REPORTE SOSTENIBILIDAD

FALABELLA FINANCIERO 2019

Banco Falabella

CMR Falabella

Seguros Falabella CORREDORES

CONTENIDOS

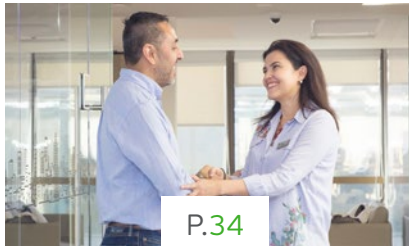
REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Capítulos

Falabella Financiero 2019

P.05
NUESTRO MODELO DE GESTIÓN

P.29
DESEMPEÑO ECONÓMICO


P.34
DESARROLLO COMERCIAL SOSTENIBLE

P.47
ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN

P.59
EDUCACIÓN FINANCIERA

P.69
COLABORADORES COMPROMETIDOS

P.93
APORTE AL DESARROLLO DE LA REGIÓN

P.108
ACERCA DE ESTE REPORTE

VER CAPÍTULOS

Juan Manuel Matheu

Gerente General Corporativo

Falabella Financiero

CARTA DEL
GERENTE GENERAL FALABELLA FINANCIERO

Juan Manuel Matheu

ESTIMADOS LECTORES:

Durante 2019, en Falabella Financiero continuamos avanzando en el fortalecimiento de nuestras plataformas, servicios y equipo con el fin de reafirmar nuestra principal motivación: superar las expectativas de los clientes, entregándoles una oferta conveniente y una atención cada vez más digital y personalizada.

Estamos comprometidos con el desarrollo y digitalización de la industria financiera en todos los países donde operamos (Chile, Argentina, Perú, Colombia y México). Por ello, hemos construido un sólido ecosistema físico y digital, de manera de entregar un servicio omnicanal, consistente con nuestra cultura organizacional.

Hoy el cliente es digital, lo que nos impulsa a seguir trabajando para liderar la digitalización financiera en la región. Entre las principales iniciativas destacan la apertura de tarjetas 100% online, que durante 2019 alcanzó más de 140 mil tarjetas abiertas en nuestros sitios webs. A esto se sumó la implementación de procesamiento de pagos en Linio, junto con nuevas ofertas y promociones de CMR, cuatriplicando las compras con este medio de pago en el marketplace; y la apertura a todo medio de pago de nuestro programa de fidelización CMR Puntos, con lo que alcanzamos más de 6,1 millones de usuarios en la región. Además, desarrollamos en Sodimac Colombia la implementación de Sales Finance, que permite ofrecer créditos de consumo a nuestros clientes para financiar sus proyectos, entregando una solución de financiamiento rápida y efectiva.

Otro pilar clave fue la creación de nuestra billetera digital Fpay, que permite a los usuarios transferir dinero a terceros desde sus tarjetas de crédito; realizar pagos a través de tecnología QR en tiendas de empresas Falabella y red de comercios adheridos; además de agrupar en un solo lugar todas las tarjetas, independientemente del emisor bancario.

Asimismo, con el fin de continuar con el desarrollo de nuestro modelo de atención omnicanal abrimos 12 sucursales digitales en la región.

Para apoyar todo lo anterior, expandimos nuestra Digital Factory a Argentina, con el fin de potenciar nuestras soluciones de pago e incrementar el impacto que ha tenido esta área de servicios compartidos de desarrollo en la digitalización regional de nuestro negocio.

Todas estas mejoras se vieron reflejadas en que hoy un 49% de las ventas en productos financieros de Banco Falabella Chile se realizan de forma digital, que un 51% del total de nuestros clientes CMR interactúan con canales digitales y que, a nivel regional, contemos con más de 2,9 millones de aplicaciones activas.

Somos una empresa con vocación regional. Durante 2019, en Chile finalizamos el proceso de integración de las operaciones de CMR Falabella y Banco Falabella, que se consolidó como el mayor

emisor de tarjetas de crédito en Chile, con cerca de 2,8 millones de plásticos activos con saldo, modelo con el que ya veníamos trabajando exitosamente en Colombia y Perú.

En Colombia logramos más de 1 millón de tarjetas activas con saldo y una cartera total de colocaciones que supera los US $1.100 millones. Por su parte, en Perú, llegamos a más de 1,1 millones de tarjetas activas con saldo y una cartera consolidada de colocaciones que supera los US$ 1.000 millones.

Otros hechos que marcaron el año fueron las alianzas que alcanzamos con importantes actores del mercado. Por un lado, nos unimos a Mastercard para entregar un servicio más flexible a cada uno de nuestros clientes y seguir ampliando nuestra oferta. Y, por otro, suscribimos una alianza estratégica por 10 años con Despegar.com, que incluyó el traspaso del 100% de las operaciones de Viajes Falabella. Esto nos permite integrar una mejor propuesta de valor a nuestro ecosistema digital, mejorando ampliamente la oferta de viajes y la experiencia digital de nuestro programa CMR Puntos, dando acceso al mejor contenido de productos turísticos del mercado.

En 2019, en Chile, vivimos un escenario complejo. Tras el 18 de octubre debimos operar con algunas interrupciones, pero nuestros esfuerzos estuvieron centrados en resguardar la cadena de pagos, proteger a nuestros colaboradores y seguir respondiendo a nuestros clientes, ofreciendo las flexibilidades necesarias.

La historia de Banco Falabella también ha estado marcada por un rol protagónico en la inclusión financiera, otorgando acceso a servicios financieros a miles de familias de la región. Conscientes de la importancia de la educación en esta área, profundizamos programas y actividades dirigidos a nuestros clientes, niños, colaboradores y a la sociedad en general.

En 2019 tuvimos el primer torneo digital regional interescolar "Edducity.com", que benefició a más de 200 niños de los países donde estamos presentes, quienes pudieron aprender conceptos financieros básicos y así estar mejor preparados en el manejo futuro de sus finanzas personales.

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

Todos los logros alcanzados por nuestra compañía han sido posible gracias al trabajo y esfuerzo de cada uno de nuestros colaboradores. Trabajamos en equipo e invertimos nuestras capacidades en atraer y formar a los mejores talentos. Nos preocupamos, además, de contar con un programa de beneficios para mejorar su calidad de vida y desarrollar una cultura de trabajo ágil y flexible.

Queremos seguir creciendo de forma sostenible, consolidando el desarrollo digital de nuestro negocio y potenciando nuestro modelo de gestión omnicanal. Uno de los focos de trabajo durante 2020 estará en seguir potenciando la digitalización de nuestros negocios, robustecer nuestros sistemas de seguridad y optimizar nuestros canales de atención para entregar un servicio que responda eficientemente a las necesidades de quienes nos prefieren.

Juan Manuel Matheu
Gerente general corporativo Falabella Financiero

01

NUESTRO MODELO **DE GESTIÓN**

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

VER CAPÍTULO

Falabella Financiero

SOMOS
FALABELLA FINANCIERO

Operamos en Chile, Perú, Colombia, Argentina y México con una oferta de soluciones financieras centrada en las necesidades de los clientes. Formamos parte de Falabella, uno de los grupos de retail más grandes de América Latina.

Falabella Inversiones Financieras S.A. es un grupo de empresas de retail financiero conformado por Promotora CMR Falabella S.A. (CMR Falabella), Banco Falabella y Seguros Falabella Corredores Limitada (Seguros Falabella).

Además de estas compañías, también integra CF Seguros de Vida S.A. (con presencia solo en Chile) y la Sociedad de Facilidades Multirotativas (Falabella Soriana), junto con todas sus filiales. Con sus distintos negocios, Falabella Financiero opera en Chile, Perú, Colombia, Argentina y México.

Banco Falabella | CMR Falabella | Seguros Falabella Corredores

ESTRUCTURA DE PROPIEDAD **DE FALABELLA FINANCIERO**

Falabella Financiero es una filial de Falabella, uno de los principales grupos de retail de América Latina.

Presente en siete países de la región, este holding dispone de 511 tiendas, 354 sucursales bancarias y 43 centros comerciales, así como de una amplia red de de e-commerce y atención remota.

Con productos y servicios dirigidos a millones de clientes, que ofrece a través de un ecosistema de múltiples formatos y plataformas, Falabella es considerado en la actualidad uno de los mayores operadores latinoamericanos de comercio omnicanal.

GRUPO FALABELLA EN CIFRAS

511
Tiendas físicas en América Latina

43
Centros comerciales en la región

354
Sucursales bancarias

NUESTRAS **UNIDADES DE NEGOCIOS**

Las unidades de negocio que conforman Falabella Financiero, se constituyen como sociedades de responsabilidad limitada, salvo excepciones puntuales.

En Chile, Banco Falabella es accionista mayoritario de CMR Falabella, que le presta servicios en su carácter de Sociedad de Apoyo al Giro (SAG). CF Seguros de Vida S.A., por su parte, pertenece en un ***90% a Falabella Inversiones Financieras S.A.*** y en un ***10% a BNP Paribas Cardif Seguros de Vida S.A.***

En Colombia, el ***35% de Banco Falabella*** es de propiedad del Grupo Corona.

PRESENCIA REGIONAL DE **FALABELLA FINANCIERO**

PUNTOS DE ATENCIÓN

País	Banco Falabella	CMR Falabella	Seguros Falabella
Chile	193	--	50
Perú	70	--	35
Colombia	91	--	65
Argentina	--	19	11
México	--	154	--
Total	**354**	**173**	**161**

FALABELLA FINANCIERO EN CIFRAS

6,6

Millones de tarjetas de crédito activas en la región

2,62

Millones de cuentas corrientes y cuentas vista

11,2

Millones de pólizas de seguro

AVANCES EN DIGITALIZACIÓN

28,3%

Créditos de consumo activados 100% vía digital

26.898

Cuentas corrientes y tarjetas de crédito abiertas 100% vía digital

2,98

Millones de aplicaciones activas al cierre de 2019

63%

Crecimiento en el número de aplicaciones activas durante 2019

NUESTRA SOSTENIBILIDAD EN CIFRAS

28.866

Horas de voluntariado en el año

Más de 2

Millones de dólares en fondos recaudados para fundaciones y ONG en alianza

50

Colegios favorecidos por el programa Haciendo Escuela

7.877

Niños que jugaron Edducity, nuestro juego digital de Educación Financiera

12.130

Colaboradores al cierre del año

410.702

Horas de capacitación anual

34

Horas promedio de capacitación anual por colaborador

94%

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

MISIÓN Y VISIÓN
QUE NOS INSPIRAN

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, POTENCIADA POR LOS BENEFICIOS DE NUESTRAS TIENDAS.

VISIÓN

SER LA EMPRESA DE SERVICIOS PREFERIDA POR LAS PERSONAS, GENERANDO RELACIONES SOSTENIBLES A PARTIR DE:

Diferenciarnos por nuestra transparencia, conveniencia y simplicidad.

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

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

VALORES CORPORATIVOS

En Falabella Financiero, nos relacionamos con nuestros clientes sobre la base de los valores de ***Transparencia, Conveniencia y Simplicidad.***

Estos principios también rigen nuestro comportamiento corporativo y el diálogo que impulsamos con todos los grupos de interés de la organización.

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 ajustan a sus necesidades y las etapas de sus vidas.

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

Con operaciones en Chile, Perú y Colombia, Banco Falabella ofrece una propuesta financiera integral especialmente dirigida al segmento Personas.

En virtud de un modelo de negocios centrado en las necesidades y expectativas de sus clientes, en la actualidad esta institución ocupa el quinto lugar en el mercado chileno en número de cuentas corrientes.

Al cierre de 2019, Banco Falabella disponía de 2,6 millones de cuentas pasivas con saldo, lo que representa un aumento del 9,2% respecto del período anterior.

PRINCIPALES PRODUCTOS

- Crédito de consumo
- Crédito hipotecario
- Crédito automotriz
- Tarjeta de crédito
- Cuentas corrientes, vista, ahorro
- Convenio abono remuneraciones
- Depósitos a plazo
- Fondos mutuos
- Acciones
- Ahorro previsional voluntario (APV)

CMR Falabella

CMR Falabella opera en Argentina y está presente en los mercados de Chile, Perú y Colombia, a través de Banco Falabella, y en México, en virtud de su asociación con la empresa supermercadista Soriana.

Considerado el mayor emisor de tarjetas de crédito en Chile y Perú, y uno de los principales actores de este negocio en América Latina, su programa de fidelización CMR Puntos es reconocido por los clientes por su conveniencia y flexibilidad.

En nuestro país, desde 2018, CMR Falabella presta servicios al Banco Falabella como Sociedad de Apoyo al Giro (SAG).

PRINCIPALES PRODUCTOS

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

Seguros Falabella CORREDORES

La corredora Seguros Falabella pone a disposición de sus clientes una oferta personalizada y flexible de servicios a la medida de sus necesidades.

Con presencia en Chile, Argentina, Perú y Colombia, en sus 22 años de trayectoria, Seguros Falabella se ha consolidado entre las compañías líderes en la industria a partir de la entrega de soluciones fáciles y confiables, y de su alianza con una amplia y prestigiosa red de compañías aseguradoras.

PRINCIPALES PRODUCTOS

- Seguro automotriz
- Seguro de hogar
- Seguro de salud
- Seguro de vida

SOLUCIONES DIGITALES
PARA UN ECOSISTEMA DIGITAL

Logística

- Apalancarnos en nuestros centros de distribución y red logística

Soluciones de Pagos

- Plataforma abierta con herramientas para clientes y comercios

Soluciones Financieras

- Créditos de consumo para nuestros clientes
- Financiamiento a comercios

Lealtad

- Conocimiento del cliente
- Conveniencia

Análisis de datos

- Business Intelligence

Marketplace

- Comercios integrados a nuestras plataformas
- Amplia oferta de productos
- E-commerce

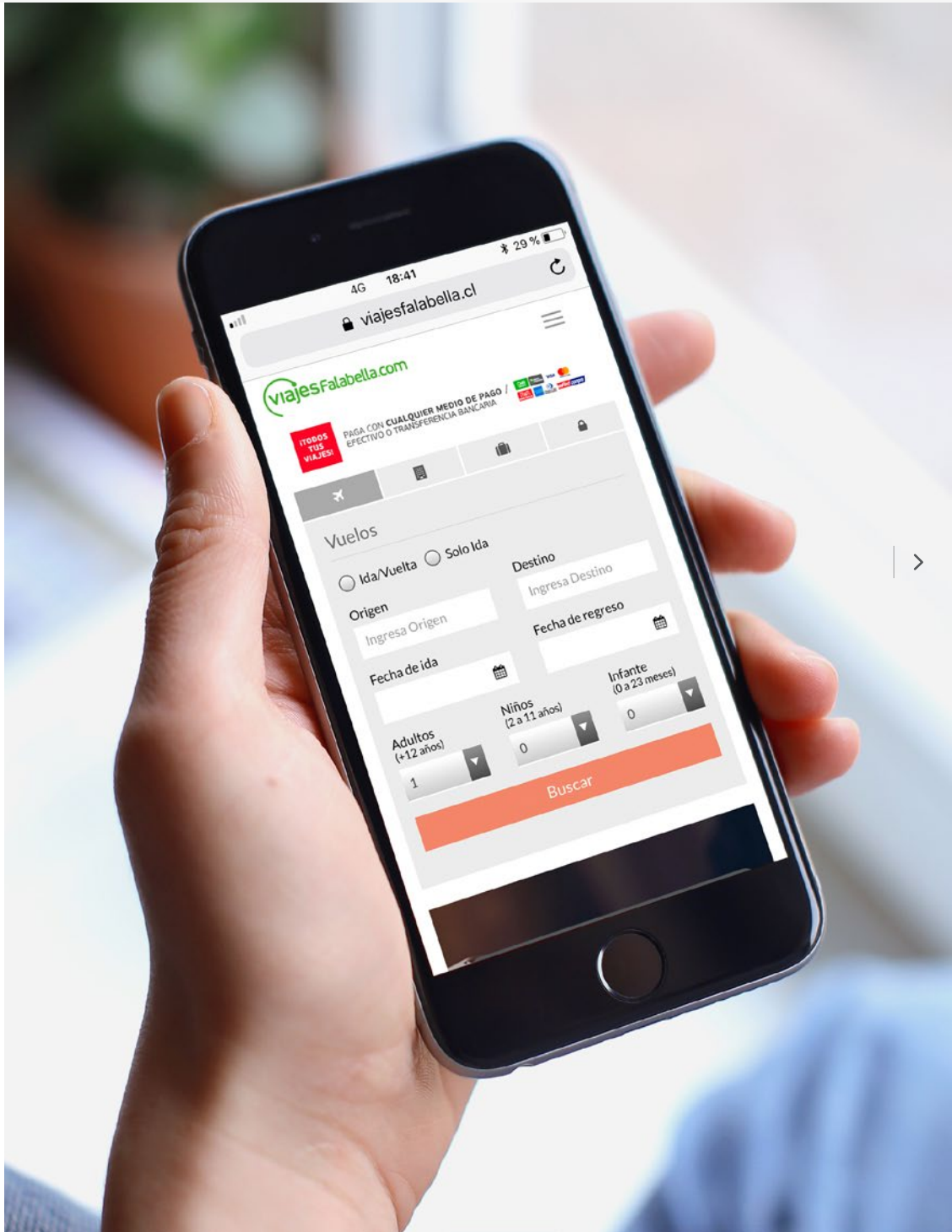
Como Falabella Financiero nos reconocemos parte integral de un sistema que tiene como eje central al cliente: **el Ecosistema Falabella**, del cual forman parte todas las empresas del Grupo. Asi, hemos definido nuestro rol en este ecosistema en base a nuestras principales fortalezas y de esa manera, planteamos nuestra estrategia de crecimiento de mediano y largo plazo: brindamos soluciones financieras a los clientes, diseñamos nuevas soluciones de pago, ofrecemos programas de fidelización convenientes, y analizamos la información del mercado para dar mejores respuestas a nuestros clientes.

VENTA DE
VIAJES FALABELLA

En abril de 2019, Falabella Financiero suscribió una alianza estratégica por 10 años con la empresa Despegar.com, que incluyó el traspaso del 100% de las operaciones de Viajes Falabella en Chile, Colombia, Perú y Argentina.

Este acuerdo nos permitirá integrar una mejor propuesta de valor a nuestro ecosistema digital, mejorando ampliamente la oferta de viajes y la experiencia digital de nuestro programa CMR Puntos, dando acceso a nuestros clientes al mejor contenido de productos turísticos del mercado. Desde Falabella Financiero, a su vez, aportaremos a Despegar nuestras capacidades de procesamiento de pagos, financiamiento y el programa de lealtad CMR Puntos.

Viajes Falabella mantendrá la marca, su red de tiendas físicas y sus plataformas digitales para potenciar la oferta de productos y servicios de Despegar.



GOBIERNO CORPORATIVO

Julio Fernández Taladriz

DIRECTOR

Gonzalo Rojas Vildósola

DIRECTOR

Juan Fernández Fernández

PRESIDENTE

Carlo Solari Donaggio

DIRECTOR

Sergio Cardone Solari

DIRECTOR

Alex Harasic Durán

DIRECTOR

Ignacio Swett Errázuriz

DIRECTOR

Felipe del Río Goudie

DIRECTOR

Jorge González Correa

DIRECTOR

El gobierno corporativo de Falabella Inversiones Financieras S.A. está encabezado por el Directorio de la compañía. Los nueve integrantes que conforman este órgano cumplen su función por un período de tres años, no desempeñan cargos ejecutivos en la compañía y pueden ser reelegidos de forma indefinida.

Esta instancia funciona de acuerdo con las disposiciones contenidas en los Estatutos Sociales de Falabella Financiero y en cumplimiento con las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes.

El Directorio sesiona cada dos meses para abordar temas relacionados con la gestión de la empresa, los riesgos asociados a su negocio, la evolución del contexto de la actividad y el desempeño de cada una de sus unidades.

