	Seguros Falabella	0%	0%
	Viajes Falabella	0%	0%
	Banco Falabella	2%	1%
	Seguros Falabella	0%	0%
	Viajes Falabella	0%	0%
	Serco /ABC Colombia	0%	0%
	CMR Falabella	8%	7%
	Seguros Falabella	5%	5%
	Viajes Falabella	6%	6%
Total Falabella Financiero	26%	27%	

07.

CAPÍTULO

Aporte al desarrollo **DE LA REGIÓN**



- Aporte Comunitario
- Voluntariado Corporativo
- América Solidaria
- Programa "Haciendo Escuela"
- Otros Programas Comunitarios y Voluntariados
- Recaudación para Fundaciones
- Gestión Ambiental



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- Estamos conscientes que producto de nuestro negocio, generamos **múltiples impactos**: somos un aporte tangible en la accesibilidad al mercado financiero, en la generación de empleo y en la educación. Pero además, queremos **ampliar nuestro impacto positivo** en otros ámbitos: Aportar a la mejora en la calidad de vida de las comunidades donde estamos presentes es uno de los pilares estratégicos de nuestra organización. De esta manera, buscamos generar relaciones de confianza y cercanía en cada una de las localidades.
- Aunque las actividades de Falabella Financiero no generan impactos ambientales relevantes en su medio, buscamos contribuir en este aspecto haciéndolo parte de nuestra Estrategia de Sostenibilidad.

GRI: 413-1



¿CÓMO LO GESTIONAMOS?

- Programas de Voluntariado Corporativo
- Alianzas con Fundaciones
- Recaudación de fondos para organizaciones sociales
- Programa Haciendo Escuela
- Otros aportes comunitarios
- Estados de Cuenta Digitales

CIFRAS 2018 DESTACADAS



32.024

Horas de Voluntariado



más de

US\$ 2,4

millones de aporte a la comunidad



más de

85.000

beneficiarios



23.049

nuevos socios para América Solidaria



01 | APOORTE COMUNITARIO

Dentro de la Estrategia de Sostenibilidad de Falabella Financiero, la intervención social se ha canalizado a través de dos focos principales: *el voluntariado corporativo en programas sociales y el apoyo a las iniciativas de impacto positivo a la comunidad.*



El monto total de aportes a la comunidad durante 2018 fue de USD 2.450.626, 8,7% superior al aporte realizado en 2017. De dicho monto, un 60% correspondió a aportes al Programa Haciendo Escuela y un 15% a la colaboración con América Solidaria. El resto de las donaciones, corresponde a los programas específicos que desarrolla cada unidad de negocios.

APORTES COMUNITARIOS EN USD

	2016 ▾	2017 ▾	2018 ▾	Variación 2017/2018 ▾
América Solidaria	346.529	412.115	357.753	-13,2%
Haciendo Escuela	1.180.267	1.384.823	1.468.484	6%
Otros aportes / Donaciones	567.165	466.017	624.389	33,9%
TOTAL DE APORTES A LA COMUNIDAD	2.093.961	2.252.955	2.450.626	8,7%



02 | VOLUNTARIADO CORPORATIVO

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

participantes, pueden utilizar sus conocimientos profesionales o técnicos en el apoyo de las comunidades beneficiadas. Este año, se alcanzaron las 32.024 horas de voluntariado, es decir un 3,5% más que el año anterior. El incremento más significativo fue en Banco Falabella Colombia, donde las horas aumentaron

en un 59%. Por su parte, el voluntariado en Viajes Falabella Chile se incrementó significativamente mediante el desarrollo de voluntariado en la inducción. A nivel consolidado, se alcanzaron las 2,64 horas en promedio por colaborador.

Desde hace 3 años, se incorporó como un indicador clave: el número de horas promedio por colaborador de voluntariado corporativo en cada unidad de negocio y de cada gerencia. Para este indicador contamos con una meta anual que todos los negocios de Falabella Financiero deben cumplir. La propuesta de Falabella Financiero a sus colaboradores se enmarca en dos grandes programas: Las actividades comunitarias en el programa "Haciendo Escuela" y los proyectos realizados en colaboración con América Solidaria.

