

REPORTE SOSTENIBILIDAD



2018

Estamos contigo siempre
FALABELLA RETAIL

ÍNDICE DE CONTENIDO



CARTA
GERENTE GENERAL
CORPORATIVO

2



ESTAMOS
CONTIGO SIEMPRE
FALABELLA RETAIL

4



CRECEMOS DE
FORMA
RESPONSABLE

14



SORPRENDEMOS A
**NUESTROS
CLIENTES**

30



SOMOS EL
MEJOR EQUIPO
DE PERSONAS

46



BUSCAMOS SOCIOS
ESTRATÉGICOS
**EN NUESTROS
PROVEEDORES**

66



AGREGAMOS
VALOR A
**NUESTRAS
COMUNIDADES**

74



REDUCIMOS
NUESTRO IMPACTO
EN EL ENTORNO

82



FALABELLA
RETAIL S.A.



Casa matriz: Manuel Rodríguez Norte 730, Santiago. Chile.
Página Web: www.falabella.com/falabellasostenible

CARTA

GERENTE GENERAL CORPORATIVO



Con 129 años de existencia, hemos contribuido a mejorar la calidad de vida de muchas personas, por quienes trabajamos para generarles un impacto positivo a través de los productos y servicios que ofrecemos. Nos apasiona seguir sirviendo a nuestros

clientes, adaptarnos a sus nuevas formas de consumo y adelantarnos a sus necesidades, para hacerles la vida más simple.

Hemos asumido el gran reto de seguir sorprendiendo y agregando valor a la experiencia de compra de cada cliente, tanto en nuestras tiendas físicas como en las plataformas digitales, donde nos esforzamos por brindar la mejor calidad de servicio en venta y posventa, a través de todos nuestros canales de comunicación.

El Retail está en un punto de inflexión y en nuestra empresa estamos abordando una profunda transformación digital para estar a la altura de las expectativas de nuestros clientes. Ellos están cambiando sus necesidades y expectativas, y la tecnología está jugando un rol acelerador en esa transformación. Por ello, nos hemos preparado y adaptado a conciencia en los últimos años para tener las capacidades y talentos necesarios para afrontar los desafíos en los cuatro países en que operamos: Chile, Perú, Argentina y Colombia.

El ecosistema físico y digital que estamos construyendo como empresa, tiene la potencialidad de ser uno de los más relevante en la región. En este contexto, durante 2018 dimos importantes pasos: inauguramos el Centro de Distribución más moderno de Latinoamérica, que nos dará las capacidades para seguir entregando de manera más rápida y precisa los pedidos tanto de nuestros clientes en tienda como en ecommerce. Asimismo hemos logrado importantes avances en nuestro objetivo de

disponibilizar todo nuestro surtido de ecommerce en 24 hrs. a lo largo de Chile. También hemos incorporado nuevos servicios, como es el caso de rangos horarios para los productos de línea blanca.

En nuestras tiendas hemos continuado con la ampliación y modernización de nuestros Click & Collect, incorporando tecnología para mejorar los tiempos de atención y experiencia de retiro. También hemos incorporado el uso de tecnología para reducir las fricciones en los cambios y devoluciones, como en disponibilizar a nuestros clientes la información del estado de sus órdenes. Reflejo de lo anterior, es que en 2018 obtuvimos más de 64% de recomendaciones, a través de la encuesta de satisfacción de clientes (NPS), aumentando nuestra fidelización y preferencia en la región.

El desarrollo longtail a través del marketplace, ha tenido un importante crecimiento en el último año, transformándose en un atractivo espacio para incluir más proveedores y darles a los pequeños y medianos emprendedores una oportunidad de vender a través de Falabella.com. Gracias a ellos hemos podido ampliar nuestro catálogo y ofrecer al cliente una oferta más novedosa y diversa, que incluye productos de diseño emergente.

Los proveedores, 79% de ellos nacionales, son nuestros socios estratégicos con los que buscamos establecer un vínculo a largo plazo, basado en la transparencia y compromiso por una producción socialmente responsable, tanto en los procesos productivos como en las relaciones que establecen con sus trabajadores. En el desarrollo de nuestras marcas, velamos para que sus productos sean desarrollados acorde con nuestra manera de hacer las cosas. Para ello, fomentamos buenas prácticas en materia laboral, salud y seguridad y ética comercial, cuyo cumplimiento verificamos mediante auditorías sociales en todas las partes del mundo donde producimos.

Estamos comprometidos con la meritocracia, la igualdad de oportunidades, la diversidad y la inclusión, y promovemos una cultura libre de discriminación, basada en nuestra Política de Derechos Humanos y No Discriminación. En esta línea, hace siete años contamos con el programa Falabella Inclusivo, que nos ha permitido focalizar nuestros esfuerzos en la incorporación de personas con discapacidad, jóvenes, adultos mayores y migrantes.

También, impulsamos la diversidad y la equidad de género, promoviendo la visibilidad y el desarrollo de nuestros trabajadores, así como la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Hemos disminuido las barreras al ascenso femenino y hoy un 49% de las mujeres de la compañía están en cargos ejecutivos.

Fomentamos que nuestros colaboradores desarrollen sus talentos y crezcan como profesionales. Creemos que el desarrollo integral de los individuos en todos los ámbitos de la vida hace personas más felices y plenas, que transmiten valores a nuestra organización y generan una diversidad que nos permite enriquecer nuestra mirada de cara al cliente.

Tan importante como lo anterior es la relación que construimos con las comunidades donde estamos presente. A través del Programa Haciendo Escuela (PHE), que este año cumple 49 años, apoyamos la educación de los niños de hoy y las familias del mañana. Actualmente, la iniciativa está presente en Chile, Perú, Colombia y Argentina, beneficiando a más de 100 establecimientos y cerca de 84 mil niños de la región. El corazón de este programa son los más de 5.000 voluntarios de la compañía quienes, a través del programa Yo Soy Voluntario, destinaron en 2018 más de 23.000 horas al trabajo al PHE y otras acciones en beneficio de la comunidad.

Estamos comprometidos con un mundo más verde y queremos ser una empresa sostenible en el tiempo. Por ello, estamos minimizando el efecto de nuestras operaciones en el medio ambiente para disminuir

nuestro impacto en el cambio climático: contamos con 26 tiendas con certificación LEED, 10 tiendas ecoamigables, reciclamos un 56% de nuestros residuos no peligrosos, disminuimos un 16% el consumo de energía no renovable, y aumentamos en 29% el uso de energías renovables no convencionales (ERNC).

En tanto, nuestro nuevo Centro de Distribución Omnicanal se encuentra en proceso de obtener la certificación LEED Gold que entrega el U.S. Green Building Council (organización que vela por construcciones sustentables), que genera eficiencia hídrica y energética, mejora la reputación como empresa y cumple con normativas ambientales y de confort, entre otros.

Gracias a alianzas con distintos entes, hemos avanzado en la gestión responsable de nuestros residuos y podemos destacar el trabajo con los recicladores bases en Santiago Centro, quienes tienen la misión de gestionar todo el material reutilizable. Además, desde 2015 somos parte del programa del ministerio del Medio Ambiente, “Huella Chile”, que busca mitigar las emisiones de gases efecto invernadero en el país.

La pasión por nuestros clientes ha marcado nuestra historia y seguiremos trabajando en equipo día a día, comprometidos con superar sus expectativas. Todo esto va en línea con los ejes centrales de la estrategia de crecimiento responsable, que nos ha acompañado en estos casi 130 años de vida: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad. Estamos convencidos de que gracias a esta estrategia hemos podido sumar valor a Falabella Retail, convirtiéndola en una empresa valorada y preferida por todos quienes se relacionan con nosotros.

Afectuosamente,
Gonzalo Somoza
Gerente general corporativo
Falabella Retail

#CAPÍTULO 1



ESTAMOS CONTIGO SIEMPRE
FALABELLA RETAIL



10.925
 Proveedores

114
 TIENDAS



31.246
 TRABAJADORES





➤ Somos una tienda por departamento con presencia en cuatro países –Chile, Perú, Colombia y Argentina–, buscamos que nuestros clientes puedan encontrar productos para uso personal y del hogar, con una extensa propuesta de marcas propias, internacionales exclusivas y marcas locales.



NUESTRAS CATEGORÍAS DE PRODUCTOS SON:



-  **Moda Mujer** ▼
-  **Moda Hombre** ▼
-  **Moda Niños** ▼
-  **Zapatos** ▼
-  **Belleza y Accesorios** ▼
-  **Electro y Tecnología** ▼
-  **Decohogar y Dormitorio** ▼
-  **Deportes** ▼
-  **Telefonía** ▼
-  **Otras categorías** ▼



Formamos parte de Falabella, sociedad anónima abierta, sujeta a la regulación y las normas de la Comisión para el Mercado Financiero. Somos parte de Falabella Limitada, Inversiones Parmin SpA y Apyser SpA.

Falabella también la integran; mejoramiento del hogar, sector financiero, supermercados y sector inmobiliario.

Nuestra presencia en la región nos permite fortalecer las capacidades para dar respuesta y enriquecer la vida de nuestros clientes con los productos y experiencias que ellos quieren.

TIENDAS POR PAÍS*



Colombia

26 TIENDAS



Perú

28 TIENDAS



Chile

49 TIENDAS



Argentina

11 TIENDAS

114
TIENDAS

742.468 M2
DE SUPERFICIE
de venta total

13 CENTROS
de distribución
y transferencia
EN LA REGIÓN

*Ver detalle de tiendas en anexo.





NUESTRA CULTURA



PROPÓSITO

Enriquecer la vida de nuestros clientes con los productos y experiencias que ellos quieren.

MISIÓN

Liderar el comercio Latinoamericano entregando la mejor experiencia de compra omnicanal.

VALORES

- ✓✓ *Buscamos generar oportunidades de crecimiento para nuestros talentos.*
- ✓✓ *Fomentamos la iniciativa propia, sin miedo a equivocarnos.*
- ✓✓ *Disfrutamos lo que hacemos y celebramos nuestros logros.*
- ✓✓ *Nos apasiona superar las expectativas de nuestros clientes.*
- ✓✓ *Nos motiva el desafío, siempre vamos por más.*
- ✓✓ *Enfrentamos los desafíos como un solo equipo.*



NUESTRA GOBERNANZA

Nuestro Gobierno Corporativo está encabezado por el Directorio, que lo integran nueve miembros titulares, que sesionan como mínimo cada dos meses y es elegido por la Junta de Accionistas. Ninguno de los escogidos puede formar parte de la plana ejecutiva, con el objetivo de mantener la debida independencia de su labor.

PRINCIPALES FUNCIONES DEL DIRECTORIO



- ✓✓ *Trazar y definir los lineamientos estratégicos que guían nuestra empresa.*
- ✓✓ *Respetar la normativa vigente, nuestro Código de Integridad y el enfoque sostenible de nuestra actividad.*

Nos sentimos orgullosos de tener un Gobierno Corporativo íntegro y transparente, que cuenta con las capacidades y habilidades necesarias para enfrentar los desafíos actuales. El compromiso de nuestros directores queda reflejado en el 100% de asistencia de todos ellos a las sesiones del año 2018.



DIRECTORIO FALABELLA RETAIL 2018

	Carlos Heller Solari PRESIDENTE - <i>Ingeniero en Ejecución Agrícola</i> - 10 años de antigüedad	▼
	Carlo Solari Donaggio <i>Ingeniero Civil</i> 7 años de antigüedad	▼
	Giorgianna Cuneo Queirolo <i>Publicista</i> 1 año de antigüedad	▼
	Sergio Cardone Solari <i>Ingeniero Comercial</i> 10 años de antigüedad	▼
	Julio Fernández Taladriz <i>Ingeniero Comercial</i> 2 años de antigüedad	▼
	Carolina del Río Goudie <i>Empresaria</i> 1 años de antigüedad	▼
	Sebastián del Río Goudie <i>Máster en Comunicación y Desarrollo</i> 2 años de antigüedad	▼
	Sandro Solari Donaggio ¹ <i>Ingeniero Civil</i> 6 meses de antigüedad	▼
	Juan Pablo Montero Schepeler <i>Ingeniero Civil</i> 4 años de antigüedad	▼

En 2018, fuimos reconocidos por el Ranking de participación femenina de Empresas IPSA² elaborado por ComunidadMujer, como la segunda empresa con mayor presencia de mujeres en el Directorio.

GÉNERO EN EL DIRECTORIO	2016	2017	2018
Hombres	7	6	7
Mujeres	2	3	2

EDAD EN EL DIRECTORIO	2018
Menores de 30	0
Entre 30 y 50 años	3
Mayores de 50 años	6

1. En junio del año 2018 deja nuestro directorio María Cecilia Karlezi Solari para que ingrese Sandro Solari Donaggio.
2. El Índice IPSA, Índice de Precios Selectivo de Acciones, es un índice bursátil y como tal es un indicador de rentabilidad, está formado por las 30 acciones más transadas de la Bolsa de Chile.

NUESTRO EQUIPO EJECUTIVO

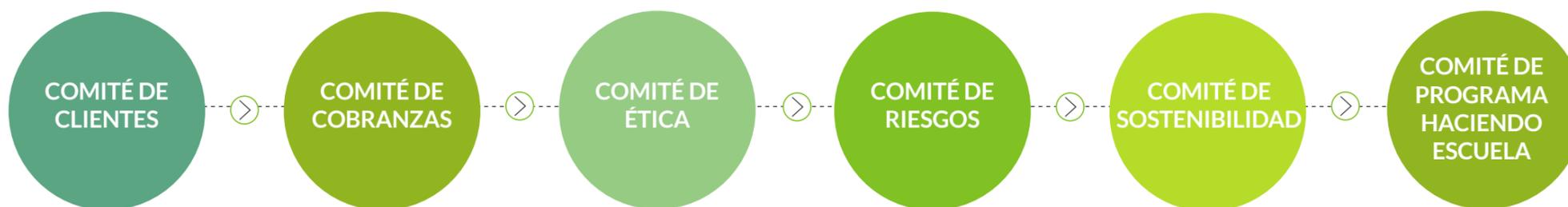
La gestión de nuestro negocio se implementa de forma integrada, en base a una mirada de desarrollo sostenible, capturando las sinergias de la operación en los cuatro mercados donde estamos presentes.

Los responsables de concretar esta forma de hacer las cosas son, los integrantes de nuestro equipo

ejecutivo de Falabella Retail, que está compuesto por los gerentes generales y corporativos de cada uno de los países y encabezado por un Gerente General Corporativo. Nuestros gerentes corporativos, además, ejercen un liderazgo clave para el cumplimiento de la estrategia, objetivos y propuesta de valor de cara al consumidor, implementando políticas y prácticas que definen el ADN de Falabella Retail, lo que permite enriquecer la experiencia de nuestros clientes.



COMITÉS DE GERENTES:





HITOS 2018



Inauguramos el nuevo **Centro de Distribución Omnicanal en Chile**, el más moderno de América Latina, fundamental para nuestro crecimiento responsable y para poder cumplir en forma rápida y precisa nuestros despachos a clientes y tiendas bajo un esquema omnicanal.



Capacitamos un **32% más de proveedores que en 2017**, con el objetivo de apoyarlos en el cumplimiento de nuestras auditorías sociales.



Abrimos tres nuevas tiendas: **dos en Chile** (Arica e Independencia) y **una en Colombia** (Manizales).



Realizamos más de **23.000 horas de voluntariado**, aumentando en **8,1% nuestras horas respecto de 2017**, lo que nos permitió beneficiar a un 7% más de alumnos del Programa Haciendo Escuela en la región.



Apoyamos a tres nuevos colegios a través del **Programa Haciendo Escuela**, que llega a más de **83 mil niños de la región**.



Incorporamos la **Economía Circular** como parte de nuestra Gestión Medioambiental, con la implementación del proyecto de reciclaje de ganchos en Chile.



HITOS 2018



Seguimos fortaleciendo la movilidad interna a través de nuestro **Banco de Talentos**, donde llevamos más de 183 trabajadores ascendidos a través de este programa.



Simplificamos la vida de nuestros clientes y trabajadores de la región con la creación de una **nueva asistente virtual para Falabella.com** y otra para el público interno, manejada por la **Gerencia de Personas y Sostenibilidad**.



Contamos con un total de **26 tiendas certificadas LEED** y **10 eco amigables** en toda la región, velando por la construcción sustentable de nuestras operaciones.



Aumentamos un **10% la inclusión de proveedores pymes respecto de 2017**, promoviendo el desarrollo y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.



Por primera vez en **Perú** y por segundo año consecutivo en **Chile** realizamos el programa **Falabella Challenge**, con el que buscamos atraer el talento de las mejores universidades de cada país.



Obtuvimos más de **64% de recomendaciones, a través de la encuesta de satisfacción de clientes (NPS)**, aumentando nuestra fidelización y preferencia en la región.



RECONOCIMIENTOS 2018

➤ En **sostenibilidad** nuevamente fuimos incluidos como Falabella en el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones. Además tenemos presencia en tres índices adicionales que componen el Dow Jones: el de Mercados Emergentes, la clasificación MILA –que agrupa a las empresas de la Alianza del Pacífico– y el Dow Jones Sustainability Index Chile

EN REPUTACIÓN CORPORATIVA FUIMOS DISTINGUIDOS



✓ *En Chile con el primer lugar en el Ranking Merco Empresas con mejor reputación corporativa 2018, categoría retail, y con el quinto lugar en Merco Responsabilidad del Gobierno Corporativo 2018, categoría retail.*

➤ También obtuvimos un importante número de reconocimientos vinculados con nuestra **gestión de clientes**, lo que nos motiva a seguir mejorando con el objetivo de simplificarles la vida y entregarles una experiencia de compra memorable, siempre con los mejores estándares de calidad y servicio.

✓ *Obtuvimos el primer lugar en el Premio Nacional de Satisfacción de Clientes ProCalidad Chile 2018, en la categoría tiendas por departamento.*

✓ *Fuimos reconocidos como la marca de retail minorista más valiosa, tanto en Chile como en Latinoamérica, según ranking BrandZ 2018.*

✓ *Logramos el Premio Lealtad del Consumidor Chile 2018, que otorga la consultora Alco junto a la Escuela de Negocios de la Universidad Los Andes (ESE), en la categoría grandes tiendas.*

✓ *Nos posicionamos como la mejor plataforma Ecommerce de retail, según eCommerce Awards Chile 2018, premio que entrega el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico.*

➤ En el ámbito de **trabajadores**, también fuimos distinguidos por nuestra gestión y atracción de talentos, promoviendo el desarrollo integral y buen clima laboral.

Año a año nos esforzamos por ser una de las mejores empresas para trabajar, lo que nos ha llevado a estar entre las 25 mejores multinacionales para trabajar en Latinoamérica, según el Great Place to Work (GPTW).

Por países nos situamos en los siguientes lugares:

POSICIÓN GPTW



CHILE

20 DE 210 EMPRESAS
de distintos tipos y tamaños.



PERÚ

8 DE 25 EMPRESAS
de más de 1.000 colaboradores.



COLOMBIA

13 DE 20 EMPRESAS
con más de 500 colaboradores.



ARGENTINA

7 DE 10 EMPRESAS
con más de 1.000 colaboradores.

➤ Obtuvimos en el Ranking mejores empresas para trabajar según millennials el puesto número 12° en Perú.

✓ *Merco Talento 2018 nos reconoció con el primer lugar en la categoría retail en Atracción y Gestión de Talento, tanto en Chile como en Perú.*

✓ *Fuimos distinguidos por el Reconocimiento a la Gestión Previsional Sustentable Chile que entrega AFP Capital, en la categoría “Educación Previsional y Toma de Consciencia”.*

✓ *Cool Place To Bike Chile nos reconoce por impulsar que nuestros trabajadores usen la bicicleta como medio de transporte.*

✓ *Somos consideradas una de las 50 empresas más innovadoras de Chile por Best Place to Innovate.*



 En **equidad de género** estuvimos entre las cinco grandes empresas chilenas transadas en Bolsa con mayor representación femenina en sus gobiernos corporativos, según el Ranking de Mujeres en la Alta Dirección de Comunidad Mujer. Además, nos situamos entre las compañías chilenas con mayor grado de igualdad, por el Índice de Equidad de Género PROhumana 2018. Mientras que, en Perú, el Ranking de Equidad de Género PAR, nos situó en el quinto puesto por nuestra labor en este ámbito.

La **diversidad e inclusión** también fueron uno de los ejes de nuestra gestión reconocidos públicamente. Se aprobó la Política de Diversidad e Inclusión de Falabella.

Asimismo, recibimos el reconocimiento entregado por la Iniciativa Sumando Valor Chile y las Mesas de Trabajo Más Diversidad, ambos otorgados por Acción Empresa, por nuestra gestión en Diversidad e Inclusión.



 Nuestro trabajo en inserción laboral de jóvenes fue distinguido tanto en Chile como en Argentina, por la labor que realizamos en conjunto con Fundación Forge.

 En Chile, fuimos reconocidos por el Servicio Nacional de la Discapacidad con el Sello Chile Inclusivo, por nuestra gestión en inclusión laboral y por accesibilidad universal en nuestra tienda Falabella Maipú. Mientras que en Colombia, la Secretaría Distrital de Integración Social nos distinguió como una empresa que incluye a la población en discapacidad y; en Argentina, por tercer año consecutivo, recibimos el premio “Impulsores de Impacto Social” por nuestro compromiso y el trabajo conjunto que realizamos con Red Activos (Empresa Social de la ONG La Usina).

 En Argentina recibimos una distinción especial de GPTW por nuestro programa de Inclusión Social, que realizamos en alianza con Fundación Discar y Fundación Reciduca.



#CAPÍTULO 2

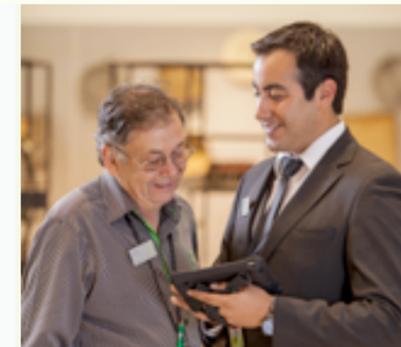


CRECEMOS DE FORMA RESPONSABLE



9.231 HORAS
DE FORMACIÓN
en derechos humanos

8.937 horas de capacitación
EN LIBRE COMPETENCIA



19.766 trabajadores
FORMADOS EN ÉTICA
y prevención de delitos



- Para alcanzar nuestro propósito, trabajamos día a día con el objetivo de lograr un justo equilibrio entre crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad, que son los ejes de nuestra estrategia de crecimiento responsable. Esto lo hacemos a través de una gestión alineada con el respeto a la integridad y a la transparencia en los negocios.



CRECIMIENTO

- ✓ Ampliar la capacidad de servir y fidelizar a más clientes en la región.
- ✓ Ofrecer nuevas marcas y productos a través de distintos canales.



RENTABILIDAD

- ✓ Generar valor para nuestros accionistas.
- ✓ Maximizar el retorno de nuestros activos.
- ✓ Aumentar la eficiencia y productividad en las distintas etapas del negocio.



SOSTENIBILIDAD

- ✓ Ser respetados y valorados por nuestros grupos de interés.
- ✓ Alinear el negocio con una gestión socialmente responsable.
- ✓ Cuidar y mitigar nuestros impactos en el medioambiente.

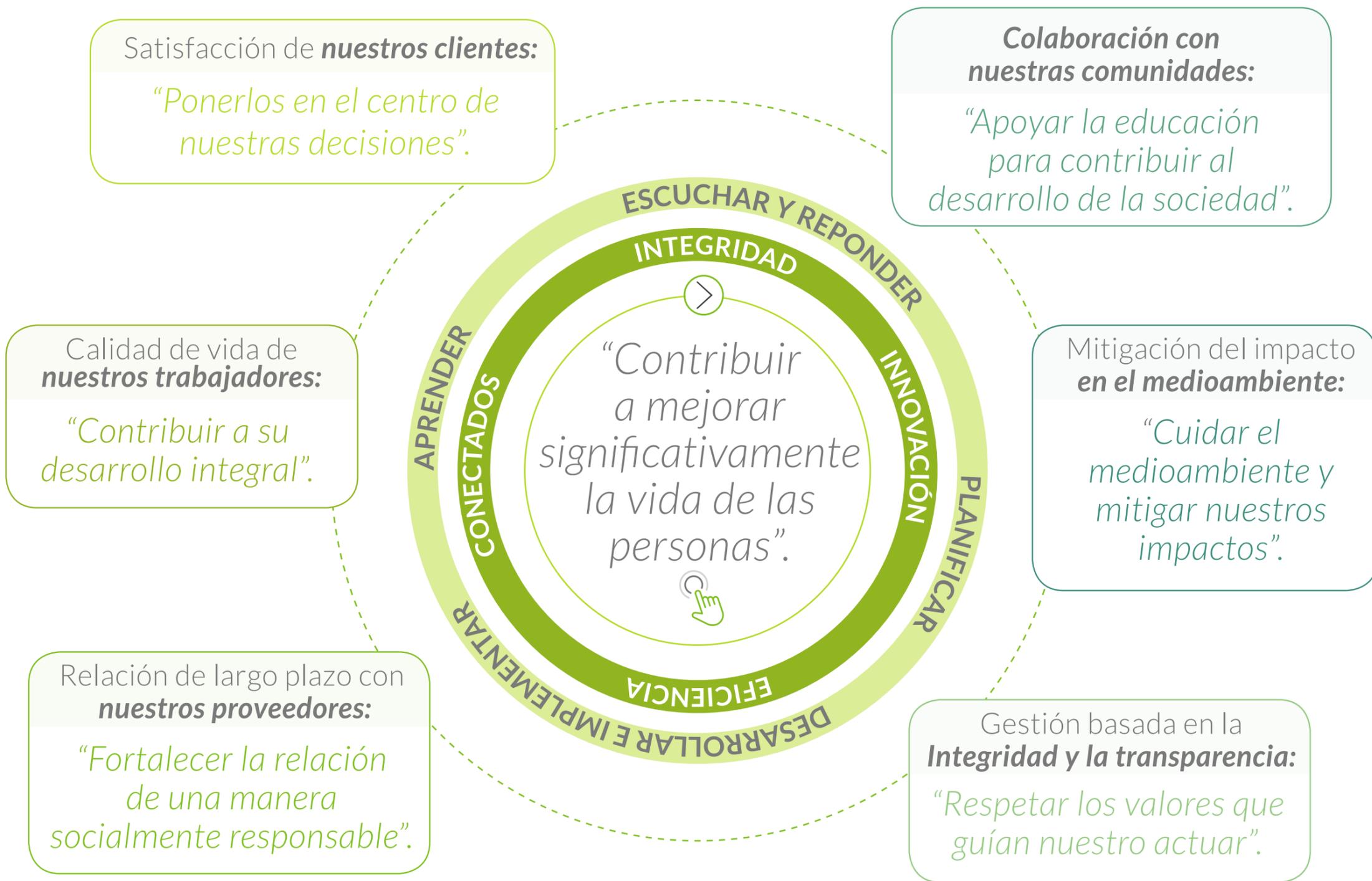


- 🔍 *Creemos firmemente que esa es la mejor manera de seguir consolidándonos como una empresa respetada, valorada y preferida por clientes, trabajadores, proveedores y comunidades.*

MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE

Se compone de seis pilares, a través de los cuales nos hacemos cargo de los impactos que generamos en cada una de las etapas del desarrollo del negocio.

De la estrategia de crecimiento responsable surge nuestro Modelo de Gestión Sostenible y el Cuadro de Mando Integral de Sostenibilidad.



MATRIZ DE TEMAS MATERIALES

➤ Influencia en las decisiones de los grupos de interés

ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO

- 1 Ética y cumplimiento.
- 2 Compromiso con los DDHH.
- 3 Desempeño económico.