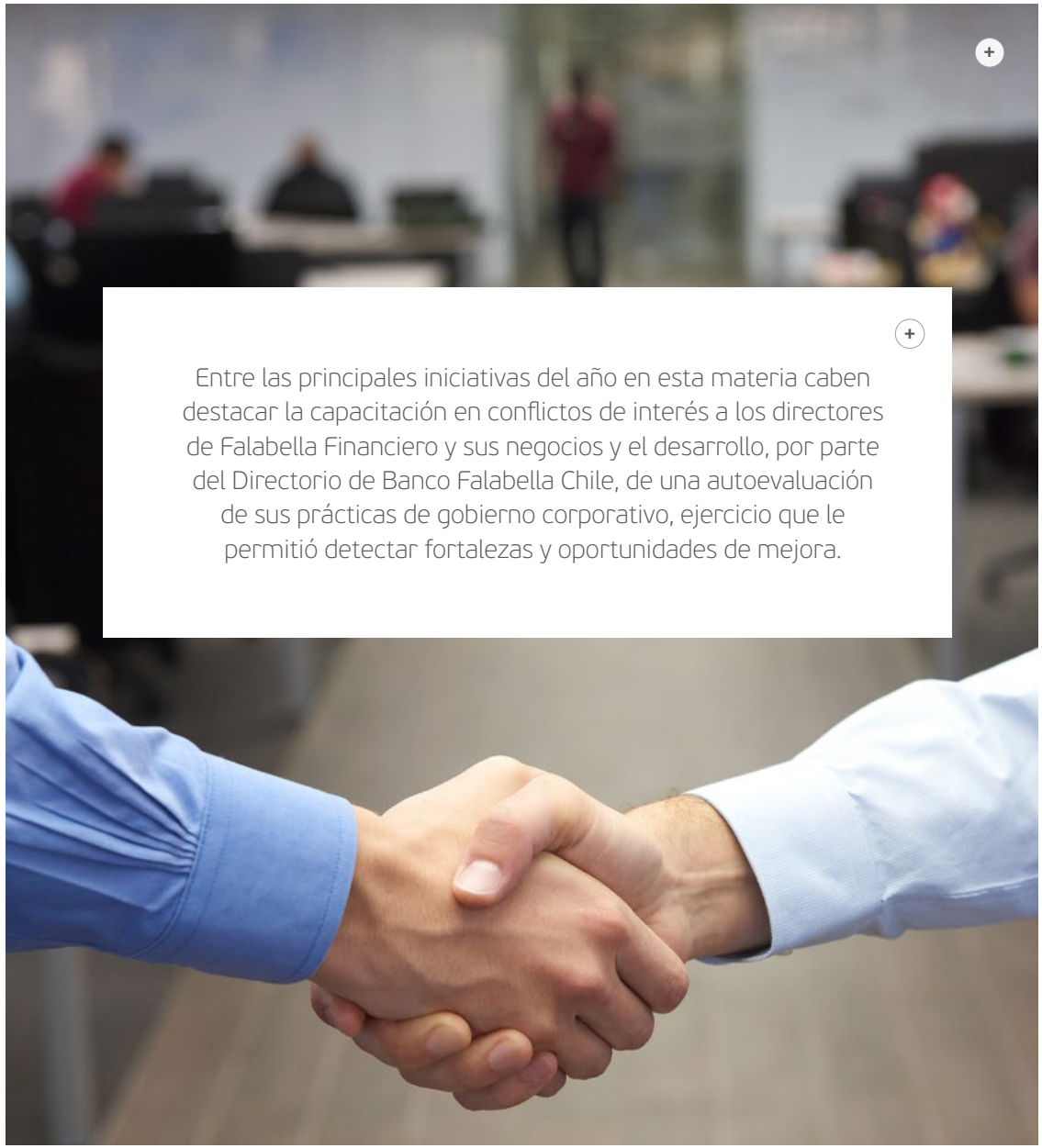
Entre sus funciones también está presentar los principales resultados de la gestión anual de la compañía en la Junta de Accionistas.

En 2019 asumió la presidencia del Directorio de Falabella Financiero el Sr. Juan Fernández Fernández en reemplazo del Sr. Carlo Solari Donaggio, que pasó a ser miembro del Directorio.

DIRECTORIO EN **LAS UNIDADES DE NEGOCIOS**

En su calidad de Sociedades Anónimas, Banco Falabella Chile, Perú y Colombia, disponen de sus propios directorios. El funcionamiento de estos órganos está determinado por los respectivos Estatutos y Manuales de Gobierno Corporativos, y por las normativas locales vigentes.

En el caso de CF Seguros, la estructura de gobierno corporativo se complementa con un sólido Sistema de Gestión de Riesgo. En el marco de este modelo, en esta filial todos los años se realizan capacitaciones para la alta administración sobre buenas prácticas de gobierno corporativo, procesos de autoevaluación en el Directorio y el equipo ejecutivo, y talleres a directores en materias tributarias.

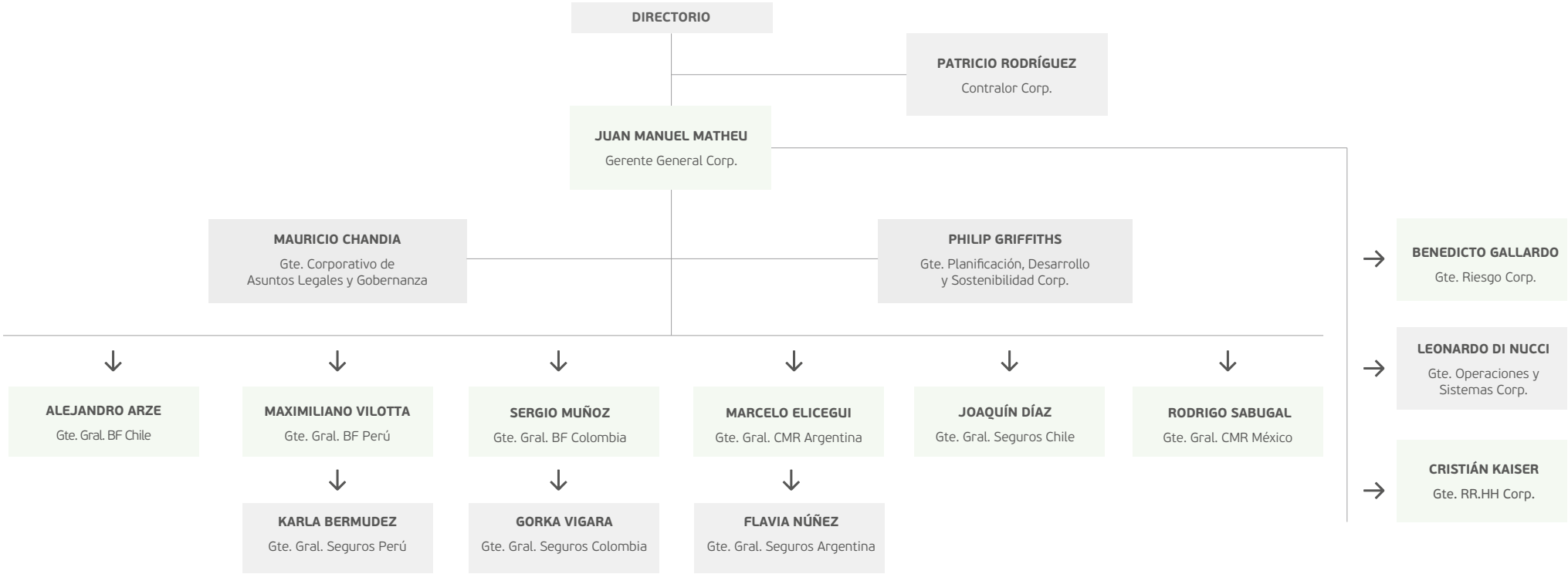


Entre las principales iniciativas del año en esta materia caben destacar la capacitación en conflictos de interés a los directores de Falabella Financiero y sus negocios y el desarrollo, por parte del Directorio de Banco Falabella Chile, de una autoevaluación de sus prácticas de gobierno corporativo, ejercicio que le permitió detectar fortalezas y oportunidades de mejora.

ADMINISTRACIÓN DE FALABELLA FINANCIERO

La administración de Falabella Financiero está encabezada por el Gerente General corporativo, Juan Manuel Matheu. Conformada por cinco gerentes corporativos y otros 10 altos ejecutivos, esta estructura tiene a su cargo, entre otras funciones, articular la gestión de todas las unidades de la compañía y rendir cuentas periódicamente al Directorio sobre el desempeño de la organización.

ORGANIGRAMA



COMITÉS DE DIRECTORES Y GERENTES

Para el análisis y seguimiento de los temas estratégicos definidos por la compañía, tanto el Directorio como la alta administración reciben apoyo de comités de directores y gerentes.

Comité de Auditoría

Estos órganos existen en todas las empresas de Falabella Financiero. Integrados por directores y gerentes, además del auditor interno de Falabella y del auditor interno de cada negocio, estos comités monitorean el funcionamiento de los sistemas de control y supervisan la integridad de la información que se publica en los Estados Financieros.

Comité de Recursos Humanos

Liderado por el gerente de Recursos Humanos Corporativo, este comité sesiona cada dos semanas y lo integran además los gerentes de Recursos Humanos de toda la región.

Comité de Riesgos y de Seguridad de la Información

En Falabella Financiero, la evaluación de los riesgos asociados al crédito, la cobranza y las operaciones, se efectúa en tres niveles organizacionales: el Comité Regional de Riesgos, el Comité Ejecutivo y los Comités de Riesgos existentes en algunas unidades de negocio. Existe además, un Comité de Seguridad de la Información que sesiona todos los meses y opera al alero del Comité Regional de Riesgos. Con el propósito de asegurar la adecuada gestión de los datos en los proyectos de innovación, se creó también un Comité de Seguridad de la Información en la Digital Factory.

Comité Comercial y de Canales Digitales Regional

Este órgano está encargado de implementar las iniciativas comerciales de la compañía y de definir mejoras en todos sus canales digitales.

Comité de Activos y Pasivos (Capa)

Su misión es efectuar el monitoreo de los principales indicadores de riesgo financiero y hacer el seguimiento permanente de la estructura de fondeo de cada negocio.

Comité Tecnológico Regional

Gestiona los programas estratégicos de inversión, dirigidos a mejorar la experiencia cliente y asegurar la calidad de atención de los sistemas de la empresa.

Comité de Talentos

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

1.2

GESTIÓN DE RIESGOS

Se consolidó el proceso de autenticación en canales no presenciales a través de Web y App

En este ámbito, entre los focos prioritarios están la prevención y control de fraudes, la seguridad de la información y todos los aspectos involucrados en las operaciones de crédito.

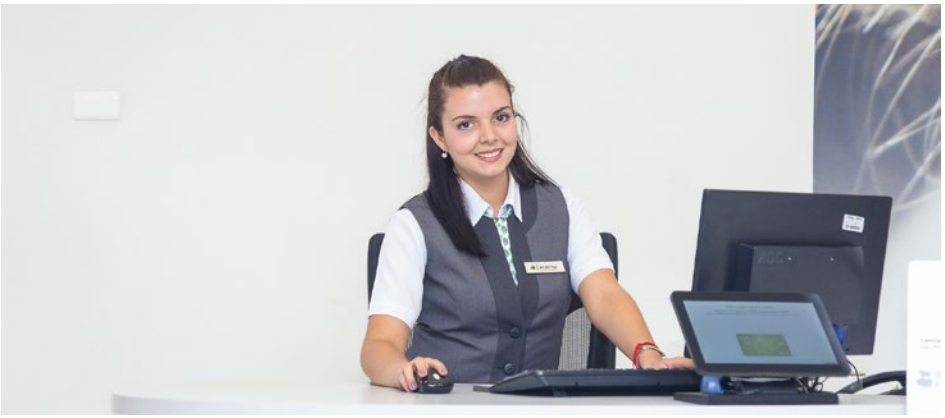
Falabella Financiero desarrolla su actividad comercial en sintonía con las mejores prácticas internacionales de gestión, evaluación y control de riesgo. En la compañía, esta labor está a cargo de la Gerencia Corporativa de Riesgos, unidad que en los últimos años ha puesto énfasis especialmente en ámbitos como la identificación, seguimiento, control y reporte de los riesgos de crédito, mercado y liquidez, operacionales, de fraude y seguridad de la información.

Con el afán de lograr una evolución continua en la función de riesgos, durante 2019 la Gerencia impulsó varias iniciativas para fortalecer la gestión, teniendo en consideración las mejores prácticas de mercado, el marco regulatorio y la estrategia digital.

En lo que a **gestión y prevención de fraude** se refiere, se finalizó la implementación del motor de fraude transaccional en todos los negocios, contando de esta forma con una herramienta de evaluación en tiempo real en cada uno de ellos. Además, se robusteció el proceso de autenticación de clientes completando el uso de biometría en México y Perú.

Por otro lado, se consolidó el proceso de autenticación en canales no presenciales a través de Web y apps tras la puesta en marcha de la Autenticación Basada en Riesgo (ABR), garantizando el acceso seguro y protegido de los clientes a sus sitios privados. Por último, con respecto a la gestión del fraude en los canales digitales de los retailers del Grupo Falabella, se implementó un modelo corporativo de prevención para Linio Chile y Colombia en transacciones online realizadas por los clientes.

La **seguridad de la información** es un pilar fundamental y, por ende, se desarrolló una estrategia de ciberseguridad basada en estándares internacionales (ISO 27000, NIST, PCI DSS, CIS, entre otras) que contiene políticas y procedimientos destinados a proteger la



información de los clientes en sus tres componentes básicos: confidencialidad, integridad y disponibilidad. El plan considera inversiones en tecnología, control de sistemas y mejora en los procesos que incluyen tecnologías de innovación en ciberseguridad para proteger el mundo "cloud" (información en la nube). Paralelamente, se acompañó el plan con un programa de concientización y gestión de cambio en estas materias.

Asimismo, se implementó un Centro de Ciberdefensa Global que monitorea todos los eventos, amenazas y riesgos de ciberseguridad, el cual está en constante evolución y sujeto a un proceso de mejora continua. A él se suma un centro de investigación que lleva a cabo una revisión constante de las nuevas tecnologías para proteger a las unidades de negocio, de los riesgos emergentes. En el 2019 se desarrollaron ejercicios prácticos de ethical hacking, Red Team y Blue Team para poner a prueba la efectividad de los procesos de monitoreo y control.

En lo que a **riesgo de crédito** se refiere, se implementaron distintas herramientas que permiten gestionar de mejor manera los segmentos riesgosos. Se destaca la implementación de pruebas de estrés que permiten determinar impactos ante cambios macroeconómicos y generar planes de acción para mitigarlos. Sumado a lo anterior, se potenció el uso de los motores de decisión para lograr mayores cuotas de sanción automática y se consolidó la política de endeudamiento para garantizar una financiación responsable. Fruto de la revisión de los procesos de otorgamiento y de cambios en los modelos de evaluación, privilegiando al cliente del Grupo como parte del ecosistema, se amplió el volumen de las bases de pre-aprobados en todos los negocios.

En el marco de la integración de Banco Falabella y CMR Falabella en Chile, se unificaron y homologaron las políticas y procesos de gestión. Asimismo, se implementaron los primeros modelos de provisión con las definiciones normativas para la entidad integrada, cuyo plan se continuará durante el año 2020.

En el ámbito de **cobranzas** la digitalización continúa siendo foco, impulsando el BOT de Cobranzas e integrándose nuevos controles en el marco del proyecto de Omnicanalidad.

Para la gestión de los **riesgos de tipo financiero**, se implementaron de forma anticipada, las métricas de Basilea III, antes de ser requerido por los reguladores de Chile y Colombia. Al mismo tiempo se avanzó en métricas de capital económico, y se robustecieron los indicadores internos de estrés de liquidez y mercado, alineando la gestión de los negocios.

El sistema de gestión de **riesgos operacionales** permite identificación de los eventos de manera dinámica y descentralizada. De manera complementaria, en 2019 y con el objetivo de crear una cultura de prevención de riesgos operacionales, se implementó un nuevo programa de capacitación en línea.

1.3

ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN

En 2019, pusimos especial énfasis en la sensibilización en libre competencia y de protección al consumidor, con un total de 4.574 trabajadores capacitados en el año, además de 11 directores

En 2019, el 25% de la dotación recibió capacitación en el Modelo de Gestión Ética y un 37,5% en libre competencia y protección al consumidor

Falabella Financiero cuenta con un Modelo de Gestión Ética cuyo objetivo es promover en las operaciones comerciales y en las relaciones que establece la compañía con todos sus stakeholders comportamientos y prácticas basados en la integridad, el respeto y el cumplimiento legal.

Aprobado por el Directorio en el año 2018 y basado en las directrices y estándares que sobre estas materias establece Falabella, la empresa pone a disposición de clientes, colaboradores y proveedores un Canal de Integridad, a través del cual estos grupos tienen la posibilidad de plantear consultas o hacer llegar denuncias por eventuales incumplimientos o trangresiones a sus lineamientos. En 2019, el canal se desplegó en cada uno de los países donde Falabella Financiero está presente.

Estas comunicaciones pueden ser expresadas de manera anónima y son analizadas y canalizadas a las respectivas unidades por la **Gerencia de Compliance Corporativa**, unidad especialmente creada para garantizar la adecuada aplicación y difusión del Modelo en la compañía.

En 2019 se denunciaron 215 casos en el canal de ética, y, luego de realizarse las investigaciones respectivas, se logró resolver un 92,5% de ellos, aplicando las medidas correspondientes en cada caso.

Durante 2019, mantuvimos vigentes nuestros formatos de capacitación a los equipos en materia de ética, colusión, conducta anticompetititva y relación con proveedores, adaptándolo según el nivel de exposición de cada cargo y la realidad de cada unidad de negocios. En el caso de la relación con proveedores, reforzamos a nivel regional la campaña "Gracias pero no" que busca concientizar a los colaboradores sobre la no aceptación de regalos ni premios de los proveedores. **Un total de 3.067 colaboradores participaron de la capacitación en ética e integridad.**

Integridad y ética en cifras

3.067
Colaboradores participaron de la capacitación en ética e integridad

92,5%
Denuncias resueltas antes del cierre del período

MODELO DE PREVENCIÓN DEL DELITO

Además del Modelo de Gestión Ética, las unidades de Falabella Financiero en Chile también disponen de sus respectivos Modelos de Prevención del Delito. Estos sistemas contemplan un conjunto de directrices orientadas a dar cumplimiento a la Ley 20.393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas frente a los delitos de cohecho, financiamiento del terrorismo, lavado de activos y receptación. En Chile, todas las unidades de negocio han certificado sus modelos según lo detalla la regulación.

En el contexto de estos modelos, en 2019, además de incorporar los nuevos delitos que prevé el cambio normativo, los negocios en Chile reforzaron las capacitaciones a sus colaboradores y equipos directivos.

En las empresas de Perú y Argentina, con el fin de dar cumplimiento a las normativas relacionadas con estas materias, se replicaron los Modelos de Prevención del Delito existentes en Chile.

MULTAS O SANCIONES

Durante 2019, ni Falabella Financiero ni sus unidades de negocio recibieron multas o sanciones de magnitud. En mayo de 2019 la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia impuso una multa de US$126.085 a Banco Falabella Colombia por incumplimiento de la Ley de protección de datos. Asimismo, la sanción exigió adoptar medidas para respetar los derechos de las personas respecto del tratamiento de su información, medidas que inmediatamente fueron implementadas al interior del Banco.

1.4

GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

El propósito de Falabella Financiero en materia de sostenibilidad es aportar valor a la sociedad y los grupos de interés más allá del que se deriva de su oferta comercial.

En Falabella Financiero se gestiona la sostenibilidad sobre la base de una estrategia que apunta a entregar valor más allá de los productos y servicios que cada unidad de negocios ofrece, buscando el desarrollo de relaciones de largo plazo con cada uno de sus grupos de interés.

PROGRAMAS DE SOSTENIBILIDAD CON ALCANCE REGIONAL

Para avanzar en estas líneas de trabajo, Falabella Financiero cuenta además con cinco importantes programas de sostenibilidad de alcance regional, cuya ejecución la lidera el equipo corporativo de sostenibilidad con el apoyo de los encargados de cada negocio.

Estos programas son:

- PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA EDDU
- VOLUNTARIADO CORPORATIVO
- ALIANZA CON AMÉRICA SOLIDARIA
- PROGRAMA HACIENDO ESCUELA
- BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES

En 2019, se llevó a cabo un proceso de actualización de la estrategia, donde participaron activamente los gerentes corporativos de cada una de las unidades de negocio. Como resultado se redefinieron las prioridades estratégicas incluyéndose un pilar ligado a la inclusión financiera.

Cabe destacar el compromiso de Falabella Financiero en Argentina con el desarrollo sostenible, que desde el año 2015 adhirió a la iniciativa Pacto Global de Naciones Unidas y cada dos años, presenta su informe de progreso. Asimismo, en 2019 formó parte de la mesa Directiva de Pacto Global Argentina.

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

FOCOS

- EDUCACIÓN FINANCIERA
- INCLUSIÓN FINANCIERA
- DIVERSIDAD E INCLUSIÓN
- DESARROLLO DE LA SOCIEDAD
- MEDIOAMBIENTE

PROPÓSITO

- Ser referentes de Educación Financiera en la Región
- Contribuir a la inclusión de grupos vulnerables al sistema financiero y al desarrollo comercial sostenible
- Fomentar una cultura de diversidad e inclusión en nuestros colaboradores
- Contribuir a través de inversión social, voluntariado y microemprendimiento al desarrollo de la sociedad
- Implementar iniciativas que contribuyan al cuidado del medio ambiente

STAKEHOLDERS

- Clientes, Colegios, Comunidad, Colaboradores
- Clientes, Comunidad
- Colaboradores
- Proveedores, Comunidad
- Medio Ambiente

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

- 1 FIN DE LA POBREZA
- 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
- 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
- 1 FIN DE LA POBREZA; 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD
- 13 ACCIÓN POR EL CLIMA

COMPROMISOS Y AVANCES EN SOSTENIBILIDAD DURANTE 2019

FOCOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	NIVEL DE CUMPLIMIENTO
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 piloto de educación financiera para 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''	●
	• Lanzamientos del juego digital de educación financiera a nivel regional	●
	• Desarrollar programas e-learning de educación financiera para todos los colaboradores de la región	◔
VOLUNTARIADO Y 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	◔

FOCOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS	NIVEL DE CUMPLIMIENTO
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 aumentando 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	◔
MEDIO AMBIENTE	• 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 hacerla accesible a todos los clientes	◔
	• Diseñar campañas específicas de promoción de valores como la diversidad y la inclusión	●

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2019

UNIDAD DE NEGOCIOS	PREMIO	QUIÉN LO ENTREGA	DESCRIPCIÓN
CMR Falabella	• Impulsores de Impacto Social	• Empresa Social Red Activos - ONG La USINA	• Premio a la Cultura Inclusiva
Banco Falabella	• Top Influencers	• Mercado Negro	• Reconocimiento a la mejor campaña de Marketing del sector Banca y Finanzas "Miércoles Gourmet"
Banco Falabella	• Servitest	• IPSOS	• 1er lugar en premiación que mide la percepción de los clientes cuenta correntistas con respecto al servicio de las entidades bancarias
CMR Falabella	• Premio Lealtad del Consumidor	• ALCO	• 1er lugar en Lealtad de los clientes en la categoría Tarjetas Casas Comerciales
CMR Falabella	• Premio Nacional de Satisfacción de Clientes	• Procalidad	• 1er lugar en reconocimiento a su gestión de excelencia en el sector Tarjetas Comerciales

02

DESEMPEÑO ECONÓMICO

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

VER CAPÍTULO

NUESTRO **COMPROMISO**

Aspiramos a consolidarnos como una institución financiera reconocida por su rentabilidad y responsabilidad.