Durante 2018 buscamos complementar estos programas de voluntariado con iniciativas de "voluntariado experto", donde los





VOLUNTARIADO CORPORATIVO



HORAS DE VOLUNTARIADO



PROMEDIO DE HORAS POR PERSONA



	2016	2017	2018	2016	2017	2018
CMR Falabella	7.344	6.357	6.027	2,84	2,28	2,59
Banco Falabella	6.127	7.366	6.240	3,19	3,84	3,00
Seguros Falabella	2.659	3.377	2.552	3,31	4,45	3,45
Viajes Falabella	677	677	1.573	1,51	1,44	3,65



Banco Falabella	7.663	5.703	7.126	3,10	2,37	3,17
Seguros Falabella	1.339	1.565	946	3,47	4,38	2,88
Viajes Falabella	474	462	401	3,85	3,37	3,04



Banco Falabella	4.299	2.752	4.363	2,13	1,17	2,01
Seguros Falabella	1.540	1.630	2.040	3,33	3,42	4,65
Viajes Falabella	637	507	180	3,62	2,79	1,03



CMR Falabella	485	392	233	1,29	0,95	0,51
Seguros Falabella	215	74	150	2,11	0,67	1,47



CMR Falabella	0	0	168	0	0	0,44
---------------	---	---	------------	---	---	-------------





03 | AMÉRICA SOLIDARIA

Falabella Financiero desde hace 5 años, apoya a la ONG América Solidaria, organización que busca promover iniciativas sociales orientadas a superar la pobreza infantil en nuestro continente. *Esta alianza se sustenta 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 incorporación de socios / donantes para América Solidaria.

INCIDENCIA PÚBLICA:

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



Por su parte, el hito de *este año fue el inicio de la alianza en México*, se seleccionó al socio territorial en el cual se desarrollarán los proyectos de América Solidaria. Además, se convocó a los colaboradores a participar de los voluntariados a través de charlas especializadas, concretándose el primero de estos en diciembre. Junto con esto se brindó apoyo a América Solidaria a través de la participación del equipo de recursos humanos, en la selección de los postulantes a la fundación.

PROYECTOS EN CONJUNTO **CON AMÉRICA SOLIDARIA**



En conjunto con América Solidaria, durante el año, apoyamos a un total de **2.852 niños** a través de **12 proyectos** conjuntos. A continuación, se presentan los respectivos socios territoriales en cada país con sus iniciativas más destacadas de 2018.



Fundación Edudown



En **CMR Falabella Chile** se realizaron dos actividades de voluntariado por mes en apoyo a la **Fundación Edudown**: 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 desde hace 2 años,

vinculados con la construcción y mantenimiento de huertos.

Desde 2017 CMR Falabella implementó una innovadora iniciativa con la fundación: Se trata de **“A la huerta de la esquina”**, 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 18 voluntarios y en 2018, los productos comenzaron a comercializarse en supermercados y tiendas gourmet del país.

2 años

Vinculados con proyectos de la Fundación Eddudown



Escuela Básica "La Casa Azul"



Banco Falabella Chile apoya al colegio "La Casa Azul".

Aproximadamente **15 voluntarios** mensuales participantes del proceso de inducción al Banco realizaron actividades de construcción de huertos al interior del colegio. Complementariamente, **10 voluntarios** de manera mensual, continuaron apoyando las labores de mejora de la infraestructura del colegio.



Fundación San José



En promedio mensualmente, **20 nuevos colaboradores** de Seguros Falabella participaron de actividades de voluntariado en la **Fundación San José**, dedicada al cuidado de niños en adopción. Por otra parte, se realizaron actividades de voluntariado experto: un equipo de **10 personas** del área de control de gestión de la compañía, asesoró durante el año a la fundación, para la mejora de sus procesos internos, y la administración de recursos. Finalmente se realizaron en el año mejoras en la infraestructura de la institución y

visitas de acompañamiento a lactantes y de encuentro con 70 y 80 voluntarios participantes, respectivamente.