CLIENTES

- 4 Salud y seguridad de los clientes.
- 5 Marketing y etiquetado.
- 6 Ciberseguridad y privacidad del cliente.
- 7 Experiencia y satisfacción del cliente.
- 8 Productos sustentables.
- 9 Inclusión y accesibilidad.

COMUNIDAD

- 10 Aporte en las comunidades locales.
- 11 Voluntariado corporativo.

PROVEEDORES

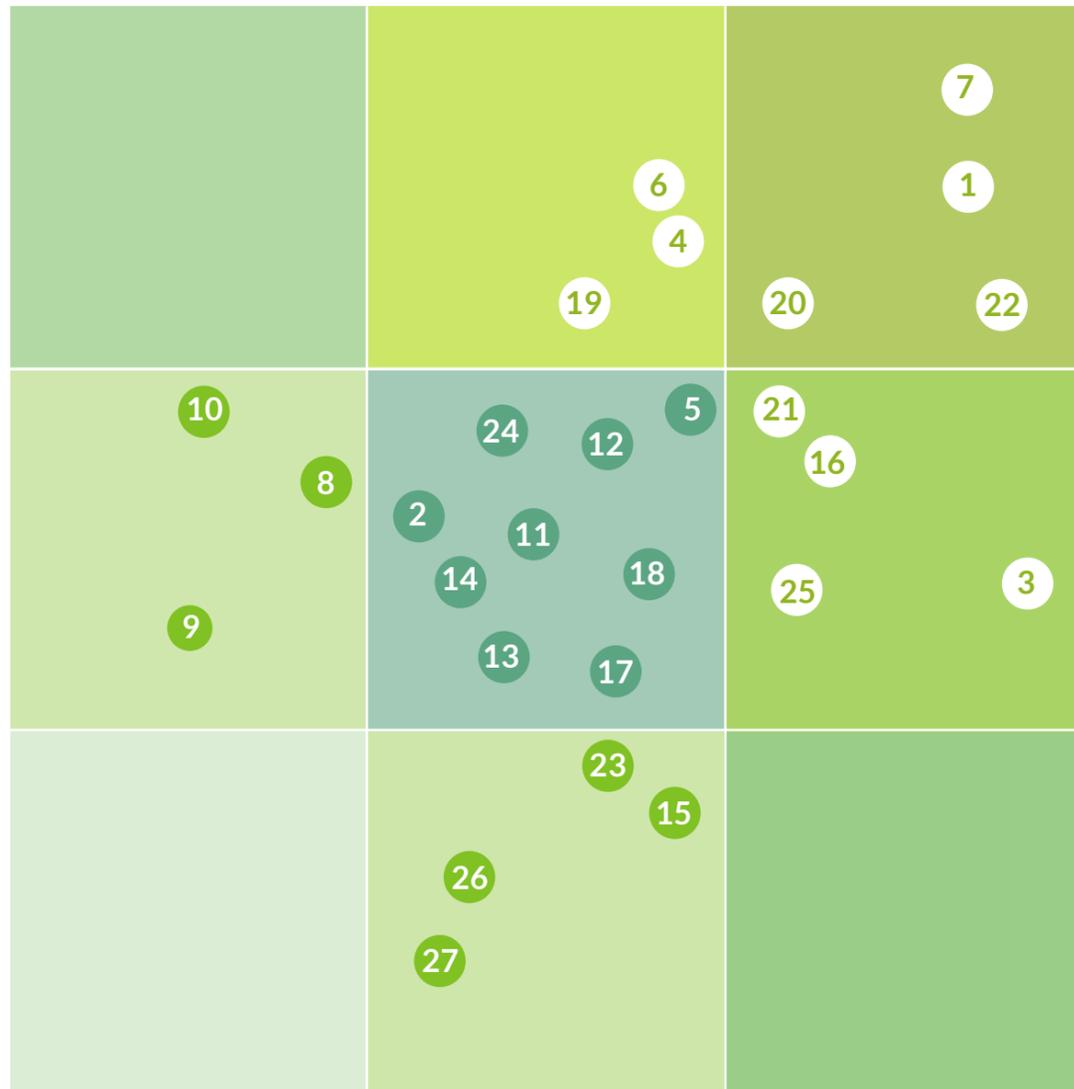
- 12 Evaluación social de proveedores.
- 13 Apoyo a las Pymes.
- 14 Proveedores locales.

TRABAJADORES

- 15 Formación y capacitación.
- 16 Clima laboral.
- 17 No discriminación.
- 18 Diversidad e igualdad de oportunidades.
- 19 Calidad de vida.
- 20 Salud y seguridad en el trabajo.
- 21 Relaciones trabajador - empresa.
- 22 Atracción y retención de talento.
- 23 Movilidad interna.

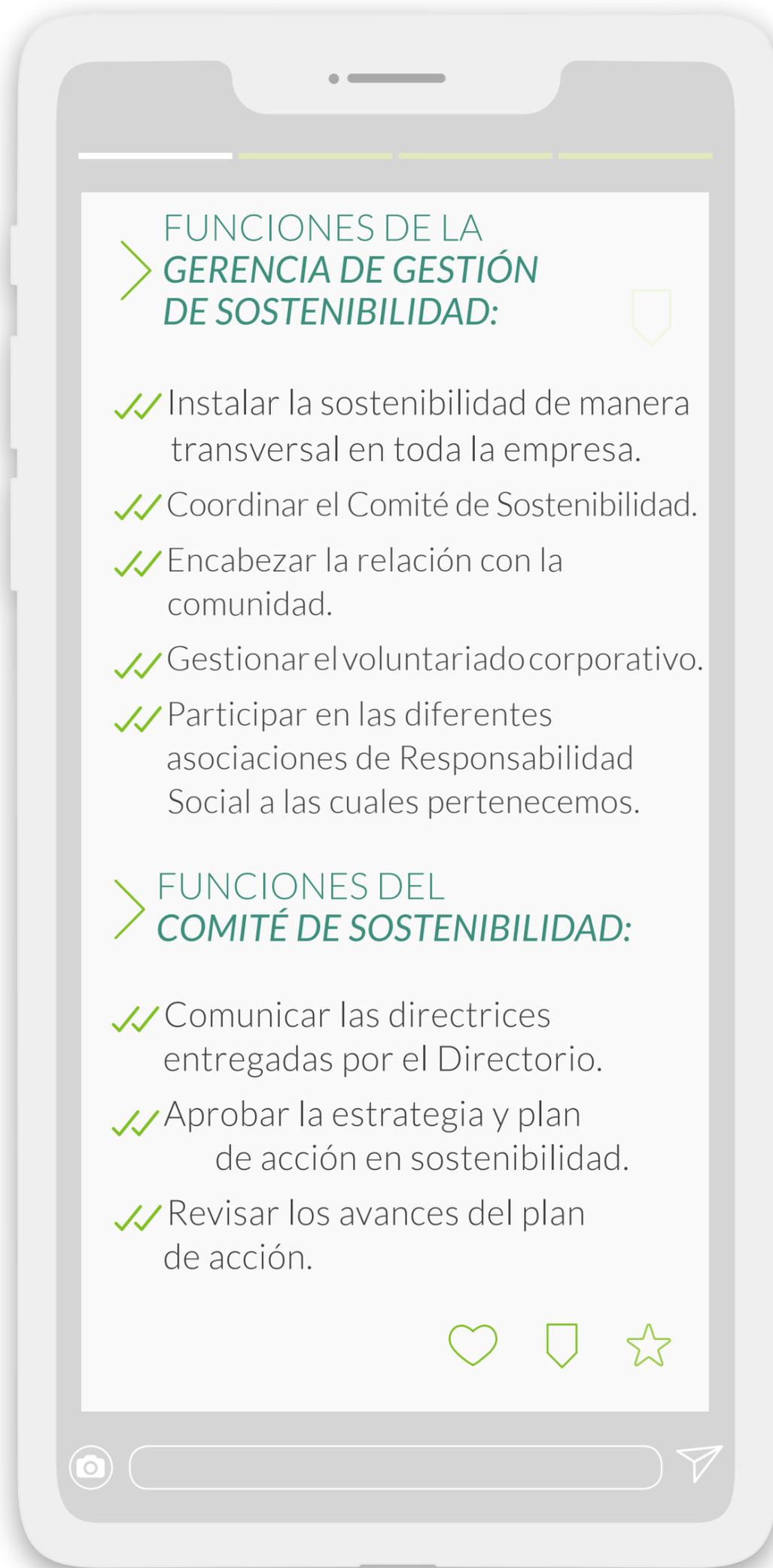
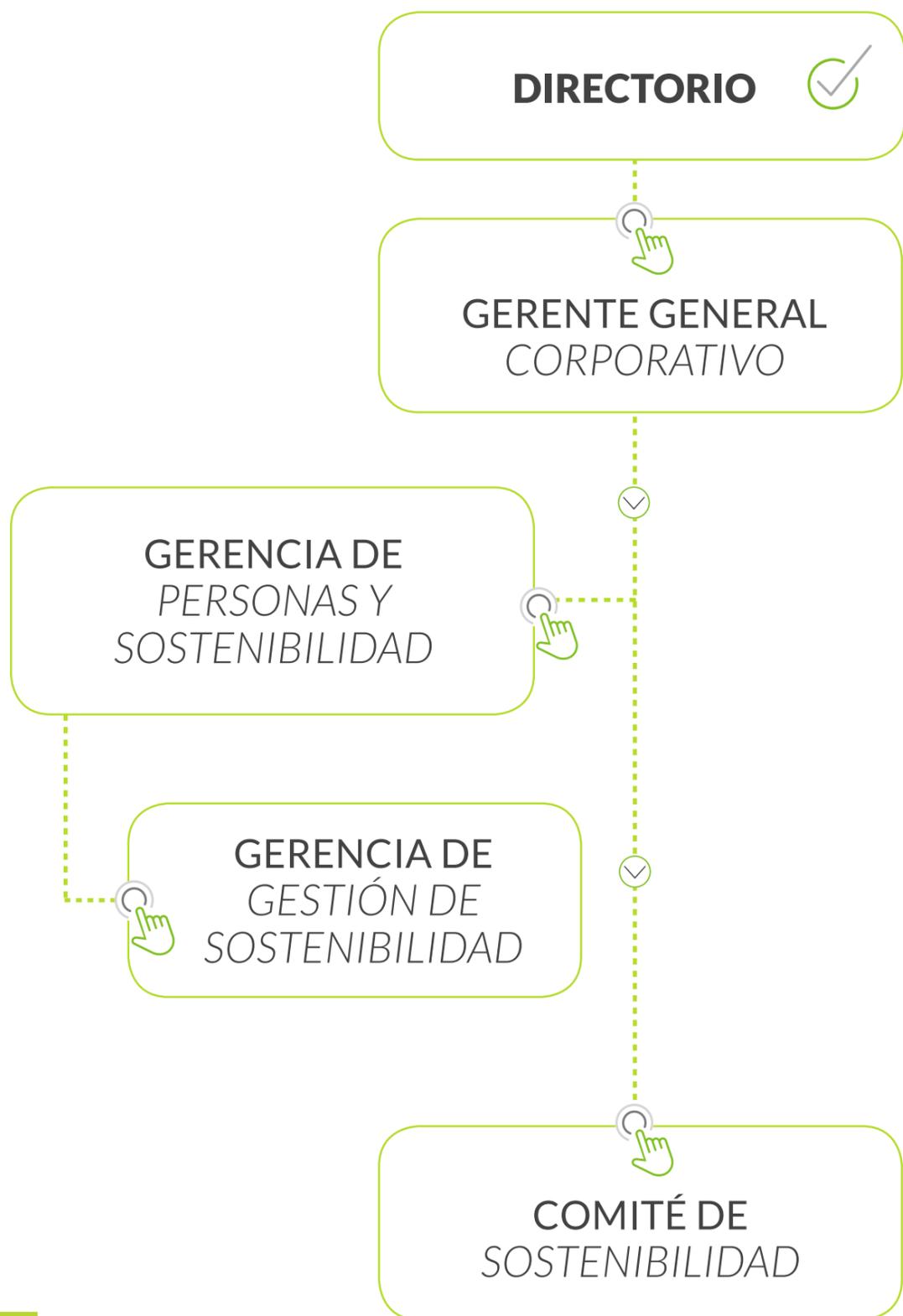
MEDIOAMBIENTE

- 24 Construcción sustentable.
- 25 Cambio climático.
- 26 Gestión de residuos y reciclaje.
- 27 Economía circular.



➤ Impacto en el negocio

➤ La implementación de la estrategia de crecimiento responsable es conducida por la Gerencia de Gestión de Sostenibilidad, que forma parte de la Gerencia de Personas y Sostenibilidad. Asimismo, contamos con un Comité de Sostenibilidad, liderado por nuestro gerente general corporativo, y en el que participan los principales ejecutivos.



NUESTRO COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



1. Fin de la pobreza

- ✓ Contamos con el Programa Haciendo Escuela.
- ✓ Tenemos una política de inclusión con foco en oportunidades laborales para jóvenes, adultos mayores, migrantes y personas con discapacidad.
- ✓ A través de Falabella Challenge buscamos atraer talento joven.
- ✓ Procuramos brindar apoyo en situaciones de catástrofes naturales.
- ✓ Trabajamos con reclusas de la cárcel de mujeres.
- ✓ Contamos con el programa socio laboral para mujeres en estado de vulnerabilidad en Perú.
- ✓ Ofrecemos orientación y asesoría para postulación a la vivienda propia y apertura de libreta con bono de ingreso.
- ✓ Impulsamos el reciclaje inclusivo.

3. Salud y seguridad

- ✓ Contamos con un Sistema de Gestión en Salud y Seguridad Ocupacional (basado en la norma OHSAS 18.001/2007) en Chile, Perú y Colombia.
- ✓ A través de protocolo SMETA evaluamos las condiciones de seguridad y salud de nuestros proveedores.
- ✓ Tenemos beneficios orientados a la salud de nuestros trabajadores, como promoción de visa saludable, seguro complementario.
- ✓ Garantizamos altos estándares de calidad y seguridad de nuestros productos.

4. Educación de calidad

- ✓ Contamos con un programa de capacitación para nuestros trabajadores.
- ✓ A través del Programa Haciendo Escuela buscamos mejorar la calidad de la educación de niños y niñas.
- ✓ En Colombia apoyamos a trabajadores para que accedan a un nivel técnico de educación.

5. Igualdad de género

- ✓ Contamos con el Programa Mentoring Mujeres.
- ✓ Realizamos campaña de Liderazgo femenino en Chile y Perú.
- ✓ Tenemos una Política de Equidad de Género y de No Violencia contra la Mujer y un Comité de Género en Perú.
- ✓ En Perú realizamos capacitaciones para erradicar estereotipos de género.
- ✓ Contamos con el Programa Socio Laboral para mujeres en estado de vulnerabilidad en Perú.

8. Trabajo decente y crecimiento económico

- ✓ Entregamos oportunidades de trabajo a jóvenes, personas con discapacidad y migrantes.
- ✓ Mediante el Programa Falabella Challenge y E-Hackathon apoyamos los nuevos talentos y el emprendimiento.
- ✓ Contamos con una política de compensaciones que asegura un salario justo.
- ✓ Realizamos auditorías sociales a fábricas para garantizar condiciones laborales.

7. Energía asequible y no contaminante

- ✓ Desde 2008 hemos trabajado en un Programa de Eficiencia Energética en todos los países: Utilización de fuentes de energía renovables no convencionales.
- ✓ A través de la alianza con Acciona Energía, en Chile abasteceremos con energía renovable a casi 100 instalaciones de nuestros negocios dentro de los próximos años.

16. Paz, justicia e instituciones solidarias

- ✓ Nuestro código de integridad y nuevo canal aseguran el acceso equitativo a espacios de denuncia.
- ✓ Tenemos un modelo de prevención del delito, con foco en temas como prevención de corrupción y competencia desleal.
- ✓ Nuestra cultura está basada en la meritocracia y desarrollamos fuertes campañas para promover nuestros valores corporativos.

17. Alianzas para lograr los objetivos

- ✓ Tenemos alianzas con Pacto Global, SEDEX, International Association Of Department Stores, Green Building Council, entre otras.
- ✓ En Chile participamos de Iniciativa paridad de género, Alianza por el género PROhumana y Alianza con el ministerio de la mujer.
- ✓ Nos suscribimos a los principios para el empoderamiento de las mujeres de ONU Mujeres en Argentina.
- ✓ En Perú, firmamos la Declaración de Lima con el Compromiso por la Igualdad de Género.

13. Acción por el clima

- ✓ Medimos y compensamos la Huella de Carbono.
- ✓ Gestionamos nuestros residuos y reciclamos.
- ✓ Contamos con certificación LEED en nuestras tiendas.
- ✓ Promovemos proyectos de economía circular en Chile.
- ✓ Nuestro nuevo centro de distribución omnicanal en Chile es amigable con el medioambiente.

12. Producción y consumo sostenible

- ✓ Fomentamos el consumo sustentable a través de campañas e iniciativas que buscan promover un estilo de vida saludable y cuidadoso con el medioambiente y las personas.
- ✓ Incorporamos proveedores pymes con productos sustentables a la plataforma Falabella.com.

11. Ciudades y comunidades sostenibles

- ✓ Brindamos orientación y asesoría para postulación a la vivienda propia y apertura de libreta con bono de ingreso.
- ✓ Apoyamos en situaciones de desastres naturales.

10. Reducción de las desigualdades

- ✓ A través del Programa Haciendo Escuela.
- ✓ Mediante el programa de diversidad e inclusión, apoyando la inserción laboral de personas con discapacidad, adultos mayores, jóvenes e migrantes.
- ✓ Ofrecemos probadores preferenciales para personas con discapacidad en tiendas.

9. Industria, innovación e infraestructura

- ✓ Desde 2010 implementamos la certificación en construcción sustentable en nuestras tiendas.
- ✓ Incorporamos proveedores pymes a nuestra plataforma Falabella.com.
- ✓ Realizamos compras a proveedores locales.
- ✓ Ofrecemos condiciones preferentes de pago a proveedores pymes.



Gestionamos los ODS, a través de nuestra participación en Pacto Global de las Naciones Unidas. En Chile continuamos con el curso e-learning obligatorio de derechos humanos y responsabilidad social empresarial, en el cual se detallan aspectos vinculados a temas medioambientales y nuestro compromiso con los ODS.

RESPONSABLES CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Para llevar adelante una gestión socialmente responsable, es fundamental identificar a nuestros grupos de interés en base al impacto que tenemos en ellos y la influencia que pueden tener en nuestra empresa.

Nos comprometemos a estar en permanente contacto con nuestros grupos de interés, a través de diversas instancias de relacionamiento, estableciendo diálogos y vínculos directos con cada uno de ellos. Esto nos ayuda a tener una continua retroalimentación, potenciando la generación de confianza y la sostenibilidad de estas relaciones en el tiempo.

GRUPOS DE INTERÉS	CANALES DE RELACIONAMIENTO	ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO	TEMAS RELEVANTES
<p>CLIENTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuestas de satisfacción (NPS)³ ✓ Servicio al cliente en tiendas. ✓ Redes Sociales. ✓ Web Falabella.com y Falabella Sostenible. ✓ Asistente virtual de clientes. ✓ Canal de integridad. 	<ul style="list-style-type: none"> → Ofreciendo excelencia en experiencia de compra por medio del servicio de venta y post-venta. → Entregando información clara, precisa y transparente sobre los productos y servicios. → Contando con canales abiertos de diálogo y escucha. → Promoviendo el consumo sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transparencia en la información. ✓ Satisfacción del cliente. ✓ Servicio de venta y posventa omnicanal. ✓ Canales de escucha y diálogo. ✓ Comunicación de estrategia de crecimiento responsable de Falabella. ✓ Productos sostenibles.
<p>ACCIONISTAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reuniones de Directorio. ✓ Reuniones de Accionistas. ✓ Reporte de Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> → Comunicando la visión estratégica de la compañía. → Entregando reportes trimestrales de resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desempeño económico. ✓ Reputación corporativa. ✓ Gestión de riesgos.
<p>TRABAJADORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reuniones semanales en tienda. ✓ Reuniones informativas mensuales (RIM). ✓ TVF (Canal de televisión interno). ✓ Falanet y aplicación digital de personas (intranet). ✓ Asistente virtual de personas. ✓ Portal F. ✓ Agenda de liderazgo. ✓ Mailings de Gestión de Personas informa. ✓ Canal de integridad. 	<ul style="list-style-type: none"> → Fomentando un ambiente de trabajo inclusivo y competitivo basado en la confianza, el respeto mutuo y el desarrollo del capital humano. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión del talento. ✓ Formación y desarrollo. ✓ Reconocimiento. ✓ Compensaciones. ✓ Calidad de vida. ✓ Beneficios. ✓ Plan de comunicaciones internas. ✓ Diversidad e inclusión laboral. ✓ Salud y seguridad. ✓ Clima laboral.

³ Net Promoting Score (NPS) es una encuesta que permite medir la lealtad de los clientes en base a la recomendación.





GRUPOS DE INTERÉS

CANALES DE RELACIONAMIENTO

ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO

TEMAS RELEVANTES 

PROVEEDORES

- ✓ Reuniones de relacionamiento.
- ✓ Capacitaciones.
- ✓ Visita a fábricas.
- ✓ Plataforma digital B2B.
- ✓ Canal de integridad.
- ✓ Acompañamiento para auditorías sociales.

→ Promoviendo la excelencia en sostenibilidad por medio de la responsabilidad social con una mirada de largo plazo, que implique eficiencia y crecimiento mutuo, manteniendo además canales de diálogo de doble vía con las empresas.

- ✓ Cumplimientos de pagos y acuerdos comerciales.
- ✓ Apoyo a las pymes.
- ✓ Canales de diálogo abiertos y transparentes.
- ✓ Auditorías sociales (Protocolo SMETA).

COMUNIDAD

- ✓ Canal de integridad.
- ✓ Voluntariado corporativo.
- ✓ Reporte de Sostenibilidad.
- ✓ Encuentro con organizaciones sociales y fundaciones.
- ✓ Sitio web Falabella Sostenible.
- ✓ Sitio web Programa Haciendo Escuela.

→ Trabajando en forma permanente el desarrollo de las comunidades con las que nos relacionamos y el bien del país, con especial énfasis en la educación escolar, la generación de empleos y la inclusión laboral de grupos vulnerables.

- ✓ Involucramiento activo con la comunidad en base a la estrategia de crecimiento responsable de Falabella.
- ✓ Aporte a la educación y al desarrollo del país a través del Programa Haciendo Escuela.
- ✓ Canales de diálogo abiertos y transparentes con la comunidad local Filantropía.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- ✓ Agencia de comunicaciones externa.
- ✓ Medios locales y nacionales físicos y digitales.
- ✓ Asociaciones gremiales.

→ Transmitiendo que somos una compañía transparente, confiable y exitosa, con una gestión de RSE y Sostenibilidad consistente.

- ✓ Temas de interés para el sector.
- ✓ Desempeño económico y social.
- ✓ Libre competencia.
- ✓ Reputación corporativa.
- ✓ Generación de empleo.
- ✓ Apoyo a la comunidad local.
- ✓ Estrategia de relacionamiento con proveedores y clientes.
- ✓ Cuidado del medioambiente.

AUTORIDADES Y ORGANISMOS PÚBLICOS E INTERNACIONALES

- ✓ Reuniones con distintas entidades gubernamentales.
- ✓ A través de las asociaciones gremiales.
- ✓ Reporte de Sostenibilidad.

→ Relacionándonos con las autoridades de manera transparente y de acuerdo con los canales de acción permitidos, para desarrollar en conjunto iniciativas que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes de los países donde tenemos operaciones.

- ✓ Diálogos abiertos y transparente.
- ✓ Apoyo a campañas país.
- ✓ Temas de interés para el sector.
- ✓ Generación de empleo.
- ✓ Apoyo a la comunidad local.
- ✓ Estrategia de relacionamiento con proveedores y clientes.
- ✓ Cuidado del medioambiente.

ASOCIACIONES GREMIALES

- ✓ Mesas de trabajo.
- ✓ Reuniones de colaboración.
- ✓ Reporte de Sostenibilidad.

→ Procurando que la industria y la compañía estén representadas adecuadamente en distintas instancias públicas a través de los gremios en los que participamos.

- ✓ Participación en temas de interés para clientes, proveedores, trabajadores y la comunidad.
- ✓ Realización de mejoras para el sector y sus trabajadores.

NUESTRA CULTURA DE INTEGRIDAD

La integridad está presente de forma cotidiana en nuestro quehacer, porque nuestros valores y principios éticos definen nuestra manera de relacionarnos y actuar. De esta forma, esperamos que todos nuestros trabajadores aspiren a una labor de excelencia, siempre con el cliente en el centro de sus decisiones. Asimismo, promovemos que el cuidado por las personas sea un valor fundamental en la generación de vínculos trascendentes y colaborativos.

“Nuestros valores son el pilar sobre el que hemos construido la historia de Falabella y la guía que nos ha permitido sentar las bases de una conducta ética, integral y comprometida de cara a nuestros trabajadores, clientes, proveedores, accionistas y comunidad”,

Gonzalo Somoza, Gerente general corporativo.

Esta filosofía nos ha llevado a generar un Modelo de Cultura de Integridad y una estructura organizacional y normativa orientada a la ética empresarial, para lo cual hemos trabajado arduamente, de manera transversal y evolucionando año a año, con el fin de hacerla cada vez más consistente.

MODELO DE CULTURA DE GERENCIA INTEGRIDAD



Programa de Cumplimiento + Programa de Ética (ODS16)

El Programa de Cumplimiento se compone por nuestro Modelo de Prevención de Delitos, el Programa Antisoborno y Libre Competencia.

A través de nuestro Modelo de Prevención de Delitos buscamos prevenir el cohecho, la receptación, el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo. Para garantizar su cumplimiento contamos con encargados de Prevención de Delitos, cuya labor es implementar los lineamientos de nuestro Modelo, el cual se encuentra certificado por BH Compliance.

Estamos realizando una gestión profunda y creando conciencia entre nuestros trabajadores para evitar situaciones vinculadas a delitos.

Nuestro Programa de Ética se compone de la Gobernanza Ética y Canal de Integridad, constantemente monitoreados con el fin de evaluar su efectividad.

LA GOBERNANZA ÉTICA ESTÁ CONFORMADA POR:



✓ **Comité de Ética.** Liderado por el gerente general, tiene como objetivo supervisar la efectividad del Programa de Integridad.

✓ **Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento,** vela por el buen funcionamiento de la Cultura de Integridad y el fiel cumplimiento del Código de Integridad, junto con administrar las consultas y denuncias originadas en el Canal de Integridad. Gestiona capacitaciones y campañas internas de difusión.

✓ **Consejeros de Integridad,** son aquellos trabajadores con entrenamiento especial, capacitados para asesorar en temas de integridad.