IMPORTANCIA **ESTRATÉGICA**

La confianza y la generación de valor para sus accionistas, son los principales activos de una empresa financiera. Para avanzar en estos propósitos, ponemos siempre en el centro de nuestras decisiones las necesidades del cliente y nos enfocamos en la gestión adecuada del riesgo, la digitalización, la innovación y la eficiencia operacional.

CIFRAS DESTACADAS **DEL PERÍODO 2019**

US$ 1.899 millones
de ingresos

US$ 310 millones
de utilidad neta del período

US$ 7.582 millones
en colocaciones

48%
Proveedores PYMES a nivel regional respecto del total

2.1

INDICADORES ECONÓMICOS 2019

Impulsados por el crecimiento de las colocaciones, los ingresos de Falabella Financiero crecieron en 6% durante el último período

RESULTADOS FINANCIEROS

Los ingresos consolidados del año 2019 llegaron a MMUS $1.899, logrando un incremento de 6% en comparación al año anterior, explicado principalmente por el crecimiento de colocaciones, contrarrestado por un ambiente de consumo débil en Chile. Al enfrentar horarios de operación reducidos en nuestras sucursales en Chile durante la segunda mitad de octubre y todo noviembre, vimos un impacto en la venta y apertura de productos.

La cartera consolidada al 31 de diciembre de 2019 alcanzó los MMUS$ 7.582 destacando los crecimientos de Banco Falabella Chile y Banco Falabella Colombia. La venta de productos financieros en canales digitales creció 29%, alcanzando los MMUS$ 1.331, lo que representa un 37% del total de venta de productos financieros.

La utilidad neta consolidada ascendió a MMUS$ 310, un crecimiento de 12% con respecto al 2018, manteniendo un nivel de solvencia dentro de los límites normales en cada uno de los países en que está presente (Chile y Perú 15%, Colombia 11%).

EVOLUCIÓN DE PRINCIPALES INDICADORES (CIFRAS EN $ MMUS)

US$[1]	2018	2019	VARIACIÓN
Ingresos	1.791	1.899	6%
Costos	-826	-869	5%
Margen Bruto	965	1.031	7%
Impuesto	-111	-90	-19%
Utilidad Neta	277	310	12%

1. Todas estas cifras están en millones de dólares de Estados Unidos. El tipo de cambio es de 748,74 para ambos periodos. El cuadro considera solamente Banco Falabella y CMR Falabella de los respectivos países.

OTRAS CIFRAS OPERACIONALES **DESTACADAS DE 2019**

A raíz del estallido social en Chile, el área de Riesgos ha tenido un papel preponderante, haciendo un seguimiento oportuno del portafolio para mantener la calidad en la originación y ofrecer soluciones de pago flexibles a los clientes más afectados.

En Colombia se han logrado cuotas importantes de crecimiento en colocaciones con indicadores de riesgo bajo y en Perú los ratios de mora han mostrado una tendencia positiva. En Argentina, destacamos la gestión del riesgo crediticio bajo un contexto macroeconómico desafiante, a pesar del cual se han logrado disminuir los ratios de mora y el coste de riesgo, poniendo a disposición de los clientes, productos y soluciones de pago flexibles.

11,67%
Aumento de compras con tarjeta CMR

2,6 millones
de cuentas pasivas de Banco Falabella en la región

+USD 14.000
millones en ventas transaccionadas por CMR

11,2 millones
de pólizas de Seguros Falabella

CHILE Y SU **CONTEXTO SOCIAL**

Los hechos ocurridos en Chile en los últimos meses de 2019 tuvieron consecuencias en la operación y resultados anuales de Falabella Financiero. Desde el primer momento, la organización puso sus esfuerzos en la continuidad operacional, resguardando la seguridad de sus colaboradores y clientes.

En primer lugar, se reubicó a todos los colaboradores que por la situación país sufrieron daños severos en sus lugares de trabajo: sucursal Tottus San Antonio y Homecenter Carrera de Concepción. Asimismo, se implementaron soluciones de desplazamiento para todos los trabajadores. Los responsables de cada zona geográfica fueron los encargados de monitorear la situación en terreno tanto en lo vinculado al estado de la sucursal como en lo referido al bienestar de los equipos y sus preocupaciones. La comunicación oficial de la compañía fue canalizada a través de la plataforma Workplace y se priorizó el trabajo flexible y "home office", en el caso de los trabajadores de áreas centrales, de sucursales y del contact center.

Los líderes de equipo fueron instruidos con consejos para el manejo de sus colaboradores, promoviendo la empatía, la flexibilidad y la cercanía con la situación particular de cada uno. A su vez, se generaron espacios de conversación y reflexión, a través de focus groups, donde los participantes expresaron sus inquietudes e ideas de cara a la atención de clientes.

Se consideró también los perjuicios sufridos por nuestros clientes, en especial por aquellos cuyas fuentes de trabajo se vieron seriamente afectadas, como independientes y pequeños comercios. Para ellos, se ofrecieron medidas de alivio al crédito, las que se evaluaron caso a caso e incluyeron prórrogas por 90 días, manteniendo los valores de sus cuotas.

2.2

PROVEEDORES
FALABELLA FINANCIERO

Proveedores de Falabella Financiero en cifras

+3.700	+1.800	48%
Total de proveedores de Falabella Financiero en la región	Proveedores de Falabella Financiero que son Pymes	Proveedores Pymes respecto del total

GESTIÓN DE PROVEEDORES

Falabella Financiero aborda su relación con las empresas proveedoras con un enfoque que apunta al desarrollo recíproco y que se basa en los principios de transparencia, calidad y mejora continua.

A partir de esta mirada, la compañía desarrolla programas e iniciativas orientadas, entre otros objetivos, al traspaso de buenas prácticas y el aseguramiento del cumplimiento legal.

En total, Falabella Financiero cuenta con 3.772 proveedores y contratistas para sus operaciones en Chile, Perú, Colombia, Argentina y México. De este total, 1.802 proveedores –es decir, el 48%- corresponde a pequeñas y medianas empresas (Pymes).

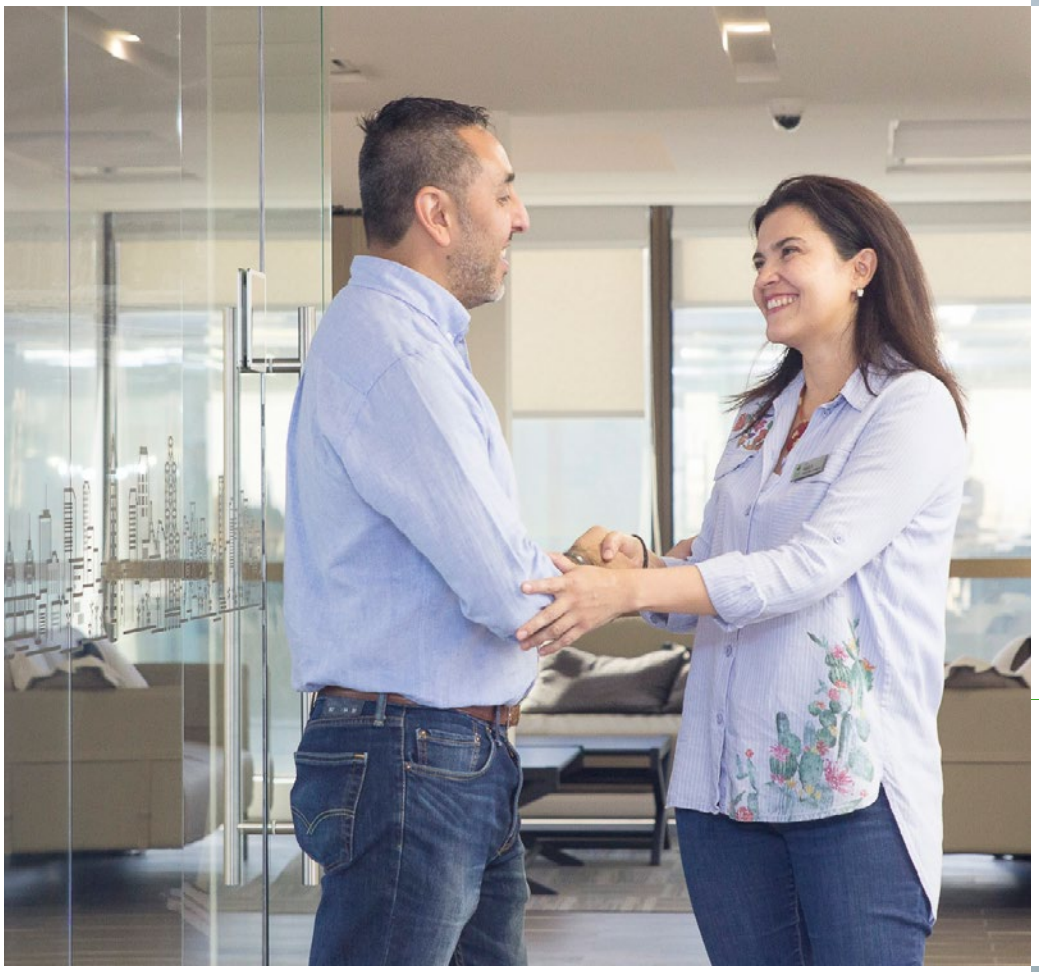
Para el desarrollo de su actividad, los negocios de banco y tarjetas ponen un énfasis especial en su relación con aquellos proveedores que por su mayor influencia en los riesgos operacionales tienen un carácter más crítico.

El trabajo que se impulsa con este segmento busca, entre otros aspectos, el refuerzo de sus sistemas de seguridad de la información y la revisión continua de sus planes de contingencia.

En el caso del negocio de Seguros, esta labor se centra en las empresas intermediarias, estratégicas para seguir avanzando en los planes de experiencia y recomendación de clientes.

PROVEEDORES CRÍTICOS POR UNIDAD DE NEGOCIO

Banco Falabella	CMR Falabella	Seguros Falabella
Servicios Informáticos	Servicios Informáticos	Compañías de seguros o aseguradoras
Transporte de valores	Emisores de plásticos	Servicios informáticos
Sociedades de Apoyo al Giro (SAG)	Sociedades de Apoyo al Giro (SAG)	Contact Center a clientes
Empresas de Seguridad	Transporte de documentos	Prestadores de servicio al asegurado



03

DESARROLLO COMERCIAL SOSTENIBLE

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

VER CAPÍTULO

NUESTRO **COMPROMISO**

Desarrollar un negocio que ponga al cliente en el centro de las decisiones y que le asegure una relación transparente, conveniente y simple.

IMPORTANCIA **ESTRATÉGICA**

Este es un pilar de nuestra Estrategia de Sostenibilidad y lo impulsamos con políticas, acciones y programas que apuntan a garantizar la entrega de información clara y responsable en todos los puntos de atención.

ASÍ LO **GESTIONAMOS**

- Impregnamos todos nuestros procesos operativos con los valores corporativos de Transparencia, Conveniencia y Simplicidad.
- A través de la Gerencia de Canales y en coordinación con los equipos de cada negocio, promovemos buenas prácticas y hacemos seguimiento de los indicadores de satisfacción.
- Continuamos potenciando el programa "Apasionados por los clientes''. Proyecto de transformación cultural que apunta a alinear la labor de todos nuestros equipos con las necesidades y expectativas de los clientes.

CIFRAS DESTACADAS **DEL PERÍODO 2019**

6,6 millones

de clientes en Chile, Perú, Colombia, México y Argentina con tarjeta de crédito CMR Falabella

3,37 millones

Número de canjes de puntos efectuados en el año, un 20% más que durante 2018.

688

Total de sucursales de atención presencial en América Latina

CÓMO ESTÁN PRESENTES NUESTROS VALORES EN LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

TRANSPARENCIA

Este es un pilar de todas las interacciones que establecemos con los clientes. Está presente tanto en el diseño de los productos comerciales como en su comercialización y en los servicios de postventa asociados.

Un ejemplo de esta impronta de transparencia en la atención son las pantallas interactivas que se ponen a disposición de los clientes en las sucursales bancarias para que éstos vean el detalle de los contratos.

Otra prueba de este enfoque está en los sistemas comerciales de seguros que aplicamos para eliminar las malas ventas.

CONVENIENCIA

Accesibilidad y oportunidad son aspectos claves de un servicio que aspira a convertirse en la opción más conveniente del mercado.

En Falabella Financiero, potenciamos estos atributos fortaleciendo nuestro modelo omnicanal de negocio e impulsando nuevas y mejores soluciones digitales.

En esta línea, podemos destacar como avances del último año la incorporación de la opción de acumular CMR Puntos con cualquier medio de pago y el lanzamiento de pago Contactless desde la app.

SIMPLICIDAD

Aspiramos a que nuestras comunicaciones comerciales y procesos de atención sean **siempre claros y no dejen lugar a confusiones.**

Por lo mismo, enfocamos nuestros esfuerzos en **potenciar el proyecto Omnicanal** –que homologa todos los canales de interacción con los clientes- y en simplificar tanto los protocolos de venta como los procedimientos de contrato.

CULMINACIÓN DEL PROCESO DE INTEGRACIÓN CMR FALABELLA Y BANCO FALABELLA CHILE

En 2019, se dio por finalizado el proceso de integración de CMR y Banco Falabella en Chile. De esta manera, CMR Falabella pasa a forma parte de la oferta de productos del banco, consolidándose así el liderazgo de nuestro negocio financiero en el segmento de personas y a potenciar la propuesta de valor, conservando la identidad y atributos de ambas marcas.

Los clientes mantuvieron sus condiciones contractuales, y durante 2019, tuvieron la posibilidad de acceder a una oferta más conveniente de productos, 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 190 sucursales desde Arica a Punta Arenas.

3.1

INCLUSIÓN Y ACCESIBILIDAD

Cifras destacadas sobre alcance regional e inclusión

6,6
millones de clientes con tarjetas de crédito CMR Falabella

30
nuevas sucursales en México en 2019

630
ATM en la región

El número de clientes con cuenta CMR activas de Falabella Financiero llegaron a 6,6 millones el 2019. Esta cifra representa un aumento del 3,4% respecto del año anterior

A partir de su mirada centrada en el cliente y carácter omnicanal, los servicios de nuestra compañía han permitido el acceso a la industria financiera de amplios sectores de la población en América Latina.

La tarjeta CMR Falabella, en concreto, hoy facilita la vida a más de 6,6 millones de personas en Chile, Perú, Colombia, México y Argentina, algunas de las cuales ven en este producto la primera tarjeta de crédito familiar.

El avance de nuestra presencia en la región, además, se ha traducido en los últimos años en un aumento considerable del número de sucursales, plataformas digitales y cajeros automáticos a disposición de los clientes de estos mercados.

Esta expansión tuvo un especial impulso en 2018 con la apertura de 92 oficinas de Falabella Soriana en México, proceso que continuó con la inauguración de otras 30 oficinas en este país durante 2019.

ALIANZA CMR FALABELLA – MASTERCARD

Con el objetivo de ampliar la oferta de valor y entregar un servicio más flexible que se adapte a las necesidades de cada uno de los clientes, en abril 2019, Banco Falabella Chile decidió aumentar la cantidad de productos Mastercard disponibles. Esta decisión se enmarcó dentro de la estrategia de multimarca de la compañía. A partir de entonces, las nuevas tarjetas de crédito CMR comenzaron a ser emitidas con la marca Mastercard en Chile, Colombia, Argentina y México. Aquellos clientes que decidieron continuar con sus tarjetas VISA pudieron hacerlo y, para quienes decidieron migrar a Mastercard, este cambio no implicó costos adicionales ni modificaciones en las condiciones de su tarjeta.

Para la firma de este acuerdo, se requirió realizar inversiones significativas en la adecuación de sistemas y procesos, acompañadas de estrategias comunicacionales y de marketing que reforzaron el convenio. Paralelamente, Banco Falabella Chile, discontinuó las tarjetas de crédito clásicas, emitiendo ahora únicamente tarjetas con bandera internacional (Mastercard o Visa). Adicionalmente, gracias a la integración de Banco Falabella con CMR Falabella, se dejó de emitir la tarjeta Visa Banco Falabella, siendo reemplazada por tarjetas de crédito CMR. De esta manera, quienes poseían tarjetas de crédito del banco tuvieron la posibilidad de consolidar su cupo disponible en la tarjeta CMR Falabella.

3.2

SATISFACCIÓN Y RECLAMOS DE CLIENTES

El nivel de recomendación o NPS[1] consolidado que alcanzaron los negocios de Falabella Financiero al cierre del último período fue de 62%.

En Falabella Financiero tomamos nuestras decisiones priorizando siempre las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Es por esta razón que nos interesa conocer de forma permanente la percepción que ellos tienen tanto de la calidad de nuestros productos como del nivel de atención que reciben en cada punto de contacto. Esta es una información que consideramos crítica para identificar nuestros espacios de mejora y definir soluciones que nos permitan mantener su lealtad en el tiempo.

En línea con esta aspiración de construir con los clientes relaciones de largo plazo, en 2015 comenzamos a aplicar progresivamente en todas las unidades de negocio la metodología de medición NPS (Net Promoter Score). Esta herramienta permite medir la lealtad de los clientes, basándose en las recomendaciones que hacen a partir de sus experiencias con la compañía, y así detectar oportunidades de mejora y fortalecer el vínculo del cliente con la marca.

Para avanzar en este objetivo, durante los últimos años hemos complementado el desarrollo de nuevas soluciones operacionales y tecnológicas con un trabajo continuo a nivel de cultura interna en el marco del programa Apasionados.

A partir de este enfoque de "cliente en el centro", en 2019 alcanzamos importantes logros en materia de NPS:

- **En Banco Falabella Chile,** se implementó un modelo de mejora de calidad en los procesos de ventas de seguros, PAT y cuentas corrientes.
- **En CMR Falabella Argentina** se realizaron talleres en las sucursales que permitieron entregar herramientas para mejorar la gestión de la satisfacción de clientes. Asimismo, se organizaron mesas de trabajo para el análisis causa-raíz de los principales "dolores" de los clientes.

*1. NPS total = suma de NPS*N (muestra)/Total muestra (N)*

- **En Banco Falabella Colombia**, por su parte, y bajo la metodología "Design Thinking" se continuó el proceso de monitoreo de las causas principales de detracción. Por otra parte, se inició el proceso de medición del NPS de cobranzas y se promocionó la atención vía Whatsapp.

- **En Banco Falabella Perú** se trabajó durante el 2019 en el marco de la implementación de proyecto Omnichannel 2.0, se implantaron diversas iniciativas que ayudaron a mejorar la actitud y aptitud de los ejecutivos, desarrollando un nuevo modelo de gestión.

- **En Falabella Soriana México** se mejoraron los procedimientos para abordar la "mala venta" y se reforzó la capacitación a los trabajadores del call center. También allí se ejecutaron procesos de análisis causa-raíz de las principales problemáticas presentadas por los clientes

- **En Seguros Falabella Chile,** se puso especial foco en los reclamos relacionados con las promociones y se realizaron todos los esfuerzos para incrementar la capacidad de resolución de parte de los ejecutivos.

- **En Seguros Falabella Perú,** se concientizó a las diferentes áreas corporativas en torno a la existencia e importancia de la encuesta. Paralelamente se empoderó a los líderes de canales para un seguimiento más cercano y oportuno de las alertas. Por último, se implementó un plan relacional.

Gracias a los esfuerzos realizados en cada filial y a nivel corporativo, se logró mejorar el NPS en la mayoria de los negocios. Cabe destacar el crecimiento en este indicador en 13 y 12 puntos porcentuales en Banco Falabella Perú y Seguros Falabella Perú, respectivamente, esto se explica por la implementación del nuevo modelo de atención Omnichannel 2.0.

La baja en el indicador NPS en el caso de CMR Falabella Argentina, se explica por la situación macroeconómica del país y el reflejo en las mayores restricciones para el otorgamiento de préstamos. Por su parte, en Falabella Soriana México, la baja se explica por la ampliación de los clientes encuestados durante 2019 y por retrasos en los tiempos de espera.