Mejoras en infraestructura y visitas realizadas por:

80 Voluntarios



Cerro Navia Joven



La compañía apoya a Cerro Navia Joven, tanto en los procesos de inducción como para voluntarios de planta, con actividades de mejora de infraestructura, ferias de emprendimiento, celebración navideña y acompañamiento en talleres prelaborales de cocina.





Fundación Fe y Alegría



Durante 2018 se continuó con el programa “Recrear la convivencia”, iniciativa implementada en los colegios **Fe y Alegría de Huaycán (Lima) y de San Juan de Lurigancho**, donde concurren mayoritariamente inmigrantes y se emplazan en contextos de excesiva violencia y maltrato. Por ello, América Solidaria y voluntarios de Banco Falabella 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 estudiantes. Se realizaron **40 charlas**

durante el año. 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**.

Durante 2018, se volvió a realizar una carrera solidaria con el objetivo de recaudar fondos para América Solidaria.



Centro de Educación Especial Manuel Duato



“Potenciando Habilidades especiales” es el proyecto desarrollado por Seguros Falabella Perú en el centro de educación especial Manuel Duato. Esta iniciativa permitió que más de **50 niños y niñas** participen talleres de dactilopintura, metodología que estimula el desarrollo de la sensibilización

visual, táctil y kinestésicas. Además, voluntarios de la empresa dictaron talleres de **estereotipos de Género y Empoderamiento de la Mujer**, a alumnos, profesoras y madres de la comunidad de los colegios Fe y Alegría.



Corporación Síndrome de Down y la Fundación Niñez y Desarrollo.



En el año 2018 se incorporaron 2 nuevos entes territoriales de América Solidaria que conjugan los esfuerzos de Banco y Seguros Falabella en Colombia. Se trata de la **Corporación Síndrome de Down y la Fundación Niñez y Desarrollo**. Durante el año, se realizaron voluntariados todos los meses; los beneficiarios de las fundaciones visitaron nuestras oficinas, se realizaron proyectos de mejora de adecuación de infraestructura, talleres de desarrollo de habilidades blandas y se entregaron regalos a los niños de cada fundación.

En particular en la Corporación se inició el proyecto **“Tú y yo somos parte”**, buscando que niños y niñas con síndrome de down, entre 7 y 12 años de edad, sean incorporados en cinco colegios distritales de Bogotá.



Fundación "Mano Amiga"



Las tres unidades de negocio en Argentina colaboran con la Fundación Mano Amiga, que apoya niños en situación de vulnerabilidad. Por una parte, se becó a 17 jóvenes para que puedan acceder a estudiar en el Colegio Mano Amiga. Además, de la mano de América Solidaria, se realizaron varias jornadas de voluntariado junto a nuestros colaboradores: celebración del día del ahijado, maratón de lectura junto a Fundación Leer y donación de 100 libros para la biblioteca de la escuela. Paralelamente, durante 2018 se culminó el proyecto de armado del gabinete psicopedagógico en la fundación. 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.

El equipo de Recursos Humanos en Argentina, a través de voluntariado experto, también colaboró en la selección y reclutamiento de voluntarios para los nuevos proyectos de América Solidaria.



Este proyecto impactó a:

553

Estudiantes

48

Docentes



Escuela "General Mariano Escobedo"



En México durante el 2018 iniciamos la alianza de la mano del socio territorial Escuela General Mariano Escobedo nuestros colaboradores tuvieron el primer voluntariado en sus instalaciones para celebrar la navidad junto a los niños de esta escuela. En este encuentro participaron 119 niños y 25 voluntarios corporativos.