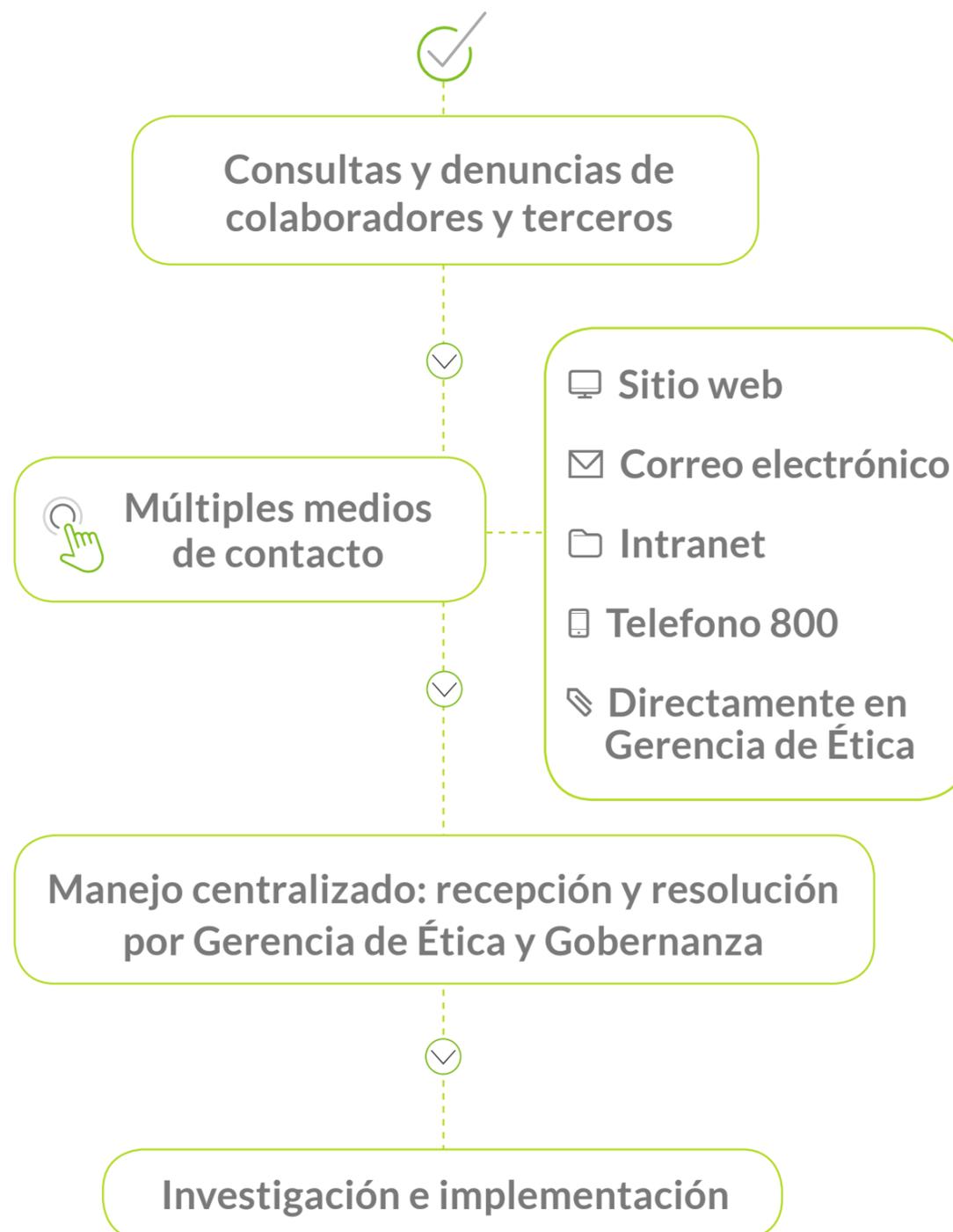
✓ **Oficial de Ética,** trabajador designado por el Gerente General para ejercer como interlocutor entre la compañía y la Gerencia de Ética.



Con el objetivo de mantener y proteger los más altos estándares de integridad, ponemos nuestro Canal de Integridad a disposición de trabajadores, ejecutivos, directores, clientes, proveedores, accionistas y comunidad en general.

Esta plataforma permite realizar consultas sobre temas éticos e informar sobre infracciones o incumplimientos respecto de cualquier ley o normativa vigente, o a los principios establecidos en nuestro Código de Integridad.

Garantizamos que toda la información recibida a través del Canal de Integridad es tratada de forma completamente confidencial y anónima.



➤ Nuestra estructura organizacional nos permite difundir adecuadamente nuestros valores, educar a trabajadores y a terceros que se relacionan con nosotros, así como gestionar profesionalmente todas las consultas y denuncias recibidas a través de nuestro Canal de Integridad.

Para preservar y fortalecer nuestra cultura corporativa, contamos con un Código de Integridad a través del cual buscamos reafirmar nuestro compromiso con la ética y la transparencia; entregar un servicio de excelencia a nuestros clientes; respetar los derechos de nuestros trabajadores; fomentar las buenas prácticas entre nuestros proveedores; promover la libre competencia y el cuidado de nuestro entorno. Este Código se construye a partir de nuestra Visión, Misión y Valores corporativos.

“Nuestra integridad, habla de lo que hacemos, de lo que somos y de lo que proyectamos”.

(Código de Integridad).

Con el fin de difundir internamente esta cultura de integridad, realizamos campañas de difusión y capacitamos a nuestros trabajadores, enseñándoles a abordar los principales conflictos de interés a los que se puedan enfrentar y abarcando temáticas relacionadas con la prevención de delitos, antisoborno y libre competencia.

Nuestro compromiso para el año 2019 es realizar también campañas de difusión respecto de nuestra gestión en integridad a nuestros proveedores de marcas propias.

TRABAJADORES CAPACITADOS

EN ÉTICA Y PREVENCIÓN DE DELITO

PAÍS	2018
 Chile	63%
 Perú	43%
 Colombia	75%
 Argentina	59%
Consolidado	59%

META ...

100% de nuestros trabajadores capacitados ✓✓



3,94 horas por trabajador de capacitación
EN ÉTICA Y PREVENCIÓN DE DELITOS.

RESPETAMOS

LOS DERECHOS HUMANOS

La dignidad de cada uno de nuestros trabajadores es fundamental para la construcción de la integridad corporativa y por ello nos comprometemos a protegerla siempre. Buscamos promover la diversidad entre nuestros equipos y esperamos, por tanto, que las relaciones laborales estén basadas en el respeto y la inclusión.



Contamos con una Política Corporativa de Derechos Humanos, a través de la cual nos adherimos a las normas y principios consagrados en la Constitución Política de cada país en el que actuamos, así como también a la Declaración Universal de Derechos Humanos, y a la Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas. También formamos parte de Pacto Global, comprometiéndonos a difundir y cumplir con los 10 principios fundamentales de las Naciones Unidas que consideran temas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y anticorrupción.

Rechazamos toda violación a los derechos humanos de nuestros trabajadores o de terceros que se relacionen con nosotros, la cual es debidamente sancionada.

20% DE LOS TRABAJADORES

FUERON CAPACITADOS EN DERECHOS HUMANOS
lo que corresponde a 9.231 horas de capacitación.

COMPETIMOS DE MANERA JUSTA

Creemos firmemente en los principios de la libre competencia y rechazamos la competencia desleal y cualquier otra conducta que atente en contra de ella. Ningún trabajador está autorizado a quebrantar esta normativa y es su deber notificar de cualquier hecho o instrucción de esta naturaleza.

Para velar por la cultura de integridad, ponemos a disposición de nuestros trabajadores la Política de Libre Competencia que contiene los principios y criterios prácticos para actuar en el día a día.

“Buscamos competir en forma abierta e independiente en los mercados en los que tenemos presencia, inspirados en la lealtad que tenemos con nuestros clientes y el respeto por la libre competencia”,

Gonzalo Somoza, Gerente general corporativo.

8.937 HORAS DE CAPACITACIÓN

EN LIBRE COMPETENCIA EN LOS 4 PAÍSES

0 demandas por competencia desleal

CÁMARAS DE COMERCIO

CHILE

Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC).

Cámara de Comercio de Santiago (CCS).

PERÚ

Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Confederación Nacional de Comerciantes (CONACO).

COLOMBIA

Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO).

Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena (CCCE).

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Argentina

Cámara Argentina de Comercio (CAC).

Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE).



INICIATIVAS



PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS:

Nos comprometemos a cumplir los 10 principios fundamentales de las Naciones Unidas en materia de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y anticorrupción.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS):

Iniciativa impulsada por Naciones Unidas, que se concreta en 17 objetivos que abarcan desde la eliminación de la pobreza, hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medioambiente o el diseño de nuestras ciudades.



ACUERDO POR LA EMPLEABILIDAD JUVENIL:

Nos adherimos al Acuerdo de la Alianza del Pacífico, comprometiéndonos a desarrollar una serie de iniciativas conjuntas para promover la empleabilidad juvenil y ofrecerles una experiencia laboral significativa.



INICIATIVA PARIDAD DE GÉNERO CHILE:

Nos adherimos a esta iniciativa, promovida por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Foro Económico Mundial, que tiene como propósito reducir la brecha de género y aumentar la participación económica y el progreso de las mujeres en el mercado laboral.

ASOCIACIONES (ODS 17)



INTERNATIONAL ASSOCIATION OF DEPARTMENT STORES (IADS):

Somos miembros de la asociación de grandes tiendas que reúne a los retailers de diferentes países desde 1953, para compartir las mejores prácticas a través de un programa de reuniones y grupos de trabajo, programas de formación, y otras iniciativas.



SUPPLIER ETHICAL DATA EXCHANGE (SEDEX):

Nos adherimos a la plataforma mundial que promueve buenas prácticas asociadas a la cadena de valor, en temas de derechos laborales, salud y seguridad, entorno y ética comercial.



WORLD GREEN BUILDING COUNCIL (WGBC):

Formamos parte de este organismo que promueve el desarrollo y la construcción sustentable, y que nos certifica nuestras tiendas bajo este estándar. Actualmente, presidimos los directorios de Chile y Perú.



CONSEJO DE AUTORREGULACIÓN Y ETICA PUBLICITARIA (CONAR):

A través de nuestra afiliación a la Asociación Nacional de Avisadores (ANANDA) -institución que integra el CONAR- nos hacemos parte de esta Corporación, cuyo objetivo principal es autorregular, desde la perspectiva ética, la actividad publicitaria nacional.



FUNDACIÓN FORGE:

Tanto en Chile como Argentina trabajamos de la mano de esta organización para promover la empleabilidad juvenil, siendo reconocidos en 2018 por nuestro aporte a la inserción laboral de jóvenes.


CHILE
CÁMARA CHILENA NORTEAMERICANA DE COMERCIO (AMCHAM):

Somos miembros de esta entidad sin fines de lucro, que busca apoyar y promover las actividades conjuntas y las relaciones de colaboración entre Chile y Estados Unidos. Asimismo, apoya la materialización de una serie de convenios destinados a fortalecer la cooperación para el desarrollo de capital humano y promover la innovación y colaboración en las áreas de energía, medioambiente, agricultura y educación.

ACCIÓN EMPRESAS:

Participamos en el programa +Diversidad, y en el programa + Pro-bidad; en el Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos; y en instancias como los ciclos de encuentro de cambio climático, ética y gobierno corporativo, entre otros.

PROhumana:

Somos miembros de la RED PROhumana Empresarial y participamos de diferentes instancias, como los encuentros y talleres que esta institución organiza en pos de la sustentabilidad. Además, desde 2017 estamos adheridos a la Alianza por el Género, que promueve el fin a la brecha salarial entre mujeres y hombres, además de la equidad de género en niveles de alta gerencia y directorios.

COMPROMISO EMPRESARIAL PARA EL RECICLAJE (CEMPRE):

Somos socios y fundadores de esta asociación civil sin fines de lucro, constituida por empresas que buscan contribuir a la minimización de residuos y aumento de las tasas de reciclaje.

LABORUM INCLUSIVO:

Somos miembros fundadores del portal de empleos laboruminclusivo.cl, el cual busca otorgar mayores oportunidades de trabajo a personas que presenten algún tipo de discapacidad tanto física, cognitiva, visual o auditiva, para agilizar y hacer efectiva su inclusión al mercado laboral.

SENADIS y RED INCLUYE:

En el marco del Programa Falabella Inclusivo, trabajamos en conjunto con el Servicio Nacional de la Discapacidad (SENADIS), y con diferentes instituciones de la Red Incluye, las que entregan un apoyo integral a esta iniciativa, realizan evaluación de puestos de trabajo y charlas de sensibilización interna.

SOCIEDAD DE FOMENTO FABRIL (SOFOFA):

Somos parte de esta federación gremial, sin fines de lucro, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno, agrupando a más de 4.000 empresas, 48 asociaciones sectoriales y 22 gremios empresariales regionales, con el objetivo de hacer de Chile un país más desarrollado, moderno e inclusivo.

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO (CCS):

A través de esta mesa de trabajo buscamos impulsar la sustentabilidad en el sector y coordinar instancias de trabajo público-privado en pos del progreso del país.

EMPRESAS CONSCIENTES:

Estamos asociados a este movimiento empresarial que busca generar un ecosistema virtuoso para todos, creando conciencia sobre el valor de las empresas y la importancia de definir un propósito elevado, una cultura y liderazgo consciente.

EMPRESAS SUMANDO VALOR:

Participamos de esta iniciativa conjunta entre ACCIÓN Empresas, la Confederación de la Producción y Comercio (CPC), la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) y Pacto Global, que tiene como objetivo destacar el aporte concreto del sector empresarial nacional a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos en la agenda 2030 promulgada por Naciones Unidas en 2015.

FUNDACIÓN REFORESTEMOS:

Somos una de las empresas fundadoras de este movimiento ciudadano sin fines de lucro, que gestiona el apoyo público y privado para organizar iniciativas que contribuyan con el cuidado, educación, recuperación y valorización de patrimonios naturales de nuestro país. Este año aportamos 5.000 árboles nativos para las zonas más afectadas por los incendios forestales en el centro y sur de Chile.


PERÚ:
FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA (UNICEF):

Desde el año 2008 apoyamos a esta organización, cuya finalidad es promover la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Colaboramos en la recaudación de fondos de sus campañas de sensibilización, facilitando la venta de cupones o productos UNICEF a través de nuestras cajas, y sensibilizando a todos nuestros clientes sobre la protección a la infancia.

CENTRO ANN SULIVAN:

En el marco del programa Falabella Inclusivo, trabajamos desde hace varios años, contratando a personas con situación de discapacidad y promoviendo en conjunto la inclusión laboral.

RED DE ESCUELAS FE Y ALEGRÍA:

A través del Programa Haciendo Escuela, colaboramos con este movimiento de educación popular integral y promoción social, que apoya la educación de niños vulnerables.


COLOMBIA:
ASOCIACIÓN DE BANCOS DE ALIMENTOS DE COLOMBIA (ABACO):

Desde 2015 tenemos un convenio con esta organización que trabaja por la recuperación, reaprovechamiento y distribución equitativa de alimentos, bienes y servicios, a través del cual mensualmente les entregamos aquellos productos que se devuelven en tienda por algún desperfecto. Ellos los restauran y los venden o donan a las fundaciones con las que trabajan.

CONSEJO COLOMBIANO DE CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE:

Somos miembros de esta organización cuyo propósito es liderar la transformación de la conciencia colectiva hacia un entorno construido sosteniblemente.

PROCOLOMBIA: En alianza con esta entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera, las exportaciones no mineras ni energéticas y la imagen del país, asesoramos a pequeños proveedores para que se inserten en Marketplace y puedan exportar sus productos de la mano de Linio, unidad de negocio de Falabella.


ARGENTINA:
INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (IARSE):

Desde el año 2012, somos miembros de esta asociación que tiene como objetivo generar conocimiento público para promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social, a fin de impulsar el Desarrollo Sustentable de Argentina y la región.

FUNDACIÓN LEER:

En el marco del Programa Haciendo Escuela, y en específico en el ámbito de lectoescritura, apoyamos con la donación de libros y materiales para que los alumnos puedan leer tanto en la escuela como en la casa.

LA USINA:

Asociación sin fines de lucro dedicada a mejorar la vida de las personas en situación de discapacidad, a través de la inclusión laboral y la sensibilización del entorno. Potencian una red de emprendimientos productivos, generando un catálogo de productos que nos provee de packaging para nuestros regalos corporativos.

FUNDACIÓN SÍ:

ONG que tiene como principal objetivo promover la inclusión social de los sectores más vulnerables de Argentina, con la cual tenemos una alianza para potenciar el desarrollo profesional de jóvenes, mediante la subvención de habitaciones en la Residencia Universitaria ubicada cerca de nuestras tiendas.

FUNDACIÓN RECIDUCA:

Trabajamos para mejorar la empleabilidad juvenil junto a Fundación Reciduca, entregando capacitación formal de dos años a jóvenes próximos a salir al mercado laboral, apoyándolos también para que finalicen sus estudios.



#CAPÍTULO 3



SORPRENDEMOS A NUESTROS CLIENTES



58% Más
de probadores preferenciales
EN NUESTRAS TIENDAS

20% MÁS
de seguidores en nuestras
REDES SOCIALES



2.000
productos con características
SUSTENTABLES



➤ En Falabella, el cliente está en el centro de nuestras decisiones, lo que nos desafía a desplegar todas nuestras plataformas y nuestros mecanismos de servicio para satisfacerlos, hacerles la vida más simple y entregarles una alternativa más conveniente. Buscamos saber qué quieren, cuándo y dónde lo quieren.



“El cliente está en el centro de nuestras decisiones”.



Ante una nueva era para el retail, asumimos el reto de renovar nuestros procesos y formas de trabajar de cara al cliente, manteniendo los mejores estándares de calidad, guiados siempre por la vocación de entregar la mejor experiencia de compra.

Nuestro gran desafío es sorprenderlos y seguir agregando valor a la experiencia de compra de nuestros clientes, tanto en las tiendas físicas como en las plataformas digitales, brindando la misma calidad de servicio en venta, posventa o cualquier otro canal de comunicación. Para esto, nos adecuamos a la realidad de cada país y a los mercados donde estamos presentes, siempre con el objetivo de simplificar la vida de nuestros clientes.

EL CLIENTE PRIMERO



Nuestro compromiso por entregar una experiencia de compra memorable se refleja en los resultados de lealtad de nuestros clientes, que se demuestran en el indicador NPS. Esta medición nos permite conocer la valoración que ellos hacen sobre su experiencia de compra, cambios de productos y atención en call center.

Obtuvimos el primer lugar en el Premio Nacional de Satisfacción de Clientes ProCalidad Chile 2018, en la categoría tiendas por departamento.

Para ello nuestros gerentes de tiendas monitorean constantemente este indicador, lo que les permite actuar de forma inmediata en caso de que algún cliente no haya recibido la respuesta que esperaba, facilitando una comunicación ágil y fluida. Durante el 2018, más de 43.000 clientes fueron contactados personalmente para garantizar su experiencia de atención.

Además, a través de la Plataforma Siebel, implementamos nuestro Sistema de Gestión de Clientes, que nos permite entregar soluciones oportunas y efectivas a cada uno de sus requerimientos.

DURANTE 2018

NUESTRA TASA DE RECLAMO es de un **0,35%** en relación con el total de transacciones que realizamos.

El nivel de resolución DE INCIDENCIAS ES DE un **99%**.

AGILIZAMOS el servicio de cambio Y DEVOLUCIONES





COMITÉ DE CLIENTES

En los cuatro países donde operamos contamos con Comités de Clientes, que se reúnen dos veces al mes con el fin de evaluar los procedimientos de la Gerencia de Servicio de Atención al Cliente (SAC), para buscar las mejores alternativas de satisfacción para quienes nos eligen. En estos Comités participan los gerentes de primera línea y el área de mejora continua.

NPS TIENDAS

PAÍS	2016	2017	2018	2018 META
Chile	57%	62%	64%	63%
Perú	60%	64%	65%	63%
Colombia	67%	72%	73%	74%
Argentina	67%	69%	68%	70%

NPS FALABELLA.COM ⁴

PAÍS	2017	2018	2018 META
Chile	79%	77%	78%
Colombia	82%	57%	70%
Argentina	60%	56%	60%

⁴ Perú no mide NPS para Falabella.com

LAS MEJORES MARCAS PARA TODOS LOS GUSTOS

Nuestra propuesta de valor es única en el mundo de las tiendas de retail, la cual se basa en una exclusiva selección de marcas internacionales, de las cuales tenemos la franquicia a nivel regional. Asimismo, tenemos una estrategia de marcas propias, con las cuales damos respuesta a nuestros distintos tipos de clientes, buscando satisfacer sus necesidades y sus gustos en todo momento.

MARCAS PROPIAS

- ♥ AMBIENTA
- ♥ AMERICANINO
- ♥ APOLOGY
- ♥ BASEMENT
- ♥ BEARCLIFF
- ♥ BODYTONE
- ♥ CONIGLIO
- ♥ DDESIGN
- ♥ DOM
- ♥ DOO
- ♥ ELEVEN
- ♥ FEDERATION
- ♥ FRATTA
- ♥ HOLLEY
- ♥ MICA
- ♥ MICA KIDS
- ♥ MOUNTAIN GEAR
- ♥ NEWPORT
- ♥ RECCO
- ♥ ROBERTA ALLEN
- ♥ SCOOP
- ♥ STEFANO COCCI
- ♥ SYBILLA
- ♥ TEXTIL VIÑA
- ♥ UNIVERSITY CLUB
- ♥ WURDEN
- ♥ YAMP

LICENCIAS

- ✓ BARBIE
- ✓ CHRISTIAN LACROIX
- ✓ DIADORA
- ✓ ECKO
- ✓ ELLE
- ✓ JEEP
- ✓ K2
- ✓ LA MARTINA
- ✓ MOSSIMO
- ✓ PACO RABANNE

MARCAS EXCLUSIVAS

- ☆ 123.
- ☆ ALDO
- ☆ BENEFIT
- ☆ CLARKS
- ☆ CORTEFIEL
- ☆ DESIGUAL
- ☆ ETAM
- ☆ FRIDAYS PROJECT
- ☆ GEOX
- ☆ HUNTER

- ☆ HUROM
- ☆ INGLOT
- ☆ JUAN VALDEZ
- ☆ KATE SPADE
- ☆ KIEHLS
- ☆ LA FORETT
- ☆ LA MER
- ☆ LONGCHAMP
- ☆ LOUNGE
- ☆ MAC
- ☆ MANGO
- ☆ MARMOT
- ☆ MICHAEL KORS
- ☆ MIELE
- ☆ ORIGINS
- ☆ RICKY
- ☆ SARKANY
- ☆ SPRING
- ☆ THE BODY SHOP
- ☆ TOUS
- ☆ TOYOTOMI
- ☆ VICTORIA'S SECRET
- ☆ VIOLETA

UN ÚNICO SERVICIO, SIEMPRE PRESENTE



➤ Tenemos como prioridad estratégica la omnicanalidad y la innovación, que responden a un consumidor cada vez más digital y dinámico. Creemos firmemente en la complementariedad del canal físico y online, que a través de nuestra escalabilidad nos ayuda a ganar eficiencia en los procesos.

Para ello hemos generado procesos creativos ágiles, que nos han llevado a romper paradigmas en relación a la forma en cómo se venían haciendo las cosas. La razón de esta nueva metodología de trabajo es nuestro cliente. Hacemos todo pensando en él y en mejorar su experiencia de servicio.



Ofrecemos la mayor flexibilidad para que los clientes puedan acceder a nuestros productos y servicios.

Desde esta premisa surgen nuestros principales desafíos, que nos permitirán seguir avanzando y liderando todos los mercados donde decidamos entrar, siempre con la mirada puesta en simplificar la vida de nuestros clientes.

MEJORAS DESTACADAS EN TIENDA EN 2018

- ☆ Innovamos la puesta en escena en las tiendas físicas y seguimos pivoteando negocios al ámbito digital, generando una experiencia omnicanal consistente.
- ☆ Ofrecemos múltiples opciones de compra, mejorando el acceso a todos nuestros productos a través de nuestros diversos canales de venta.
- ☆ Mejoramos el servicio de cambios y devoluciones.
- ☆ Aumentamos los kioscos touch y la disponibilidad de venta a través de tablets.
- ☆ Mejoramos el servicio de entrega, ofreciendo despacho en 24 horas y ventanas de horario de entrega.
- ☆ Ofrecemos garantía extendida, servicio de instalación, además de retiro y reciclaje de línea blanca.
- ☆ Transformamos nuestros Click & Collect en verdaderos centros de experiencia para nuestros clientes.



➤ En 2018, avanzamos en mejorar la experiencia de nuestros clientes, por medio de un cambio cultural enfocado en facilitar el proceso de cambios y devoluciones. A través de bajadas comunicacionales, capacitaciones, videos y cambios en los incentivos queremos lograr fortalecer una cultura donde las ventas, cambios y devoluciones de productos comprados en tienda o vía on line alcancen el mismo nivel de servicio. El servicio de venta y postventa es igual de importante para nosotros.

La experiencia del cliente es nuestra prioridad estratégica para garantizar un servicio integral y con altos estándares de calidad. Trabajamos para darles más y mejores servicios de entrega –enfazando en el cumplimiento de los tiempos de despacho– y desarrollando una plataforma tecnológica cada vez más avanzada. También seguimos mejorando la experiencia en tienda, para que sea cada vez más simple y ágil.

NUESTROS PUNTOS DE CONTACTO



➤ Agregamos valor mediante respuestas rápidas y efectivas que garanticen la satisfacción de compra de nuestros clientes y consoliden su percepción de conveniencia al elegirnos.

Además, queremos acompañarlos en su tránsito hacia la omnicanalidad, para lo cual reforzamos aquellos servicios en los cuales convergen ambos mundos –el físico y el digital–, y hacen la vida más fácil para quienes nos eligen.



✓ Optimizamos nuestros sistemas de entrega de productos, desarrollando métodos más eficientes de despacho y facilitando la opción de seguimiento de la orden, alternativa a la que es posible acceder en línea (vía web o app) para conocer el estado de la compra, de manera rápida, fácil y sencilla. Queremos facilitar la vida de las personas y hemos centrado los esfuerzos en generar avances logísticos que respondan a la necesidad de inmediatez que tienen nuestros clientes.

programa  TU DESPACHO ENTRE 4 RANGOS DE HORARIOS

COMPRA, RECIBE, RETIRA Y AHORA

trackea





2018	KIOSCOS		Click and Collect	Caja de Auto Atención	Plataformas Virtuales
CHILE	Cantidad	128 Touch 162 PC	46	8	18 muebles y 18 bebé
	Tiendas donde existen	46	46	2	18 muebles y 18 bebé
PERÚ	Cantidad	33 Touch 99 PC	27	0	22 muebles y 7 bebé
	Tiendas donde existen	27	27	0	22 muebles y 7 bebé
COLOMBIA	Cantidad	56 Touch 67 PC	24	0	26 muebles y 13 bebé
	Tiendas donde existen	24	24	0	26 muebles y 13 bebé
ARGENTINA	Cantidad	1 Touch 28 PC	10	0	9 muebles y 1 bebé
	Tiendas donde existen	10	10	0	9 muebles y 1 bebé

CLICK & COLLECT CENTROS DE EXPERIENCIAS



A este servicio, que permite comprar en Falabella.com y retirar sin costo en cualquiera de nuestras tiendas de la Región, le incorporamos en 2018 una plataforma para agilizar la entrega de productos y disminuir los tiempos de espera. De esta manera, el cliente ingresa sus datos para ser atendido, flexibilizando y garantizando un servicio de excelencia. Además, instalamos tabletas electrónicas en nuestros Click & Collect que nos permiten atender a nuestros clientes en cualquier lugar de la tienda, optimizando el funcionamiento de este servicio. De esta manera, transformamos nuestros Click & Collect en verdaderos centros de experiencia, dándoles a nuestros clientes más alternativas para el retiro de sus productos.

Hemos formado a nuestros trabajadores en talleres de transformación digital para que comprendan los cambios del entorno. Por ejemplo, reconocimos sistemáticamente a los mejores Click & Collect para seguir impulsando nuestra cultura de trabajo omnicanal.