Indicador NPS para venta presencial

		NPS 2018	NPS 2019
	Banco Falabella	67%	**64%**
	Seguros Falabella	71%	**73%**
	Banco Falabella	41%	**54%**
	Seguros Falabella	53%	**65%**
	Banco Falabella	61%	**60%**
	Seguros Falabella	75%	**81%**
	CMR Falabella	60%	**52%**
	Seguros Falabella	71%	**71%**
	Falabella Soriana	64%	**55%**

Premios y reconocimientos en el ámbito de clientes

CMR Falabella Chile

1er lugar en el premio Procalidad 2019 en categoría Tarjetas comerciales

Banco Falabella Chile

1er lugar en estudio Servitest como Mejor Experiencia en App

Banco Falabella Chile

1er lugar en premio Lealtad del Consumidor, en categoría Tarjetas Casas Comerciales

PROGRAMA APASIONADOS

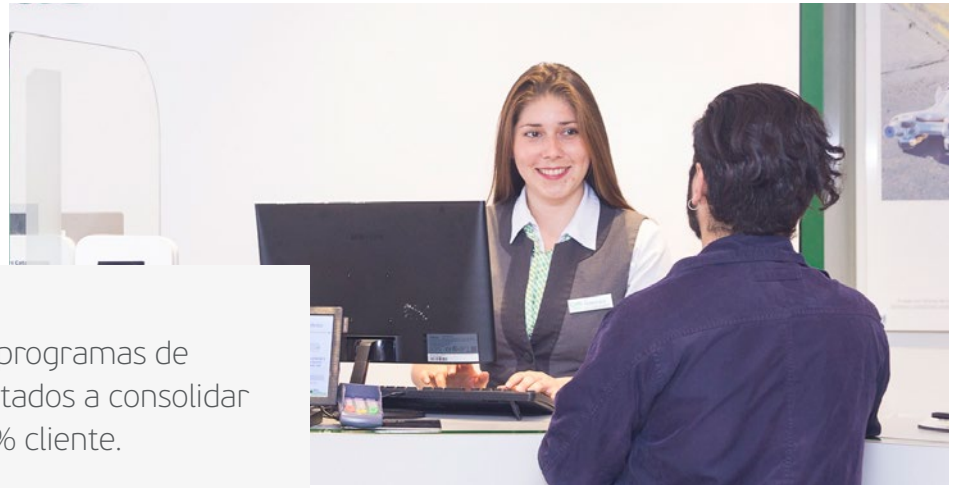
Esta es una iniciativa que lanzamos en 2017 a nivel regional con el objetivo de involucrar a todos los equipos en nuestra transformación como compañía 100% orientada al cliente. Los tres ejes estratégicos de este proyecto son:

- Ponernos en el lugar de los clientes
- Escuchar y atender sus necesidades
- Construir relaciones de largo plazo

En línea con estos pilares, **"Apasionados"** ha puesto el foco, entre otros aspectos, en la medición del NPS interno, la definición de metas de reducción de reclamos y el fortalecimiento del programa de reconocimiento para los colaboradores.

Como parte de este programa, también se ha trabajado en capacitaciones sobre nuevas prácticas de comercialización, protocolos de atención y ventas, y cursos e-learning sobre el rol del **"Ejecutivo Responsable".**

Hemos reforzado los programas de capacitación interna orientados a consolidar una cultura 100% cliente.



Durante 2019, algunos de los principales programas que desarrollamos en el marco de "Apasionados'' fueron los siguientes:

- **Chile:** Se reconoció a colaboradores destacados por el resultado de su NPS interno o externo y se estableció un modelo para mejorar la calidad de ventas de seguros, PAT y cuentas corrientes.

- **Perú:** Se lanzó *Omni*, donde se digitalizaron los procesos y se optimizaron los flujos de venta y atención, y se trabajó en la migración de los clientes a los canales digitales, enseñándoles a usar la página web para que puedan acceder al Banco en el lugar y el momento que necesiten. Todo esto fue impulsado con un fuerte trabajo en la gestión del cambio, capacitando a los ejecutivos, desarrollando actividades que permitieran mantener vivo el programa y premiando a los ejecutivos destacados.

GESTIÓN DE RECLAMOS

En Falabella Financiero consideramos los reclamos de los clientes como un insumo estratégico para nuestros programas de mejora continua. En este ámbito, nuestros objetivos son seguir disminuyendo el número de reclamos por país y unidad de negocio, y continuar fortaleciendo nuestra plataforma para garantizar a los clientes respuestas cada vez más oportunas y eficaces.

Con estos propósitos, hemos incorporado mejoras constantes en los procesos de gestión de reclamos y se han reforzado los programas de capacitación interna orientados a consolidar una cultura 100% cliente.

En 2019, los principales programas y acciones que impulsamos en esta materia se vincularon con la gestión de los reclamos desde su causa raíz, la resolución de los problemas en el inicio del proceso, tanto a nivel de transacciones físicas como digitales, y la disminución de los tiempos de respuesta o SLA.

Banco Falabella

- **Banco Falabella Chile:** Se trabajó en la implementación de mejoras en el proceso de reclamos, impactando directamente en los tiempos de respuesta a los clientes. Otras iniciativas favorecieron la disminución en las tasas de reclamos: la integración de Banco Falabella y CMR Falabella en un mismo sistema, la automatización de respuestas para los reclamos que proceden y el desarrollo de formularios para la asignación automática a las áreas resolutoras. Además, se fortalecieron los análisis de causa-raíz de los dolores principales de clientes y el trabajo con las áreas para su resolución.

Banco Falabella

- **Banco Falabella Perú:** El foco estuvo en la solución de problemas sistémicos que generaban incidencias durante el año y en la mejora de procesos. También se fortalecieron los análisis de causa-raíz y se generaron múltiples instancias para trabajar transversalmente en los reclamos de clientes.

Banco Falabella

- **Banco Falabella Colombia:** La unidad desarrolló un plan integral para la mitigación de fraudes, fortaleciendo sus reglas de monitoreo, a través de la revisión de los comercios que son registrados en los reclamos por desconocimiento de transacción. Junto con esto, ha ingresado a Pay True los comercios que son nuevos, para poder fortalecer la detección de fraudes en el futuro.

CMR Falabella

- **CMR Falabella Argentina:** Se corrigió la lógica de cálculo de bonificación de comisiones, se optimizaron las reglas de alerta y rechazo de transacciones fraudulentas y se desarrollaron reportes cruzados y controles preventivos, con el objetivo de desarrollar una estrategia proactiva en la gestión de reclamos.

Falabella Soriana

- **Falabella Soriana México:** Además de mejorar su política de mala venta, se trabajó en la solución de incidencias operativas junto al área de operaciones y se fortaleció el análisis de causa raíz.

Estas innovaciones nos permitieron reducir el número de reclamos en un 16% a nivel consolidado en los negocios, pasando de 384.435 a 323.006. En este contexto, destacó especialmente la disminución alcanzada en Banco Falabella Colombia de 63.363 a 52.961, por la baja en los reclamos por desconocimiento de transacción y CMR Falabella Argentina de 74.186 a 17.663 gracias a las mejoras mencionadas.

EVOLUCIÓN DE RECLAMOS POR PAÍS Y UNIDAD DE NEGOCIO

NEGOCIO	PAÍS	2018	2019
Banco Falabella	Chile	103.593	108.963
	Perú	99.937	81.341
	Colombia	63.365	52.965
	TOTAL	**266.895[1]**	**243.272**
CMR Falabella	Argentina	74.186	17.663
	México	7.789	24.142
	TOTAL	**81.975[1]**	**41.805**
Seguros Falabella	Chile	15.696	18.374
	Perú	4.244	2.774
	Colombia	9.225	12.308
	Argentina	6.400	4.476
	TOTAL	**35.565**	**37.932**

1. Dato que se modifica respecto al dato publicado en el Reporte de Sostenibilidad 2018, debido a la integración del indicador de CMR Falabella y Banco Falabella Chile.

En el caso de Chile, el alza en el indicador de Banco Falabella se explica principalmente por el aumento en reclamos por desconocimiento de transacciones. En México, la explicación del alza es la migración de los clientes desde los sistemas de Soriana a los de CMR Falabella.

Particularmente, en Seguros Falabella Chile, se desarrollaron varias iniciativas para reducir la tasa de reclamos: reuniones mensuales con los equipos de Banco Falabella Chile encargados de la venta directa y con asesores comerciales de cada zona, instándolos a trabajar para reducir los indicadores de reclamos.

Además, se automatizaron procesos de respuesta en productos específicos y en la entrega de soluciones inmediatas a los clientes.

3.3

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

El nuevo equipo ***Loyalty***, prestará servicios a nivel transversal y ayudará a consolidar el pilar de fidelidad en el ecosistema Falabella.

El programa de fidelización CMR Puntos es uno de los principales pilares del negocio de Falabella Financiero. Reconocido como uno de los servicios diferenciadores de nuestra compañía, permite a los clientes de CMR Falabella y Banco Falabella acumular y canjear puntaje por compras realizadas en las tiendas de Falabella y otros comercios en alianza, tanto en Chile como en otros países de la región.

En el marco del proceso de expansión de este programa y con el objetivo de consolidar el pilar de fidelidad en el ecosistema Falabella, en marzo de 2019 se conformó un equipo específico "Loyalty", que prestará servicios a nivel transversal a todo el holding, con dependencia directa del Gerente General de Falabella Financiero.

Los objetivos específicos de este programa y del equipo en particular dicen relación con incrementar la preferencia de los clientes por las marcas del Grupo y al mismo tiempo profundizar en los negocios el conocimiento de los clientes para así ofrecerles productos y soluciones más adecuadas a sus expectativas.

A nivel latinoamericano, en 2019 continuamos sumando cadenas a esta plataforma de comercios que permiten la acumulación de puntaje. Paralelamente, también seguimos consolidando el uso de giftcards para el canje de productos en tiendas Falabella.

Como parte de este trabajo, entre las iniciativas que pusimos en marcha destacaron la alianza con Despegar, la implementación de giftcards en el portal Linio, la posibilidad de canjear puntos en los productos del catálogo para profesionales de Sodimac y el lanzamiento de una nueva plataforma de experiencias con más de 30 aliados.

En noviembre del 2019 se lanzó la nueva imagen de CMR Puntos.

La nueva imagen del programa busca reforzar el propósito de acompañar e inspirar a los clientes para que disfruten más, sorprendiéndolos en todo momento con productos y experiencias que llenen de alegría a ellos y sus familias.

Por otra parte, en 2019 se implementó en Chile la funcionalidad para que nuestros clientes puedan acumular puntos fuera del ecosistema Falabella. En 2020 será posible hacerlo en Perú y en Colombia.

Estos avances y las campañas de posicionamiento de marca que se desarrollaron en todos los países, impulsaron un crecimiento significativo en el número de canjes ejecutados a lo largo del período. Asimismo, permitieron consolidar una creciente comunidad de clientes en torno a las marcas del Grupo Falabella, así como potenciar el uso de nuestros medios de pago.

Evolución número de canjes por país (cifras en miles)

	2018	2019	
Chile	1.648	2.046	19% de crecimiento
Colombia	458	599	24% de crecimiento
Perú	661	720	8% de crecimiento

04

ESTRATEGIA DE **DIGITALIZACIÓN**

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

VER CAPÍTULO

NUESTRO **COMPROMISO**

Evolucionar desde un concepto de organización con presencia predominantemente física hacia un modelo de negocio financiero de carácter digital, con presencia en el mundo físico.

IMPORTANCIA **ESTRATÉGICA**

Este es un objetivo central de nuestra estrategia de crecimiento, con el cual buscamos mejorar la experiencia de los clientes y garantizar la entrega de servicios y productos basados en los valores corporativos de transparencia, conveniencia y simplicidad.
Los avances que hemos logrado hasta ahora en esta área, especialmente en materia de aplicaciones móviles y mejoras de sitios web, han permitido entregar más y mejores soluciones financieras a nuestros clientes, mejorar su experiencia y al mismo tiempo, optimizar y reforzar la seguridad sus operaciones.

ASÍ LO **GESTIONAMOS**

- El área encargada de liderar nuestra estrategia de digitalización es la Digital Factory.
- Para garantizar que todos los programas e innovaciones que impulsamos en materia de digitalización estén alineados con las necesidades y expectativas de los clientes, contamos con una serie de canales de retroalimentación, entre los cuales cuentan pruebas de usuarios, desayunos, encuestas y análisis de redes sociales.

En materia de digitalización nuestros objetivos son:

- Migrar cada vez más clientes a los canales digitales
- Aumentar el uso de los canales digitales
- Mejorar la experiencia de los clientes en esas plataformas
- Potenciar la venta de productos financieros
- Lograr experiencia digital integrada de productos financieros en el ecosistema Falabella

CIFRAS DESTACADAS DE NUESTRA **TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN 2019**

2,98 Millones

de aplicaciones móviles activas al cierre de año, un 63% más que en 2018

Más de 3,4 millones

de atenciones con la asistente virtual Lía

26.898

cuentas corrientes y tarjetas de crédito abiertas 100% vía digital

28,3%

de las ventas de crédito de consumo se efectuaron a través de los canales digitales

39%

de crecimiento en la transaccionalidad en canales digitales

34% más

de clientes migraron a canales digitales durante 2019

4.1

DIGITAL FACTORY

más de 300

Profesionales trabajan en la Digital Factory

Con el objetivo de ampliar y mejorar la experiencia digital de los clientes, a través de soluciones tecnológicas capaces de acompañar las demandas cambiantes del mercado, a fines de 2016 creamos la Digital Factory.

Desarrollada para liderar nuestra estrategia de digitalización, esta unidad ha logrado desde entonces fortalecer la migración de los clientes de los distintos negocios de Falabella Financiero a plataformas digitales, así como fortalecer el uso de estos canales y mejorar su experiencia.

En 2019, **la Digital Factory reestructuró sus equipos de trabajo desde un modelo de experiencias o focos acotados por equipo a un modelo de portafolio**s, dándole más flexibilidad estructural, mayor capacidad de reacción, y por tanto, logrando una asignación más eficiente de los recursos. Los portafolios engloban las grandes experiencias o focos digitales que corresponden a Ventas, Atenciones, Uso, Loyalty y Seguros. Estas asignaciones permiten a los equipos aprovechar sinergias de desarrollo, y dan a los portafolios la posibilidad de distinguir nuevas oportunidades que los ayuden a alcanzar los objetivos definidos en cada uno.

Asimismo, y siguiendo la línea de buscar mayor adaptabilidad, se modificó el plazo de planificación del roadmap, pasando de una planificación anual a una cuatrimestral, con todas las áreas de la compañía y de las BU's, donde las prioridades son definidas según el impacto en la experiencia y uso de los clientes, el aporte a los resultados de Falabella Financiero, la sostenibilidad y la capacidad técnica o esfuerzo requerido para construir la solución. De este modo, garantizamos definir y trabajar solo en las iniciativas más relevantes a cada momento.

Al cierre de 2019, la Digital Factory duplicó su dotación respecto del año anterior, superando los 300 colaboradores. Se trata de un equipo joven y diverso en cuanto a profesiones, género y con estudios en diferentes disciplinas.

PRINCIPALES INICIATIVAS DE LA DIGITAL FACTORY DURANTE 2019

Así, en 2019, la Digital Factory continuó avanzando con su cometido, lanzando importantes soluciones digitales y funcionalidades para mejorar y eficientizar los sistemas de atención remotos con foco 100% en el cliente. Entre estos adelantos destacaron especialmente:

- **La apertura digital en las sucursales de Perú**, donde lograron reducir en un 50% los tiempos que un cliente espera para obtener su tarjeta de crédito, teniendo el proceso más eficiente del mercado.
- En paralelo, se mejoró el proceso de obtención de la **tarjeta CMR en Chile desde la página web**, cerrando el año con excelentes resultados en ese ámbito.
- Por otro lado, se completó casi a cabalidad la oferta de **créditos en los canales digitales** de toda la región.
- Asimismo, se logró implementar **un proceso de pocos pasos** para la apertura digital de tarjetas CMR Falabella para los clientes e-commerce del Grupo, pudiendo comprar inmediatamente en línea, aprovechando así los descuentos y beneficios del mundo Falabella en Chile.
- Para mejorar la experiencia de uso digital de los productos, la principal innovación del año fue la **facilidad de ver la tarjeta en la App** sin necesidad de recurrir a una sucursal, a retirar el plástico.
- Además, se potenciaron los **pagos QR** y la recaudación de los estados de cuenta con todos los bancos.
- En el negocio de Seguros, se trabajó en temas de **seguridad y claves** y se reforzaron los mecanismos de atención a través de canales digitales.
- Por último, se habilitó la **opción de administrar inversiones a través de los canales digitales** pudiendo por ejemplo tomar depósitos a plazo desde la app en Chile.

Como resultado de las facilidades y mejoras desarrolladas en los últimos tres años, la transaccionalidad de los canales digitales creció en casi un 40% con respecto a 2018.

En términos de atención digital de clientes, se implementó un proceso 100% online de desconocimiento de transacciones, se mejoraron las interfaces de los estados de cuenta y se habilitó la opción de ingresar un reclamo en línea desde la web. Además, en 2019 seguimos robusteciendo a la asistente virtual "Lía" como canal de atención. Por último, y aquí lo más transformador, durante 2019 se comenzó a desplegar el nuevo modelo de atención de clientes en sucursales a través de la herramienta Omnichannel 2.0 que desarrollaremos más adelante. Todo esto, y el enorme foco digital de todos los equipos de cada negocio, permitió que al menos un 30% más de clientes se hicieran digitales durante este año.

4.2

OMNICHANNEL 2.0

EXPERIENCIA OMNI 2.0

El cliente se atiende en una plataforma web equivalente a su sitio privado.

El ejecutivo toma un rol de asesor, guiando al cliente durante la atención.

El cliente es instruido sobre las funcionalidades disponibles en nuestros canales digitales.

En la Digital Factory, durante el 2019, trabajamos en la implementación de nuestro programa Omnichannel 2.0, logrando iniciar en todos los negocios de Falabella Financiero, un nuevo modelo de atención a clientes en sucursales.

Gracias a este proyecto, los usuarios tendrán experiencias coherentes y homogéneas, sin importar el canal de atención que elijan, debido a la integración de todos los canales de interacción (físicos y digitales).

Este modelo busca potenciar la transparencia y la educación financiera y digital: en las sucursales, el ejecutivo y el cliente estarán juntos, navegando en una interfaz muy similar a la que vería el cliente en su casa si se auto-atendiera desde el sitio web.

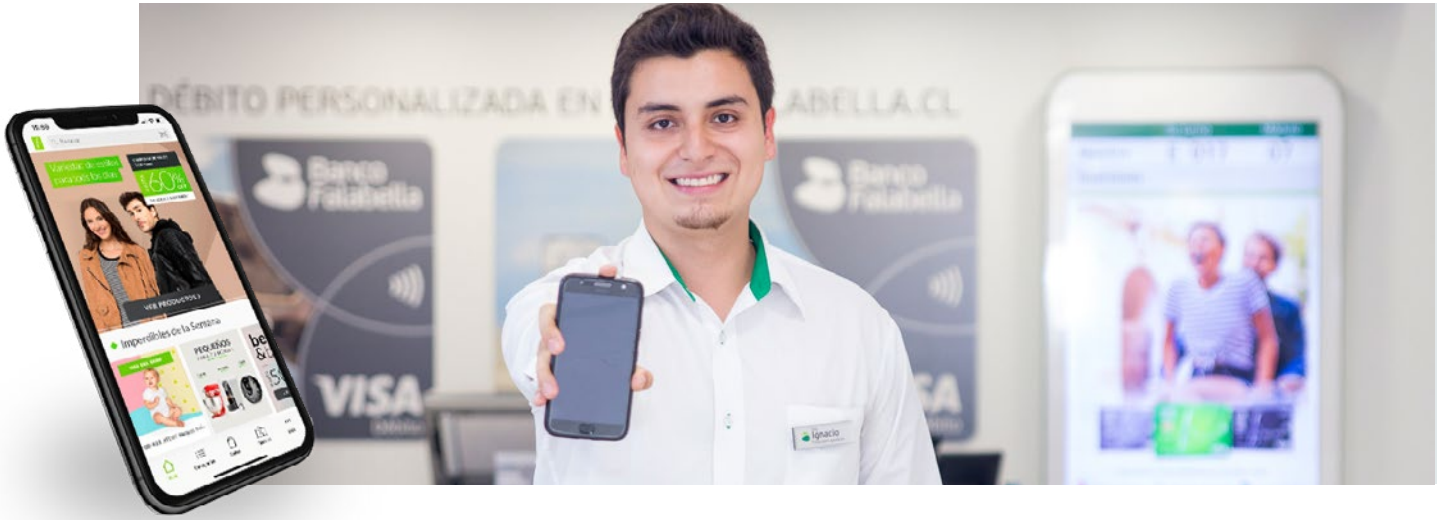
Al cierre de 2019, el proyecto se encontraba implementado en 225 puntos de atención a nivel regional.

225

Puntos de atención con programa Omnichannel 2.0 afines de 2019

4.3

APLICACIONES MÓVILES



El continuo trabajo de diseño y desarrollo de aplicaciones móviles que impulsamos en Falabella Financiero nos permitió cerrar 2019 con más de 2,9 millones de usuarios activos de nuestras apps, cifra 63% mayor que la alcanzada el año anterior.

Durante 2019 continuamos trabajando en el diseño y desarrollo de nuevas capacidades para que nuestros clientes encuentren todo lo que necesitan a diario en este canal.

Los esfuerzos que venimos realizando en materia de migración a canales digitales comienzan a dar frutos: en 2019 en todas las unidades de negocio aumentó la satisfacción de los usuarios que las utilizan tanto en los procesos de venta como en los de atención.