Esta navidad fue celebrada por:

119

niños

25

voluntarios corporativos



04 | PROGRAMA "HACIENDO ESCUELA"

En 2018, el Programa Haciendo Escuela del Grupo Falabella cumplió 49 años de vida: se trata de un programa emblemático de aporte comunitario y tiene como finalidad construir un mejor futuro para los niños de hoy y para las familias del mañana. Esta iniciativa se ha ido adaptando a las condiciones educacionales de cada país, y está basada en el apoyo de voluntarios de cada una de las tiendas Falabella, quienes trabajan en conjunto con municipalidades y centros de padres de cada comunidad. El Programa, presente en Chile, Argentina, Perú y Colombia, apoya a más de 100 establecimientos educacionales y contribuye a mejorar la educación de **más de 80.000 niños de la región.**

Las unidades de negocios de Falabella Financiero forman parte de este gran proyecto, aportando con recursos financieros y horas de voluntariado corporativo. Los focos de trabajo son los proyectos de Educación Financiera pero también se incorporan en los planes de trabajo todo tipo de iniciativas de intervención: Se organizaron durante el año en cada colegio apadrinado, actividades especiales para conmemorar, 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 y educativas para los alumnos.



El Programa está presente en



Apoya a más de

100

establecimientos
educacionales

Contribuye a mejorar la
educación de más de

80 mil

niños de la región

VOLUNTARIADOS DESTACADOS 2018



Se continuó apoyando a cinco colegios del Programa Haciendo Escuela en las localidades de San Juan de Lurigancho, Huaycán, Jauja, Pisco y Chimbote con especial énfasis en la mejora de la infraestructura, la promoción de la salud y el emprendimiento, además de las ya mencionadas actividades de educación financiera.



Además de las iniciativas de capacitación en manejo responsable de las finanzas, en Chile se mantuvo el apoyo a los colegios pertenecientes al Programa Haciendo Escuela. En el Colegio Yangtsé de Santiago, 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. Se planifica para 2019, unificar los esfuerzos de Seguros y Viajes Falabella en apoyo al colegio José Toribio Medina.



Las filiales continuaron con el apoyo a las nueve escuelas del Programa Haciendo Escuela, en conjunto con las tiendas de retail del Grupo. Con el objetivo de reforzar la participación de voluntarios se capacitó a gerentes y jefes de tiendas en los detalles del programa. Durante 2018, se relanzó el programa y por ello, se realizó una capacitación a 2 docentes de cada escuela, en una jornada de 2 días, explicando los alcances del programa, conceptos de educación vial y financiera, de alimentación saludable y de educación física, así como también charlas de lecto-escritura junto a la Fundación Leer y de ciberseguridad y redes sociales. La misma actividad de formación se replicó en forma resumida, al resto de los docentes.

En cada uno de los colegios se implementaron los juegos: Eddupoly, Mini Agente de Tránsito y Equilibrista Saludable junto a voluntarios de Falabella Financiero. Además, al igual que en años anteriores se realizaron celebraciones en los colegios y se entregaron obsequios en fechas particulares. Además se realizaron sesiones de coaching a docentes de cada escuela del programa, promoviendo el trabajo en equipo y la comunicación efectiva.

Se volvió a desarrollar en el año, el Programa Leer 2020 con la Fundación Leer, donde los niños recibieron mochilas viajeras para que puedan leer 20 libros en el año, fomentando la lectura en la escuela y en el hogar.



05

OTROS PROGRAMAS COMUNITARIOS
Y VOLUNTARIADOS

Por segundo año consecutivo, los equipos de Falabella Financiero *cumplieron los sueños de niños* beneficiarios de la ONG Make a Wish en Chile.



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.

Por su parte, Banco Falabella Chile mantuvo su apoyo a la **Fundación Trascender**. Además de los talleres de microemprendimiento, se desarrolló el proyecto "Sombras"; 20 alumnos de enseñanza media del colegio Rosa Elvira Matte, de Lo Espejo, visitaron las oficinas del banco y acompañaron durante media jornada a un colaborador de la organización.

En Argentina, las unidades de negocio de Falabella Financiero apoyan a las fundaciones **Reciduca y Forge**, a través de becas de formación para que más jóvenes puedan acceder a un primer empleo de calidad. En este mismo ámbito, los equipos de sostenibilidad y recursos humanos, realizaron charlas específicas a los jóvenes de tales fundaciones y a estudiantes del último año del Colegio Mano Amiga sobre temas tales como creación de curriculum vitae, redes sociales y simulaciones de entrevistas de trabajo. Durante 2018, se mantuvo el apoyo a la fundación **SI**: jornadas de fábricas de juguetes, útiles para niños en situación de vulnerabilidad, apadrinamiento de la residencia

universitaria de Rosario (Santa Fe) y recolección de donaciones para zonas vulnerables.