TODOS NUESTROS PRODUCTOS A UN CLICK

Disponilizamos los productos de Falabella.com en nuestras tiendas, acercando todo el surtido de productos a nuestros clientes, para lo cual disponemos de distintas plataformas virtuales, como tablets y kioscos touch. Esto nos ha permitido alcanzar un crecimiento exponencial en el último año, potenciando nuestro Marketplace. Esta modalidad está implementada en los departamentos de zapatillas, calzado mujer, muebles, colchones, bebé, línea blanca, pequeños electrodomésticos, computación, audio y video.



PLATAFORMAS VIRTUALES

Contamos con Plataformas Virtuales de Muebles y de Bebés para que nuestros clientes puedan acceder a todo nuestro surtido de productos de estas categorías disponibles en Falabella.com. Mediante este sistema, pueden revisar fichas de información, muestras de telas y obtener ayuda de vendedores que los asesoran, para lograr una experiencia de compra omnicanal memorable y con la posibilidad de entrega inmediata.



AUTO-ATENCIÓN

Durante 2018 implementamos en Chile el proyecto piloto de ocho cajas de "Auto-atención" en las tiendas de Plaza Egaña y Los Dominicos, el que se irá expandiendo a otras tiendas de la región.

ESCÁNER DE PRODUCTOS

Nuestra APP de clientes incorpora la opción de escanear un código de barras que muestra el precio del producto seleccionado y la página de Falabella.com, en donde se detallan los atributos del producto.



CONSULTA DE PRECIOS

En todas las tiendas disponemos de pilares lectores de precio, para que el cliente consulte el valor del producto sin tener que pasar por un centro de cajas.

EXPERIENCIA DE PAGO EXPEDITA POS MOBILE

Sabemos que nuestros clientes valoran su tiempo, razón por la cual trabajamos en mejorar y simplificar su experiencia de compra. En esta línea, durante el 2018 piloteamos en el departamento de calzado de nuestras tiendas Alto Las Condes y Los Dominicos un nuevo sistema, en el cual el vendedor al que se le solicita el producto puede gestionar el pago, permitiendo al cliente tener una compra rápida y con menos tiempos de espera.

SATISFACCIÓN GARANTIZADA

Nuestro compromiso de **Satisfacción Garantizada** permite cambiar o devolver un producto en cualquiera de nuestras tiendas. En caso de que haya sido despachado, podemos ir a retirarlo al mismo lugar. Por su parte, cuando un producto no cuenta con las características técnicas informadas, está dañado o incompleto; existe la opción de cambiarlo de inmediato. Y si presenta fallas o defectos en los siguientes tres meses desde la fecha de compra, es posible optar entre su reparación gratuita, su cambio o devolución de la cantidad pagada, siempre que el producto no se hubiera deteriorado.

*Todos los detalles de nuestras facilidades para cambios y devoluciones se encuentran publicadas en nuestro sitio **Falabella.com**.*



#MÁS PARA NUESTROS CLIENTES

Este esfuerzo se vio reconocido en 2018 con la entrega del Premio E-Commerce Awards Chile, que nos distinguió como la mejor plataforma de comercio electrónico del retail.



PRODUCTOS SUSTENTABLES



Impulsamos la producción sustentable y promovemos el consumo responsable entre nuestros clientes. Por esta razón, estamos comprometidos con la incorporación de proveedores sostenibles y seleccionamos materias primas más amigables con el medioambiente para la fabricación de nuestros productos.

#MORESUSTAINABLECOLLECTION



✓ Para la nuestra marca propia Americanino, re-lanzamos la campaña #MoreSustainableCollection, promoviendo la línea de jeans que incorpora un proceso de lavado con un 64% menos de agua. Según diversos estudios, los jeans son una de las prendas más contaminantes, precisamente por el gran consumo de agua que requieren para su confección.

LÍNEA DE MAQUILLAJE INGLOT



✓ Línea de maquillaje Inglot, marca que promueve el bienestar animal, creando productos de belleza natural, elaborados únicamente con elementos vegetales, que además no son testados sobre ningún animal y no contienen ingredientes procedentes ni derivados de ellos. Inglot forma parte de la lista PETA (Personas por el Trato Ético de los Animales), el mayor grupo defensor de los derechos de los animales en el mundo.

Creemos que Falabella.com es una ventana de posibilidades para nuestros clientes, a través de la cual pueden encontrar de todo, siempre con la mejor calidad y sin limitaciones de acceso. Con el fin de aumentar aún más nuestra oferta de productos, y también como oportunidad de desarrollo y crecimiento para proveedores pymes, es que les ofrecemos acceso a vender sus productos a través de la plataforma, lo cual les da mayor visibilidad y les permite acceder a un gran mercado de potenciales clientes.

Uno de los focos durante el 2018 para la incorporación de empresas pymes a nuestra plataforma Falabella.com, ha sido el que sus productos tengan impactos ambientales o sociales positivos. Actualmente contamos con más de 2.000 SKU de productos con características sustentables, presentes en las categorías Deco, Infantil, Moda y Deportes.



INVERTIMOS PARA DESPACHAR MÁS RÁPIDO

Con la inauguración de nuestro nuevo Centro Logístico en Chile, el más moderno de Latinoamérica, ampliamos considerablemente la disponibilidad de inventario y variedad de productos, además de procesar muchas más órdenes de compra físicas y digitales, entregándolas y/o despachándolas de forma más flexible, rápida y eficiente.

Su sistema de operación responde a una logística de clase mundial, por su capacidad instalada, sofisticación tecnológica y características sustentables.

NUESTRO NUEVO CD:

- ✓ **47.000 m²** de moderna infraestructura.
- ✓ Operación omnicanal continua.
- ✓ **400 mil** órdenes omnicanales de compra diarias, tanto de e-commerce como de tiendas.
- ✓ **59%** más capacidad de almacenamiento.
- ✓ **100%** más capacidad de empaques diarios.
- ✓ **260** robots que almacenan y extraen productos en sector de picking.



MÁS Y MEJOR PARA NUESTROS CLIENTES

- ✓ Ofrecemos la mayor agilidad y eficiencia para optimizar el servicio de entrega.
- ✓ Fortalecemos nuestra capacidad competitiva.
- ✓ Evolucionamos en nuestra cadena logística.
- ✓ Aumentamos la escalabilidad de nuestro crecimiento y del e-commerce.
- ✓ Integramos todos nuestros sistemas, tecnologías y procesos.
- ✓ Construcción y operación sustentable.





CUIDAMOS A NUESTROS CLIENTES

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

La excelencia en servicio también se expresa a través del cuidado que ofrecemos a nuestros clientes. Tenemos como prioridad el resguardo y la seguridad de la información, así como su bienestar y comodidad en el uso de nuestras instalaciones.

Para proteger los datos de nuestros consumidores, adoptamos constantemente medidas en pos de aumentar nuestra capacidad para detectar eventos anómalos. Esto nos permite anticiparnos a los incidentes con una mejor respuesta.

Una de nuestras principales inversiones está destinada a la ciberseguridad a través de:

- ✓ Centro Permanente de Monitoreo de Ciberseguridad.
- ✓ Herramientas tecnológicas de seguridad.
- ✓ Infraestructura informática de primer nivel.

Esto nos permite:

- ✓ Detectar, analizar y evaluar riesgos cibernéticos.
- ✓ Generar acciones preventivas, como el bloqueo de tráfico de acciones maliciosas.
- ✓ Mitigar eventuales vulneraciones a nuestros sistemas.

Contamos con una Gerencia Corporativa de Seguridad de la Información, la cual lidera el Plan de Gobierno Regional de Seguridad de la Información y todos los proyectos que van en pro del cumplimiento de las políticas en esta área, de manera de garantizar la integridad, confidencialidad y seguridad de los datos.

Protegemos la información de nuestros clientes, trabajadores y de la propia empresa, en cuanto a confidencialidad, integridad y disponibilidad.

Asimismo, y como parte de la Estrategia Corporativa de Seguridad y Resguardo de la información de Falabella, asociada al Plan Director de Seguridad, trabajamos por generar consciencia en nuestros trabajadores con respecto de riesgos, amenazas y buenas prácticas de ciberseguridad.

Dicha estrategia está alineada a los más altos estándares de seguridad en el retail a nivel mundial, y se ha materializado en un Plan de Acción que viene desarrollándose hace varios años y considera inversiones tecnológicas, controles a sistemas y el desarrollo de un centro de monitoreo de ciberseguridad regional que supervisa todos los eventos, amenazas y riesgos de ciberseguridad en la compañía.

Por otra parte, a nivel de la región colaboramos en eventos de ciberseguridad orientados a la comunidad, que buscaban educar y concientizar sobre esta temática. Así lo hicimos en 2018, a través de nuestra participación en el Congreso y Feria Latinoamericana de Seguridad de la Información, realizado en Chile, donde compartimos nuestra experiencia en la sesión de apertura, con una presentación de nuestra Gerente Corporativa de Seguridad de la Información.

CLIENTES SEGUROS E INFORMADOS (ODS 3)

El control de calidad y la seguridad de nuestros productos requieren de una atención preferente, para lo cual verificamos en cada país, y según sus propias normas, que éstos dispongan de las condiciones adecuadas para ser expuestos.

Mecanismos para garantizar la excelencia

- ☆ Diagnósticos de ciclos de vida del producto.
- ☆ Verificación de calidad y seguridad tanto en centro de distribución como en tienda.
- ☆ Certificaciones de calidad a nuestros proveedores.

Nos preocupamos especialmente de la producción y elaboración de nuestros productos de marcas propias, mediante un estricto programa de control de calidad (Quality Control), que previene fallas en el origen y en las fábricas en los diferentes lugares del mundo, con el fin de ofrecer productos confiables y seguros.

- ⊕ **Contamos con una Política de Calidad, que aplica al 100% de nuestros productos, mediante la cual nos aseguramos de tener los más altos estándares por lo que, si se llega a detectar un producto expuesto, lo retiramos inmediatamente de todas las tiendas, de manera rápida y oportuna.**

También cuidamos la salud y seguridad de nuestros clientes a través de la entrega clara y precisa de información acerca de los productos que ofrecemos. Para ello cumplimos todas las normas y regulaciones de los países donde operamos, procurando la transparencia y fiabilidad de la oferta comercial, incluyendo promociones y servicios asociados. Esto se evidencia en que, desde hace varios años, no tenemos fe de erratas de los catálogos.

En cuanto al etiquetado de los productos, cumplimos con la información requerida en cada país donde estamos presentes, especificando la procedencia del producto y sus componentes; contenido de sustancias con impactos potenciales al medioambiente, instrucciones de seguridad y su posterior eliminación si procede.

Para mantener a nuestros clientes informados de forma permanente y responsable, contamos con una planificación de comunicación y marketing responsable que nos guía en nuestro actuar para entregar respuestas efectivas y transparentes.

Además, nos regimos por los parámetros y estándares de autorregulación publicitaria y el cumplimiento de la legislación en estas materias en cada uno de los países donde estamos presentes.

En Colombia, durante el 2018, no existieron casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de nuestros clientes, como tampoco en relación a temas de comunicación de marketing. No obstante, se realizó una investigación administrativa por el presunto incumplimiento del etiquetado de una nevera. En Perú, tuvimos un caso por una publicidad de colchones acusada de racista, la cual fue dada de baja de inmediato, ya que lo comunicado no reflejaba los valores de la marca respecto a la diversidad e inclusión. En Argentina no contamos con registros de este tipo de multas.

SOMOS INCLUSIVOS (ODS10)

La atención preferencial también forma parte del cuidado que ponemos en entregar la mejor experiencia a nuestros clientes.

De esta forma, incorporamos la inclusión y la diversidad en las tiendas, con instalaciones y servicios específicos para personas con discapacidad, movilidad reducida, mujeres embarazadas y adultos mayores.

312

PROBADORES PREFERENTES
en nuestras tiendas

FALABELLA DE LOS CUATRO PAÍSES



TODOS SON BIENVENIDOS

Considerando las nuevas necesidades de nuestros clientes, en 2018 decidimos abrir las puertas de las tiendas en Chile, a los animales domésticos. Una política fue implementada para que, en todo el país, los clientes puedan realizar sus compras junto a sus mascotas.

*De esta manera, nos sumamos a la tendencia **pet friendly**, porque sabemos que hoy las mascotas son un integrante más de muchas familias, así que todos los animales domésticos son bienvenidos en nuestras tiendas en Chile.*

SIEMPRE EN CONTACTO



La comunicación con nuestros clientes es fundamental para brindar un servicio de cercanía y ofrecer una mejor experiencia de compra. Por eso, en 2018 mejoramos los mecanismos de contacto a través de los cuales buscamos simplificar la vida de nuestros clientes.



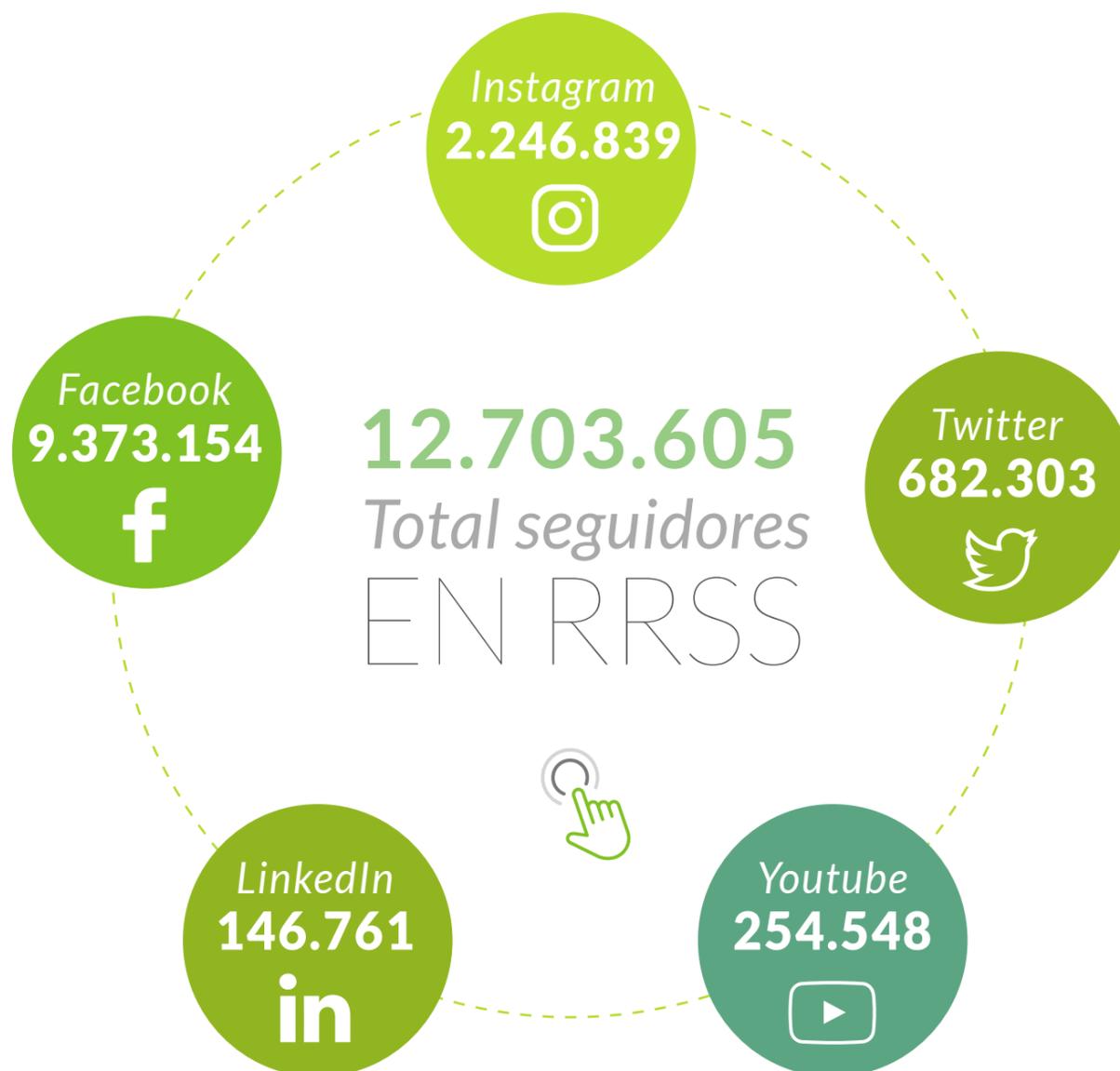
ASISTENTE VIRTUAL

Presentamos la nueva asistente virtual para Falabella.com, que ayuda a nuestros clientes en distintos procesos relacionados con la compra, servicio de posventa y otros aspectos, con el objetivo de hacerles más simple el contacto y agilizar el servicio. Esta nueva vía de comunicación permite una inmediatez de respuesta que va en la línea con nuestra estrategia omnicanal y con la incorporación de la inteligencia artificial, como un instrumento para facilitar los distintos procesos del día a día.



NUESTRA PRESENCIA EN REDES SOCIALES

El 2018 tuvimos un total de 395.330 apariciones en redes sociales, de las cuales un 35% corresponden a valoraciones positivas, un 19% a negativas y un 46% a neutras.



#CAPÍTULO 4



SOMOS EL MEJOR EQUIPO DE PERSONAS



67% DE
LÍDERES
sindicales mujeres

49% de mujeres
EN CARGOS
EJECUTIVOS



48% de nuestros
TRABAJADORES
tienen menos de 30 años





➤ La convicción de Falabella es que el desarrollo integral de los individuos en todos los ámbitos de la vida, hace personas más felices y plenas que pueden entregar mejores resultados. La diversidad nos entrega una mayor riqueza de mirada para responder a los clientes. Somos una empresa que ha expandido no sólo sus fronteras y quehacer, sino que también el tipo de talentos con los que cuenta.

"Queremos atraer y desarrollar al mejor equipo de personas, que potencie el compromiso y una cultura organizacional ágil con foco en los clientes de manera sostenible", Gerente de personas y sostenibilidad.



experiencia y conocimiento, lo que representa una ventaja competitiva para influir positivamente en la calidad de vida de nuestros clientes.

Contribuimos al desarrollo de las personas con una mirada de diversidad e inclusión, siempre garantizando la igualdad de oportunidades para todos quienes quieran desplegar sus habilidades y fomentar su desarrollo personal y profesional, entregando una experiencia única, digital y customizada para nuestros trabajadores.

El liderazgo de nuestros ejecutivos es clave para perpetuar esta visión de meritocracia, que se refleja en el ADN de cada uno de nuestros más de 31.000 trabajadores.

Nuestro éxito está en la capacidad de atraer y formar trabajadores de alto desempeño, enfocados en la innovación y la mejora continua, capaces de responder adecuadamente al entorno cambiante y desafiante al que se enfrenta la industria del retail.

En nuestros equipos nos centramos en fortalecer el compromiso y darle un sentido más trascendente al trabajo. Además, buscamos maximizar el talento de las diferentes generaciones, combinando habilidades,

Apostamos por talentos dinámicos, inquietos y proactivos, que quieran sumarse a la mayor revolución de la historia del retail, para seguir creciendo y entregando la mejor experiencia a nuestros clientes.

TOTAL DE TRABAJADORES POR PAÍS





VIVIMOS LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La transformación digital es impulsada por la estrategia de cambio cultural orientada a todos los trabajadores, enfocada especialmente a nuestros líderes, quienes deben desarrollar nuevos modos de pensar y trabajar, para dar forma a una verdadera cultura digital, integrando la adaptación al cambio como uno de sus atributos en la gestión del liderazgo.

○ DURANTE EL 2018 REALIZAMOS EN TODOS LOS PAÍSES:

- ✓ Talleres de transformación digital a líderes de oficina central y gerentes de tiendas.
- ✓ Actividades de formación en metodologías ágiles.
- ✓ Generación de sinergias y colaboración entre áreas.
- ✓ Taller desafíos gerenciales para gerentes de venta.
- ✓ Taller gestión de retail para jefes de venta.
- ✓ Taller de transformación digital para líderes en tienda.

○ CONTENIDOS TRANSVERSALES:

- ✓ Omnicanalidad, estilos de liderazgo y transformación digital.

Estamos buscando de manera permanente soluciones de vanguardia en tecnología e inteligencia artificial, para la gestión de nuestros equipos, fomentando la automatización de procesos y la entrega de una nueva experiencia de atención para los trabajadores; siempre en la búsqueda de mayor eficiencia y de simplificar la vida de las personas.



EN ESA LÍNEA, NUESTRO TRABAJO SE HA DESARROLLADO EN DOS ÁMBITOS:

- 1.** Mejorar y facilitar el contacto de Falabella con futuros y nuevos trabajadores.
- 2.** Generar instancias de comunicación y vinculación ágiles para actuales trabajadores.

Para mejorar y facilitar el contacto con nuevos ingresos, en 2018 rediseñamos el programa de inducción en oficina central, para promover entre los recién ingresados, la omnicanalidad y digitalización desde su primer contacto con Falabella. Asimismo, a través de este proceso, les ofrecemos vivenciar una experiencia de voluntariado en beneficio de la comunidad y les otorgamos una visión integral del ciclo de vida de nuestros clientes.



En 2018 lanzamos en Chile la app de Gestión de Personas, con el objetivo de generar un espacio de información instantáneo y brindar un nuevo ámbito de conexión para nuestros equipos. Además, incorporamos una asistente virtual para seguir simplificando la vida de nuestros trabajadores, la que contó con el apoyo activo de nuestros sindicatos, con quienes realizamos mesas de trabajo bimensuales. Precisamente fueron ellos quienes accedieron de forma exclusiva al piloto, a través del cual nos retroalimentaron con su visión.

IMPACTO EN USUARIOS


13.692
PERSONAS

53%
Usabilidad



PRINCIPALES FUNCIONES

- ✓ Fortalecer la comunicación con nuestros trabajadores.
- ✓ Otorgar una experiencia digital y de autoservicio.



EQUIDAD DE GÉNERO

Impulsamos la diversidad y la equidad de género, promoviendo la visibilidad y el desarrollo de nuestros trabajadores, así como la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, disminuyendo las barreras al ascenso femenino y aumentando la presencia de mujeres en altos cargos.

META ...

Aumento de 5% de mujeres en altos cargos. ✓✓

DURANTE 2018 REALIZAMOS:

☆ Primera versión del Programa Mentoring Mujeres, implementado en conjunto con WoomUp, plataforma de networking y mentorías para mujeres profesionales.

Objetivos del programa:

- ✓ Aumentar y fortalecer el liderazgo femenino dentro de Falabella.
- ✓ Impulsar la participación, visibilidad y el networking interno entre gerentes y ejecutivas.

☆ Segunda versión de la campaña comunicacional "Yo Me Atrevo", para fortalecer el liderazgo femenino al interior de la compañía y empoderar a las mujeres en su propio desarrollo de carrera.

Objetivos de la campaña:

- ✓ Identificar talentos femeninos internos y potenciarlos.
- ✓ Visibilizar liderazgos y construir modelos femeninos a seguir.
- ✓ Fomentar el traspaso de nuestra cultura a nuevos talentos.



110 POSTULANTES
27 Seleccionadas guiadas



NUESTRO COMPROMISO CON LA EQUIDAD DE GÉNERO

Chile



- ✓ Estamos adheridos al IPG (Índice de Paridad de Género), promovido por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Foro Económico Mundial.
- ✓ Estamos adheridos a la Alianza por el Género de Fundación PROhumana, donde nos situamos entre las 5 mejores empresas en Equidad de Género.
- ✓ Somos Sponsor de e-Hackaton Laboratoria, evento que promueve la formación de mujeres vulnerables en el área de Tecnología (TI). A partir de esta incitativa hemos contratado a dos mujeres, y otras dos se encuentran en proceso.

Chile y Argentina

- ✓ Participamos de Vital Voices, ONG que trabaja con mujeres líderes en las áreas de empoderamiento económico, participación política y derechos humanos.

Perú

- ✓ Nos suscribimos a la Declaración de Lima, que promueve la participación de la mujer en las empresas.



- ✓ Contamos Política de Equidad de Género, Política de No Violencia Contra la Mujer, entre otras.
- ✓ Conformamos el Comité de Género, realizamos capacitaciones direccionadas a erradicar estereotipos culturales y efectuamos la campaña “Hola Soy Yo”, para sensibilizar a todos los trabajadores respecto a la igualdad de género y el respeto a la diversidad.
- ✓ Participamos del Ranking de Equidad de Género PAR, el cual nos situó en el quinto lugar de las empresas con mejores prácticas de equidad.
- ✓ Fuimos reconocidos en el 6° lugar dentro de las mejores empresas para trabajar para mujeres.

Argentina

- ✓ Desde 2017, estamos adheridos a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres de la ONU, para lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.



- ✓ En 2019 realizaremos un diagnóstico interno de equidad de género en conjunto con Aequales.



➤ Dentro de nuestros focos en el compromiso con la equidad de género, es el de fomentar la coparentalidad en nuestros trabajadores, apoyando tanto a madres como padres.

PERMISO PARENTAL
EN TODOS LOS PAÍSES



- ✓ 1.026 mujeres reincorporadas luego de su postnatal.
- ✓ Tasa de regreso al trabajo: 95%.
- ✓ 989 mujeres siguen trabajando más de 12 meses posteriores a su regreso del postnatal.
- ✓ Tasa de retención de mujeres que se acogieron al permiso parental: 96%.

TRABAJADORES
EN TODOS LOS PAÍSES POR:



CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO	M	H
Ejecutivos ⁵	49%	51%
Administrativos ⁶	56%	44%
Comerciales ⁷	67%	33%

⁵ Gerentes de primera línea y segunda línea, Gerentes de tienda, Gerentes de ventas, Subgerentes, Compradores y Planners.

⁶ Otros profesionales, técnicos y administrativos.

⁷ Jefes de venta y vendedores.



COMPROMETIDOS
CON EL BUEN CLIMA LABORAL

Para construir ambientes laborales positivos y desafiantes han sido claves: la flexibilidad, construcción de equipos empoderados, liderazgos íntegros y el espíritu innovador de nuestros trabajadores. Junto a ellos, gestionamos el compromiso y cultura interna para avanzar en la construcción de una organización ágil, colaborativa y con mayor foco en nuestros clientes.

Esta mirada nos ha llevado a generar cambios en nuestra estrategia de gestión de clima, avanzando hacia un enfoque integral, que abarca la experiencia completa del colaborador al interior de la organización.



FOCOS PARA UNA GESTIÓN INTEGRAL DEL CLIMA

Satisfacción laboral
Engagement
Vivencia cotidiana

DURANTE 2018 IMPLEMENTAMOS:
Nueva encuesta de compromiso y cultura organizacional, que se suma a la medición anual de GPTW, con el propósito de apalancar nuestros atributos culturales, fomentando la autogestión y empoderamiento de los líderes.



META ...

Estar dentro de las mejores empresas para trabajar.



RESULTADOS GPTW POR PAÍS

PAÍS	2016	2017	2018
Chile ⁸	17	25	20
Perú ⁹	8	12	8
Colombia ¹⁰	6	6	13
Argentina ¹¹	8	9	7

⊗ Nos preocupamos de medir de manera constante nuestros niveles de compromiso, porque son un indicador del grado de involucramiento de los trabajadores con la estrategia y la empresa. Cada líder recibe al menos dos veces al año información acerca del compromiso de su área, lo que le permite hacer gestión y así obtener equipos de alto desempeño.

⁸ En Chile, la metodología de GPTW no distingue tipos ni tamaños de empresa. En 2018 participaron un total de 210 empresas, de las cuales 50 fueron premiadas.

⁹ En Perú, Falabella Retail se encuentra en la categoría empresas de más de 1.000 trabajadores donde fueron reconocidas 25 empresas, de un total de 170 participantes.

¹⁰ En Colombia, las empresas se distribuyen en organizaciones con hasta 500 colaboradores y organizaciones con más de 500 colaboradores.