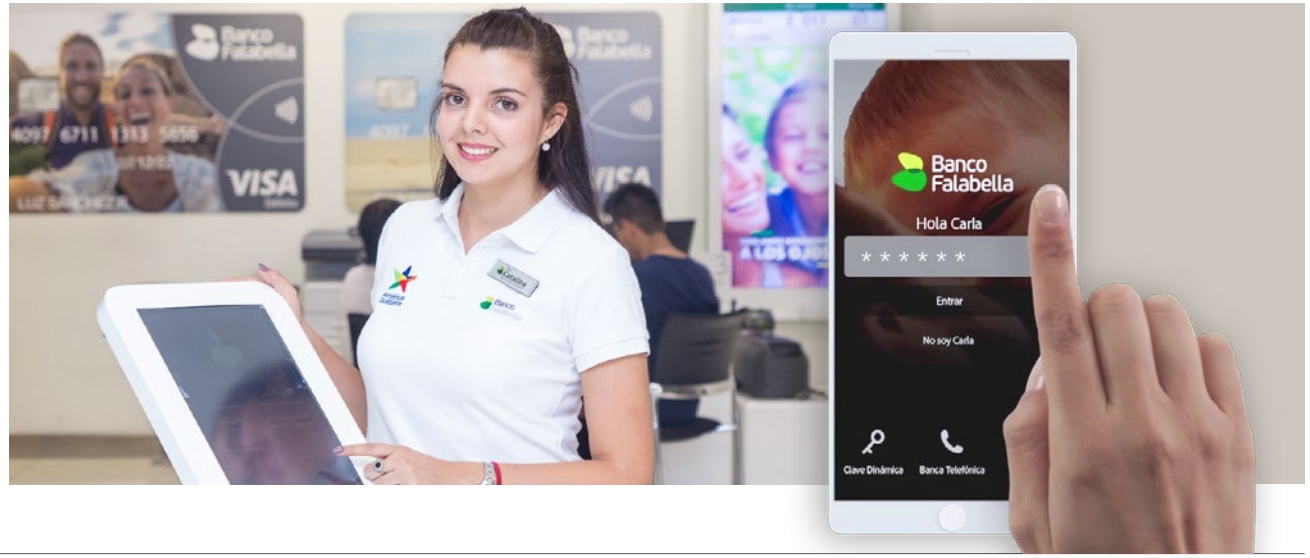
SATISFACCIÓN DE CLIENTES CON CANALES DIGITALES[1]

	NPS Digital Venta		NPS Digital Atención	
	2018	2019	2018	2019
Banco Falabella (Chile)	79%	**81%**	54%	**58%**
Banco Falabella (México)	37%	**54%**	18%	**26%**
Banco Falabella (Colombia)	70%	**79%**	35%	**43%**
Seguros Falabella (Chile)	56%	**55%**		

1. Dato acumulado al cierre de cada año, tomando en consideración las encuestas realizadas en los canales web y app.

4.4

SOLUCIONES DE PAGO - FPAY



Uno de los principales hitos de 2019 fue la creación de una nueva empresa, Fpay, que tiene como propósito crear una solución digital simple y segura de pagar, ya sea online o en tiendas físicas, y facilitar la transferencia de dinero entre personas. Permitir a cualquier persona consolidar todas las formas de pago en una sola App, mostrando siempre la manera más conveniente de pagar, junto con los beneficios dentro y fuera del mundo Falabella.

Falabella ya cuenta desde el 2017 con una solución de pagos para sus plataformas *e-commerce* la cual le ha permitido contar con excelentes tasas de conversión y bajo fraude lo cual acompañó fuertemente el crecimiento de la venta en las plataformas de *e-commerce*.

Con la creación de Fpay se decidió expandir fuera de nuestros retailers y de esta manera Falabella Financiero podrá ofrecer una plataforma de pago para clientes y no clientes del Grupo que puedan realizar transacciones en comercios dentro y fuera del ecosistema Falabella.

Para ello, en 2019 se montaron las bases estructurales de la organización, se definió la marca y su identidad, se contrató a los equipos de desarrollo, marketing y atención a clientes y en agosto se implementó la Digital Factory en Argentina, llegando, en conjunto con la oficina de Chile, a un equipo binacional de casi 100 personas. También, se inició el proceso de instalación de la misma empresa en Perú y en Colombia y se definió el alcance que tendría esta solución en cada país.

En 2020, el objetivo es lanzar Fpay en Chile, Perú y Colombia. Mediante esta solución los usuarios podrán registrar sus medios de pago en una billetera digital y pagar mediante códigos QR de manera rápida, sin tener que utilizar dinero en efectivo, tarjetas de crédito ni de débito.

4.5

CONSOLIDACIÓN DEL MODELO CORPORATIVO DE SISTEMAS

Nuestro objetivo estratégico de avanzar hacia un modelo de omnicanalidad que asegure la mejor experiencia a los clientes y la seguridad de sus operaciones, se sustenta en la implementación de una arquitectura homogénea, ágil, escalable y flexible.

Al disponer de sistemas, información y procesos centralizados e integrados, estas plataformas nos permiten garantizar operaciones coherentes, altamente seguras y homogéneas entre los distintos canales de atención, así como mejores niveles de satisfacción y recomendación. Este proceso de transformación iniciado hace algunos años, nos permitió finalizar el 2019 con la implementación de gran parte de los sistemas centrales permitiéndonos mayor velocidad, experiencia regional única y conocimientos centralizados.

Al programa Omnichannel se sumaron otras iniciativas que partieron como pilotos a nivel local pero cuyos buenos resultados permitieron su expansión a otros países y negocios. En este ámbito destacan proyectos diseñados para automatizar los procesos internos –especialmente los de apoyo a la gestión comercial y operacional- y avanzar en la migración tecnológica de los sistemas de gestión de personas. Por otra parte, en 2019 avanzamos en nuestro modelo de Banking As a Service & Open API, soluciones que permitirán integrarnos de mejor forma en ecosistemas del Grupo y de terceros, de una manera agil y homogénea.

Sabemos que la agilidad es clave en estos tiempos y es por ello que hemos expandido nuestra cultura DevOps de automatización y capacidades cloud a toda la organización, logrando así despliegues de software mas seguros, rápidos y eficientes lo cual se tradujo en un mejor uptime en todos nuestros canales digitales.

También en 2019, logramos avances significativos en materia de gestión de procesos, destacando la **implementación de una Política de Procesos Corporativa**, y de procesos y sistemas homologados a nivel corporativo. El desarrollo de proyectos bajo la filosofía Lean, nos permitió alcanzar ahorros significativos en tiempos y recursos.

4.6

SUCURSALES DIGITALES

A lo largo del año 2019 abrimos 12 de estos puntos de atención, lo que nos permitió terminar el año con 34 en total.

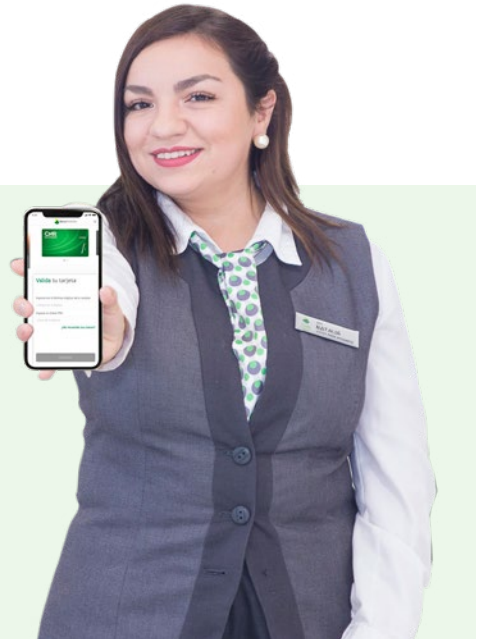
Las sucursales digitales son puntos de atención presencial con ejecutivos capacitados para entregar soluciones a los clientes a partir del uso de las apps y webs de la compañía.

Este formato permite entregar al usuario una mejor experiencia y una respuesta más rápida a sus necesidades. Al mismo tiempo, lo educa y orienta en las amplias posibilidades que abren las plataformas digitales de la empresa, para que en adelante opte por una autoatención con garantías de eficiencia y seguridad.

Al cierre de 2019, a nivel regional contábamos con 34 sucursales digitales.

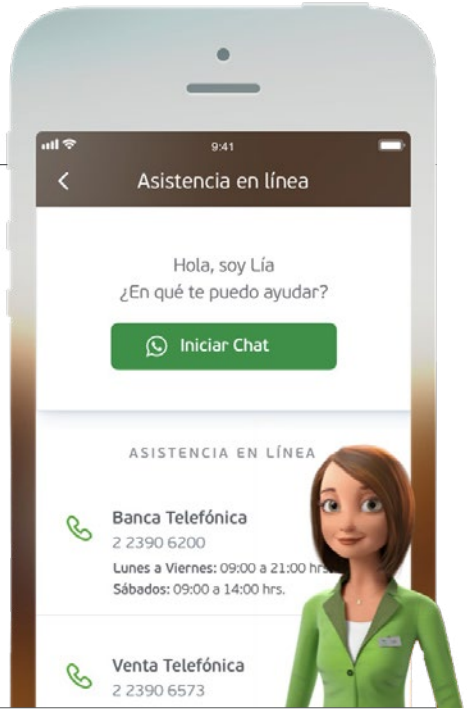
34
Sucursales Digitales

operativas al cierre de 2019



4.7

ASISTENTE VIRTUAL



Lía se llama la asistente virtual o Chatbot que habilitamos en 2018 como nuevo canal de relación para los clientes de Banco Falabella Colombia, Banco Falabella Chile, CMR Falabella Chile, Banco Falabella en Perú, CMR Argentina, CMR México y Seguros Falabella Chile y Colombia.

Este sistema, responde preguntas y ayuda a resolver problemas entregando resolución en línea y una experiencia personalizada. Cuando Lía no es capaz de solucionar la consulta, deriva a un ejecutivo de atención quien inmediatamente completa la conversación iniciada en el Chatbot.

En total, a lo largo del año, Lía registró más de 3,4 millones de atenciones a clientes.

3,4
millones

de atenciones con Lía

4.8

PROMOCIÓN DE LA INNOVACIÓN

Uno de los objetivos que nos hemos planteado en Falabella Financiero es instalar en la organización una cultura de la innovación, que promueva la creatividad, el trabajo en equipo y la inserción de la compañía en el ecosistema de nuevos emprendimientos y avances tecnológicos.

En este propósito se enmarcan algunas iniciativas que desarrollamos en el último tiempo. Entre ellas destaca la participación en la Primera Versión del Concurso de Innovación "Hecho en Falabella", programa global del Grupo Falabella, en la que participaron más de 2.000 personas de nueve países. Se trata de un **concurso de innovación interno** que busca recibir ideas que aporten a nuestra estrategia, mejoren el servicio que damos a nuestros clientes o que impacten positivamente a cualquier área de nuestro negocio. Miembros de nuestros equipos, en conjunto con colaboradores de otras empresas del Grupo, participaron y algunos de ellos fueron galardonados por sus soluciones.

"Hecho en Falabella"

Concurso de innovación realizado por primera vez. Una Iniciativa Global del grupo Falabella

Más de 2.000

Personas de nueve países participaron en el concurso

05

EDUCACIÓN **FINANCIERA**

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

VER CAPÍTULO

NUESTRO **COMPROMISO**

Contribuir a la construcción de una sociedad más responsable y empoderada en la gestión de sus finanzas personales.

IMPORTANCIA **ESTRATÉGICA**

Creemos que la educación en temas financieros puede ampliar la bancarización de la sociedad y generar usuarios conscientes de sus derechos y deberes.
A partir de esta convicción, buscamos potenciar el conocimiento que tienen las comunidades, los clientes y nuestros propios colaboradores respecto de las oportunidades y riesgos que involucran los servicios y productos financieros.

ASÍ LO **GESTIONAMOS**

- Desde 2016 promovemos nuestro programa de educación financiera llamado Eddu, cuyo propósito es entregar conceptos básicos y consejos sobre manejo de finanzas personales a clientes, colaboradores, colegios y comunidad en general en todos los países de la región en donde operamos.
- También desarrollamos iniciativas de capacitacón a clientes y no clientes a través de charlas y soportes digitales; cursos de formación financiera para colaboradores, y torneos y talleres de educación financiera para escolares.

CIFRAS DESTACADAS **DEL PERÍODO 2019**

+1.209.000[1]
Visitas a los sitios web de Eddu en la región durante 2019

7.877
Niños participaron en el juego digital Edducity

1.702[2]
Personas se capacitaron en charlas presenciales

2.872
Personas que se capacitaron en finanzas personales vía e-learning

1. Incluye visitas a la web de Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú y CMR Falabella Argentina
2. Incluye charlas presenciales de Banco Falabella Chile

5.1

EDUCACIÓN FINANCIERA A CLIENTES Y LA COMUNIDAD

En 2019, más de 10.000 personas en toda la región participaron en las actividades desarrolladas en el marco del programa Eddu.

En 2016, con el fin de unificar en una sola iniciativa todas las actividades que desarrollamos en el ámbito de la educación financiera, lanzamos el programa Eddu, sitio web interactivo a través del cual se entregan a niños, jóvenes y adultos, consejos prácticos sobre finanzas personales.

En Eddu, las personas interesadas pueden encontrar información de productos financieros, medidas para realizar operaciones seguras y orientación frente a decisiones importantes, como la compra de una casa.

Asimismo, pueden acceder a cursos online en materias relacionadas con la prevención de fraudes, endeudamiento responsable, inversiones y ahorro.

Estas funcionalidades se complementan en algunos países con herramientas locales, como la aplicación "Organiza tu plata'', disponible en Chile y México y que entrega sugerencias de gestión financiera a partir de la información económica que la persona ingresa, y "Ahorro e Inversión'' que propone opciones de ahorro según las necesidades y posibilidades del interesado.

Sitios web de Eddu por país

- www.edduteayuda.cl
- www.edduteayuda.com.ar
- www.edduteayuda.pe
- www.edduteayuda.mx
- www.edduteayuda.com.co

Con el apoyo de la **Fundación Trascender**, realizamos charlas de educación financiera abiertas a la comunidad.

DIFUSIÓN DE EDDU EN 2019

Con el fin de potenciar su impacto en la sociedad, durante 2019 reforzamos las campañas de difusión del programa Eddu a través de distintos formatos e instancias. Entre estas acciones destacó el envío a los clientes de todas nuestras unidades de consejos prácticos y mensajes sobre educación financiera a través de correos electrónicos, los respectivos sitios web y las app de cada negocio. Estas comunicaciones se complementaron con la incorporación de conceptos de endeudamiento responsable en el discurso de los ejecutivos y con información sobre estos temas que se entregó en espacios especialmente habilitados de las sucursales digitales. De manera simultánea, Falabella Financiero continuó desarrollando campañas masivas de comunicación en torno a educación financiera en todos los países donde opera. Estas acciones se desplegaron en prensa y medios digitales, y abordaron materias como detección de fraudes, endeudamiento, ahorro e inversión.

Por otra parte, y por primera vez, con el apoyo de la Fundación Trascender, realizamos charlas de educación financiera abiertas a la comunidad. En este primer año, nuestros colaboradores dictaron charlas a vecinos de las municipalidades de Estación Central y Recoleta, donde participaron un total de **20 beneficiados** y valoraron positivamente la actividad. Junto con éstas también realizamos charlas en la Municipalidad de Las Condes llegando a más de 100 vecinos.

Se realizó además un taller de microemprendimiento durante los meses de noviembre y diciembre, dirigido a emprendedores de la **Dirección de Desarrollo Económico y Relaciones Empresariales de La Pintana.** Este taller tuvo un total de 8 sesiones, donde 10 de nuestros colaboradores de distintas áreas (Recursos Humanos, Marketing, Legal y Finanzas), fueron a exponer sobre sus campos de experiencia profesional.

EDUCACIÓN FINANCIERA A ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

El mismo programa de educación financiera, pero adaptado al lenguaje del público asistente, fue implementado en Chile en diversas sedes del instituto profesional Duoc UC. Nuevamente, voluntarios de Banco Falabella tuvieron la oportunidad de compartir sus conocimientos con **200 estudiantes** del centro educativo, iniciativa que esperamos poder replicar en los próximos años.

CHARLAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA A CLIENTES Y COLABORADORES

Con el propósito de promover el conocimiento de los productos y servicios financieros en la sociedad, en 2019, además del Programa Eddu, efectuamos nuevamente charlas dirigidas a clientes y colaboradores de Falabella Financiero y Falabella Retail en torno a materias como la prevención de fraudes y estafas, y el uso responsable del dinero.

En ese marco, efectuamos 51 charlas presenciales para clientes de Banco Falabella Chile. Estos talleres se desarrollaron en las oficinas centrales y sucursales de ambas instituciones, y convocaron a cerca de 1.380 personas.

EDDUCITY

EdduCity es un juego digital que creamos en 2018 para introducir a los niños en los conceptos básicos de las finanzas personales.

Contempla entretenidos ejercicios interactivos que plantean a los más pequeños desafíos relacionados con la administración del dinero, la educación y el emprendimiento, entre otros temas.

En 2019, esta plataforma se lanzó en todos los países en que operamos como www.edducity.com.

Este alcance regional permitió elevar a

7.877

su número de usuarios.

5.2

EDUCACIÓN FINANCIERA A COLEGIOS

Más de 200 estudiantes compitieron durante el último año en la primera versión del torneo interescolar "Edducity".

Con la convicción de que una enseñanza temprana en temas financieros puede ampliar los niveles de bancarización de la sociedad y generar a futuro clientes más responsables, en Falabella Financiero apostamos por instalar estos conocimientos en los colegios y escuelas de la región.

Con este propósito, en agosto de 2019, organizamos el primer torneo regional e interescolar **"Edducity", convocando a niños de México, Colombia, Perú, Argentina y Chile.** Impulsado con el fin de promover de manera lúdica los conceptos y herramientas necesarias para un manejo responsable de las finanzas personales. En este certamen participaron 200 alumnos de 5 establecimientos adheridos al programa "Haciendo Escuela''. La gran final fue el 29 de agosto, en donde los ganadores de cada país se conectaron vía streaming para competir, resultando como ganador Argentina.

Para su desarrollo, además, contamos con la colaboración de 20 colaboradores voluntarios, quienes se hicieron cargo de la capacitación de todos los niños inscritos en la competencia.

Además por séptimo año consecutivo en Chile desarrollamos nuestro emblemático Torneo "Aprende con Eddu" , donde participaron más de 1.500 niños de 35 colegios de Arica a Punta Arenas. Alumnos de escuelas de Perú y Colombia también pudieron aprender conceptos de educación financiera con este juego.

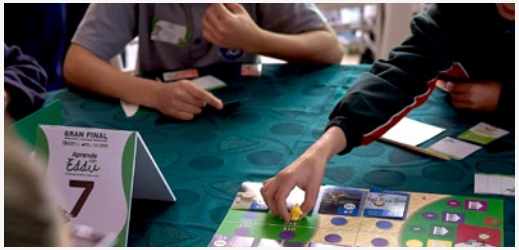
CIFRAS DESTACADAS DE EDUCACIÓN FINACIERA
EN LA REGIÓN

217

Niños se capacitaron en educación financiera.

1.440

Niños participaron de los talleres de educación financiera.



1.586

Niños participaron de la 7ma versión del Torneo "Aprende con Eddu".

Siempre en sintonía con el objetivo de fortalecer la educación financiera entre los escolares de la región, además de estos torneos, durante 2019 efectuamos las siguientes iniciativas en la región:

Se entregó material lúdico y didáctico del Programa Eddu en las escuelas y colegios de la región que forman parte del Programa Haciendo Escuela.

Se realizaron talleres de educación financiera en 25 colegios **de Chile**, los que favorecieron a un total de 1.440 alumnos.

Con el fin de poder medir el impacto de los talleres realizados en los colegios en Chile se realizó una prueba posterior a la participación de los alumnos, obteniendo los siguientes resultados:

77,8%

entendió el concepto de crédito.

75,1%

comprendió lo que significa un gasto fijo en el presupuesto familiar.

10

puntos porcentuales creció el entendimiento de la relevancia de contar con un presupuesto mensual.

En Perú, se realizaron jornadas de educación financiera en los colegios Fe y Alegría, a las que asistieron 26 estudiantes, y se hizo una visita guiada con 40 niños al museo del Banco Central de Reserva del Perú.

Banco Falabella Perú fue convocado a participar de la feria de la Semana del Ahorro promocionada por la Superintendencia de Bancos de dicho país. En ella, el banco invitó a 40 niños de la fundación Fe y Alegría a jugar y escuchar las charlas que se dictaron.

7 talleres de educación financiera organizó Banco Falabella Colombia durante 2019 en los colegios que forman parte del programa "Haciendo Escuela". Estas actividades beneficiaron a 217 niños y jóvenes. Esta unidad de negocios, desarrolló también cursos e-learning y talleres sobre ahorro especialmente dirigidos a estudiantes mayores de 14 años de edad.

Seguros Falabella Colombia, por su parte, continuó apoyando a las niñas que atiende la Fundación OPNI con actividades lúdicas relacionadas con finanzas personales.