En 2018, también en Argentina se produjo el lanzamiento del **Programa MentorInc - "Mentores Inclusivos"**. Se trata de voluntariados expertos en las oficinas de apoyo, donde 25 personas de CMR Falabella y Seguros Falabella, durante 7 meses apoyarán a personas con discapacidad, beneficiarios de la empresa social Red Activos, vinculada a la ONG la Usina. Cada equipo cuenta con un presupuesto asignado, y 6 horas mensuales de voluntariado para visitar los talleres y planificar las actividades.



06

RECAUDACIÓN PARA FUNDACIONES

La **recaudación** de fondos y la captación de socios para organizaciones sin fines de lucro es otra de las líneas de apoyo de Falabella Financiero en los cinco países donde opera. Desde 2015, se realizan importantes campañas para atraer socios para América Solidaria, y se premia a los equipos que mayores esfuerzos realizaron en la captación.

Para el caso puntual de Campaña logramos activar diversas acciones, las cuales se mantendrán todo el año, inclusive el próximo año hasta que redefinamos una nueva campaña.

En particular, en Colombia, se dio inicio a una serie de actividades con el objetivo de incrementar la captación de fondos para la Fundación América Solidaria. Por un lado, se realizó el primer **Torneo de Golf Solidario**, con el objetivo de recaudar fondos para desarrollar futuros proyectos destinados a erradicar la

pobreza infantil del continente. El campeonato contó con la participación de **70 colaboradores** de Falabella Financiero en Colombia, y con **20 empresas** proveedoras o aliadas que realizaron donaciones a esta importante causa. Además, se diseñó un plan de sensibilización a los ejecutivos de venta, para

impulsar las donaciones y se entregaron premios a las sucursales con mayores números de socios incorporados.

Por su parte, CMR Falabella Chile recauda donaciones de clientes para la **Fundación Mater** y la **Fundación Nuestros Hijos**.

TOTAL RECAUDACIÓN PARA FUNDACIONES (USD)

	2017 ▾	2018 ▾
América Solidaria	1.103.281	1.075.424
Fundación Nuestros Hijos	426.279	316.600
Fundación Mater	642.428	558.214
TOTAL RECAUDADO	2.171.988	1.950.238



07

GESTIÓN AMBIENTAL

Uno de los ejes de nuestra Estrategia de Sostenibilidad nos invita a desarrollar iniciativas que promuevan el cuidado ambiental. En este sentido, los proyectos con mayor impacto ambiental positivo son los vinculados a la **reducción del consumo de papel, Paperless** y las iniciativas de **digitalización de las operaciones**.



Mediante el proyecto Paperless, implementado en todas las unidades de negocio, se busca desmaterializar la apertura de productos a través de la emisión y firma digital de los documentos asociados a cada uno de ellos.

A nivel interno, en CMR Falabella y en Banco Falabella Chile se implementaron proyectos de **recuperación de botellas plásticas para su posterior reciclaje**. Paralelamente, en Banco Falabella Chile y Colombia, y en Seguros Falabella Perú

se desarrollaron iniciativas de recuperación de papel, para su posterior reciclaje por parte de organizaciones de la sociedad civil. En Banco Falabella Perú mantuvo el programa de **recuperación de tapitas plásticas**.