Falabella Retail se encuentra en la segunda categoría donde fueron reconocidas 20 empresas, de un total de 201 participantes.

¹¹ En Argentina, las empresas se distribuyen en: más de 1.000 colaboradores, entre 251 y 1.000, y hasta 250 colaboradores.

Falabella Retail se encuentra en la primera categoría donde fueron reconocidas 10 empresas, de un total de 119 participantes.

TRABAJAMOS SEGUROS (ODS 3)

Tan importante como el compromiso por un buen clima laboral, es proteger la salud y seguridad de nuestros trabajadores, porque creemos que actuar íntegramente en relación con estos temas es esencial para proporcionar un ambiente de trabajo confiable e inocuo.

Instamos a nuestros equipos a que cumplan con todas las leyes, así como con las regulaciones y políticas corporativas sobre salud y seguridad, las cuales se basan en la norma OHSAS 18.001/2007¹², que nos guía en la tarea de gestionar un entorno de trabajo seguro y saludable.

Tanto en nuestras tiendas como centros de distribución y oficinas, contamos con expertos en prevención de riesgos y comités paritarios de higiene y seguridad. Estos comités representan al 100% de los trabajadores y su principal función es velar por la seguridad y salud de la empresa.

Gracias al importante trabajo que realizamos para cuidar la seguridad y salud de nuestros trabajadores, es que el año 2018 no registramos accidentes mortales. ✓✓

Buscamos lograr un cambio cultural al interior de nuestra empresa, promoviendo el cuidado de las personas, la reducción de accidentes laborales y la mantención de instalaciones seguras.

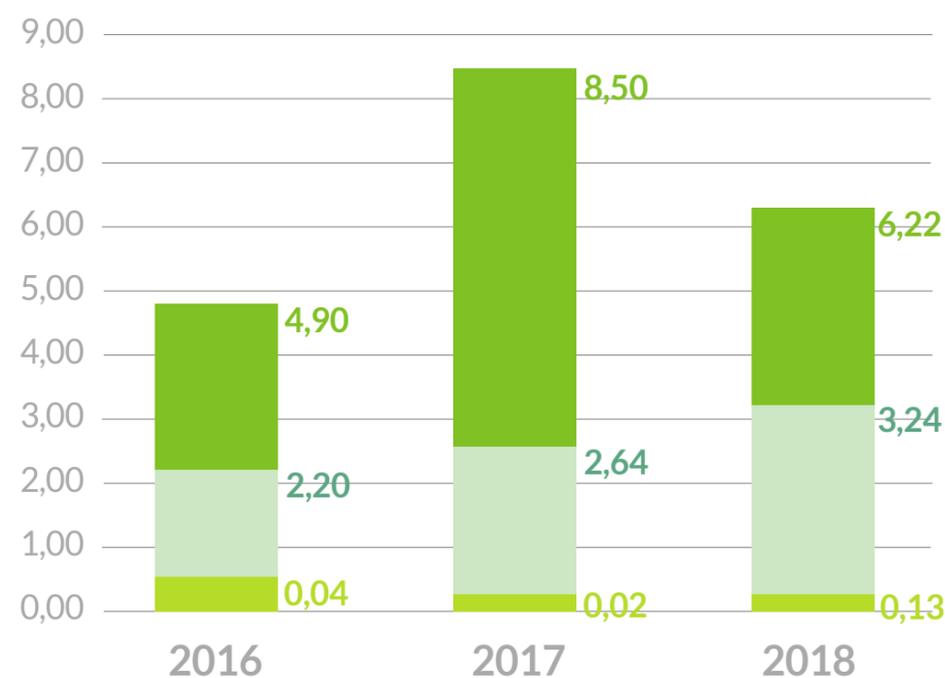
Los principales tipos de accidentes que se producen en nuestras tiendas y centros de distribución se relacionan con golpes provocados por mobiliarios, caídas en el mismo nivel o de diferente nivel, sobre esfuerzo en manejo de cargas y caída de objetos mal asegurados o por incorrecto almacenamiento de mercancía.

ALGUNOS DE LOS ASPECTOS QUE GESTIONAMOS:

- ✓ Gestión y manejo del stress.
- ✓ Ergonomía en los lugares de trabajo.
- ✓ Iluminación y ruido en instalaciones.
- ✓ Calidad del aire al interior de instalaciones.
- ✓ Control de humedad y temperatura en oficinas y tiendas.
- ✓ Horario flexible y monitoreo de sistema de turnos.

ÍNDICES DE SEGURIDAD

■ Tasa de enfermedades profesionales
 ■ Tasa de accidentabilidad
 ■ Tasa de ausentismo



META ●●●

0 accidentabilidad laboral mortal. ✓✓

¹² OHSAS 18001 es una especificación internacionalmente aceptada que define los requisitos para el establecimiento, implantación y operación de un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional efectivo.





ATRAEMOS Y DESARROLLAMOS EL TALENTO (ODS 1 Y 8)

La atracción y retención de talento es uno de los pilares de nuestra estrategia de gestión de personas. Queremos fidelizar a los mejores profesionales del mercado para hacer frente a los continuos desafíos del negocio.

Para atraer a los mejores talentos, realizamos una gestión focalizada en los ingresos de nuevos trabajadores. Para ello hemos fortalecido nuestra imagen de marca empleadora, destacando nuestra oferta de valor, así como aquellos atributos que nos hacen ser una de las empresas más atractivas para trabajar.

*“Nuestros talentos quieren asumir desafíos permanentes, por eso fomentamos la movilidad interna”,
Gonzalo Somoza, Gerente general corporativo.*



Parte fundamental de este proceso han sido nuestros líderes, quienes con su participación e involucramiento son los principales embajadores de nuestra marca empleadora.

FALABELLA CHALLENGE



Por segundo año consecutivo en Chile y por primera vez en Perú, realizamos este evento orientado a alumnos de último año de las mejores universidades y con hasta dos años de experiencia laboral, para darles a conocer –por parte de los propios líderes de Falabella Retail– todo sobre nuestra empresa, principales proyectos y la forma que tenemos de trabajar.



176 ASISTENTES
5 contratados
en Chile



93 ASISTENTES
9 contratados
en Perú

ATRACCIÓN DE TALENTO 2018

-  **PERÚ:** *Implementación Falabella Challenge.*
-  **CHILE:** *Lanzamiento de Portal de Referidos Internos.*



PROGRAMA DE RECLUTAMIENTO DE MBAS

La atracción, el desarrollo y fidelización de los talentos es la pieza fundamental de nuestra estrategia. Por eso, llevamos a cabo nuestro Programa de Incorporación de Egresados de MBAs (Europa y de Estados Unidos), donde una vez al año nuestros ejecutivos viajan a reclutar a los mejores talentos del mercado internacional. A través de esta iniciativa potenciamos a que nuestros propios líderes sean nuestros embajadores y se involucren activamente en la atracción de talento, destacando nuestros desafíos, oferta de valor y aquellos atributos de nuestra cultura. Fue así que se incorporaron a nuestros equipos durante el 2018, seis participantes de este programa.

FINANCIAMIENTO DE MBAS

En el marco de la retención de talento, cada año financiamos MBA y Masters en el extranjero, con el objetivo de fomentar y facilitar el perfeccionamiento y desarrollo de los colaboradores de buen desempeño y alto potencial de Falabella. Durante el 2018, todos los postulantes fueron aprobados y 6 ejecutivos participaron de este financiamiento.

CAPACITAMOS EL TALENTO

Generamos distintas instancias de capacitación para que nuestros trabajadores descubran sus talentos y puedan hacer una mejor contribución en su trabajo diario. También nos preocupamos por potenciar su crecimiento personal y optimizar su empleabilidad. Nuestro foco en los últimos años ha estado en el desarrollo de competencias digitales y aprendizaje continuo. Con este fin, desarrollamos cursos y programas de formación, tanto presenciales, como a distancia. Además, apoyamos a nuestros trabajadores con becas orientadas a carreras técnicas, finalización de estudios, postgrados, cursos de especialización, seminarios y conferencias, entre otros.

Capacitaciones transversales

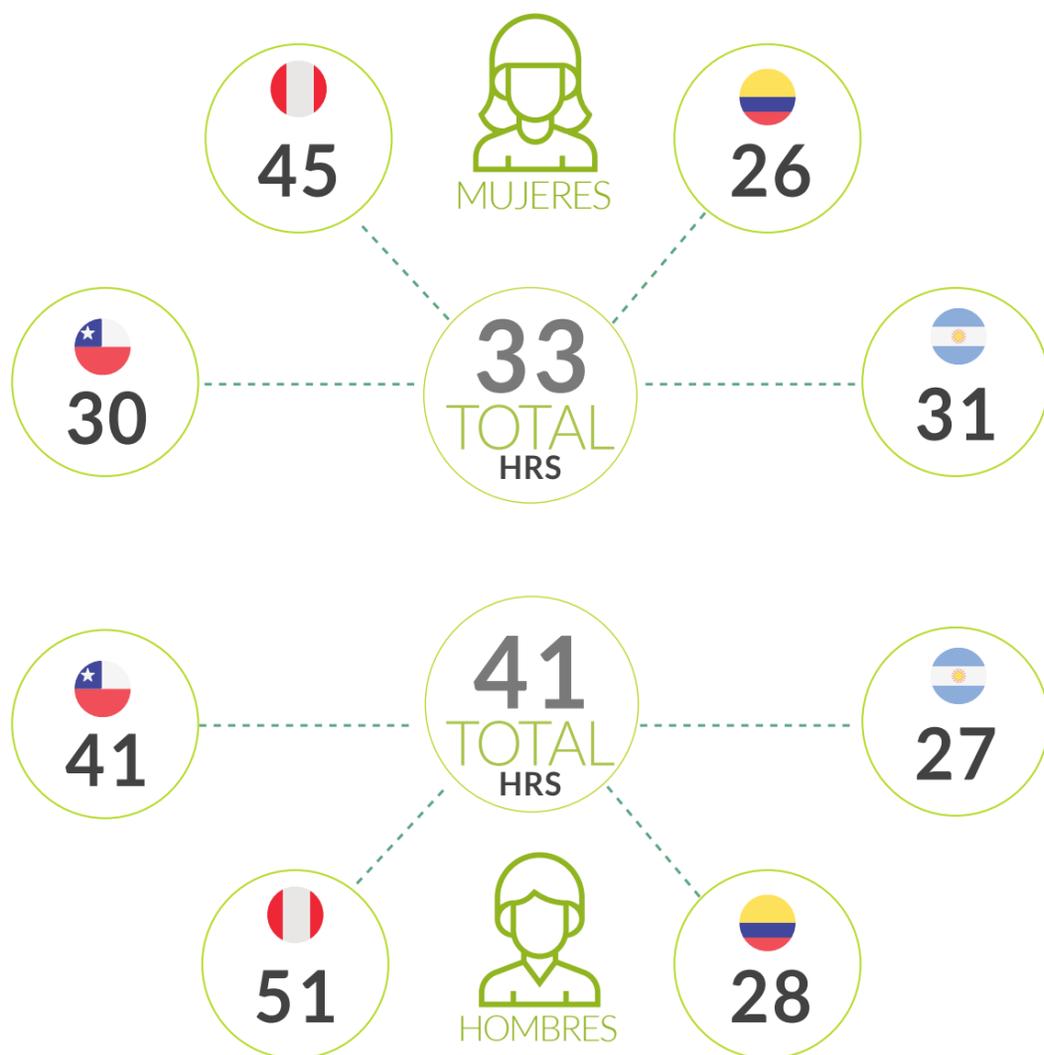


-  Programa de inducción y entrenamiento en el puesto de trabajo.
-  Programas de liderazgo.
-  Formación de vendedores que incluye capacitaciones de producto, procedimientos y entrenamiento de habilidades blandas.
-  Programa de inglés.
-  Dominio de herramientas informáticas.
-  Programa de trainee para jefes.

META

100% de nuestros trabajadores capacitados. ✓✓

PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN POR TRABAJADOR



1.120.367 horas de capacitación en los cuatro países.

BANCO DE TALENTOS

Nuestro Banco de Talentos ha sido un gran aporte para construir una gestión innovadora, potenciando el crecimiento de nuestros líderes comerciales, mediante la evaluación y selección a los trabajadores que muestran mayor potencial y que es realizada por nuestros gerentes de tienda y jefes de Gestión de Personas. Quienes cumplen con los requisitos, quedan seleccionados para integrar el Banco de Talentos de Falabella Retail y ser capacitados durante seis meses, a través de una malla de formación con talleres presenciales de habilidades blandas, liderazgo y cursos técnicos, para que se encuentren preparados para asumir posiciones de mayor responsabilidad.

*Desde que comenzó esta iniciativa en 2014, más de **183** colaboradores han ascendido a través del programa en los cuatro países.*

El Banco de Talentos responde a la constante búsqueda de potenciar el desarrollo de nuestros equipos, fomentando el traspaso de la cultura de servicio con la idea de inspirar a las nuevas generaciones.

En 2018 seguimos fortaleciendo la formación de líderes comerciales, potenciando su desarrollo con una malla con foco en cultura digital.

- Digitalizamos el programa con una plataforma.
- Alineamos el proceso a liderazgo digital y metodología ágil.

PROGRAMA TRAINEE

Realizamos un Plan de Entrenamiento a Mentores, con lo que buscamos profesionalizar a nuestros equipos de venta. En 2018 incorporamos a jóvenes profesionales, para fortalecer la marca empleadora y asegurar el plan de sucesión comercial.

- Contactamos a las universidades para sumar el mejor talento al área comercial de tiendas.
- Incorporamos al programa el área de Visual Merchandising.

BANCO DE TALENTO Y TRAINEE



INGRESOS POR CARGO	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	ARGENTINA
Jefe de ventas	37%	26%	44%	84%
Gerente de ventas	44%	2%	44%	62%
Gerente de tiendas	22%	0%	62%	0%

PROGRAMA COACHING Y TOP TALENT

Realizamos la tercera versión del Programa Coaching, para preparar a los líderes del mañana y acompañarlos en su transición hacia nuevos cargos. Además del coaching, hicimos desayunos de fidelización, por país, con el Gerente General Corporativo, para dar mayor visibilidad a los nuevos talentos. Además, se llevaron a cabo almuerzos entre el Gerente General y los trabajadores becados para realizar MBA.



21 participantes en coaching
53 asistentes a desayunos

e-HACKATHON



Conscientes de los actuales desafíos digitales, hemos desarrollado diferentes acciones para promover el emprendimiento y la innovación.

En 2017, en conjunto con Microsoft y Start-Up Chile, organizamos la primera e-Hackathon, con el objetivo de crear ideas digitales innovadoras para potenciar el e-commerce en Chile. En tanto, el año pasado realizamos la e-Hackathon en conjunto con Laboratoria y Kodea, acción concreta que nos permitió escuchar la creatividad de la comunidad, descubrir jóvenes talentos, para seguir fortaleciendo nuestro e-commerce y nuestra propuesta de valor que ha alcanzado un importante liderazgo en el mercado.

Participaron más de 170 jóvenes
33 de ellos mujeres.

Algunas de las participantes, fueron invitadas a través de Laboratoria y Kodea, fundaciones que capacitan a mujeres de escasos recursos.

FIDELIZACIÓN EN TIENDAS



Programa implementado durante 2018, con el objetivo de aumentar el compromiso de los trabajadores en tienda y prolongar su permanencia. De esta forma, buscamos retener la experiencia y evitar pérdidas de conocimiento que se generan con cada egreso.

Plan de Trabajo

- Se definieron metas de rotación por tienda con seguimiento quincenal.
- Formalización del proceso de egresos para controlar admisibilidad.
- Rediseño proceso selección plataforma centralizada.
- Digitalización de encuesta de salida y análisis principales indicadores.
- Política de horas de trabajo y descanso.

RECONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DE EQUIPOS

PASIÓN POR RECONOCER



A través del Programa Bravo, implementado desde 2017, buscamos generar una cultura de reconocimiento de las actitudes, desempeño y acciones que se acercan a nuestros valores de empresa.

La base de este programa está en que los reconocimientos pueden ser entregados por cualquier trabajador, buscando romper las jerarquías, ya que nuestros valores son transversales, deben ser vividos y cuidados por todos.

Asimismo, hemos generado oportunidades para que nuestros trabajadores descubran y desarrollen sus talentos mediante diversas iniciativas, poniendo foco en potenciar las capacidades en el camino hacia la transformación digital.

TRABAJADORES ASCENDIDOS



PORCENTAJE DE TRABAJADORES LABORAL Y GÉNERO

	M	H
Ejecutivos	38%	62%
Administrativos	54%	46%
Comerciales	57%	43%



EVALUAMOS EL DESEMPEÑO

El desarrollo profesional es un eje que nos mueve para hacer las cosas cada día mejor y motivar a las personas que muestran compromiso y buenos resultados. Nuestros equipos quieren asumir desafíos permanentes, por eso no sólo nos preocupamos de entregarles las herramientas para que puedan hacer bien su trabajo, sino que también les damos la oportunidad de tener movilidad dentro de Falabella Retail o en las distintas líneas de negocios de Falabella, a través de un portal interno.

Anualmente realizamos el proceso de evaluación de desempeño –mecanismo para acceder a la mayoría de nuestros programas de desarrollo profesional–, el cual nos permite identificar a nuestros talentos y alinear a los equipos con los objetivos estratégicos de la organización.

CONTAMOS CON DOS TIPOS DE EVALUACIONES DE DESEMPEÑO:

1. Evaluación corporativa 360°: Todos los gerentes y cargos estratégicos son evaluados por sus jefes directos, pares, clientes y trabajadores para tener una visión integral de su desempeño. Además, sus resultados son revisados por un comité conformado por el Gerente General y el Gerente de Personas, entre otros.

2. Evaluación Desempeño Retail 180°: Todo el equipo que no es parte de la Evaluación 360° participa de este proceso, donde se evalúan distintas competencias de acuerdo al cargo y las funciones que realiza.

Al final del proceso, cada trabajador recibe una retroalimentación que le permite identificar sus fortalezas y oportunidades de mejoras. La Gerencia de Personas y Sostenibilidad hace un mapeo de todos los trabajadores evaluados para identificar talentos y personas con alto potencial, y según eso, promover la movilidad interna.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Autoevaluación, evaluación de jefatura directa y de trabajadores.

FEEDBACK Y PLANES DE ACCIÓN

Reunión entre jefe y colaborador, donde se revisa el desempeño en conjunto.

CIERRE DEL PROCESO

Cerrar proceso de gestión de desempeño.

SEGUIMIENTO CONSTANTE

Implica el seguimiento por parte de la jefatura y el evaluado.

META...

100% de los trabajadores evaluados.





PROMOVEMOS LA CALIDAD DE VIDA Y EL EQUILIBRIO LABORAL

Nos comprometemos con nuestros trabajadores a promover el equilibrio entre su vida laboral y personal, mediante políticas de flexibilidad que aporten al desarrollo y beneficios que les permitan tener una mejor calidad de vida.

Contamos con distintas alternativas para mejorar y simplificar la vida de nuestros equipos, las cuales se centran en aspectos vinculados con familia, salud, protección, reconocimiento, recreación y educación.

Medimos constantemente cada una de estas iniciativas, para evaluar la percepción de nuestros trabajadores y conocer sus intereses, con el objetivo de entregarles beneficios que signifiquen un aporte en sus vidas.

PROGRAMA ELIGE VIVIR BIEN

Programa desarrollado en Chile, que está orientado a promover una buena nutrición, a la realización de actividad física, y entrega a los trabajadores herramientas y educación para llevar una vida sana y buena alimentación. Como parte del programa, realizamos un concurso en el cual premiamos a los trabajadores que muestran un mayor compromiso por la vida sana. Además, organizamos de forma mensual actividades deportivas y charlas relacionadas con hábitos de alimentación saludables.

1.415 personas
PARTICIPARON EN EL PROGRAMA.
79% MUJERES, 21% HOMBRES



PROGRAMA COMUNÍCATE

Es un servicio de consultoría dirigido a trabajadores y sus familiares directos, que proporciona orientación a temas legales y sociales, apoyo psicológico y psicoterapia.

BENEFICIOS TRANSVERSALES



- > *Becas estudios universitarios.*
- > *Seguros complementarios de salud, vida y dental.*
- > *Convenios con centros de salud, gimnasios y centros de entretenimiento.*
- > *Gift card institucional.*
- > *Aguinaldo asociado a celebraciones día del trabajador, fiestas patrias, navidad y fin de año.*
- > *Bonos por nacimiento, matrimonio, escolaridad, fallecimiento familiar.*
- > *Celebraciones cumpleaños, día de la madre, padre, navidad.*
- > *Orientación y asesoría para postulación vivienda propia y apertura de libreta con bono ingreso.*
- > *Asesoría psicológica y médica.*
- > *Días libres para uso personal (Beneflex).*
- > *Premio excelencia académica para trabajadores que estudian y sus hijos.*

Sabemos que el trabajar en un lugar cercano al de residencia mejora la calidad de vida de nuestros trabajadores, al disminuir los tiempos de traslado.

Es por esto que promovemos la contratación de personas de la misma localidad donde se encuentra ubicada la tienda. Muestra de ello es que el 62% de nuestros gerentes de tienda pertenecen al lugar donde trabajan, un 8% más que en 2017. De esta forma, mejoramos además la experiencia de nuestros clientes, ya que cada tienda es gestionada y atendida por quienes conocen a su comunidad cercana.

PAÍS	Gerentes de tiendas locales
 Chile	57%
 Perú	96%
 Colombia	42%
 Argentina	100%

SALARIOS JUSTOS (ODS 8)

Trabajar por remuneraciones justas, equitativas y transparentes ha sido siempre uno de nuestros focos. Para esto utilizamos la metodología de gestión de compensaciones *Global Grading System (GGS)*, que nos entrega escalas salariales en base al nivel de responsabilidad que ocupa una persona dentro de nuestra empresa. De esta manera, nos aseguramos contar con un criterio objetivo para la definición de los salarios de los trabajadores.

96% de nuestros trabajadores están dentro de la banda definida para su cargo.¹³

PAÍS	Relación salario empresa y mínimo país
 Chile	1,1
 Perú	1,1
 Colombia	1,1
 Argentina	1,5

¹³ No considera Perú, ya que no cuentan con el sistema de bandas salariales.



SOMOS INCLUSIVOS

Estamos comprometidos con la meritocracia, la igualdad de oportunidades, la diversidad y la inclusión, y promovemos una cultura libre de discriminación, basada en nuestra Política de Derechos Humanos y No Discriminación.

De esta forma, desde 2012 contamos con el programa Falabella Inclusivo, que nos ha permitido focalizar nuestros esfuerzos en la incorporación de personas con discapacidad, jóvenes, adultos mayores y migrantes. Asimismo, ha permitido crear un clima organizacional construido sobre la base de relaciones laborales positivas, orgullo y participación, factores que se han transformado en elementos clave para alcanzar los objetivos que tenemos como compañía.

● JÓVENES

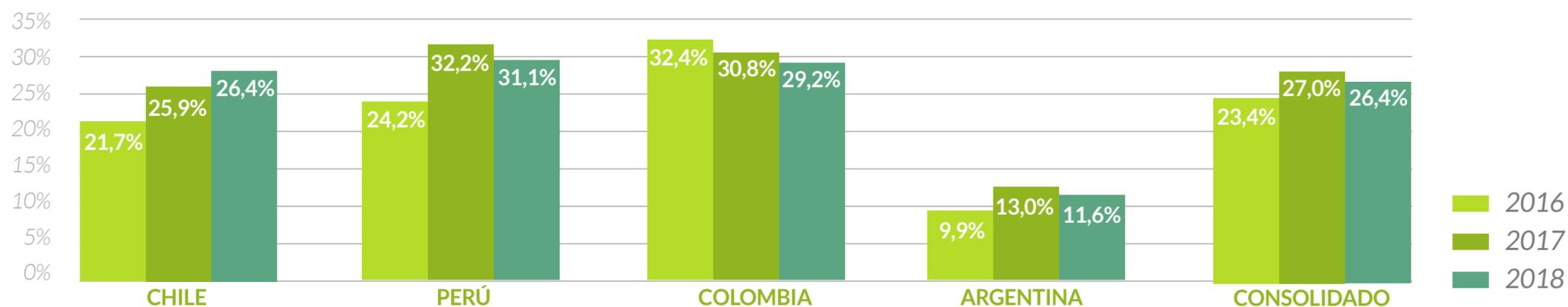
Nos adherimos al Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil de la Alianza del Pacífico, que busca cerrar la brecha entre las habilidades aprendidas en el ámbito académico y las exigencias del mundo laboral, a la vez que promueve el emprendimiento en los jóvenes. En

esta línea, nos comprometemos a desarrollar una serie de iniciativas conjuntas para dar a los jóvenes una experiencia laboral significativa.

Tanto en Argentina como en Chile hemos realizado una alianza con Fundación Forge, la cual forma a estudiantes próximos a salir del colegio en habilidades blandas y competencias laborales, para acceder a un primer empleo de calidad. A través de este programa hemos apoyado a más de 50 alumnos en Chile y 33 alumnos becados en Argentina, a los cuales se les entrega la posibilidad de realizar una práctica como apoyo a tienda y estar en un registro para futuros ingresos. Este plan de trabajo fue reconocido en 2018 por la fundación internacional Forge, pues durante este periodo fuimos la empresa chilena que más jóvenes contrató, permitiéndoles compatibilizar trabajos y estudios.

Adicionalmente, en Argentina tenemos una alianza con la Fundación Reciduca, la cual tiene como objetivo entregar a jóvenes del Colegio Mano Amiga herramientas a través de capacitaciones y jornadas prácticas, para que puedan acceder a un primer empleo de calidad.

JÓVENES (TRABAJADORES ENTRE 18 Y 25 AÑOS)



PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

Nuestro compromiso con la inclusión de personas con discapacidad se refleja en que contamos con el Sello Chile Inclusivo, que otorga el Servicio Nacional para la Discapacidad (SENADIS). Además, somos miembros fundadores del portal de empleos Laborum inclusivo, que busca otorgar mayores oportunidades de trabajo a personas que presentan algún tipo de discapacidad.



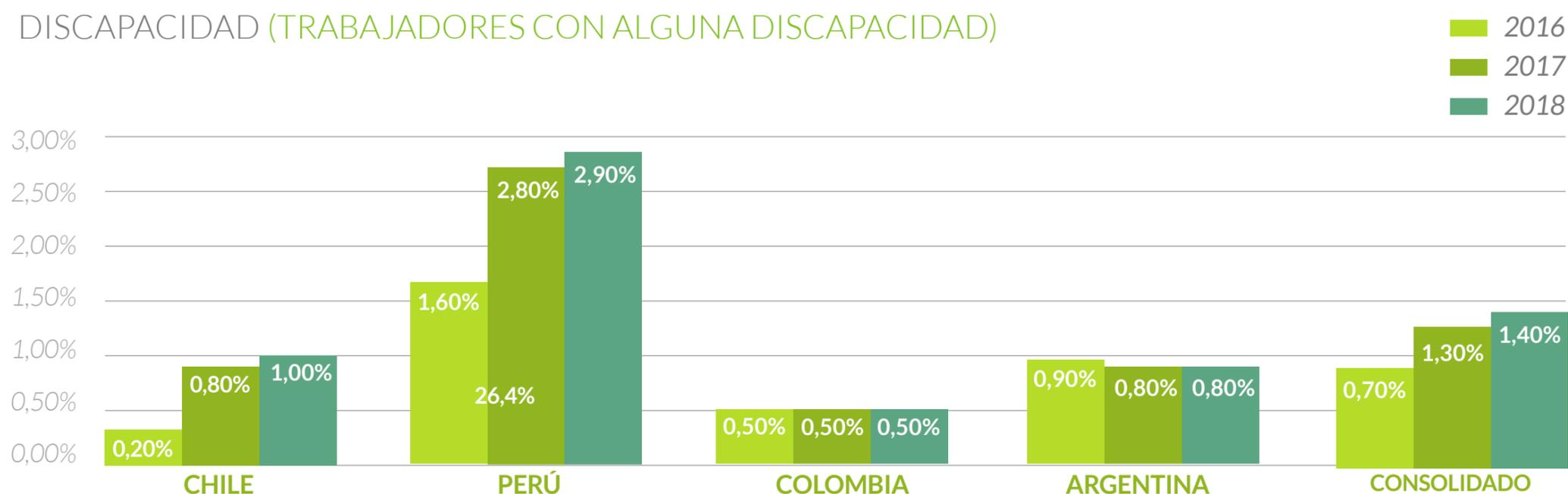
CONTAMOS CON EL SELLO CHILE INCLUSIVO QUE OTORGA EL SERVICIO NACIONAL PARA LA DISCAPACIDAD SENADIS.