5.3

EDUCACIÓN FINANCIERA A COLABORADORES

2.840
Colaboradores formados en educación financiera a nivel regional[1]

El conocimiento acabado de los instrumentos financieros por parte de los colaboradores no solo asegura la entrega de una mejor experiencia a los clientes, sino también permite convertir a nuestros equipos internos en embajadores y promotores del uso responsable de estos productos y servicios.

Esta visión es la que inspira todas las iniciativas que desarrollamos para fortalecer la educación financiera al interior de la organización. Como parte de estos esfuerzos, en 2019 efectuamos las siguientes acciones de capacitación y sensibilización:

- **En Banco Falabella Chile** pusimos a disposición de toda la dotación cursos online de educación financiera. Desde 2018, además, abrimos estos módulos a los empleados de las tiendas Falabella.
- **Banco Falabella Chile** a su vez, implementó los talleres de educación financiera destinados a los colaboradores de las empresas de retail del grupo. Participaron cerca de 228 colaboradores.
- **Banco Falabella Perú** también cuenta con un taller e-learning orientado a reforzar el conocimiento financiero de los colaboradores. En 2019, este curso cubrió al 19% de éstos. A ello se agregó una charla en torno al manejo de sus finanzas personales.
- **Seguros Falabella Perú** incluyó en sus procesos de inducción un espacio para la capacitación en temas financieros.
- **Banco Falabella Colombia** desarrolla todos los años capacitaciones en estas materias a todos sus colaboradores. Durante el último período, a través de estas iniciativas cubrió al 26% de su dotación total.
- **En Falabella Soriana México** se lanzó el programa Eddu internamente para darlo a conocer a todos los colaboradores.

1. Incluye a colaboradores de Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú, Banco Falabella Colombia y Seguros Falabella Chile.

06

COLABORADORES **COMPROMETIDOS**

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

VER CAPÍTULO

NUESTRO **COMPROMISO**

Atraer y retener a aquellos talentos que cuentan con las competencias que requerimos para llevar adelante nuestra estrategia de crecimiento.

IMPORTANCIA **ESTRATÉGICA**

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

ASÍ LO **GESTIONAMOS**

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

- En 2019 redefinimos nuestros principios corporativos con el objetivo de inspirar aun más a nuestros colaboradores y hacerlos parte de una cultura organizacional moderna, en constante transformación y regional.

CIFRAS DESTACADAS 2019

12.130

Total de colaboradores al cierre de 2019

59%

Proporción de mujeres en la dotación

193

Mujeres en cargos de gerencias y subgerencias

27%

Colaboradores sindicalizados

4,5 años

Antigüedad promedio en la empresa de los colaboradores

94%

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

21

Nacionalidades de nuestros colaboradores

34 horas

Promedio de capacitación anual por colaborador

410 mil

Horas totales de capacitación anuales

NUESTROS **PRINCIPIOS**

Con el fin de avanzar en el objetivo de atraer, desarrollar y motivar a un equipo de excelencia, colaborativo y apasionado por los clientes, en materia de gestión de personas, actualizamos nuestros principios inspiradores. **Estos pilares definen nuestra cultura organizacional y son aplicables en todas las unidades de negocio y países en que desarrolamos nuestra actividad.**

Somos un equipo:

Es nuestro principio madre. Sabemos que hoy los cambios son más disruptivos, profundos y veloces, por lo que entendemos que la forma de afrontar la realidad del mercado actual es siendo UN gran equipo. Somos UN equipo diverso, comprometido y apasionado por nuestros clientes , que colabora, se comunica y alcanza sus metas de manera directa, honesta y constructiva.

Superamos las expectativas de los clientes:

El cliente es el centro de nuestras decisiones, por eso nos anticipamos a sus necesidades, entregándole una oferta omnicanal con un servicio de calidad que le agregue valor para construir relaciones de largo plazo que fortalezcan su lealtad con nuestras marcas.

Actuamos con sentido:

Somos conscientes de la responsabilidad que tenemos con la sociedad, las comunidades que nos rodean y el medio ambiente. Nos mueve hacer lo correcto y por eso guiamos nuestras acciones de forma transparente para entregar lo mejor de nosotros a los consumidores de América Latina.

Crecemos por nuestros logros:

Trabajamos en equipo e invertimos nuestras capacidades en atraer y formar a los mejores talentos. Reconocemos sus logros, los incentivamos a autogestionar su desarrollo y crecimiento, y premiamos la movilidad interna entre negocios y países como una ventaja competitiva.

Hacemos que las cosas pasen:

Nos hacemos cargo de nuestras acciones, tomamos riesgos y construimos oportunidades para hacer que las cosas pasen, con el mismo espíritu emprendedor de nuestro origen, buscando mayor agilidad para impactar a nuestros clientes con una propuesta diferenciadora y atractiva.

FOCOS DE LA GESTIÓN DE PERSONAS EN 2019

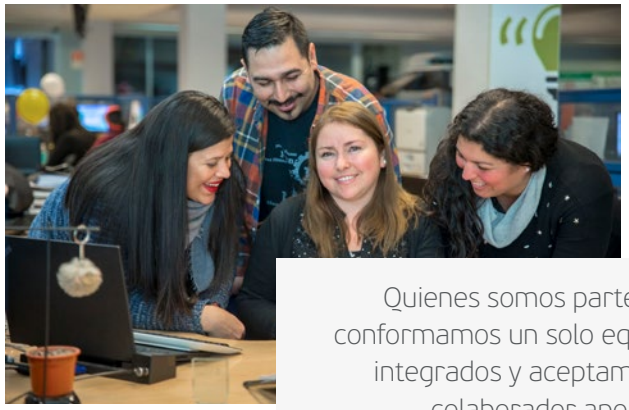
El año 2019 continuó siendo un año donde la prioridad la tuvieron la atracción y retención de talentos, el desarrollo de nuestros equipos y el reforzamiento de la cultura organizacional. El proceso de redefinición de los principios corporativos, finalizado en 2019 fue una muestra de ello.

Dicha renovación fue uno de los principales proyectos del año. Estos lineamientos, describen nuestra cultura organizacional y por ello, la trascendencia de su correcta definición. De manera gradual, los nuevos conceptos fueron transmitidos por los líderes de cada unidad de negocios, y se buscó que cada jefe pueda demostrar con ejemplos prácticos, su correcta aplicación. Paralelamente, cada equipo diseñó su propio plan de acción para la implementación de estos principios.

En Chile, particularmente y a partir de octubre los ejes de la gestión de personas se reenfocaron a la organización y la contención de los equipos tanto de Santiago como de regiones frente al contexto social que vivía el país.

6.1

SOMOS UN EQUIPO



Quienes somos parte de Falabella Financiero, conformamos un solo equipo, con objetivos comunes, integrados y aceptamos la diversidad que cada colaborador aporta a la organización.

En 2019, en el marco del proceso de expansión de sus negocios, Falabella Financiero concretó los siguientes cambios organizacionales, aperturas y adquisiciones:

- En Chile continuó ejecutándose la integración de CMR Falabella y Banco Falabella
- Se contrató a un equipo de especialistas encargado del diseño y operación de las empresas encargadas de desarrollar las soluciones de pago. El equipo de desarrolladores se ubica en Argentina y en Chile, donde se localizan las gerencias estratégicas.
- En México se abrieron 20 nuevas sucursales de Falabella Soriana.
- Tras la venta de la unidad de negocios Viajes Falabella, el equipo humano, integrado por más de 860 personas a nivel regional, pasaron a ser parte de la empresa Despegar.

Estas operaciones significaron eficiencias en términos de dotación y nuevas contrataciones que llevaron la cifra total de empleados a fines de año a 12.130 personas, un número 4,6% menor que el registrado al terminar 2018. Estas transformaciones se tradujeron, además, en planes de alineamiento cultural y programas para resguardar y fortalecer el clima interno en las respectivas unidades.

COLABORADORES POR GÉNERO Y PAÍS

	2017		2018		2019	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
	2.221	3.727	2.186	3.533	1.623	2.951
	1.190	1.709	1.139	1.621	1.153	1.587
	1.290	1.831	1.201	1.665	1.090	1.620
	226	416	224	463	195	317
	87	59	222	168	523	420
Corporativo[1]	-	-	-	-	439	212
	5.014	7.742	4.972	7.450	5.023	7.107
% MUJERES		**61%**		**60%**		**59%**

1. Incluye a los colaboradores de Falabella Financiero Corporativo, FIFTECH y Payments. En 2017 y 2018 dicha información se incluyó en la dotación de Chile.

Colaboradores por género y cargo en cada negocio y país

		MUJERES 2019				HOMBRES 2019				
		Gerentes y Subgerentes	Profesionales y Técnicos	Otros Cargos	Total Mujeres	Gerentes Y Subgerentes	Profesionales y Técnicos	Otros Cargos	Total Hombres	Total Consolidado
	Banco Falabella [1]	31	261	2255	**2547**	56	298	956	**1310**	**3857**
	Seguros Falabella	16	69	319	**404**	17	91	205	**313**	**717**
	Banco Falabella	48	351	993	**1392**	47	275	683	**1005**	**2397**
	Seguros Falabella	9	60	126	**195**	6	52	90	**148**	**343**
	Banco Falabella	70	335	964	**1369**	69	324	497	**890**	**2259**
	Seguros Falabella	6	79	166	**251**	7	80	113	**200**	**451**
	CMR Falabella	8	80	176	**264**	13	77	63	**153**	**417**
	Seguros Falabella	2	22	29	**53**	4	14	24	**42**	**95**
	Falabella Soriana	3	52	365	**420**	9	100	414	**523**	**943**
Falabella Financiero Corporativo [2]		34	163	15	**212**	64	372	3	**439**	**651**
	TOTAL	193	1.309	5.393	**6.895**	228	1.311	3.045	**4.584**	**12.130**

1. Incluye colaboradores de Lexicom
2. Incluye colaboradores de Falabella Financierp, FIFTECH, Payments y Loyalty

Tasa de Contratación por Unidad de Negocio y Género

	Tasa de Contratación Femenino		Tasa de Contratación Masculino		Total Tasa de Contratación	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Banco Falabella	22%	**11%**	28%	**15%**	24%	**12%**
Seguros Falabella	17%	**18%**	28%	**25%**	22%	**36%**
Banco Falabella	16%	**24%**	20%	**27%**	18%	**25%**
Seguros Falabella	3%	**29%**	2%	**51%**	2%	**38%**
Banco Falabella	64%	**47%**	68%	**50%**	65%	**48%**
Seguros Falabella	48%	**64%**	47%	**55%**	48%	**60%**
CMR Falabella	37%	**13%**	27%	**36%**	34%	**21%**
Seguros Falabella	35%	**9%**	63%	**17%**	47%	**13%**
Falabella Soriana	96%	**176%**	96%	**214%**	96%	**197%**
Falabella Financiero Corporativo	- [1]	**15%**	- [2]	**57%**		**56%**
% CONTRATACIÓN FALABELLA FINANCIERO CORPORATIVO GENERAL	**29%**	**35%**	**31%**	**57%**	**26%**	**41%**

1y 2. No huno calculo de tasa de contratación en Falabella Financiero corporativo porque estaba incluido dentro de Banco Falabella Chile

Tasa de Rotación por Unidad de Negocio y Género

		Tasa de Rotación Femenino		Tasa de Rotación Masculino		Tasa de Rotación Total	
		2018	2019	2018	2019	2018	2019
	Banco Falabella	14%	**14%**	15%	**18%**	14%	**15%**
	Seguros Falabella	27%	**17%**	34%	**27%**	30%	**21%**
	Banco Falabella	18%	**21%**	19%	**26%**	18%	**23%**
	Seguros Falabella	47%	**29%**	71%	**32%**	57%	**30%**
	Banco Falabella	32%	**42%**	33%	**55%**	32%	**47%**
	Seguros Falabella	59%	**68%**	60%	**61%**	59%	**65%**
	CMR Falabella	20%	**40%**	24%	**39%**	21%	**39%**
	Seguros Falabella	25%	**26%**	15%	**29%**	21%	**27%**
	Falabella Soriana	37%	**117%**	50%	**225%**	44%	**0%**
Falabella Financiero Corporativo[1]		-	**16%**	-	**16%**		**16%**
TASA DE ROTACIÓN FALABELLA FINANCIERO[2] CONSOLIDADO GENERAL		**27%**	**26%**	**27%**	**30%**	**24%**	**25%**

1: La tasa de rotación de Falabella Financiero Corporativo durante 2018 se incluyó en Banco Falabella Chile. En 2019 se desglosó.
2: En la tasa de rotación consolidada no se considera la Rotación de Falabella Soriana México,, debido a que por la naturaleza del negocio, cuenta con un alto porcentaje de contratación de colaboradores en formato temporal o indirecto.

Durante 2019 continuamos poniendo foco en la reducción de las tasas de rotación de los colaboradores, un indicador que consideramos clave para avanzar en nuestro objetivo de generar equipos de excelencia, comprometidos y apasionados por los clientes.

A través de los equipos de Recursos Humanos y de los equipos zonales dedicados a estas materias se impulsaron medidas específicas por unidad de negocio y se siguieron sistematizando los procesos que permiten identificar las causas raíces de la rotación.

En Falabella Financiero, las mujeres representan el 59% de la dotación y ocupan el 46% de las gerencias, subgerencias y jefaturas

21%

de los colaboradores es menor de 30 años

CMR Falabella Chile obtuvo el Premio Talento Femenino, por el fomento al trabajo de la mujer

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

En Falabella Financiero creemos que la diversidad y la inclusión aportan nuevas miradas al negocio, agregan nuevas capacidades y experiencias a la organización, mejoran el clima interno y potencian el compromiso de los equipos. Por lo mismo, para la compañía resulta clave generar las condiciones que permitan a todos los talentos desarrollar su potencial en igualdad de condiciones, sin importar su género, edad, raza, condición social o situación de discapcidad.

En 2019, se lanzó a nivel de Grupo Falabella, una Política de Diversidad e Inclusión transversal y que incorpora a todas sus filiales. En este primer año, los focos estuvieron puestos en tres grupos específicos: género, personas con discapacidad y diversidad sexual. Asimismo, este aspecto constituye un pilar de nuestra estrategia de sostenibilidad, y por tanto, la apuesta por la diversidad y la inclusión se plasmó en distintas líneas de acción:

- Conformación de comités de diversidad para estructurar y orientar en cada unidad de negocio, los esfuerzos para ser una empresa mas diversa.
- Sensibilización a los colaboradores a través de campañas internas y charlas orientadas a instalar el respeto, la tolerancia y la no discriminación como factores distintivos de la cultura.
- Impulso permanente por la incorporación y desarrollo del talento femenino, un compromiso que nos permitió cerrar el año 2019 con el **59%** de mujeres en la dotación.
- Incorporación de colaboradores provenientes de distintas nacionalidades. En el marco de esta declaración, al terminar 2019 contábamos con empleados provenientes de **21** países.
- Ofreciendo posibilidades de desarrollo y condiciones atractivas para jóvenes profesionales. Esta convicción nos permitió mantener la edad promedio de nuestros equipos en **34,1 años.** Asimismo, al cierre del año, 1 de cada 5 colaboradores de Falabella Financiero, tenía menos de **30** años.
- Garantizando entornos de trabajo e infraestructura que faciliten el desempeño de colaboradores en situación de discapacidad. Al respecto, cabe señalar que en 2019 44 personas con discapacidad formaban parte de nuestra dotación.

Recruiting Tech, proyecto que busca captar a los mejores profesionales del ámbito de las tecnologías digitales.

ATRACCIÓN DE TALENTOS

Con el fin de identificar, reclutar y seleccionar al talento innovador y colaborativo que nos exige nuestra estrategia de crecimiento, en los últimos años hemos reforzado en todas nuestras unidades de negocio el uso de las redes sociales y de plataformas digitales especializadas.

Estos canales y los innovadores sistemas de evaluación de postulantes que incorporamos a partir de 2018 nos han posicionado en el mercado como marca empleadora atractiva y empresa con gestión de personas de avanzada.

Entre las iniciativas que estamos desarrollando a nivel de reclutamiento de talentos estratégicos destaca especialmente el programa Recruiting Tech, un proyecto con el que buscamos captar a los mejores profesionales del ámbito de las tecnologías digitales.

En el marco de este plan, a lo largo del año, ejecutivos de las áreas de Gestión de Personas y Sistemas realizaron visitas a las universidades más destacadas de la región, con el fin de dar a conocer la compañía e invitar a los interesados a postular a nuestros cargos disponibles.

Como resultado de estas reuniones, en 2019 Falabella Financiero recibió la postulación de 208 jóvenes recién egresados, de los cuales finalmente 8 fueron contratados en el período.

En Chile, por su parte, este programa contempló actividades con alumnos de último curso y exalumnos de las universidades de Chile, Federico Santa María y Católica. Entre estos eventos se contaron charlas dictadas por parte de ejecutivos de Digital Factory y visitas de estudiantes a las oficinas de la empresa.

PRINCIPALES INICIATIVAS PARA LA ATRACCION DE TALENTOS

En el ámbito del reclutamiento del talento crítico, también destacan los siguientes programas desarrollados en 2019:

Reclutamiento a través del **sistema de referidos:**

En Falabella Financiero, todos los colaboradores pueden proponer postulantes para la compañía. Este mecanismo contempla un procedimiento estandarizado que involucra entrevistas al candidato por parte de sus propios pares. La decisión final de selección le corresponde a un comité interno especializado.

DF Academy Interna

El 2019 con el objetivo de entregar herramientas digitales a colaboradores para que tengan la posibilidad de reconvertirse, se creó la DF Academy Interna. En su primera versión participaron 16 personas de los distintos negocios del Grupo.

Prácticas profesionales para estudiantes del **Instituto DUOC de Chile:**

Como parte de este proyecto, los jóvenes seleccionados recibieron durante cuatro meses conocimientos teóricos y prácticos por parte de mentores internos. Al finalizar la experiencia, se evaluó a los alumnos participantes para conocer el éxito de este proceso. De los 15 practicantes 11 fueron finalmente contratados.

Programa de reclutamiento para egresados de **MBA de instituciones de Europa y Estados Unidos:**

Durante 2019 postularon a el Grupo en el contexto de esta iniciativa 208 profesionales, de los cuales 14 fueron finalmente contratados. La percepción de este proyecto ha mejorado de manera consistente en los últimos dos años de la mano de la apertura de cada vez más ofertas en las distintas unidades y del involucramiento creciente en los procesos de los respectivos negocios.

6.2

HACEMOS QUE LAS COSAS PASEN

¿QUÉ SIGNIFICA 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.

COMPENSACIONES Y BENEFICIOS A COLABORADORES

En Falabella Financiero contamos con un Plan Regional de Compensaciones cuyo propósito es asegurar remuneraciones competitivas para todos nuestros colaboradores. Este modelo considera escalas salariales de mercado homologadas por país y evaluaciones de cargo que se ejecutan a partir de una metodología estandarizada para toda la región. En materia de beneficios, por otra parte, ponemos a disposición de nuestros equipos una oferta de valor atractiva y alineada con los intereses y expectativas de todos los segmentos de la dotación.

Uno de los pilares de esta oferta es el programa de conciliación Modo Flex. Aplicado en todos los países en que operamos, este plan permite a todos los colaboradores destinar dos meses sin goce de sueldo para viajar, estudiar o concretar cualquier proyecto personal. Además, les ofrece la posibilidad de ajustar el horario de entrada y salida según sus propias necesidades.

Como parte de esta iniciativa, en algunos negocios, además, se redujo el horario laboral los días viernes y se permite trabajar un día a la semana desde casa.

Durante 2019, entre los avances aplicados a este programa destacaron la inclusión de más unidades de negocio en estos formatos flexibles y la realización de una encuesta específica a los encargados de gestión humana, para en la medida de lo posible, seguir incrementando el porcentaje de colaboradores que tienen este beneficio.

En el marco de los acontecimientos en Chile, en el último trimestre de 2019, se reforzó el trabajo desde el hogar, práctica que fue fácilmente implementable gracias a las lecciones previamente aprendidas.

6.3

CRECEMOS POR NUESTROS LOGROS

En 2019 aumentamos a mas de 410 mil el total de horas anuales de capacitación. Esto nos permitió cerrar el año con un promedio de 34 horas anuales de capacitación promedio por colaborador.

Con el objetivo de que nuestros colaboradores puedan desarrollar al máximo su potencial y de esa manera fortalecer su aporte a la compañía, en Falabella Financiero les entregamos todas las herramientas y conocimientos que requieren para el desempeño de sus funciones.

Estos recursos los canalizamos a través de instancias presenciales y de forma creciente también por plataformas online, en el marco de nuestra estrategia de digitalización y del foco en la promoción del autoaprendizaje. En este último contexto, destaca la relevancia que ha adquirido nuestro Portal Digital de Capacitación, un espacio que permite a los colaboradores compartir los contenidos disponibles.