Particularmente en Argentina, las empresas de Falabella Financiero continuaron con 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

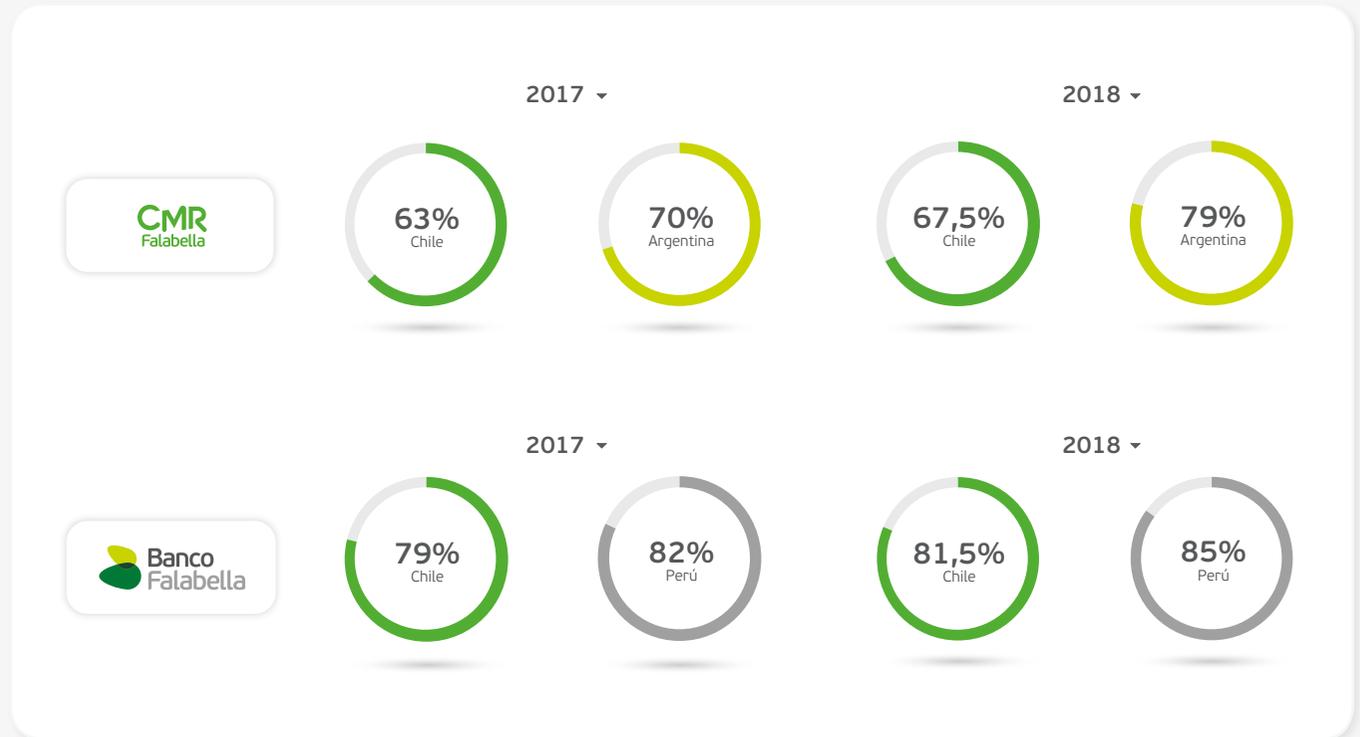
el Hospital Pediátrico Garrahan, colaborando con la recolección de papel para reciclaje y de tapitas plásticas. En las oficinas de México, se desarrollaron jornadas de sensibilización en ahorro de papel y energía y reciclaje.



Por su parte, en los procesos comerciales 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) mediante formatos digitales, tanto en Chile como en Perú.

↓ **MIGRACIÓN A ESTADOS DE CUENTA DIGITAL**

Otro foco de trabajo en materia ambiental es el reemplazo de la comunicación impresa por el contacto 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.



08.

CAPÍTULO

Acerca de este Reporte



- Alcance
- Metodología
- Lista de temas Materiales
- Índice de Contenidos GRI





01

ACERCA DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2018 DE **FALABELLA FINANCIERO**

El Reporte de Sostenibilidad 2018 es el noveno que publica Falabella Financiero para dar a conocer su desempeño económico, social y ambiental a nivel consolidado y para cada una de sus unidades de negocio: CMR Falabella, Banco Falabella, Seguros Falabella y Viajes Falabella en los países donde está presente: Chile, Perú, Colombia, Argentina y México. No se realizaron cambios significativos en la cobertura reportada en el año anterior.