En Perú, implementamos el programa Habilidades Diferentes, para sensibilizar a nuestros trabajadores sobre una cultura de inclusión. Además, realizamos talleres de lengua de señas con el objetivo de romper los paradigmas y generar una organización cada vez más inclusiva. También, junto al centro Ann Sullivan buscamos contratar a personas con discapacidad.

En Colombia, impulsamos la inclusión laboral, a través de la organización Best Buddies, ONG que promueve habilidades sociolaborales en personas con discapacidad intelectual y trastornos del desarrollo.

En Argentina trabajamos con la Fundación Discar, que tiene como propósito insertar a los jóvenes con discapacidad intelectual al mundo laboral.

DISCAPACIDAD (TRABAJADORES CON ALGUNA DISCAPACIDAD)



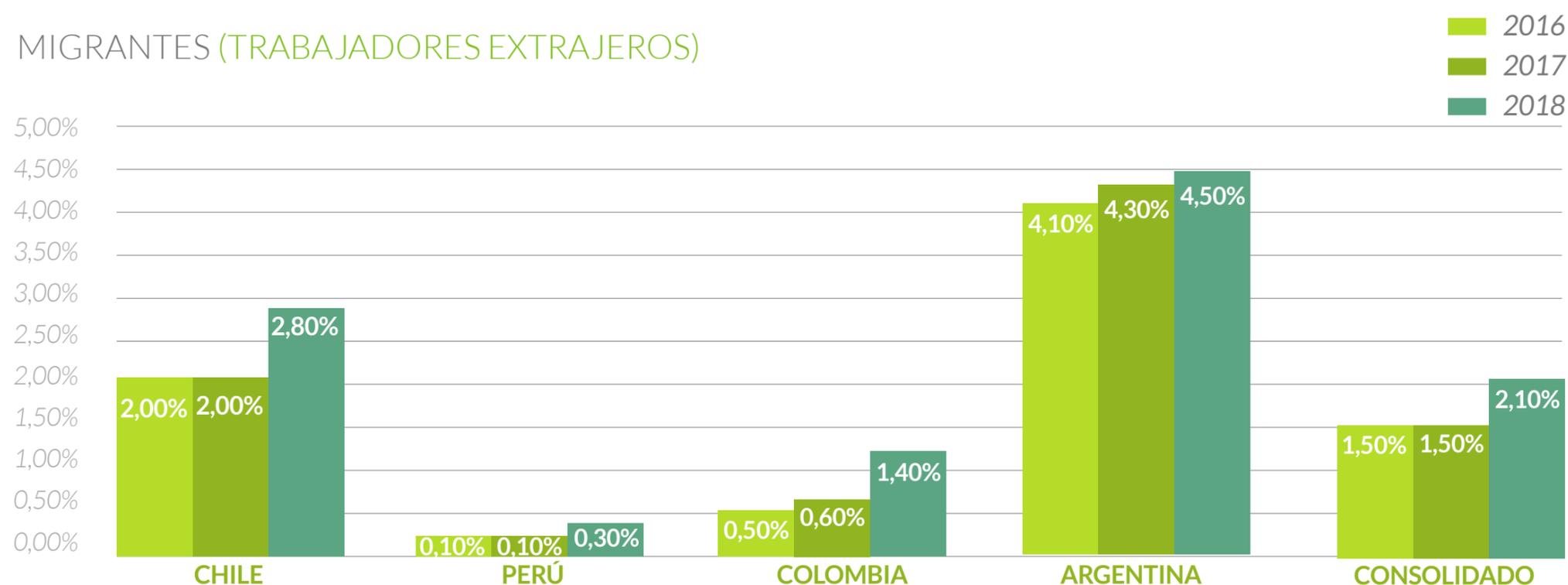
MIGRANTES Y ADULTOS MAYORES

Para potenciar la inclusión de migrantes y adultos mayores hemos participado en diferentes mesas de trabajo de la mano de Pacto Global. Además, en Perú realizamos el programa “Compartiendo Experiencias”, el cual invita a 100 adultos mayores en situación de vulnerabilidad a trabajar media jornada laboral como monitores de empaque, de modo de compartir

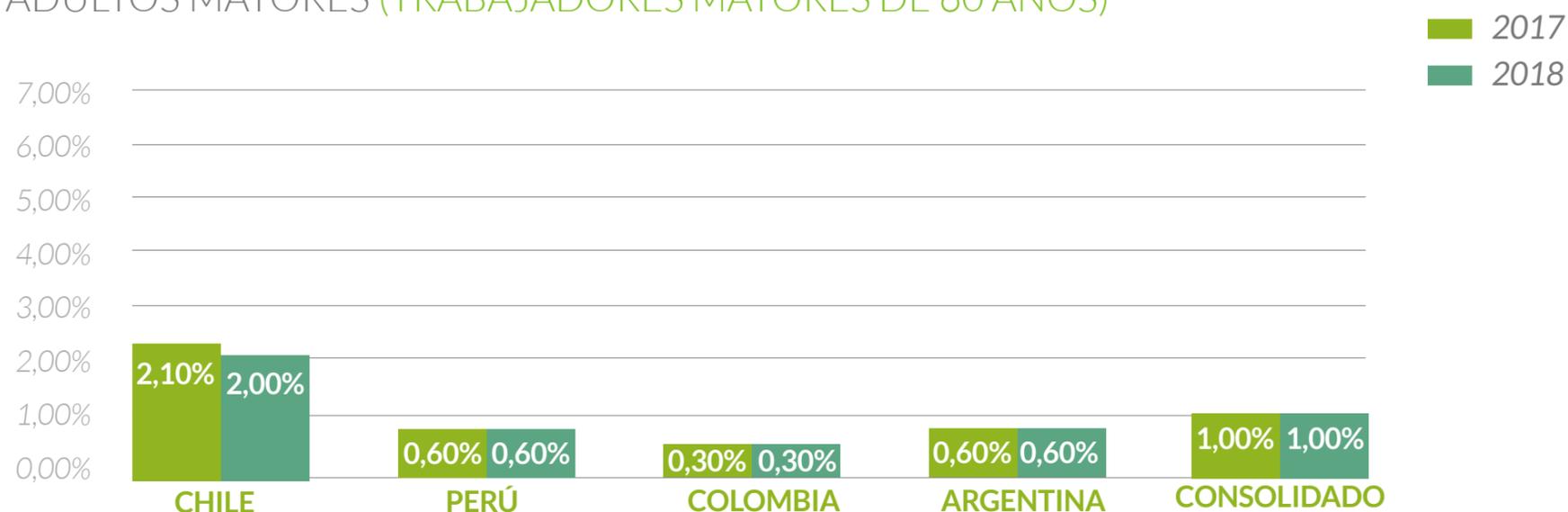
su conocimiento y su experiencia con nuestros trabajadores.

Durante el 2018 se presentaron, en los cuatro países, un total de cinco denuncias por discriminación, de las cuales cuatro se resolvieron a través de la amonestación o desvinculación y una se encuentra en proceso de resolución.

MIGRANTES (TRABAJADORES EXTRAJEROS)



ADULTOS MAYORES (TRABAJADORES MAYORES DE 60 AÑOS)





RELACIONES LABORALES POSITIVAS

Continuamente buscamos fomentar el trabajo colaborativo con nuestros trabajadores, sindicatos y federaciones. Hemos logrando construir un espacio en el que potenciamos un dialogo para favorecer un rol sindical activo, una labor conjunta y un sistema de retroalimentación permanente.

DURANTE 2018 LOGRAMOS:



- ✓ 100% negociaciones colectivas sin conflicto.
- ✓ Cambio modelo de incentivos para asesores de compra.
- ✓ Compromiso de informar sobre cambios organizativos a todos los trabajadores en un plazo mínimo de 30 días.
- ✓ Presentación de planificación anual del área de Relaciones Laborales a los sindicatos.
- ✓ Capacitación presencial sobre el Canal de Integridad, que se suma a las capacitaciones de gestión que realizamos desde 2017.

65 sindicatos, en cuatro países

13.082 TRABAJADORES SINDICALIZADOS

PAÍS	Nº Sindicatos	Nº Trabajadores Sindicalizados
Chile	60	78%
Perú	2	5%
Colombia	1	3%
Argentina	2	24%
Consolidado	65	42%

Contamos con 16 negociaciones colectivas en nuestros cuatro países. 73% de los trabajadores se encuentran cubiertos por acuerdos de negociación colectiva.

PORCENTAJE DE LÍDERES SINDICALES

País	2017		2018	
	M	H	M	H
Chile	57%	43%	55%	45%
Perú	100%	0	50%	50%
Colombia	79%	21%	80%	20%
Argentina	69%	31%	69%	31%
Consolidado	67%	33%	67%	33%

En Chile, debido al gran número de sindicatos y el alto porcentaje de sindicalización que tenemos, contamos con el área de Relaciones Laborales que está dentro de la Gerencia de Personas y Sostenibilidad. Esta área se encarga de mantener un diálogo continuo y abierto con nuestras organizaciones sindicales, para lo cual desarrolla una agenda mensual de reuniones, mesas de trabajo, además de enviar de forma semestral un boletín con temáticas de interés.

Esta gerencia lidera, además, la realización del Congreso de Relaciones Laborales que en 2018 alcanzó su séptima versión, reuniendo a más de 200 personas, entre trabajadores, representantes sindicales y ejecutivos. Asimismo, seguimos potenciando la capacitación de nuestros dirigentes sindicales en distintas materias.

#CAPÍTULO 5



BUSCAMOS SOCIOS ESTRATEGICOS EN NUESTROS PROVEEDORES



79% de nuestros proveedores
SON NACIONALES
en los cuatro países donde operamos

48% de nuestros
PROVEEDORES SON PYMES



100% DE PROVEEDORES
y talleres de marcas propias en procesos
DE AUDITORÍAS SOCIALES EN LOS 4 PAÍSES



➤ Nuestro compromiso por la excelencia en servicio se complementa con una mirada sostenible respecto de nuestros productos y de quienes los fabrican. Los proveedores son nuestros socios estratégicos y buscamos establecer con ellos relaciones de largo plazo, basadas en la transparencia y su compromiso por una producción socialmente responsable, tanto en la fabricación como en las relaciones que establecen con sus trabajadores.

Queremos generar relaciones comerciales con personas y empresas que compartan nuestros estándares y normas de integridad, teniendo siempre presente la búsqueda del beneficio para nuestros clientes.

Velamos por una cultura de integridad en todo momento y en toda nuestra cadena de valor. Y por ello promovemos que nuestros proveedores alcancen los más altos estándares, buscando obtener las mejores condiciones y la mayor calidad en todos nuestros productos.



Dado que nuestras marcas propias constituyen un porcentaje importante de nuestro negocio, nos enfocamos en traspasarles un esquema de desarrollo responsable a aquellos proveedores que fabrican para nosotros.

Fomentamos en ellos buenas prácticas en aspectos laborales, salud y seguridad y ética comercial, las cuales verificamos incorporando auditores en todos los lugares del mundo donde producimos.

ACOMPAÑAMIENTO Y COLABORACIÓN DE MARCAS PROPIAS

La relación con nuestros proveedores se va construyendo a través de distintas instancias de relacionamiento. La primera de ellas es el **Programa de Acompañamiento de Proveedores**, que consiste en capacitaciones, para tratar los temas más importantes en cuanto a condiciones de trabajo, normativas y seguridad. Además, los apoyamos con visitas a sus fábricas, para asesorarlos de cara a futuras auditorías sociales, para lo cual nuestro equipo de Control Interno y Sostenibilidad los guía en materia de cumplimiento normativo, salud y seguridad ocupacional, higiene y condiciones de trabajo, entre otras materias.

185 proveedores y talleres de marcas propias capacitados durante 2018

QUE CORRESPONDE AL 69% DEL TOTAL DE LOS CUATRO PAÍSES.

AUDITORÍAS SOCIALES EN NUESTRA CADENA DE VALOR (ODS 3 - 8)

Marcas propias

Como parte de nuestro compromiso por el comercio ético, estamos adheridos a SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange), organización sin fines de lucro que promueve las buenas prácticas en temas de responsabilidad social y genera una plataforma de información para proveedores y contratantes. A través de ella es posible acceder a información respecto a estándares de responsabilidad social de distintos proveedores a nivel mundial.

En el marco del trabajo colaborativo que realizamos con nuestros proveedores –en pos de su desarrollo, crecimiento y cuidado de su capital de trabajo–, les sugerimos que también se suscriban a SEDEX. Esto, porque además de reforzar su compromiso hacia los valores que promovemos, les permitirá en el futuro contar con sus auditorías en línea para demostrar sus avances en esta materia.

Para realizar las auditorías sociales a las fábricas y

talleres en los que confeccionamos nuestras marcas propias, hemos elegido el protocolo SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit), a través del cual verificamos los niveles de cumplimiento en 10 temáticas relacionadas con el comercio ético y las buenas prácticas laborales. Esto, a través de visitas físicas a los establecimientos, entrevistas con los trabajadores de los talleres y revisión de documentación interna, realizado por un auditor externo.

EL PROTOCOLO SMETA CONSIDERA LOS SIGUIENTES TEMAS:

✓ ADMINISTRACIÓN:

Correctos procesos internos, aspectos de higiene y seguridad, entre otros.

✓ TRABAJO LIBRE:

Se supervisa que las personas trabajen de manera libre y voluntaria en sus puestos de trabajo, libertad de elección de trabajar horas extra, libre renuncia a puestos de trabajo, presencia de políticas de libertad de trabajo, entre otros.

✓ LIBERTAD DE ASOCIACIÓN:

Libertad de sindicalización, presencia de estructura formal de representación de trabajo, cumplimiento de convenios colectivos, entre otros.

✓ SALUD Y SEGURIDAD:

Seguridad de instalaciones y herramientas de trabajo (mantenciones, artículos de seguridad, etc.), correcto acceso a servicios básicos, entre otros.

✓ TRABAJO INFANTIL:

Fiscalización de trabajo de menores de edad según legislación local y correcto empleo de personal joven.

✓ SALARIOS Y BENEFICIOS:

Supervisa el justo pago por la labor realizada, tiempo, registro, transparencia y consistencia de los pagos. Correcto uso de vacaciones, pago de indemnizaciones y seguros sociales, entre otros. Además, supervisa que la información sea comprendida y correctamente informada en el idioma local.

✓ HORAS TRABAJADAS Y DISCRIMINACIÓN:

Presencia de políticas de discriminación, correcta administración de condiciones para mujeres embarazadas.

✓ TRABAJO FORMAL:

Correcto manejo de contratos y condiciones laborales.

✓ BUEN TRATO Y DISCIPLINA:

Supervisa el correcto trato entre trabajadores, procedimientos disciplinarios y de quejas adecuadas, entre otros.



➤ Un punto adicional que se evalúa tiene relación con el Medioambiente, y busca supervisar que el proveedor esté en línea tanto con la normativa local como con los estándares de su cliente final.

Estos pilares se dividen a su vez en más de 200 puntos a evaluar, cada uno de los cuales tiene un nivel de importancia para SMETA, clasificándolos en críticos, mayores, menores y aceptable. No obstante, dada la rigurosidad con que trabajamos este tema, creamos una quinta categoría -considerada de urgencia-, para aquellos temas que resultan realmente críticos. Se trata de “Acción Inmediata”, que principalmente se hace eco de prácticas vinculadas a seguridad de los trabajadores, trabajo forzado, trabajo infantil y maltrato a trabajadores.

Cuando detectamos este tipo de faltas graves o comprobamos que un proveedor no cumple con la ley social de su país, restringimos su ingreso para trabajar con nosotros, hasta tener las observaciones 100% resueltas. Esto es válido para proveedores en cualquier parte del mundo. Además, en casos de hallazgos críticos de proveedores ya existentes, Control Interno o Sostenibilidad levanta alertas a las áreas comerciales de manera de detener órdenes de compra al proveedor hasta que regularice su situación.

En el caso de que se descubra que hay trabajo infantil o trabajo forzoso, el proveedor y sus talleres, caen en causal de eliminación automáticamente.

CATEGORÍAS Y CLASIFICACIONES DE SMETA

Las auditorías SMETA que realizamos son implementadas por una empresa auditora externa y experta en su ejecución, en tanto que la clasificación de los hallazgos es la que define el plazo en que se hará la nueva auditoría. Mientras más urgente la falta, antes realizaremos la siguiente auditoría.

PERIODICIDAD DE LAS AUDITORÍAS

La periodicidad de las auditorías condicionan el plazo en el que se realizará la próxima auditoría.

Resultado de auditoría inicial



Plazo próxima auditoría



- ✓ La totalidad de las auditorías son anunciadas a los proveedores previo a las visitas.
- ✓ Dependiendo de la gravedad de los hallazgos de Acción Inmediata, las auditorías serán en dos semanas, tres meses o causarán el término de la relación comercial con el proveedor.

PRE- AUDITORÍA:

En Chile, Argentina y Perú antes del ingreso de cualquier proveedor de marca propia un equipo de Falabella Retail realiza un proceso de asesoría y revisión previa de manera de anteponerse a los hallazgos que pudiese haber en las instalaciones. En Colombia, realizamos una pre auditoría con un auditor externo.

TRANSPARENCIA EN LA RELACIÓN

Promovemos la transparencia comercial y tenemos establecido que todos nuestros proveedores, tanto los nuevos como aquellos que ya trabajan con nosotros, deben comprometerse con el cumplimiento de las normas mínimas para iniciar actividades con nuestra empresa.

Para regularizar estos procesos contamos con dos herramientas fundamentales:

1) Vendor Agreement: Este documento es firmado por todos los proveedores que así lo requieran, según su condición comercial, y establece las condiciones comerciales y de operación, de manera de transparentar desde el primer momento aspectos claves de la relación que establecemos con ellos. En este documento se encuentran tiempos de pago, condiciones de despacho, condiciones por no cumplimiento, entre otras condiciones comerciales. Además, considera políticas de confidencialidad, libre competencia, prevención de delitos entre otros.

2) Vendor Compliance: Este documento es firmado por todos los proveedores de marcas propias. En él, se establecen y profundizan los estándares mínimos de responsabilidad y conducta ética que pretende Falabella, respeto a los derechos de las personas y medioambiente. Este documento es la base para las auditorías sociales bajo el protocolo SMETA.



COMPROMISOS DE NUESTROS PROVEEDORES DE MARCAS PROPIAS

- ✓ Adherir el protocolo de responsabilidad social SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) y cumplirlo.
- ✓ Informar y mantener actualizado el listado de todos los talleres en los que se confeccionan los productos de nuestras marcas propias.
- ✓ Permitir y dar las facilidades necesarias para que auditemos a los talleres informados.

La gestión y administración de los Vendor Agreement y compliance, es responsabilidad de la gerencia de Finanzas, en conjunto con la de Negocios, las cuales deben realizar el seguimiento necesario para que todos los proveedores concreten la firma del contrato.



PROVEEDORES NACIONALES DE MARCAS PROPIAS

PORCENTAJE DE PROVEEDORES Y TALLERES NACIONALES AUDITADOS

PAÍS	2017	2018
 Chile	84%	100%
 Perú	97%	100%
 Colombia	100%	100%
 Argentina	54%	100%
Consolidado	80%	100%

PORCENTAJE DE COMPRA A PROVEEDORES DE MARCAS PROPIAS AUDITADAS

PAÍS	2017	2018
 Chile	93%	100%
 Perú	97%	100%
 Colombia	100%	100%
 Argentina	84%	100%
Consolidado	92%	100%



Las auditorías se realizan cada dos años, en el caso de que el proveedor haya tenido una evaluación aceptable. Si existe algún tema que deban mejorar, se vuelven a auditar. En el año 2018 logramos que un 100% de nuestros proveedores, de marcas propias, se encuentren auditados.

META***

Auditar al 95% de la compra realizada a los proveedores de marcas propias. ✓✓

PROVEEDORES DE MARCAS PROPIAS POR TIPO DE AUDITORÍA EN 2018

PAÍS	Pre Auditoría	Auditoría inicial	Auditoría de seguimiento	Auditoría anual	No corresponde Auditoría*	Total
 Chile	15	5	41	0	52	113
 Perú	0	26	48	24	0	98
 Colombia	0	36	2	14	37	89
 Argentina	34	3	7	32	40	116
Consolidado	49	70	98	70	129	416

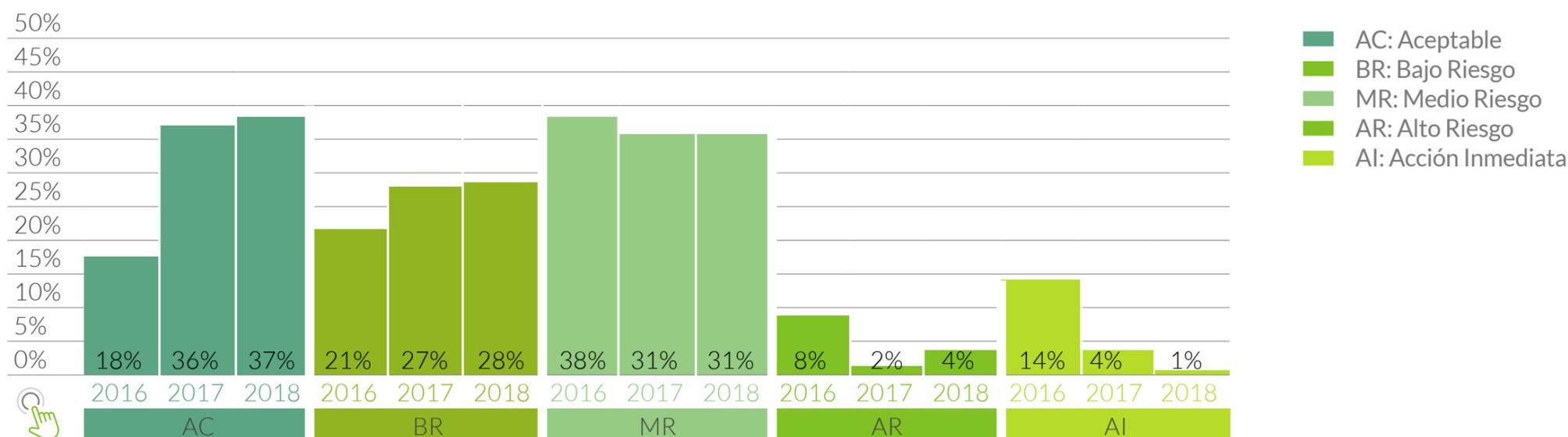
*No corresponde auditoría por buenos resultados

Los hallazgos SMETA llevaron consigo la eliminación de 95 entidades (entre proveedores y talleres) que no cumplían con las condiciones establecidas.

UBICACIÓN DE PROVEEDORES Y TALLERES

PAÍS	Nº Proveedores	Nº Talleres	Total
Chile	52	46	98
Perú	60	38	98
Colombia	83	6	89
Argentina	75	41	116
Asia	283	-	283
Consolidado	395	389	784

RESULTADOS AUDITORÍAS PROVEEDORES NACIONALES CONSOLIDADO



PROVEEDORES ASIÁTICOS

RESULTADOS AUDITORIAS PROVEEDORES ASIÁTICOS

- ✓ Disminuimos en un 44% los casos con acción inmediata y alto riesgo.
- ✓ Auditamos al 95% de la compra realizada a proveedores en asia*.
- ✓ Se hicieron planes de mejoras para los proveedores con resultados acción inmediata y alto riesgo, a través de visita de encargada de social compliance a fábricas.



*Considera proveedores con compras sobre \$300.000 USD.



APOYO A PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

PYMES

Nuestro compromiso con la pequeña y mediana empresa se manifiesta en la responsabilidad que asumimos para otorgar posibilidades de crecimiento y desarrollo a proveedores con menores volúmenes de venta y/o con menor acceso al mercado. Para ello hemos creado distintos mecanismos de vinculación que van desde condiciones preferentes en aspectos de la relación comercial, hasta espacios de visualización que les generen mayor alcance.

PAGO PREFERENTE

Reforzamos nuestro compromiso con el desarrollo de las Pymes, por lo cual nos esforzamos por disminuir los plazos de pago, concretándolos en un plazo igual o menor a 30 días en Chile.

LANZAMIENTO MODELO MARKETPLACE (ODS 12)

Buscamos potenciar la inclusión de nuevos emprendedores pequeños para que puedan comercializar sus productos a través de nuestra plataforma Falabella.com.

Asimismo, promovemos la incorporación de proveedores con atributos sostenibles, para entregar una propuesta diferenciadora a nuestros clientes y dar un espacio a las Pymes para que se den a conocer a través de nuestro sitio web.

Actualmente contamos con más de 50 emprendedores, con más de 1500 productos en las categorías Deco, Infantil, Moda, Deportes y Belleza.



APOYO A PROVEEDORES LOCALES

COMPRAS LOCALES

Promovemos el desarrollo de proveedores locales lo cual se manifiesta en la expansión de nuestras marcas propias. Ejemplo de ello es nuestra marca Sybilla, producida en Perú, que ha generado un importante aporte a la industria local del algodón, materia prima utilizada en la confección de prendas de moda juvenil y femenina.

En Colombia implementamos un nuevo programa de proveedores locales, llamado Talento a la Moda, para incluir diseñadores locales jóvenes en algunos de los talleres que confeccionan nuestras marcas propias, potenciando la producción nacional y apoyando el crecimiento de la industria textil colombiana.



#CAPÍTULO 6



AGREGAMOS VALOR A NUESTRAS COMUNIDADES



8,1%
Más de horas
DE VOLUNTARIADO

83.915
ALUMNOS
beneficiados



6,6% MÁS DE
voluntarios



➤ La relación con las comunidades en las que nos insertamos es un pilar fundamental para nuestra empresa, y buscamos ser un aporte para su desarrollo. De esta forma, promovemos la generación de vínculos con quienes forman parte de nuestro entorno, como una manera de agregarles valor y mejorar su calidad de vida.

De esta manera, nos hacemos parte de la realidad y la contingencia de los países donde estamos presentes, participando en distintas instancias de apoyo y colaboración solidaria ante catástrofes y otras circunstancias que afecten al bienestar de la población.

Queremos ser reconocidos por nuestra contribución a la comunidad y por nuestro compromiso social. Tenemos la convicción de que la única forma de hacerlo es mediante la gestión constante, por lo que hemos puesto nuestro foco en la educación escolar, porque creemos que a través de ella podemos cambiar a nuestra sociedad, y ayudarla a ser mejor. No obstante, también hemos prestado atención a ciertos grupos más vulnerables de la población, con iniciativas orientadas a ser un aporte en sus vidas.

PROGRAMA

HACIENDO ESCUELA (ODS 1-4-10)

Nos sentimos orgullosos de celebrar 49 años de trabajo y desarrollo de este programa que nació con la finalidad de construir un mejor futuro para los niños de hoy y para las familias del mañana.