Horas de Capacitación

	2017			2018			2019			Variación 2018-2019
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	
Banco Falabella	36.280	38.029	74.309	57.312	77.096	134.408	44.824	70.511	115.335	-14%
Seguros Falabella	15.964	18.322	34.286	20.107	18.930	39.037	15.395	20.267	35.662	-9%
Banco Falabella	38.675	49.027	87.703	32.584	43.703	76.287	33.106	42.266	75.372	-1%
Seguros Falabella	7.712	9.559	17.270	5.737	7.433	13.170	4.748	5.329	10.077	-23%
Banco Falabella	32.620	52.099	84.718	44.630	21.738	66.368	45.792	77.909	123.701	+86%
Seguros Falabella	9.115	11.757	20.872	11.227	16.257	27.484	15.953	21.282	37.235	+35%
CMR Falabella	3.202	6.610	9.812	953	10.756	11.709	1.390	2.889	4.279	-63%
Seguros Falabella	581	552	1.133	189	292	481	294	395	689	+43%
Falabella Soriana	216	164	380	3.361	1.913	5.274	5.178	3.174	8.352	+58%
Total	144.365	186.118	330.483	176.100	198.118	374.218	166.680	244.021	410.702	+10%

34
horas de capacitación promedio
por colaborador

+ 410
mil horas de capacitación
a nivel regional

Entre los principales programas, cursos e iniciativas de formación que impulsamos en el Grupo a lo largo de 2019 destacaron los siguientes:

- Continuamos fortaleciendo las mallas curriculares por negocio y categoría de cargo con nuevas materias de estudio.
- Incrementamos el número de personas capacitadas a través de herramientas de e-learning.
- Consolidamos el programa regional de capacitación autogestionada, que permite a las unidades por país administrar directamente los presupuestos de formación en función de sus necesidades y desafíos.
- Nuevamente, la medición que realizamos sobre el impacto de las capacitaciones en la tranferencia del conocimiento al puesto de trabajo, arrojó una alta correlación entre las personas que mejor desempeño muestran y aquellas que más se capacitan.

Los negocios que evidenciaron un mayor aumento proporcional, en las horas de capacitación fueron las unidades de negocio de Colombia, Seguros Falabella Argentina y Falabella Soriana México.

Horas de capacitación promedio por colaborador

		2018			2019		
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
	Banco Falabella	60	66	**63**	34	28	**30**
	Seguros Falabella	59	45	**52**	49	50	**50**
	Banco Falabella	7	19	**15**	33	30	**31**
	Seguros Falabella	6	6	**6**	32	27	**29**
	Banco Falabella	39	13	**24**	51	57	**55**
	Seguros Falabella	12	13	**12**	80	85	**83**
	CMR Falabella	1	6	**4**	9	11	**10**
	Seguros Falabella	1	1	**1**	7	7	**7**
	Falabella Soriana	15	4	**8**	10	8	**9**
Total		**37**	**38**	**38**	**38**	**35**	**34**

LIDERAZGO

La Academia FIF es un programa de formación que Falabella Financiero lanzó hace siete años y que permite a los gerentes de la compañía compartir información y conocimientos de sus respectivos negocios con colaboradores de todo el grupo.

En 2019, en este espacio se desarrollaron sesiones en torno a temas relacionados con el liderazgo, tendencias de negocio e innovación. En estas instancias participaron un total de 862 colaboradores, cifra mayor a la alcanzada el año anterior.

Como parte de la Academia FIF, Falabella Financiero desarrolla además el **programa de Formación Regional de Líderes 2.0.** Esta iniciativa tiene por finalidad potenciar en los líderes las habilidades y competencias necesarias para avanzar en la estrategia corporativa e instalar una cultura digital e innovadora en la organización.

El programa de Formación Regional de Líderes 2.0 considera al año tres talleres de inscripción voluntaria que son dictados por relatores internos y externos. Tras recibir esta capacitación, los participantes, en general subgerentes y jefes, tienen el desafío de transmitir dichos conocimientos a sus respectivos equipos y conformar a partir de esta interacción comunidades de aprendizaje. Todos estos procesos, además, son reforzados a través de videos didácticos y de contenidos digitales.

Al cierre de 2019, esta iniciativa se desarrollaba en las unidades de Chile, Colombia, Perú y México. Durante este último período, en sus distintas instancias convocó la participación de 1.493 personas.

En este ámbito, en 2019 también continuamos ejecutando el programa de liderazgo para jefes nuevos. Este proyecto se lanzó en 2018 con el objetivo de asegurar la adaptación a la cultura corporativa por parte de los líderes que recién se integran a la empresa. Para tal efecto, contempla capacitación específica y el apoyo de coach internos.

Durante 2019, en materia de liderazgo, se continuó promoviendo la formación interna entre pares y la preparación de nuevos entrenadores.

815
profesionales favorecidos con el programa **Talentum**

TALENTO JOVEN

Entre las acciones que Falabella Financiero impulsa para promover el desarrollo de los talentos jóvenes destaca el programa Crece. En el marco de esta iniciativa, los colaboradores con potencial pueden acceder a talleres grupales y coaching individual, y participar en proyectos relevantes del negocio. En 2019, **94 jóvenes talentos del grupo tomaron parte de este programa.**

A este proyecto hay que agregar desde 2018 el programa Talentum del Grupo Falabella. En el marco de este plan, jóvenes con desempeño destacado pueden participar en proyectos de una empresa de Falabella distinta a su propia unidad de negocio.

Con un alcance global en Falabella, en 2019 Talentum favoreció a **815 profesionales** del Grupo, 16 de los cuales provinieron de Falabella Financiero.

Este proyecto complementa una oferta de valor en la que también resalta el Programa América 10. En virtud de esta iniciativa, colaboradores con talento pueden desarrollar durante 10 semanas proyectos de negocio de carácter local en unidades de otros países en los que opera Falabella Financiero.

Cabe destacar asimismo que en todos los negocios de la compañía se promueven programas de apoyo a los colaboradores recién egresados de la universidad. En general, estos planes contemplan capacitación integral y ayuda para la integración al puesto de trabajo.

A nivel de sucursales, se ha venido impulsando en los últimos dos años el programa Banco de Talentos, cuyo propósito es identificar y preparar a los futuros jefes comerciales. A través de esta iniciativa, la empresa ofrece nuevas oportunidades de capacitación y mejoras en la experiencia laboral a colaboradores con alto desempeño y buenos resultados.

DESEMPEÑO Y DESARROLLO DE CARRERA

Un pilar del modelo de gestión de Personas de Falabella Financiero es el sistema de evaluación de desempeño. Este proceso lo aplicamos a todos los colaboradores con un mínimo de cuatro meses de antigüedad y contrato indefinido, y lo consideramos un elemento clave para definir los programas de movilidad interna y los planes de sucesión.

El modelo corporativo de gestión de del desempeño contempla una evaluación 180° a los ejecutivos de sucursales, que considera la valoración por parte de su propio y para todo el resto de la organización se realiza una evaluación en 360°, esto quiere decir que es ascendente, descendente y entre pares.

En 2019, se implementó una nueva herramienta de evaluación del desempeño, en línea, multilenguaje e intuitiva. En esta plataforma 360, se busca alinear las competencias de liderazgo con los principios culturales corporativos y al mismo tiempo, se generan mayores eficiencias en los procesos internos.

Como política corporativa, todos los colaboradores, en todas las unidades de negocio y en todos los países, son sujetos anualmente de una evaluación de desempeño, con excepción de aquellos trabajadores que se ausentan por licencias médicas. El concepto de retroalimentación permanente que representa la evaluación de desempeño, la compañía lo sigue reforzando a lo largo del año a través de campañas de comunicación dirigidas tanto a los líderes como a los colaboradores en general. El objetivo de la empresa es instalar la entrega de feedback como una práctica continua y distintiva en la organización.

Anualmente se evalúa el desempeño de todos los colaboradores que forman parte de Falabella Financiero, independiente de su cargo, país o unidad de negocios.

Competencia Líder Falabella	Atributos
Supera las expectativas de los clientes:	Cliente en el centro
	Soluciones Digitales para cliente
Hacer que las cosas pasen:	Visión estratégica
	Contribución al negocio
	Gestion del Cambio
	Liderazgo personal
Trabaja como un equipo:	Equipo alto desempeño
	Colaboración
Hace crecer por logros	Atracción Talento
	Desarrollo Talento
	Apertura y curiosidad
	Sucesores y movilidad
Actuamos con sentido:	Riesgo Operacional
	Actúa como dueño

6.3

JUGAMOS EN EQUIPO

El 94% de nuestros colaboradores considera que Falabella Financiero es un gran lugar para trabajar.

Para contar con equipos comprometidos, cohesionados y colaborativos es fundamental garantizar entornos laborales que garanticen el respeto por las personas, una convivencia armónica, el acceso a la información indispensable y su derecho a organizarse y expresar libremente sus planteamientos y necesidades.

ENGAGEMENT

En sintonía con esta declaración, Falabella Financiero aplica dos veces al año una encuesta para conocer la percepción de los colaboradores sobre la cultura y el clima interno, así como el nivel de compromiso de los equipos con la empresa.

Esta herramienta fue diseñada por la Pontificia Universidad Católica de Chile especialmente para la compañía. Su principal ventaja es que permite correlacionar el liderazgo con la conducta colaborativa, la proactividad y la orientación al cliente.

En 2019, este instrumento se empleó en todas las unidades de negocios del grupo de manera 100% online, lo cual facilitó la ejecución por parte de los colaboradores y permitió entregar resultados en línea, lo que ayudó a los equipos a generar planes específicos de mejora y de autogestión.

El principal resultado de esta medición fue que el 94% de los consultados opinó que Falabella Financiero es un gran lugar para trabajar. Este nivel es 2.5% mayor que el alcanzado en 2018.

	% trabajadores que opinan que FIF es un buen lugar para trabajar - 2019
Banco Falabella (Chile)	97%
Seguros Falabella (Chile)	98%
Banco Falabella (Perú)	88%
Seguros Falabella (Perú)	94%
Banco Falabella (Colombia)	94%
Seguros Falabella (Colombia)	94%
CMR Falabella (Argentina)	93%
Seguros Falabella (Argentina)	92%
Falabella Soriana (México)	90%
Falabella Financiero Corporativo	96%
TOTAL	**94%**

COMUNICACIONES INTERNAS

Falabella Financiero considera las comunicaciones internas como un elemento esencial para avanzar en su estrategia de digitalización y potenciar el alineamiento de los colaboradores con la cultura y las metas corporativas.

En ese contexto, la empresa ha puesto un énfasis especial en fortalecer los múltiples canales digitales. Para avanzar en este desafío, en 2019, la compañía buscó incorporar una mirada bidireccional de comunicación, donde los colaboradores sean activos participantes y se generen diálogos efectivos y eficientes. Partiendo de esta premisa, se implementó Workplace, plataforma única y transversal para todos los colaboradores de Falabella Financiero y sus unidades de negocio. En este espacio, cada trabajador puede informarse, e interactuar con su grupo u otros grupos construidos específicamente para proyectos ad-hoc. Esta herramienta permite también la generación de contenidos informativos, espacios de colaboración y reconocimientos.

RELACIONES LABORALES

Falabella Financiero mantiene con cada uno de los sindicatos de las unidades de negocio, una relación armónica basada en el diálogo, el respeto, la transparencia y el beneficio recíproco.

Sobre la base de estos principios, en 2019 la empresa desarrolló una negociación colectiva anticipada con el Sindicato Nacional de Trabajadores de Banco Falabella Chile. Este proceso se cerró previo a los plazos legales establecidos y con acuerdos convenientes para ambas partes. Por su parte, con Seguros Falabella Chile se alcanzó una negociación satisfactoria durante 2019 al igual que con uno de los sindicatos de Banco Falabella Colombia y con el Sindicato Único de Trabajadores de Banco Falabella Perú.

Al cierre de año, la tasa de sindicalización en el grupo se elevaba al 27% de la dotación total. Este nivel se mantiene respecto de 2018.

Tasa de sindicalización por país y unidad de negocios

		2018	2019
	CMR Falabella	60%	74%
	Banco Falabella	48%	56%
	Seguros Falabella	55%	60%
	Banco Falabella	13%	19%
	Seguros Falabella	0%	0%
	Banco Falabella	1%	2%
	Seguros Falabella	0%	0%
	CMR Falabella	7%	12%
	Seguros Falabella	5%	6%
TOTAL FALABELLA FINACIERO		**27%**	**27%**

07

APORTE AL DESARROLLO **DE LA REGIÓN**

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

VER CAPÍTULO

NUESTRO **COMPROMISO**

Ampliar nuestro impacto postivo, mejorando la calidad de vida de las comunidades donde estamos presentes.

IMPORTANCIA **ESTRATÉGICA**

En Falabella Financiero contribuimos directamente al desarrollo de los países que acogen nuestras operaciones ampliando el acceso al mercado financiero de los sectores más vulnerables y generando altas tasas de empleo directo. Sin embargo, creemos que podemos ir más allá. Por eso apoyamos a través de distintas líneas el mejoramiento de la educación, la labor de diversas instituciones de beneficencia y el involucramiento de nuestros equipos en actividades de carácter social. Asimismo, estamos decididos a reducir nuestra huella ambiental.

ASÍ LO **GESTIONAMOS**

- Programas de voluntariado corporativo
- Alianzas con fundaciones
- Recaudación de fondos para organizaciones sociales
- Programa Haciendo Escuela
- Otros aportes comunitarios
- Estados de Cuentas Digitales

CIFRAS DESTACADAS **DEL PERÍODO 2019**

28.866
Horas de voluntariado

2,5 millones
de dólares de aporte directo a la comunidad

31.667
Nuevos socios captados para la fundación América Solidaria

7.1

APORTE COMUNITARIO

En 2019, aumentamos a US$2.560.399
El monto total de nuestros aportes
a la comunidad.

En el marco de nuestro interés por apoyar iniciativas sociales con alto impacto en la comunidad, todos los años, Falabella Financiero hace entrega de aportes directos a diversas instituciones y fundaciones de carácter social.

En 2019, estos montos superaron **los 2,5 millones de dólares, una cifra 4% mayor a la totalizada en el año anterior.**

Con casi 1,6 millones de dólares, el programa "Haciendo Escuela'', descrito más adelante, fue el que concentró el mayor porcentaje de estas ayudas.

APORTES EN USD	2017	2018	2019	VARIACIÓN
América Solidaria	412.115	357.753	291.650	-18%
Haciendo Escuela	1.384.823	1.468.484	1.595.408	9%
Otros aportes y donaciones	466.017	624.389	673.341	8%
Total aportes a la comunidad	**2.252.955**	**2.450.626**	**2.560.399**	**4%**

7.2

VOLUNTARIADO COROPORATIVO

Cifras destacadas sobre nuestro voluntariado corporativo

28.866
Horas de voluntariado totales

2,38
horas promedio de voluntariado por colaborador

3.217
voluntarios participaron de actividades corporativas de apoyo a programas comunitarios

27%
de los colaboradores participaron de alguna actividad de voluntariado

Colaboradores participaron durante 2019 en las actividades de voluntariado organizadas por todas las unidades de negocio de Falabella Financiero.

Falabella Financiero promueve la participación de los colaboradores en todos los programas sociales que impulsa como grupo, por cuanto entiende que estas actividades fortalecen en las personas las competencias de trabajo colaborativo, potencian el compromiso de los equipos con la empresa y mejoran la reputación corporativa.

A partir de esta convicción, la empresa establece como indicadores de cumplimiento un número anual de horas promedio de voluntariado para los trabajadores de cada negocio y gerencia.

Para hacer efectiva esta meta, Falabella Finaiciero ofrece dos principales opciones de actividades comunitarias: Las actividades contempladas en el programa **"Haciendo Escuela"** y los proyectos conjuntos que desarrolla con la fundación **América Solidaria.** Además de estas dos líneas de trabajo, las personas interesadas también pueden participar en las denominadas iniciativas de **"voluntariado experto''**, a través de las cuales pueden poner sus conocimientos técnicos y profesionales a disposición de las necesidades de las comunidades.

En 2019, en el marco de estos espacios de participación, los colaboradores de la compañía superaron las 28 mil horas de voluntariado. Estos esfuerzos permitieron cerrar el año con 2,38 horas promedio de voluntariado por colaborador.

Cifras voluntariado corporativo por negocio y país

		Total de horas de voluntariado			Hrs promedio			# Voluntarios
	PAIS	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2019
	Banco Falabella	13.723 (1)	12.267(2)	12.484	3,84	3,00	3,24	894
	Seguros Falabella	3.377	2.552	2.833	4,45	3,45	3,95	430
	Banco Falabella	5.703	7.126	5.834	2,37	3,17	2,43	476
	Seguros Falabella	1.565	946	1.135	4,38	2,88	3,31	328
	Banco Falabella	2.752	4.363	4.068	1,17	2,01	1,8	891
	Seguros Falabella	1.630	2.040	1.911	3,42	4,65	4,24	419
	CMR Falabella	392	233	285	0,95	0,51	0,68	77
	Seguros Falabella	74	150	77	0,67	1,47	0,81	15
	Falabella Sariano	0	168	240	0	0,44	0,25	30
	TOTAL	29.216	29.845	28.866	2,29	2,40	2,38	3.217

(1) y (2) Se incluyen las horas de voluntariado de los colaboradores de CMR Falabella Chile

7.3

AMÉRICA SOLIDARIA

Desde hace seis años, Falabella Financiero respalda y patrocina las iniciativas que desarrolla la ONG América Solidaria con el objetivo de superar la pobreza infantil en la región.

A partir del último año, dicho apoyo se extendió a las actividades que esta fundación realiza en México a través de nuestro socio territorial. Asimismo, contempló asesorías de profesionales del área de Recursos Humanos de la compañía para las tareas de selección de postulantes a la institución.

EJES DE NUESTRA ALIANZA **CON AMÉRICA SOLIDARIA**

Incidencia pública

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

Aporte económico a proyectos

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

Voluntariado corporativo

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

Recaudación de fondos

A través de nuestra red de sucurales contribuimos a la incorporación de socios / donantes para América Solidaria.

PROYECTOS CON AMÉRICA SOLIDARIA

A continuación se describen las iniciativas más destacadas ejecutadas en cada país.

INICIATIVAS EN CHILE

FUNDACIÓN EDUDOWN

Banco Falabella

Colaboradores del banco protagonizaron talleres de desarrollo de habilidades sociales destinados a los niños que atiende la Fundación. Asimismo, los voluntarios acompañaron a los menores en salidas pedagógicas. En 2019, estas actividades convocaron a 60 voluntarios de Banco Falabella Chile.

Colaboradores de Banco Falabella Chile aportaron su conocimiento profesional en el programa "A la huerta de la esquina", emprendimiento orientado a la habilitación y operación de una fábrica de mermeladas a partir de productos cultivados en la misma fundación. Los artífices de los envasados son los niños de la fundación y a través de estas interacciones, reciben herramientas para administrar dicho emprendimiento.

Escuela Básica "La Casa Azul''

Banco Falabella

En 2019, 269 colaboradores de Banco Falabella Chile participantes en los procesos de inducción de la empresa, apoyaron la construcción de huertos al interior del establecimiento. Estas actividades se realizaron mensualmente.

Por su parte, un promedio de 12 colaboradores al mes, ayudaron con las permanentes tareas de mejora de infraestructura que impulsa este colegio en conjunto con las familias y vecinos de la comuna, y acompañaron a los niños en las salidas pedagógicas.

Fundación San José

Seguros Falabella

En promedio, 6 colaboradores al mes participaron de las actividades de esta institución orientada a la protección de niños en adopción. Paralelamente, otros 11 colaboradores prestaron asesorías a la fundación a lo largo de 2019 en materia de administración de procesos y gestión de recursos. Por último, se realizaron visitas de acompañamiento a lactantes y se apoyó en labores de mejora de infraestructura, con un total de 84 voluntarios en el período.

INICIATIVAS EN PERÚ

INICIATIVA EN MÉXICO

Programa "Recrear la convivencia''

Banco Falabella

Banco Falabella Perú y América Solidaria apoyan el programa "Recrear la convivencia'' que se ejecuta en el colegio "Fe y Alegria'' N°26 de San Juan de Lurigancho'. Su finalidad es **entregar a los estudiantes de estos establecimientos** –principalmente niños inmigrantes que viven en entornos de violencia- **herramientas orientadas a su desarrollo integral.** En el marco de esta colaboración, en 2019 se efectuaron 95 charlas de sensibilización para los estudiantes, padres y profesores de estas escuelas, y 12 talleres orientados a líderes de la comunidad. En estas actividades participaron 272 voluntarios de la empresa.

Centro Educacional Especial Manuel Duato

Seguros Falabella

320 voluntarios de Seguros Falabella Perú participaron durante 2019 en los talleres organizados en el marco del programa "Potenciando una América Inclusiva'' que se desarrolla en el Centro Educacional Especial Manuel Duato y que tiene por finalidad estimular el desarrollo visual, táctil y kinésico de los niños que atiende este establecimiento.

Paralelamente, otros 8 voluntarios de esta filial efectuaron charlas a alumnos, profesores y apoderados del Cebe Manuel Duato en temas como elaboración de murales solidarios, Ley de personas con discapacidad, crianza, representación legal, entre otros.

Escuela General Mariano Escobedo

Falabella Soriana

Desde 2018, Falabella Soriana apoya la labor educativa de la Escuela Mariano Escobedo, socio territorial de América Solidaria en México. En el marco de esta alianza, durante 2019, **24 colaboradores voluntarios participaron** en la celebración de Navidad, que involucró actividades de recreación y la entrega de regalos.

INICIATIVA EN ARGENTINA

Fundación Mano Amiga

CMR Falabella · Seguros Falabella

El trabajo de acción social de las unidades de negocio de Falabella Financiero en Argentina se orienta a apoyar las actividades de la Fundación Mano Amiga, **institución que protege a niños en situación de vulnerabilidad.** Durante 2019 se capacitó a 40 niños del establecimiento quienes también participaron del torneo de Edducity. Además, las unidades de Argentina continuaron becando a niños y jóvenes de vulnerabilidad social para que accedan a una educación de calidad dentro del Colegio.