Este documento abarca el período comprendido entre el **1 de enero y el 31 de diciembre de 2018**. Los datos contenidos fueron entregados por la Gerencia de Control de Gestión y RSE, encargada de compilar y monitorear durante el año, el desempeño de cada una de las unidades de negocio de la compañía y preparar los reportes para el Directorio.

↓ METODOLOGÍA:

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los **Estándares GRI – Global Reporting Initiative**, dando cumplimiento a cada uno de los principios GRI, tanto en lo relacionado con la definición de los contenidos como en lo relativo al aseguramiento de la calidad de la información incorporada.

En relación con el contenido, se identificaron los temas relevantes (principio de materialidad) de acuerdo con la perspectiva interna, tomando en consideración los hitos y prioridades de cada negocio, los temas de relevancia de cada una de las industrias y los intereses de los grupos de interés (perspectiva externa).

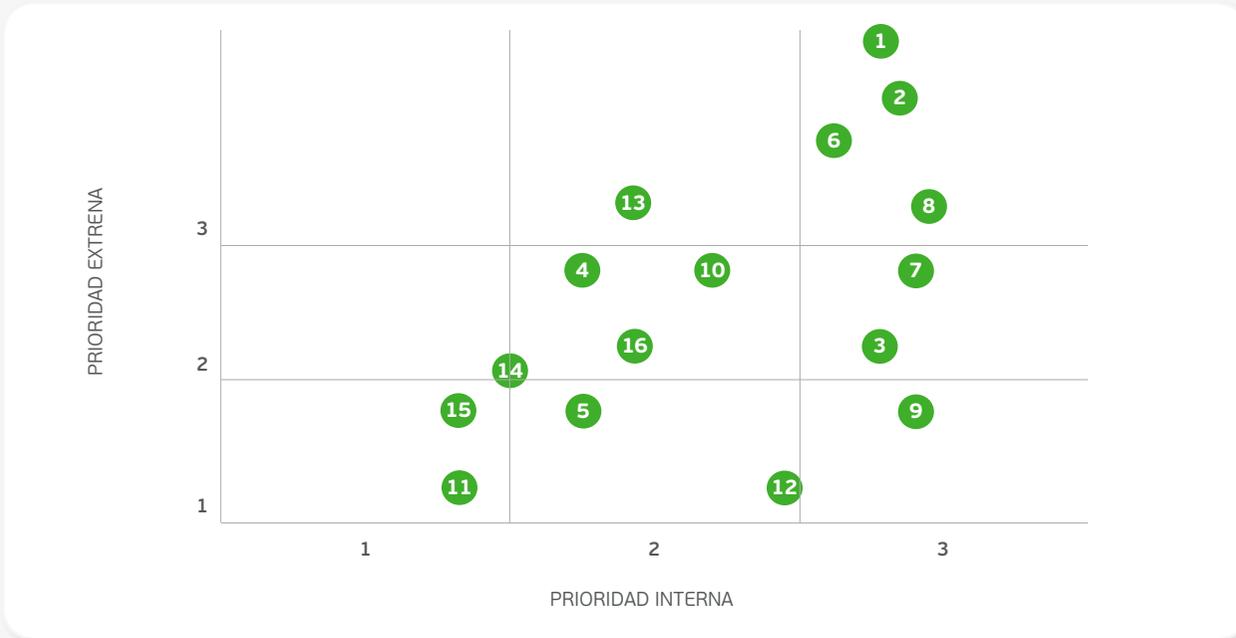
Para el levantamiento de los intereses de los públicos externos se desarrollaron entrevistas específicas con actores relevantes

de la industria, se tomaron en consideración los resultados del análisis de prensa de las compañías de Falabella y se incorporaron los indicadores reportados a la casa matriz. Se incluyeron también los temas que puedan ser de interés para candidatos que postulan a puestos de trabajo en Falabella Financiero o sus unidades de negocio. 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 2018.

El listado de aspectos materiales de este Reporte de Sostenibilidad fue validado por la gerencia corporativa de Control de Gestión y RSE. Por su parte, el contenido y el cumplimiento de los principios de calidad en este documento, fueron revisados por los principales gerentes corporativos. Este reporte no fue verificado por una entidad externa.



LISTA DE TEMAS MATERIALES



Simbología

① Educación financiera	⑨ Desempeño Económico
② Gestión de reclamos	⑩ Clima Organizacional
③ Transparencia	⑪ Voluntariado
④ Formación y Enseñanza	⑫ Eficiencia operacional
⑤ Empleo	⑬ Accesibilidad
⑥ Seguridad de la información	⑭ Comunidades locales
⑦ Digitalización	⑮ Inclusión financiera
⑧ Satisfacción de clientes	⑯ Diversidad e Igualdad de oportunidades



Para todos los temas materiales indicados, la cobertura en este reporte es interna.

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

> **Camila Aguirre F.**
Subgerente Corporativo de Responsabilidad Social de Falabella Financiero

cgaguirre@falabella.cl



INDICE DE **CONTENIDOS GRI**



GRI 102: CONTENIDOS GENERALES, 2016

Página ▾

102-1	Nombre de la organización	7
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	13
102-3	Ubicación de la sede	7
102-4	Ubicación de las operaciones	39
102-5	Propiedad y forma jurídica	7
102-6	Mercados servidos	39
102-7	Tamaño de la organización	9
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	71
102-9	Cadena de suministro	34
102-10	Cambios significativos en la organización	14
102-11	Principio o enfoque de precaución	19
102-12	Iniciativas externas	28
102-13	Afiliación a asociaciones	28
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	11
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	21
102-18	Estructura de gobernanza	15
102-19	Delegación de autoridad	17
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos ambientales y sociales	17

GRI 102: CONTENIDOS GENERALES, 2016

Página ▾

102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	17
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	17
102-40	Lista de grupos de interés	23
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	85
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	23
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	104
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	104
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	104
102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas de cada tema	104
102-47	Lista de temas materiales	105
102-48	Reexpresión de la información	105
102-49	Cambios en la elaboración del informe	105
102-50	Período objeto del informe	104
102-51	Fecha del último informe	104
102-52	Ciclo de elaboración de informes	104
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	105
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	104
102-55	Índice de contenidos GRI	106
102-56	Verificación externa	104



TEMA MATERIAL GRI	ESTÁNDAR	ENFOQUE DE GESTIÓN	CONTENIDO	PÁGINA	
DESEMPEÑO ECONÓMICO	GRI 201: Desempeño Económico, 2016	32	GRI 201-1	Valor económico directo generado y distribuido	72
EMPLEO	GRI 401: Empleo, 2016	66	GRI 401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	33
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA	GRI 404: Formación y enseñanza, 2016	66	GRI 404-1	Media de horas de formación al año por empleado	81
			GRI 404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	82
			GRI 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	83
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades, 2016	72	GRI 405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	72
COMUNIDADES LOCALES	GRI 413: Comunidades Locales, 2016	88	GRI 413-1	GRI operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	89

OTROS TEMAS MATERIALES	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADORES INTERNOS	Página
EDUCACIÓN FINANCIERA	57	# Participantes del Torneo	59
		# Visitas a la web de Eddu	59
VOLUNTARIADO	90	# Voluntarios participantes	91
		Horas de voluntariado	91
GESTIÓN DE RECLAMOS	36	Reclamos	43
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	20	Iniciativas implementadas en Ciberseguridad	20
SATISFACCIÓN DE CLIENTES	36	Net Promote Score (NPS ®)	40
ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN	38	# De cajeros automáticos	38
		# De sucursales	39
TRANSPARENCIA	36	Campañas e iniciativas de transparencia con clientes	42
DIGITALIZACIÓN	47	# Usuarios activos en aplicaciones móviles	48
		# Atenciones a través del asistente virtual	48
CLIMA ORGANIZACIONAL	84	% Colaboradores participantes en encuesta	85
		% Colaboradores que opinaron que Falabella Financiero es un gran lugar para trabajar	85
EFICIENCIA OPERACIONAL	33	Iniciativas de eficiencia operacional implementadas	33

**REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD**

Falabella Financiero