INICIATIVAS EN COLOMBIA

Corporación Síndrome de Down y Fundación Niñez y Desarrollo

Banco Falabella · Seguros Falabella

La labor de voluntariado que realizan los colaboradores de Banco Falabella Colombia y Seguros Falabella Colombia se canaliza a través de las actividades que organiza la Corporación Síndrome de Down y la Fundación Niñez y Desarrollo, los dos socios territoriales de América Solidaria en este país. Entre las iniciativas desarrolladas con estos niños destacan en 2019 la **visita de los niños a las oficinas, los talleres de desarrollo de habilidades blandas, instancias de mejora de infraestructura y la entrega de regalos a los niños de cada fundación.** Por otra parte, los trabajadores del Banco, participaron en el programa "Tú y yo somos parte" de la Corporación Síndrome de Down, que busca integrar a sus niños en colegios de la ciudad de Bogotá. De esta manera, se alcanzó a un total de 323 colaboradores activos en estas intervenciones.

7.4

PROGRAMA
HACIENDO ESCUELA

Este es un proyecto que el Grupo Falabella creó hace 50 años con el objetivo de ayudar a **"construir un mejor futuro para los niños de hoy y las familias del mañana''.** Adaptada con el tiempo a las realidades de los distintos países en que el holding opera, esta iniciativa involucra la participación de voluntarios de las tiendas Falabella en proyectos de carácter social que se desarrollan en conjunto con los municipios y los centros de las respectivas comunidades educativas.

Al cierre de 2019, con este programa, ejecutado en más de 100 colegios públicos de Chile, Argentina, Perú y Colombia, logró favorecer a más de 80 mil estudiantes de todas las edades. Los negocios de Falabella Financiero apadrinan a un total de 50 colegios del programa.

Falabella Financiero participa en este proyecto contribuyendo con **recursos financieros y voluntariado corporativo** especialmente en acciones relacionadas con educación financiera y acompañamiento en fechas especiales.

En 2019, 1.670 voluntarios colaboraron en diversas iniciativas organizadas como parte del programa, entre las que destacaron las celebraciones de Fiestas Patrias (en Chile), el Día del Niño y la Navidad.

1.670
Voluntarios participantes en programa Haciendo Escuela

50
Colegios del programa Haciendo Escuela apadrinados por Falabella Financiero y sus negocios

ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO

Actividades de voluntariado efectuadas como parte de Haciendo Escuela en 2019

HACIENDO ESCUELA
PROGRAMA FALABELLA

CHILE

Entre las actividades desarrolladas para beneficiar a los colegios que forman parte de Haciendo Escuela destacó la participación de **35 colaboradores de Banco Falabella Chile en la organización de talleres de capacitación en educación financiera.** En 2019 se realizaron también competencias educativas, iniciativas de cuenta cuentos, talleres de medioambiente y se entregaron donaciones.

A esta iniciativa hay que sumar el apoyo de 84 colaboradores en proceso de inducción de Seguros Falabella Chile en las tareas de mejora en infraestructura de la Escuela Alemana, de San Bernardo, y el colegio José Toribio Medina, de Ñuñoa.

COLOMBIA

En los colegios que conforman el programa Haciendo Escuela en Bogotá, las unidades de Falabella Financiero contribuyeron entregando herramientas de educación financiera a los estudiantes. El año 2019 y mediante la colaboración de 100 voluntarios de Banco Falabella y Seguros Falabella, **se alcanzó a un total de 250 niños.**

ARGENTINA

En Argentina existen nueve colegios adheridos al programa Haciendo Escuela. Todos ellos reciben el apoyo tanto de los voluntarios de las tiendas Falabella en ese país como de los colaboradores de los negocios de Falabella Financiero. Durante este año se entregaron **kits escolares y agendas**, se celebraron fechas festivas significativas y se entregaron regalos. Por otra parte, se continuó trabajando junto a Fundación Leer en el fomento de la lectura en los más pequeños y se implementó el programa de Lectura Autónoma, una colección de libros creados especialmente por Fundación Leer con el objetivo de apoyar la fluidez de la lectura y la comprensión lectora.

7.5

OTROS PROGRAMAS COMUNITARIOS Y DE VOLUNTARIADO

Además de las iniciativas que impulsa en conjunto con la fundación América Solidaria y de aquellas en las que participa en el marco del programa "Haciendo Escuela", en 2019, Falabella Financiero aportó tanto en recursos como a través de voluntariado corporativo a otras importantes campañas y proyectos de carácter social.

ENTRE ESTAS ACTIVIDADES DESTACARON:

ONG Make a Wish

Falabella Financiero

Busca enriquecer la experiencia y ayudar a concretar las aspiraciones de niños con enfermedades de alto riesgo.

Durante el 2019 nuestros colaboradores cumplieron 4 sueños de niños.

Fundación Trascender

Banco Falabella

En conjunto con esta fundación, Falabella Financiero desarrolló las charlas de educación financiera a municipalidades y microemprendedores (ver capítulo 5). Además, durante 2019, 13 niños del Colegio Rosa Elvira Matte de Lo Espejo de III y IV medio tuvieron la oportunidad de visitar las oficinas de Banco Falabella Chile y compartir con nuestros equipos un día laboral.

Fundaciones Reciduca y Forge

Falabella Financiero

Grupo Falabella apoya la inserción de jóvenes beneficiarios de la fundación para que puedan acceder a un Primer Empleo de Calidad, brindándoles capacitación en redes sociales y entrevistas de trabajo.

ONG La Usina

Falabella Financiero

En el marco del programa "Mentores Inclusivos'', en 2019 se continuó el voluntariado profesional para brindar asesoría técnica a personas con discapacidad de la empresa social Red Activos, dependiente de la ONG La Usina. Se brindaron soluciones integrales a diversas problemáticas. Todos los grupos disponen de un presupuesto para realizar sus actividades y reciben el apoyo de voluntarios de la empresa por seis horas al mes.

Fundación Sí

Falabella Financiero

Por segundo año consecutivo Falabella Financiero en Argentina se sumó a la campaña de recolección de donaciones para la población más vulnerable del país. Los voluntarios de la empresa colaboraron en las actividades de empaque y clasificación. Además, voluntarios de la empresa participaron del día solidario, preparando y entregando alimentos a personas que viven en situación de calle. Además, las personas que ingresan a trabajar en las oficinas de Falabella Financiero realizan su primera jornada de voluntariado corporativo en la misma fundación.

Festejo Solidario

Falabella Financiero

Este año se desarrolló la primera prueba piloto del Programa de Voluntariado por Equipos de Trabajo junto a diferentes instituciones aliadas donde parte del equipo de CMR Falabella participó de la jornada de Festejo Solidario, organización sin fines de lucro que contribuye al desarrollo de niños y niñas en situación de vulnerabilidad a través de la celebración de cumpleaños.

Sembraton Fundación BibloSeos

Falabella Financiero

Las unidades de negocio comenzaron a apoyar en 2019 a esta institución que tiene por objetivo educar a niños y jóvenes como líderes sociales y emprendedores a través del diseño de espacios y experiencias que estimulen su capacidad de innovar para que ideen soluciones creativas a los problemas de su entorno. Los voluntarios de Falabella Financiero, en su mayoría particpantes de los programas de inducción, colaboraron en una jornada de siembra y visitas a las instalaciones.

7.6

RECAUDACIÓN PARA FUNDACIONES

En 2019 logramos recaudar más de 2 millones de dólares para instituciones y fundaciones de carácter social, cifra 6% mayor a lo logrado el año anterior.

Otra de las líneas de acción que impulsa Falabella Financiero en materia social es la recaudación de fondos y la captación de socios para organizaciones sin fines de lucro. Estas campañas se realizan en los cinco países en que está presente la empresa e involucran la entrega de estímulos para los equipos con mejores resultados.

Un porcentaje significativo de la recaudación se logra a través de las campañas que cada unidad realiza para atraer socios, especialmente para la Fundación América Solidaria. A nivel interno, cada negocio diseña e implementa planes de sensibilización específicos orientados a sus ejecutivos de venta, con el propósito de impulsar las donaciones y premiar a las sucursales que logran mayor número de captaciones.

Adicionalmente, en Colombia, y con este mismo objetivo, se organizó el segundo Torneo de Golf Solidario. En su nueva edición, el evento convocó a 68 colaboradores voluntarios en total, y contó con la participación de 16 empresas que contribuyeron con donaciones destinadas a financiar las actividades que promueve América Solidaria para erradicar la pobreza infantil del continente. En Chile, por su parte, Banco Falabella Chile recaudó fondos entre sus clientes para ir en ayuda de las fundaciones Mater y Nuestros Hijos.

TOTAL RECAUDACIÓN PARA FUNDACIONES EN US$

INSTITUCIÓN	2017	2018	2019
América Solidaria	1.103.281	1.075.424	1.319.076
Fundación Nuestros Hijos	426.279	316.600	296.277
Fundación Mater	642.428	558.214	444.618
Total recaudado	**2.171.988**	**1.950.238**	**2.059.971**

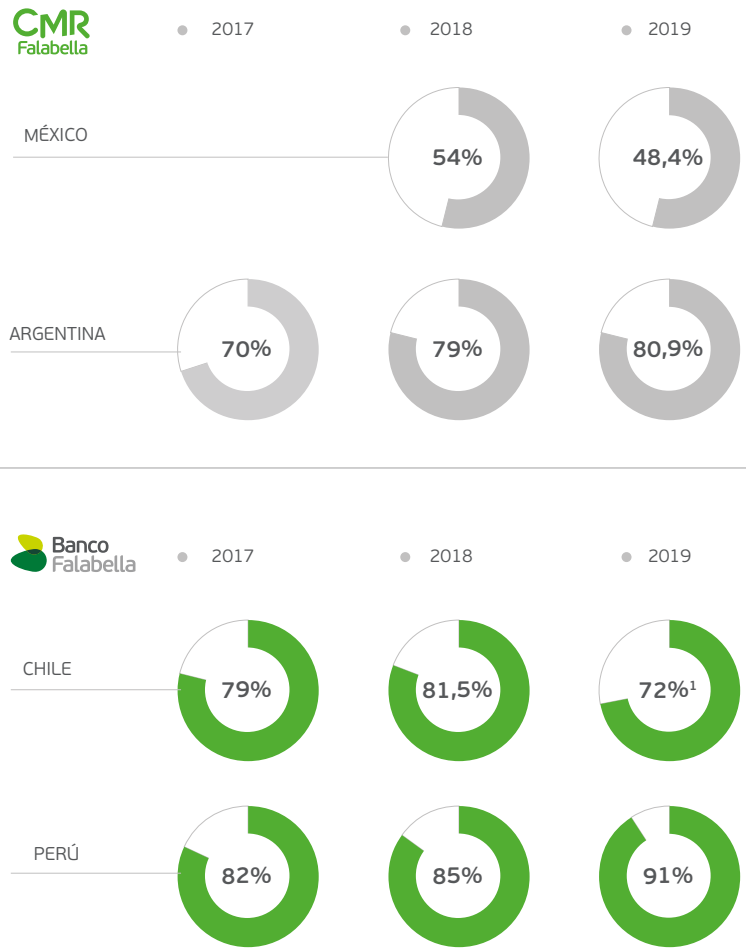
GESTIÓN AMBIENTAL

Con el objetivo de reducir el impacto ambiental de sus operaciones, Falabella Financiero viene impulsando el reemplazo de la comunicación impresa con los los clientes por el contacto online y la entrega de estados de cuenta digitales a través de correo electrónico.

Para avanzar en este desafío, CMR Falabella y Banco Falabella desarrollaron en todos los países en que operan campañas de sensibilización en estas materias, las que permitieron continuar incrementando la migración de los clientes a comunicaciones en línea.

En Chile y Perú, además, se fortalecieron los procesos comerciales que permiten la venta en formato digital del Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP) y el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT), respectivamente.

EVOLUCIÓN DE LA MIGRACIÓN A ESTADOS DE CUENTA DIGITALES POR NEGOCIO Y PAÍS



1.Este porcentaje consolida lo que anteriormente eran estados de cuenta de Banco Falabella Chile y CMR Falabella Chile

08

ACERCA DE **ESTE REPORTE**

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

VER CAPÍTULO

ALCANCE DE **ESTE REPORTE**

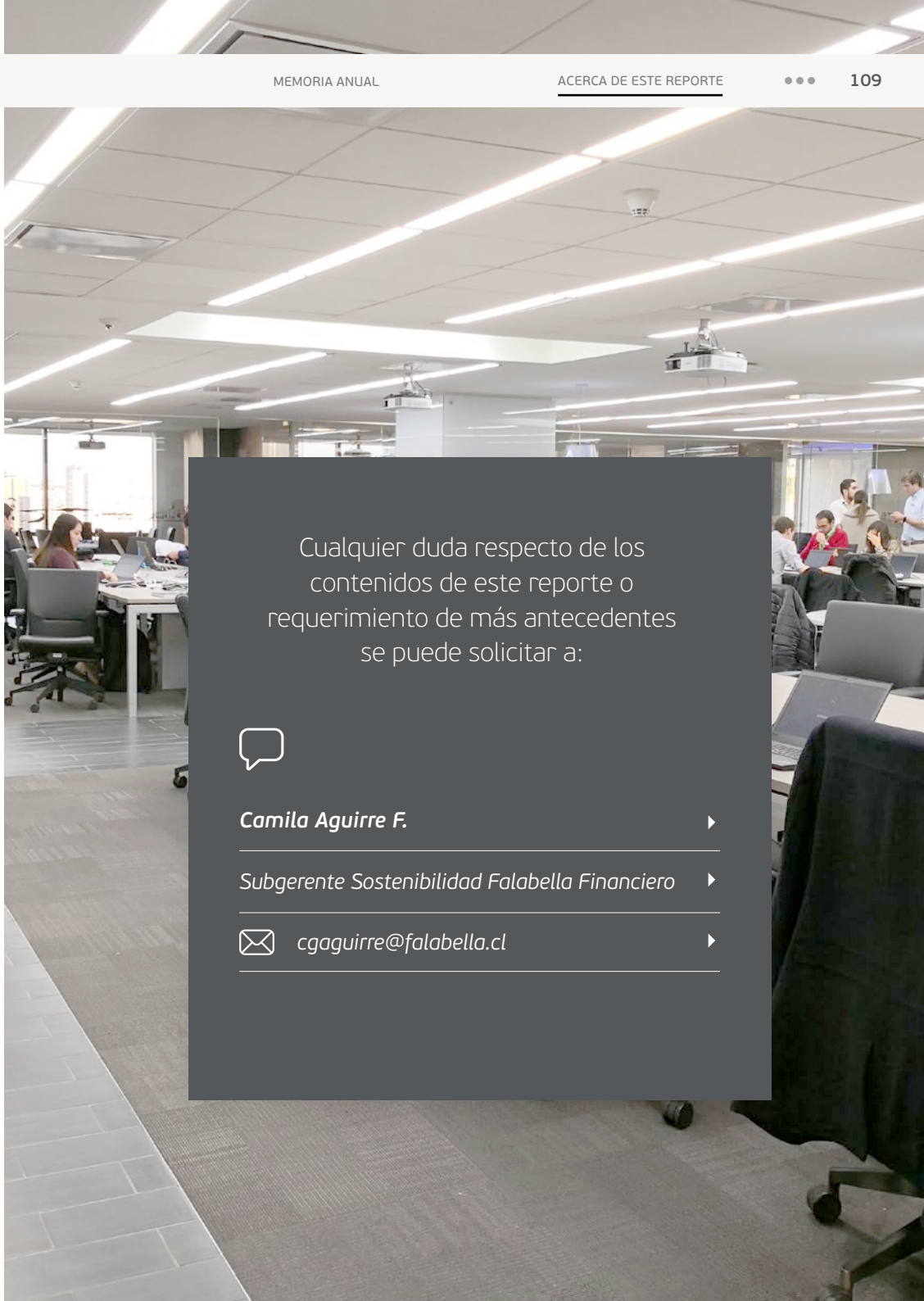
Este es el décimo reporte de sostenibilidad que publicamos de manera consecutiva desde el año 2009. A través de sus contenidos queremos dar a conocer el desempeño económico, social y financiero de la compañía durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019.

Este documento cubre la gestión de Banco Falabella, CMR Falabella y Seguros Falabella en todos los países en los que estas unidades de negocio están presentes.

La información que utilizamos para desarrollar este informe la proporcionó la Gerencia de Planificación, Desarrollo y Sostenibilidad, área que además se encarga del seguimiento de los compromisos de la empresa en materia de sostenibilidad.

Las metodologías y criterios para levantar los datos y antecedentes de este Reporte de Sostenibilidad son similares a los que se utilizaron en años anteriores.

Durante este último ejercicio, además, Falabella Financiero no efectuó cambios significativos en su estructura y organización, salvo por la venta de Viajes Falabella a nivel regional.



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

Camila Aguirre F.

Subgerente Sostenibilidad Falabella Financiero

cgaguirre@falabella.cl

METODOLOGÍA **Y MATERIALIDAD**

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

Para asegurar que sus contenidos respondieran a las expectativas de información de los grupos de interés de la compañía, desarrollamos un proceso de materialidad que contempló, desde la perspectiva interna, las siguientes acciones:

- Una ronda de entrevistas con los principales ejecutivos de Falabella Financiero para conocer los temas y desafíos más relevantes de cada uno de los negocios.
- La revisión de los hitos anuales de la compañía y de los avances alcanzados en el marco de la estrategia de crecimiento y el plan de digitalización.
- Estudios de resultados de las encuestas anuales de engagement.

Con el fin de considerar la mirada de los públicos de interés externos, este proceso de materialidad también incluyó:

- Análisis de la presencia de la compañía y el sector financiero en la prensa local y regional.
- Resultados de encuestas entre clientes y postulantes en los procesos de selección.
- Información sobre el desempeño y compromisos de sostenibilidad de Grupo Falabella.

A partir de este ejercicio, generamos un listado de aspectos materiales que en primer término validó la Gerencia Corporativa de Gestión y Sostenibilidad, y que posteriormente aprobaron los principales gerentes corporativos. En esta ocasión decidimos no verificar este Reporte de Sostenibilidad con una entidad externa.

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

GRI 102: CONTENIDOS GENERALES, 2016		Página
102-1	Nombre de la organización	6
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	13
102-3	Ubicación de la sede	8
102-4	Ubicación de las operaciones	8
102-5	Propiedad y forma jurídica	6
102-6	Mercados servidos	13
102-7	Tamaño de la organización	9
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	75
102-9	Cadena de suministro	33
102-10	Cambios significativos en la organización	15
102-11	Principio o enfoque de precaución	20
102-12	Iniciativas externas	24
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsable de la toma de decisiones	4
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	11
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	22
102-18	Estructura de gobernanza	16
102-19	Delegación de autoridad	18
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	18

GRI 102: CONTENIDOS GENERALES, 2016		Página
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	16
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	16
102-40	Lista de grupos de interés	25
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	92
102-42	Indetificación y selección de grupos de interés	92
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	92
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	92
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	6
102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas de cada tema	109
102-47	Lista de temas materiales	110
102-48	Reexpresión de la información	109
102-49	Cambios en la elaboración del informe	109
102-50	Período objetivo del informe	109
102-51	Fecha del último informe	109
102-52	Ciclo de elaboración de informes	109
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	109
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	109
102-55	Índices de contenidos GRI	111
102-56	Verificación externa	109

TEMA MATERIAL GRI	ESTÁNDAR	ENFOQUE DE GESTIÓN	CONTENIDO ESPECIFICO GRI	PÁGINA
Desempeño económico	GRI 201: Desempeño económico - 2016	30	201-1: Valor económico directo generado y distribuido	31
Empleo	GRI 401: Empleo - 2016	70	401-1: Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	75
			401-2: Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	82
Formación y enseñanza	GRI 404: Formación y enseñanza - 2016	83	404-1: Media de horas de formación al año por empleado	86
			404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	89
Diversidad e Igualdad de oportunidades	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades - 2016	78	405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados	75
Comunidades locales	GRI 413: Comunidades locales - 2016	94	413-1: Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	95

OTROS TEMAS MATERIALES	ENFOQUE DE GESTIÓN	INDICADORES INTERNOS	PÁGINA
Educación financiera	60	# capacitados en educación financiera	66
		# participantes del Torneo	60
		# visitas a la web Eddu	60
Voluntariado	96	# voluntarios participantes	97
		# horas de voluntariado	98
Gestión de reclamos	42	# reclamos por cada 10.000 atenciones	42
Seguridad de la información	20	Iniciativas implementadas en Ciberseguridad	20
Satisfacción de clientes	39	Net Promote Score (NPS ®)	39
Accesibilidad e inclusión	38	# de sucursales	8
		# de cajeros automáticos	8
Digitalización	48	# apps activas	49
		# interacciones del asistente virtual	57
		% ventas de crédito, abierta online	9
Clima organizacional	90	% colaboradores que opinan que Falabella Financiero es un buen lugar para trabajar	91

www.falabellafinanciero-reporte2019.cl

Banco Falabella

CMR Falabella

Seguros Falabella

REPORTE SOSTENIBILIDAD 2019 FALABELLA FINANCIERO