Esta iniciativa consiste en que cada tienda, junto a sus trabajadores, apoya de manera integral a un establecimiento educacional, a sus alumnos y a la comunidad en general, de acuerdo con las necesidades específicas en cada caso. Estas son identificadas por nuestros gerentes de tienda, en conjunto con la jefatura de Personas, quienes con su gestión logran optimizar los recursos, priorizando los aportes para que sean un verdadero factor de cambio para la comunidad escolar. En términos de planificación, contamos con el apoyo y la participación de las municipalidades, los directores de las escuelas y los centros de padres.



Actualmente el programa está presente en Chile, Perú, Colombia y Argentina, apoyando a más de 100 establecimientos y contribuyendo a mejorar la educación de más de 83 mil niños de la región.

EL PROGRAMA HACIENDO ESCUELA (PHE) CUENTA CON CUATRO PILARES DE APOYO FUNDAMENTALES:



✓ INFRAESTRUCTURA

Destina recursos para mejorar las instalaciones de los colegios, para que sus alumnos y profesores cuenten con espacios adecuados para su aprendizaje, desarrollo y trabajo.



✓ FUNDAMENTAL ACADÉMICO

Implementa programas educativos orientados a apoyar la gestión de los colegios a través de actividades de reforzamiento y capacitaciones dirigidas a los docentes.



✓ AMPLIANDO HORIZONTES

Desarrolla actividades que buscan ampliar la perspectiva, despertar el interés e inspirar a los estudiantes en materias extracurriculares.



✓ VOLUNTARIADO

Diferentes actividades en las que los voluntarios, colaboradores de nuestra empresa, participan y se involucran con la comunidad escolar de la cual forman parte.

Las distintas iniciativas del PHE se pueden revisar en la web corporativa del programa: www.haciendoescuela.com, a través de la cual recogemos y damos a conocer las actividades que realizamos en cada país.

A través de distintas iniciativas, en el marco del PHE, establecemos una relación duradera con la comunidad, haciendo más efectivas nuestras intervenciones, ya que logramos conocer a los niños y autoridades del colegio, entregándoles apoyo durante todo el año por medio de diferentes actividades que están calendarizadas desde principio de año.

ALUMNOS BENEFICIADOS

PAÍS	2016	2017	2018
Chile	27.000	28.715	30.300
Perú	21.610	21.530	21.652
Colombia	29.100	27.000	29.000
Argentina	3.250	3.238	2.963
Consolidado	80.960	80.483	83.915

PAÍS	Escuelas apoyadas
Chile	50
Perú	21
Colombia	26
Argentina	9
Consolidado	106

PROGRAMA HACIENDO ESCUELA	2016	2017	2018
Escuelas apoyadas	100	102	106
Alumnos Beneficiados	80.960	78.249	83.915
Inversión realizada (USD)	1.906.285	2.107.749	2.053.016

CHILE

Durante el último año nuestro foco estuvo orientado a la innovación y tecnología digital, como una forma de adelantarnos a las exigencias que incorporará el Ministerio de Educación en los programas de educación en los próximos años.

PROGRAMA DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA DIGITAL



→ “Soñadores que crean”: proyecto de soluciones tecnológicas, realizado en conjunto con voluntarios de Falabella Tecnología, en el que participaron alumnos de dos colegios apoyados por el PHE.

→ “Programación en Arduino”: proyecto que realizamos en conjunto con Microsoft, en el que participaron alumnos de cinco colegios.

→ “Aprende a programar con Scratch¹⁴”: proyecto que realizamos en conjunto con Fundación Barnechea, en el que participaron alumnos de cinco colegios.

También realizamos un proyecto piloto con Samsung, para concientizar a los niños sobre la importancia del uso responsable de las redes sociales y cómo éstas pueden afectar en la convivencia escolar.

PERÚ Y ARGENTINA

 En Perú y Argentina el PHE mantuvo su desarrollo en base a sus cuatro pilares, consolidando su funcionamiento y sus aportes a los colegios beneficiados.

COLOMBIA

En Colombia, durante el 2018, realizamos una reorganización interna del PHE, a través de la contratación de un aliado ejecutor, lo que nos permitió ser más eficientes con el cumplimiento del cronograma de actividades que teníamos con cada institución educativa y estandarizar muchos de los procesos que veníamos desarrollando.



Lo anterior, nos permitió triplicar las horas de voluntariado, pasando de 2.424 en 2017 a 7.458 en 2018.

RESULTADOS E IMPACTOS DEL PHE

CHILE

Bajo la utilización de la metodología del London Benchmarking Group (LBG) -medición del impacto de la inversión corporativa en comunidades-, se destaca la iniciativa “Ampliando Horizontes”, del programa Haciendo Escuela en Chile, la que consiste en una línea programática que busca desarrollar habilidades de los alumnos más allá de lo académico, a través de la música, el deporte y los juegos. Algunos de sus programas son “Del Colegio al Municipal”, “Olimpiadas del Saber”, Talleres deportivos (Fútbol, Hip-Hop, Escuela Activa, Copa Falabella), tenemos el “Aprende con Eddu” de Falabella Financiero, “Crecer Sano” con Tottus y el Programa “Soñadores que Crean” sobre educación tecnológica.



“OLIMPIADAS DEL SABER”

- ✓ Por octavo año consecutivo, realizamos el concurso Olimpiadas del Saber; competencia académica dirigida a todos los alumnos de 6° y 7° básico, con el objetivo de motivar el aprendizaje en lenguaje y matemáticas, respectivamente.
- ✓ En promedio el 87% de los encargados académicos de los establecimientos encuestados, están de acuerdo con que este programa ayuda a los niños a mejorar sus habilidades más blandas; como trabajo en equipo, sentido de pertenencia entre sus pares, sentido de la responsabilidad, entre otros. Esta percepción positiva aumentó en 6 puntos porcentuales con respecto al 2017 (81%).
- ✓ Se obtuvo que 87% del total de beneficiarios (2.721 alumnos) hicieron una mejora en habilidades gracias a este programa (comparado con 61% en 2017).

En relación al pilar Académico, los esfuerzos se centraron con mayor fuerza en fomentar la lectura temprana de los alumnos.

De esta manera, buscamos incorporar a los padres en este proceso y se implementó el programa “Primero Leo” de la mano de la Fundación Crecer. Lo anterior, busca instalar una metodología de enseñanza del lenguaje de una manera innovadora mediante la entrega de materiales, acompañamiento a los alumnos y capacitación a docentes. Asimismo, con la Fundación Barnechea, apoyamos la gestión directiva de los colegios apoyados, y en conjunto con la Fundación APTUS se desarrollaron programas en lenguaje y matemática para aumentar las habilidades académicas de los alumnos.

- ✓ En el caso de los programas académicos, 97% de los beneficiarios (niños y docentes) mejoró sus habilidades y el 85% desarrolló una habilidad participando en los programas del ámbito académico de PHE.
- ✓ 90% de los niños reportaron un cambio de actitud positiva frente al fútbol y la lectura con los padres, luego de participar en los programas deportivos “Escuela Activa”, “Escuela de Fútbol”, “Copa de Fútbol” y en el de fomento a la lectura “Mis Padres, mis Cuentos”.



En relación al apoyo en Infraestructura, buscamos contribuir a proporcionar un ambiente físico adecuado para el aprendizaje y enseñanza de los estudiantes y profesores. De este modo, se apoya la reparación y rehabilitación de los espacios de los colegios para poder tener una educación inclusiva y de calidad.

- ✓ Durante 2018 se apoyó en infraestructura reparando bibliotecas, pintura, baños, y otros de distintas escuelas.

En relación al voluntariado, buscamos impulsar el involucramiento de nuestros trabajadores, promoviendo que participen en actividades de desarrollo de la comunidad y sean voluntarios activos en la ejecución de las mismas. En 2018 participaron 3.195 voluntarios, aumentando la participación en 21%, lo cual significó 12.724 horas, un 10% más que en 2017.

El 89% de los voluntariados encuestados declara que se siente bien por la manera en cómo contribuimos como empresa a la comunidad y se siente más involucrado con el entorno y la sociedad.

PROGRAMA YO SOY VOLUNTARIO

Nuestro programa de voluntariado corporativo, Yo Soy Voluntario, es una oportunidad que entregamos a nuestros trabajadores para generar vínculos con la comunidad y aportar sus conocimientos. Para ello disponen de 10 horas anuales de su jornada laboral, durante las cuales puedan sumarse a las distintas actividades que realizamos a lo largo del año.

El voluntariado se canaliza, principalmente, a través del PHE donde nuestros trabajadores realizan en los colegios apadrinados por nuestras tiendas, reforzamientos en matemáticas, cuenta cuentos, actividades deportivas, charlas motivacionales y talleres de cuidado del medioambiente (Talleres de reciclaje, cambio climático, agua y energía), entre otras acciones.

Tanto en Chile como en Argentina, celebramos el Día del Voluntariado, que se conmemora el 5 de diciembre, como una forma de reconocer la entrega y dedicación con que nuestros trabajadores se involucran en cada una de las actividades que realizamos.

HORAS DE VOLUNTARIADO

PAÍS	2016	2017	2018
 Chile	8.203	11.582	12.724
 Perú	7.105	4.720	738
 Colombia	881	2.424	7.458
 Argentina	3.450	3.229	2.815
Consolidado	19.639	21.955	23.735

NÚMERO DE TRABAJADORES PARTICIPANTES DEL VOLUNTARIADO

PAÍS	2017	2018
 Chile	2.638	3.195
 Perú	590	108
 Colombia	790	905
 Argentina	655	775
Consolidado	4.673	4.983

APORTAMOS A LA COMUNIDAD (ODS 1)



CHILE

Queremos ser una empresa inclusiva, que da oportunidades de reinserción a personas privadas de libertad. Por eso, en 2018 lanzamos una iniciativa conjunta con el Centro Penitenciario Femenino de la comuna de San Joaquín y la Corporación Abriendo Puertas, para capacitar a un grupo de internas en la confección de prendas de vestir para la colección Primavera / Verano Apology by Cecilia Bolocco.

Asimismo, contratamos a una persona para que capacitara a las internas en el proceso de confección de las prendas, donde se incluyó la reutilización de retazos de jeans para la confección de bolsas de género, logrando darles una nueva vida útil a los desechos y transformándolos en parte de las prendas.

Lanzamos la colección en el mes de noviembre en las tiendas y en el 2019 seguiremos con el proyecto, buscando ser un aporte para revertir el círculo vicioso de la delincuencia.

Por otra parte, en 2018 fuimos invitados a apoyar la residencia Acógeme de la Fundación María Ayuda, con el objetivo de aportar tanto a los niños residentes y que han sido vulnerados en sus derechos, como al equipo de trabajo del hogar. A través de nuestras fortalezas apoyaremos en infraestructura, recreación, contención, capacitación, etc. Esta instancia de colaboración surge en el marco del modelo 3xi, iniciativa que tiene como objetivo que las personas se conozcan, establezcan una



En esta iniciativa participaron voluntarios de nuestra fábrica textil Mavesa, quienes colaboraron en el acondicionamiento del taller de confección, implementando electrificado completo, compra de máquinas de coser y otros elementos necesarios para llevar a adelante el proyecto.

convergencia de intereses y vean la opción de trabajar en conjunto, bajo el lema “Inspirarnos, Incluirnos, Innovarnos”.

Además, como parte de nuestra responsabilidad con la sociedad, realizamos donaciones a diferentes organizaciones sociales y fundaciones que promueven el cuidado de las personas y la protección de los derechos de la infancia. De esta manera, destinamos recursos a organizaciones que promuevan la inclusión social y que trabajen con personas con algún tipo de enfermedad. A través de la donación de muestras de vestuario, deco, calzado y menaje, durante 2018 donamos a más de 50 fundaciones y organizaciones sociales.

Buscamos dotar de sentido a algunas de nuestras fabricaciones, ofreciendo productos sociales a nuestros clientes y dando a conocer las iniciativas que hacemos en apoyo a la comunidad. En 2018 lanzamos dos proyectos, en el marco de la campaña de Navidad, bajo el concepto de productos solidarios.

ESTRELLAS A CROCHET



✓ Productos realizados por mujeres privadas de libertad, a través de los cuales beneficiamos a integrantes de la Fundación las Rosas. Estos productos estuvieron disponibles para venta en las tiendas de Parque Arauco, Alto Las Condes, Portal La Dehesa, Plaza Oeste y Plaza Egaña.

PLATOS DECORATIVOS



✓ Platos decorativos, línea de productos realizada por niños de los colegios apoyados por nuestro Programa Haciendo Escuela, en conjunto con nuestros voluntarios. El resultado de esta iniciativa fue expuesto en las tiendas de Parque Arauco y Plaza Oeste, y todas las utilidades fueron en beneficio de los mismos colegios.

Asimismo, continuamos con la venta de libros infantiles bajo la colección “Cosas de Animales”, en donde la utilidad del producto va en directo beneficio de los niños apoyados por el Programa Haciendo Escuela.



COLOMBIA

Desde 2015 tenemos un convenio con ABACO, organización que trabaja por la recuperación, reaprovechamiento y distribución equitativa de alimentos, bienes y servicios, a través del cual mensualmente les entregamos aquellos productos que se devuelven en tienda por algún desperfecto. La fundación los restaura y los vende o dona a las fundaciones con las que trabajan. De esta manera, disminuimos la generación de residuos de nuestra operación y aportamos a la comunidad.

ARGENTINA

Tenemos una alianza con REDACTIVOS –empresa social de ONG La Usina– para la resolución de temas

de inclusión social. Como una forma de profundizar el compromiso de nuestros trabajadores con la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad, involucramos a los colaboradores de la empresa en los planes, programas y proyectos de impacto social que desarrollamos, principalmente a través de la asistencia técnica a emprendimientos que generan trabajo para personas con discapacidad. Estos voluntariados de “Mentorinc” se planifican en cuatro encuentros en los que se apoyan los emprendimientos productivos. Al cierre del programa, se realiza una jornada con todos los colaboradores y los emprendimientos para que, de manera conjunta, se presenten planes de acción y oportunidades de mejoras.

TIPO DE INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD



FORMA DE INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD





#CAPÍTULO 7



REDUCIMOS NUESTRO IMPACTO EN EL ENTORNO



Disminuimos en un 16% EL CONSUMO DE ENERGÍA NO RENOVABLE EN LA REGIÓN

AUMENTAMOS UN 29% EL USO DE ENERGÍAS RENOVABLES No Convencionales en Chile



Reciclamos el 56% de nuestros residuos NO PELIGROSOS





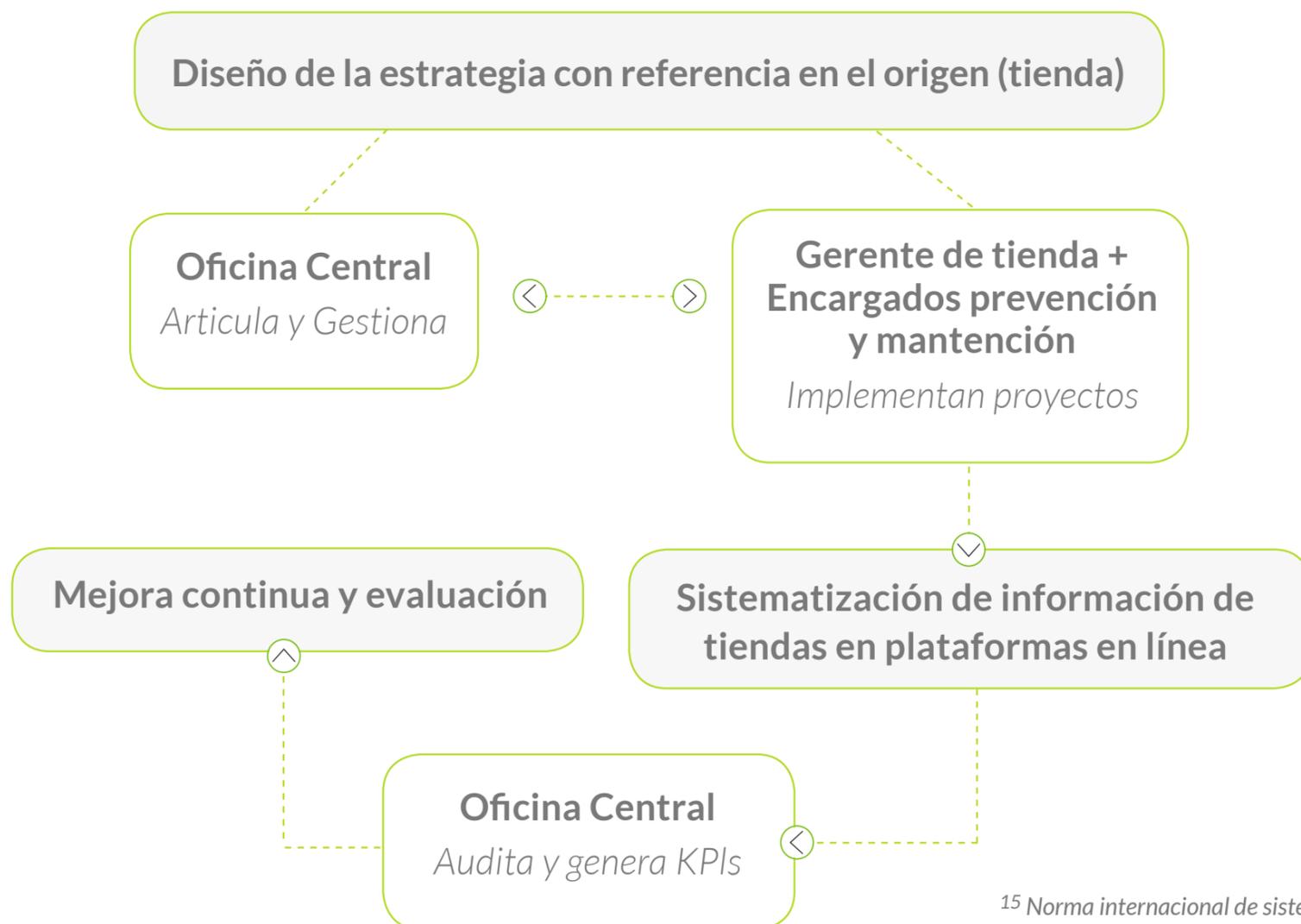
➤ En Falabella creemos en un mundo más verde, razón por la cual estamos mejorando nuestros procesos para ser una empresa sostenible en el tiempo, haciéndonos cargo de los impactos que genera nuestro negocio en el medioambiente y teniendo como desafío ser líderes a nivel regional.

Esto sólo es posible con la colaboración e involucramiento de nuestros trabajadores, a quienes hacemos partícipes de esta visión, instalando en ellos la conciencia ambiental necesaria para alcanzar estos logros. De igual forma, nos preocupamos de promover los valores ambientales en nuestros clientes, proveedores y en la comunidad en general a través de distintas iniciativas.

NUESTRA GESTIÓN AMBIENTAL

Consecuentes con nuestra estrategia de crecimiento responsable, contamos con equipos de trabajo que lideran la gestión medioambiental y operacional en cada uno de los países donde operamos. Para esto, implementamos un sistema de gestión no certificado basado en los estándares de la norma internacional ISO 14001¹⁵, con que damos respuesta a las necesidades del entorno actual, siendo a la vez más competitivos y sostenibles.

Contamos con una estructura organizacional destinada a temas medioambientales, con asignación de responsabilidades concretas, la cual organiza su trabajo en base a una planificación estratégica anual.



Uno de los focos principales de nuestra gestión ambiental es la comunicación, lo cual implica contar lo que hacemos, pero al mismo tiempo educar y capacitar. Todo, con el objetivo final de generar una cultura de mejora continua en el día a día.



¹⁵ Norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que ayuda a empresas y organizaciones a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales.



AGREGAMOS VALOR

- › Incluimos lineamientos y pautas ambientales en todos los procesos que se realizan en la empresa.
- › Buscamos el equilibrio entre productividad y rentabilidad, teniendo siempre presente la protección del medioambiente.
- › Promovemos la eficiencia en el consumo de energía y agua de todas nuestras instalaciones.
- › Realizamos una disposición adecuada de los residuos peligrosos que manejamos.

 Expresamos nuestro liderazgo asumiendo un rol dinamizador de determinadas iniciativas país y que están destinadas a generar cambios significativos en el manejo de los residuos y elevar los estándares de la gestión ambiental.

CHILE

En Chile, uno de nuestros focos en 2018 fue la integración de la futura Ley REP¹⁶ en nuestro día a día.

Somos una de las cinco empresas en Chile que lidera y participa en todas las mesas e instancias de diálogo vinculadas a la Ley REP.

¹⁶ Ley Marco para la Gestión de Residuos, la Responsabilidad Extendida del Productor y el Fomento al Reciclaje.

Creemos en el trabajo colaborativo y nos hemos alineado en ese sentido, porque entendemos que éste es un desafío para la industria, pero sobre todo para el país, y queremos estar en primera línea movilizándolo y dándole operatividad al proyecto.

PARTICIPACIÓN EN MESAS DE TRABAJO Y ORGANIZACIONES SOBRE LEY REP:

- » Cámara de Comercio de Santiago: grupo de trabajo para enfrentar los desafíos que propone la Ley REP, particularmente para artículos eléctricos y electrónicos.
- » SOFOFA¹⁷: mesa de trabajo para tratar temas específicos del envasado y embalaje de productos.
- » Amcham¹⁸: grupo de trabajo destinado a analizar y discutir los aspectos legales de la Ley REP.
- » Compromiso Empresarial para el Reciclaje (CEMPRE): como socios fundadores, en conjunto con otras empresas, buscamos minimizar los residuos y aumentar el reciclaje.



¹⁷ Sociedad de Fomento Fabril.

¹⁸ Cámara Chilena Norteamericana de Comercio.



CREEMOS EN LA ECONOMÍA CIRCULAR (ODS 13)

Queremos estar a la vanguardia, promoviendo innovación en la búsqueda de sistemas que vayan de la mano con la tendencia mundial vinculada con la Economía Circular.

Así lo hicimos en Chile durante el 2018, con la creación de un nuevo proyecto destinado a mejorar nuestra gestión de residuos, con el cual pudimos dar nueva vida a materiales que anteriormente eran descartados y tratados como basura, y cuyo destino final era el relleno sanitario.



Reciclaje y recuperación de ganchos de ropa

IMPACTO DEL PROYECTO:

- » Aumento de nuestra tasa de reciclabilidad.
- » Disminución de residuos a relleno sanitario.
- » Reducción de huella de carbono.
- » Ahorro económico en la compra de insumo de operación de tiendas.

Este proyecto se mantendrá durante el 2019, sumando un proyecto de recuperación de bolsas plásticas de operaciones, con el propósito de seguir dando consistencia al trabajo que hacemos en esta línea y profundizar en nuestra mitigación de impactos hacia el medioambiente.

¹⁹ PEFC: Programa para el Reconocimiento de Certificación Forestal es una organización no gubernamental que promueve la gestión sostenible de los bosques a través de la certificación de un tercero independiente.

²⁰ FSC: Forest Stewardship Council, por sus siglas en inglés, es El Consejo de Administración Forestal, organización no gubernamental de acreditación y certificación forestal.



GESTIONAMOS NUESTROS RESIDUOS (ODS13)

CHILE

En 2018 concretamos la firma del Acuerdo de Producción Limpia (APL), alianza público-privada a través del cual nos comprometimos –junto a otras 29 empresas- a reducir el envío de residuos de nuestra tienda Falabella Los Dominicos, tanto desde nuestras instalaciones productivas como de servicios.



Estamos conscientes del impacto que generamos con nuestro embalaje. Por este motivo hemos trabajado en buscar materiales que sean amigables con el medioambiente o con una vida útil que se extienda a más de un solo uso. Nuestros catálogos, papeles de regalos, boletas y cajas de entrega de productos de Falabella.com son elaborados con materias primas que cuentan con certificación PEFC¹⁹ y FSC²⁰, de modo de que nos aseguramos que provienen de bosques renovables y manejados sustentablemente. Además, nos preocupamos de poner a disposición de nuestros clientes bolsas reutilizables.





DURANTE EL 2018 GESTIONAMOS EN LOS CUATRO PAÍSES:

- > **16.582** toneladas de residuos peligrosos.
- > **16.572** toneladas de residuos peligrosos almacenados.
- > **8** toneladas de residuos peligrosos reciclados.
- > **1** tonelada de residuos peligrosos incinerados.
- > **1** tonelada de residuos peligrosos enviados a disposición final a través de la entrega a los centros comerciales donde se emplazan algunas de nuestras tiendas.
- > Un total de **11.497** toneladas de residuos no peligrosos.
- > **127** toneladas de residuos no peligrosos fueron reutilizadas.
- > **6.485** toneladas de residuos no peligrosos fueron recicladas.
- > **4.304** toneladas de residuos no peligrosos fueron a vertedero.
- > **581** toneladas de residuos no peligrosos en Argentina enviados a disposición final a través de la entrega a los centros comerciales donde se emplazan algunas de nuestras tiendas.
- > **31** tiendas con lugares de almacenamiento de residuos no peligrosos en Chile.



RECICLAMOS CON INCLUSIÓN (ODS 1)

Uno de los atributos que nos distingue como empresa es que buscamos darle sentido a cada cosa que hacemos. Creemos en las personas y en sus capacidades, fomentando siempre la meritocracia, el respeto y la inclusión.

Muestra de ello es nuestro programa de Reciclaje Inclusivo –único en el sector retail en Chile– que, desde 2016, apuesta por incluir el trabajo de los recicladores de base en la operación de la tienda, al mismo tiempo que permite recuperar todo el material reutilizable tales como papeles, plásticos, cartones, latas de aluminio, maderas, metales, entre otros. La iniciativa está implementada en las tiendas Falabella de Ahumada e Independencia, y para fomentar la trazabilidad en la gestión de materiales, se capacitó al equipo durante tres meses en metodología de segregación de residuos.

Un proyecto exitoso y corporativo, que ha ido creciendo con el paso de los años, porque no sólo nos permite cumplir con la minimización de residuos y aumentar nuestra tasa de reciclaje, sino que también porque genera un impacto social que contribuye al desarrollo y crecimiento de los trabajadores. Durante el año 2019, se espera seguir implementado el proyecto en más tiendas del país.

PROYECTO RECICLADORES BASE

- > *Formalización de la fuente laboral.*
- > *Generación de empleos de calidad y sustentables en el tiempo.*
- > *Traspaso cultural de buenas prácticas sociales y éticas a los colaboradores involucrados.*
- > *Desarrollo de visión empresarial y de servicio al cliente.*
- > *Gestión de residuos y aumento de la tasa de reciclaje.*



INSTALACIONES AMIGABLES CON EL MEDIOAMBIENTE (ODS 13)

Crear espacios respetuosos con el medioambiente también es parte de nuestra responsabilidad y en esa tarea trabajamos cada día con el propósito de mejorar la calidad de vida y la salud de las personas.

Muestra de ello, fue la puesta en marcha –en 2018– de nuestro nuevo Centro de Distribución (CD) Omnicanal, infraestructura fundamental para nuestro crecimiento responsable y que se distingue por sus múltiples atributos sustentables, que le entregan aún más sostenibilidad a nuestra operación y al servicio de excelencia que queremos dar a nuestros clientes.

SUSTENTABILIDAD EN NUESTRO CD



EL NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN OMNICANAL SE ENCUENTRA EN PROCESO DE OBTENER LA CERTIFICACIÓN LEED²² GOLD QUE ENTREGA EL U.S. GREEN BUILDING COUNCIL, ORGANIZACIÓN SIN FINES DE LUCRO DE LA CUAL SOMOS MIEMBROS.



CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE

- > 29% de los materiales usados en la construcción del CD eran reciclados.
- > 89% de residuos generados en la obra fueron reciclados.
- > 65% de los materiales utilizados en la construcción fueron de origen local.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

- > Iluminación LED, con sistema de control automático para el ahorro de energía.
- > Sistema de lucarnas ²¹ que permiten aprovechar la luz natural.
- > 30 paneles solares que aportan un 29% de ahorro energético.

EFICIENCIA HÍDRICA

- > 100% del agua utilizada se extrae de napa subterránea y es tratada en una planta de tratamiento.
- > Sistema de grifería de bajo consumo que permite un ahorro de 33,53% en el consumo de agua.

REDUCCIÓN DE OTROS IMPACTOS AMBIENTALES

- > Punto Verde de 134 m² al interior del CD para reciclaje de cartones, plásticos y maderas.
- > Reemplazo de cajas de cartón por cajas plásticas reutilizables de material reciclado.
- > Más de 3.000 m² de áreas verdes, en un terreno donde antes existía un basural clandestino.
- > 124 bicicleteros y 9 buses de acercamiento para trabajadores.

²¹ Una lucarna es una ventana situada en el techo que se usa para proporcionar luz natural a un recinto.

²² Sistema de certificación de edificios sostenibles. Leadership in Energy & Environmental Design, por sus siglas en inglés.



SUSTENTABILIDAD EN NUESTRAS TIENDAS (ODS 13)

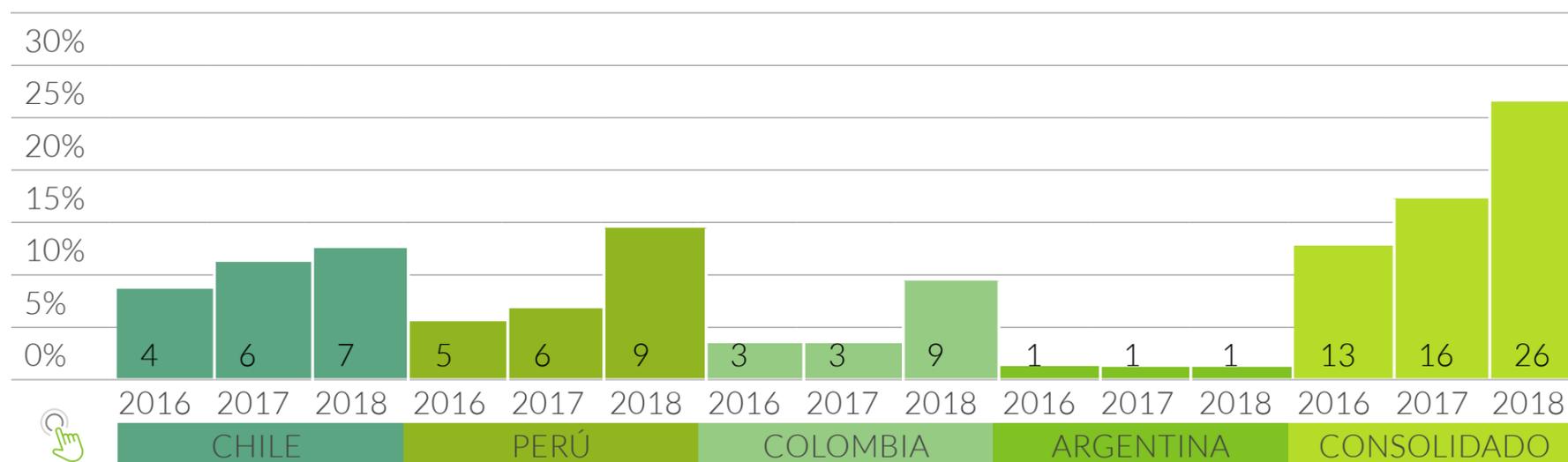
En nuestras tiendas también avanzamos en incorporar la mejor tecnología, buscando sistemas de construcción que sean menos invasivos y más sustentables, así como seleccionando los mejores estándares para los distintos ámbitos de la gestión ambiental.

Nuestras 10 tiendas ecoamigables se caracterizan por ser instalaciones que cuentan con tecnología que apunta a la eficiencia de los recursos y la gestión de residuos, pero no lo suficientes para ser certificadas o, para el caso de las nuevas tiendas, no han sido sometidas al proceso de certificación aún.



Nuestras 26 tiendas certificadas LEED cumplen con los siguientes requisitos: eficiencia hídrica y energética, construcción realizada con materiales sostenibles e innovación en diseño, entre otros.

EVOLUTIVO TIENDAS LEED





COMPROMETIDOS CON EL CAMBIO CLIMÁTICO (ODS 13)

A través de nuestro Programa de Eficiencia Energética, exploramos nuevas formas de gestión que nos permitan disminuir nuestro principal impacto en el cambio climático.

CHILE

Nuestro objetivo es aumentar el uso de energías renovables no convencionales (ERNC) en las tiendas, para lo cual tenemos un acuerdo con Acciona Energía²³, para abastecer con ERNC nuestras instalaciones en Chile.



Contamos con 25 tiendas abastecidas con ERNC en Chile.

ARGENTINA

Por su parte, en Argentina incorporamos a nuestra matriz energética fuentes de energía renovables, con la renovación de la tienda de Mendoza, que cuenta con mayor eficiencia energética mediante la instalación de luminarias LED, ascensores y aire acondicionado totalmente renovados. Estas mejoras nos permiten reducir el consumo energético en un 20%.

Con este acuerdo disminuimos nuestro impacto en emisiones de CO2, contribuyendo a mitigar el calentamiento global y el cambio climático.

²³ ACCIONA Energía, es líder mundial en el ámbito de las energías renovables, que asume como misión demostrar la viabilidad técnica y económica de un nuevo modelo energético guiado por criterios de sostenibilidad.

EJES DEL PROGRAMA DE EFICIENCIA ENERGÉTICA EN LOS CUATRO PAÍSES:

- > Monitoreo y control del consumo eléctrico en iluminación, climatización y operación, mediante el sistema de control centralizado.
- > Instalación de equipos con mayor índice de eficiencia energética en iluminación y climatización.
- > Implementación de programa de mantenimiento específico para equipos que presentan desviaciones en su línea base de consumo eléctrico.
- > Campañas para promover el uso responsable y eficiente de la energía.

El total del consumo de ERNC en los cuatro países es de 44% en relación a nuestro consumo total de energía.

INTENSIDAD ENERGÉTICA

PAÍS	2016	2017	2018
 Chile	195	185	185
 Perú	255	225	230
 Colombia	151	158	154
 Argentina	267	196	180
Consolidado	209	191	189



ENERGÍA NO RENOVABLE

META

REDUCCIÓN DE ENERGÍA 2018



CONSOLIDADO: 6%

TIPO / PAÍS	2017	2018	VARIACIÓN AÑO 2017-2018
Chile	49.629.299	31.808.193	-36%
Perú	30.618.995	29.024.316	-5%
Colombia	38.436.314	38.697.905	1%
Argentina	23.459.005	20.503.142	-13%
Consolidado	182.069.447	159.781.839	-12%

HUELLA DE CARBONO

En nuestra búsqueda por reducir nuestro impacto, en 2012 comenzamos a reducir nuestra huella de carbono en Chile, la que nos permite cuantificar año a año las emisiones de CO2 asociadas a nuestra operación.

PAÍS	ENERGÍA RENOVABLE 2017 KWH	ENERGÍA RENOVABLE 2018 KWH	VARIACIÓN AÑO 2017-2018
Chile	34.368.135	55.126.777	60%
Perú	39.931.684	39.753.683	-0,4%
Colombia	N/D ²⁴	N/D	-
Argentina	N/D	1.013.657	-
Consolidado	34.373.985	56.145.834	63%

TIPO DE ENERGÍA	KWH
Combustibles Fósiles	34
Electricidad	120.033.522
Vapor, Calefacción, Refrigeración, otros	0
Total Consumo Energía No Renovable	120.033.556

²⁴ Colombia durante el 2018 se concentró en planificar el sistema de gestión ambiental, razón por la cual aún no muestra resultados respecto a las acciones que va a desarrollar en términos de eficiencia energética. Argentina, desde el año 2018, comienza a consumir energías renovables.

17.530 toneladas totales DE CO2EQ EMITIDAS

Emisiones directas alcance 1
859 TONELADAS DE CO2EQ

Emisiones indirectas alcance 2
16.117 TONELADAS DE CO2EQ

TIENDAS CON MEDICION DE HUELLA CARBONO





OTRAS INICIATIVAS AMIGABLES CON EL MEDIOAMBIENTE

CHILE

- ✓ Cambiamos nuestras telas publicitarias por telas de polietileno, las cuales son totalmente reciclables.
- ✓ Participamos en Cool Place to Bike, una iniciativa que motivó a nuestros trabajadores a desplazarse en bicicleta durante un mes, reduciendo su impacto en transporte.
- ✓ Instalamos contenedores para recolección de pilas en nuestras oficinas.
- ✓ Continuamos con el curso e-learning obligatorio de Derechos Humanos y Responsabilidad Social Empresarial, en el cual se detallan aspectos vinculados a temas medioambientales y nuestro compromiso con los ODS.
- ✓ Realizamos capacitaciones presenciales a todos los colaboradores que trabajan en tiendas ecoamigables, para que comprendan cómo funcionan y puedan aportar en esa dirección.
- ✓ Realizamos Campañas de Sostenibilidad para potenciar nuestro compromiso con el entorno a trabajadores y a través del Programa Haciendo Escuela con voluntariados de: agua y energía, cambio climático.
- ✓ Desde 2014, implementamos en Oficinas Centrales de Chile una aplicación virtual que permite que todos los

contratos de trabajo, anexos de contratos y documentos tales como comprobantes de vacaciones, libro de asistencia y comprobantes de turnos sean firmados de manera electrónica. Este método nos permite disminuir el consumo de papel significativamente.

- ✓ De manera de generar sinergias con nuestros proveedores en procesos de certificación de maderas, capacitamos del área de Decoración en las distintas certificaciones disponibles FSC. Esto para asegurarnos de ofrecer a nuestros clientes productos que sean hechos con madera de bosques manejados de manera sostenible.
- ✓ Para la campaña de Navidad y de manera de recuperar parte de los residuos que generamos a través de la impresión de los catálogos, instalamos contenedores de reciclaje de estos en todas las tiendas de Chile. A través de esto logramos recuperar 518 kg de catálogos, con lo que evitamos el equivalente a tener 1560 Televisores LED (120kwh) prendidos por 8 horas.

PERÚ

- ✓ Lanzamos la campaña “Recicla, gana y renueva” para fomentar el reciclaje electrónico, mediante la entrega de equipos (notebook y/o celulares), a cambio de vales de descuento para el mismo tipo de equipos.

COLOMBIA

Instalamos contenedores para recolección de pilas, computadores y periféricos en nuestras tiendas.

 7.846

 8.763



ACERCA DE ESTE REPORTE



Desde el año 2010 hemos puesto a disposición de nuestros grupos de interés de forma anual nuestro Reporte de Sostenibilidad, en el que damos a conocer los principales logros y desafíos que enfrentados a lo largo del año.

El presente reporte, busca dar a conocer nuestros principales avances en materia de sostenibilidad, entregando información sobre nuestro desempeño económico, social y ambiental en el período comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2018.

Para la elaboración de este reporte, liderado por la Gerencia de Personas y Sostenibilidad, participaron gerentes de las principales áreas de la compañía y encargados de Sostenibilidad de Chile, Perú, Colombia y Argentina, de modo que la información entregada considera nuestras operaciones en los cuatro países, incluyendo oficinas centrales, tiendas y centros de distribución. La validación de la información fue interna, no sometiéndose a ningún proceso de verificación externa.

La elaboración de este reporte se realizó en conformidad con los Estándares GRI en su opción Esencial. Los contenidos que se abordan han sido seleccionados considerando como principio el contexto de sostenibilidad en el que nos encontramos

como empresa de retail presente en la región, además de considerar que la información entregada representa nuestros temas materiales y la perspectiva de nuestros grupos de interés, de tal forma que dé cuenta de nuestro desempeño de forma equilibrada y exhaustiva.

MATERIALIDAD

Para la elaboración de este reporte realizamos una actualización de nuestros temas materiales, considerando como base el análisis de materialidad realizado el año 2017. Esta actualización consideró la revisión de documentos corporativos e información secundaria, como publicaciones de prensa, realización de un benchmark con empresas de referencia, además de entrevistas a los principales gerentes de los cuatro países: Chile, Perú, Colombia y Argentina, con el objetivo de conocer sus principales demandas y preocupaciones en relación con la gestión sostenible de la empresa.

A partir de estas fuentes de información, logramos conocer qué temas considerados el año 2017 seguían siendo materiales y cuáles debían ser incorporados, por su impacto a nuestro negocio o influencia en nuestros grupos de interés. A continuación, se detallan nuestros temas materiales considerados en este reporte 2018, con sus respectivas coberturas:



TEMA MATERIAL	COBERTURA
Ética y cumplimiento	Interna y Externa
Compromiso con los Derechos Humanos	Interna y Externa
Desempeño Económico	Interna
Salud y Seguridad de los clientes	Interna y Externa
Marketing y Etiquetado	Interna y Externa
Ciberseguridad y Privacidad del Cliente	Interna y Externa
Experiencia cliente y compromiso con su satisfacción	Interna y Externa
Productos sustentables	Interna y Externa
Redes sociales	Interna
Promover la inclusión	Interna y Externa
Formación y Enseñanza	Interna
Clima laboral	Interna
No discriminación	Interna
Diversidad e Igualdad de oportunidades	Interna
Calidad de vida	Interna
Salud y seguridad en el trabajo	Interna
Relaciones Trabajador - Empresa	Interna
Atracción y retención de talento	Interna
Movilidad interna	Interna
Transparencia comercial	Interna y Externa
Evaluación social de proveedores	Interna y Externa
Apoyo a las Pymes	Interna y Externa
Proveedores locales	Interna y Externa
Impacto en las comunidades locales	Interna y Externa
Voluntariado corporativo	Interna y Externa
Construcción sustentable	Interna y Externa
Cambio climático	Interna y Externa
Gestión de residuos y reciclaje	Interna y Externa
Economía circular	Interna y Externa

➤ Si tienes dudas, comentarios o sugerencias sobre este reporte, te puedes comunicar con:

CHILE

Pamela Lagos

Gerente de Gestión de Sostenibilidad

Av. Manuel Rodríguez 730, Santiago
 plagos@falabella.cl

PERÚ

Hernán Alzamora

*Subgerente de Comunicación Interna,
 Clima, Cultura y RSE*

Avenida Paseo de la República 3220, Lima
 halzamora@sagafalabella.com.pe

COLOMBIA

Cristina Botero

*Directora de Asuntos Públicos,
 Comunicaciones y RSE*

Calle 99 11A - 32, Bogotá DC
 cbotero@Falabella.com.co

ARGENTINA

Jimena Cosentino

Jefe de Responsabilidad Social Empresarial

Dot Baires Shopping. Vedia 3626, Buenos Aires
 jpcosentino@falabella.com.ar



ANEXOS

INFORMACIÓN SOBRE NUESTRA DOTACIÓN

N° trabajadores por tipo de contrato, país y género	Chile		Perú		Colombia		Argentina		Falabella Retail	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
Indefinido	9.246	4.711	2.410	1.264	3.198	1.467	2.079	1.181	16.933	8.623
A plazo Fijo	686	470	2.416	2.117	590	219	0	0	3.692	2.806
Total	9.932	5.181	4.826	3.381	4.065	1.969	2.079	1.181	20.625	11.429

N° trabajadores por tipo de jornada y género	M	H
J. Completa	13.870	7.507
J. Parcial	6.171	3.713
Total	20.041	11.220

Contamos con diversas jornadas de trabajo, de manera que nuestros trabajadores puedan compatibilizar su vida personal y laboral. Asimismo, no fomentamos la realización de horas extras y en caso de existir se pagande acuerdo con la legislación vigente en los 4 países en donde operamos.

 CHILE

N° trabajadores por edad y género	M	H	Total
Mayor de 18 hasta 25 años	2.398	1.588	3.966
Entre 26 y 30 años	1.910	1.123	3.003
Entre 31 y 50 años	4.336	1.922	6.258
Entre 51 y 55 años	719	250	969
Entre 56 a 60 años	394	171	565
Entre 61 a 65 años	116	85	201
Más de 65 años	48	54	102

 PERÚ

N° trabajadores por edad y género	M	H	Total
Mayor de 18 hasta 25 años	1.494	698	2.442
Entre 26 y 30 años	1.051	698	749
Entre 31 y 50 años	2.131	1.594	3.725
Entre 51 y 55 años	85	82	167
Entre 56 a 60 años	43	28	71
Entre 61 a 65 años	17	24	41
Más de 65 años	5	7	12

 **COLOMBIA**

<i>N° trabajadores por edad y género</i>	M	H	Total
Mayor de 18 hasta 25 años	948	416	1.364
Entre 26 y 30 años	844	416	1.260
Entre 31 y 50 años	1.287	592	1.879
Entre 51 y 55 años	78	19	97
Entre 56 a 60 años	32	19	51
Entre 61 a 65 años	9	6	15
Más de 65 años	0	0	0

 **ARGENTINA**

<i>N° trabajadores por edad y género</i>	M	H	Total
Mayor de 18 hasta 25 años	221	156	377
Entre 26 y 30 años	530	326	856
Entre 31 y 50 años	1.281	656	1.937
Entre 51 y 55 años	25	20	45
Entre 56 a 60 años	15	10	25
Entre 61 a 65 años	6	10	16
Más de 65 años	1	3	4

TASA DE ACCIDENTABILIDAD

<i>País y género</i>	M	H	Total
Chile	1,99	1,86	1,95
Perú	0,29	0,27	0,28
Colombia	5,99	4,00	5,32
Argentina	9,09	17,28	12,06
Falabella Retail	3,10	3,48	3,24

TASA DE AUSENTISMO

<i>País/ género</i>	M	H	Total
Chile	4,17	4,48	4,28
Perú	2,96	1,45	2,29
Colombia	7,59	5,51	6,93
Argentina	2,82	20,44	9,22
Falabella Retail	4,64	5,39	4,91

TASA DE ENFERMEDADES LABORALES

<i>País y género</i>	M	H	Total
Chile	0,06	0,00	0,04
Perú	0,00	0,00	0,00
Colombia	0,41	0,61	0,48
Argentina	0,05	0,00	0,03
Falabella Retail	0,10	0,09	0,10

INFORMACIÓN SOBRE CRITERIOS AMBIENTALES DE NUESTRAS TIENDAS

Nombre	Certificada LEED	Ecoamigables	En proceso de certificación LEED	Tradicional	ERNC	HUELLA DE CARBONO	Almacenamiento de residuos internos
CHILE	7	6	6	30	25	25	43
Ahumada 25				1			1
Ahumada 165				1			1
Ahumada 365		1		0			
Concepción				1	1	1	1
Parque Arauco				1	1	1	1
Temuco				1	1		1
Viña del Mar			1	0	1	1	
Plaza Vespucio				1			1
Lyon				1	1	1	1
Rancagua		1		0			1
Plaza Calama	1			0	1	1	
Alto Las Condes	1			0	1	1	1
Plaza Oeste				1			1
Plaza del Trébol				1		1	1
Osorno			1	0	1	1	1
Chillán				1	1		1
Talca				1	1		1
Plaza Tobalaba				1			1
Plaza La Serena				1	1	1	1
Valparaíso				1	1	1	1
Curicó				1	1	1	1
Iquique				1	1		1
Puerto Montt				1	1	1	1
Quilpué				1		1	1
Plaza Los Ángeles			1	0	1		1
Plaza Norte				1			1
Expo Pucón				1			1
Puente				1		1	1
Portal La Dehesa				1	1		1
Plaza Antofagasta				1		1	1
La Calera				1		1	1
Valdivia			1	0		1	1
Melipilla				1	1	1	1
Punta Arenas				1		1	1
Manquehue				1	1	1	1
Plaza Alameda				1	1		
San Bernardo	1			0	1		1
San Felipe	1			0		1	1
Costanera Center		1		0			1
Arauco Maipú		1		0	1		1
Expo Puente Alto				1			1
Ovalle				1		1	1
Plaza Egaña		1		0	1		1
San Fernando	1			0		1	1
Plaza Copiapó		1		0	1	1	1
Castro	1			0	1	1	1
Arica			1	0			
Independencia			1	0			
Los Dominicos	1			0			1

INFORMACIÓN SOBRE CRITERIOS AMBIENTALES DE NUESTRAS TIENDAS

Nombre	Certificada LEED	Ecoami-gables	En proceso de certificación LEED	Tradicional
PERÚ	9	2	0	17
San Isidro			0	1
San Miguel			0	1
Jockey Plaza			0	1
Lima Centro			0	1
Piura	1			
Arequipa	1			
Miraflores			0	1
Chiclayo Mall			0	1
Megaplaza			0	1
Cajamarca		1		
Trujillo CC			0	1
Bellavista			0	1
Atocongo			0	1
Angamos	1			
Piura Mall Plaza			0	1
Arequipa Poron-goche	1			
Chimbote			0	1
Santa Anita	1			
Plaza Lima Norte	1			
Cañete MegaPlaza Expo			0	1
Ica Mall		1		
Pucallpa OP			0	1
Iquitos Expo			0	1
Salaverry	1			
Huánuco			0	1
Centro Cívico	1			
Mall del Sur			0	1
Huancayo	1			

Nombre	Certificada LEED	Ecoami-gables	En proceso de certificación LEED	Tradicional
COLOMBIA	9	0	0	17
Santafé	1			0
Suba				1
San Diego				1
Hayuelos				1
Unicentro Bogotá				1
Galerías				1
Unicentro Calí				1
Chipichape				1
Centro Mayor	1			0
Santafé Medellín				1
Pereira Arboleda	1			0
Villa Country				1
Titán				1
El Castillo				1
Floridablanca				1
Ibague				1
WTC Cali				1
Cacique				1
Chía Fontanar	1			0
Jardín Plaza	1	0		0
Primavera				1
Plaza Central	1	0		0
Diverplaza	1	0		0
La Colina	1	0		0
Manizales				1
La Felicidad	1			

Nombre	Certificada LEED	Ecoami-gables	En proceso de certificación LEED	Tradicional
ARGENTINA	1	2	0	8
Mendoza				1
Rosario				1
Córdoba		1		
San Juan				1
Unicenter				1
Florida				1
Florida 665				1
Florida 343				1
Avellaneda		1		
Dot				1
Tortuguitas	1			

TABLA GRI

ESTANDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
102 PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	102-1 Nombre de la organización	1		
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	5-31		
	102-3 Ubicación de la sede	1		
	102-4 Ubicación de las operaciones	5-6		
	102-5 Propiedad y forma jurídica	1-5		
	102-6 Mercados servidos	6-96-97		
	102-7 Tamaño de la organización	4-6		
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	94		
	102-9 Cadena de suministro	66-67-71-72		
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	10		
	102-11 Principio o enfoque de precaución	42-83	7	
	102-12 Iniciativas externas	27		17
	102-13 Afiliación a asociaciones	27		17
102 ESTRATEGIA	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	2-3		
102 ÉTICA E INTEGRIDAD	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta	7-23-24-25-26-27	1	16
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	24		16
102 GOBERNANZA	102-18 Estructura Gobierno Corporativo	7		16
	102-19 Delegación de autoridad	9		
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	18		
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	8		5-16
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	7-8		16
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	7		
102 PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	102-40 Lista de grupos de interés	21-22		
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	64		
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	21		
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	21-22		

ESTANDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
102 PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	21-22		
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	<i>Los estados financieros de Falabella Retail no son públicos por ser una Sociedad Anónima Cerrada.</i>		
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	92		
	102-47 Lista de los temas materiales	93		
	102-48 Reexpresión de la información	<i>Se mantiene la metodología del año 2017.</i>		
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	<i>No existe reexpresión de información.</i>		
	102-50 Periodo objetivo del informe	92		
	102-51 Fecha del último informe	92		
	102-52 Ciclo de la elaboración de informes	92		
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe con los Estándares GRI	93		
	102-54 Declaración de la elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	92		
	102.55 Índice de contenidos GRI	98-99-100-101-102-103		
	102-56 Verificación externa	92		

TEMAS MATERIALES

ESTANDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
ÉTICA Y CUMPLIMIENTO				
103	Enfoque de gestión	23		
205 ANTICORRUPCIÓN 2016	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	25	10	16
206 COMPETENCIA DESLEAL 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	26		16
COMPROMISO CON LOS DERECHOS HUMANOS				
103	Enfoque de gestión	25		
412 EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS 2016	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	26	1	



ESTANDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES				
103	Enfoque de gestión	42		
416 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	42		3
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	43		3
MARKETING Y ETIQUETADO				
103	Enfoque de gestión	42		
417 MARKETING Y ETIQUETADO 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	42		
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	43		
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	43		
CIBERSEGURIDAD Y PRIVACIDAD DEL CLIENTE				
103	Enfoque de gestión	42		
INDICADOR PROPIO	FR1-1 Instancias de concientización sobre la importancia de la ciberseguridad	41		
EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE				
103	Enfoque de gestión	31-32		
INDICADOR PROPIO	FR2-1 Resultados de encuestas de medición de la satisfacción de clientes.	32		
PRODUCTOS SUSTENTABLES				
103	Enfoque de gestión	39		
INDICADOR PROPIO	FR3-1 Productos con variables sustentables	39		12
INCLUSIÓN Y ACCESIBILIDAD				
103	Enfoque de gestión	43		
INDICADOR PROPIO	FR4-1 Número de probadores preferenciales para personas con discapacidad	43		10-12
FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN				
103	Enfoque de gestión	54		
404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	55		
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	54		4



ESTANDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
CLIMA LABORAL				
103	Enfoque de gestión	50-51		
INDICADOR PROPIO	FR5-1 Puesto obtenido en el Ranking del Great Place to Work	51		
NO DISCRIMINACIÓN				
103	Enfoque de gestión	60		
406 NO DISCRIMINACIÓN 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	63	6	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
103	Enfoque de gestión	60		
401 EMPLEO 2016	401-3 Permiso parental	50		
405 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	8-50	6	5
INDICADOR PROPIO	FR6-1 N° postulante a programa Mentoring Mujeres	48	6	5
INDICADOR PROPIO	FR6-2 N° de mujeres seleccionadas en el programa Mentoring Mujeres	48	6	5
CALIDAD DE VIDA				
103	Enfoque de gestión	59		
202 PRESENCIA EN EL MERCADO 2016 INDICADOR PROPIO	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	59		8
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	60		
401 EMPLEO 2016	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	60		1
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
103	Enfoque de gestión	52		
403 SALUD Y SEGURIDAD DEL TRABAJO 2016	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	52		3
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	52-95		3
RELACIONES TRABAJADOR EMPRESA				
103	Enfoque de gestión	64		
402 RELACIONES TRABAJADOR EMPRESA 2016	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	64		
407 LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	64	3	



ESTANDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO				
103	Enfoque de gestión	53		
401 EMPLEO 2016	FR7-1 Programas de atracción y retención de talento	53-54-55-56-57		
MOVILIDAD INTERNA				
103	Enfoque de gestión	53		
INDICADOR PROPIO	FR8-1 Número de trabajadores ascendidos durante el periodo por cargo y sexo	57		
EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES				
103	Enfoque de gestión	66		
407 LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	67	3	8
408 TRABAJO INFANTIL 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	67	5	8
409 TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	67	4	8
412 EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS 2016	412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	69	1	8
414 EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	70		8
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	70-71		8
INDICADOR PROPIO	FR9-1 Número de proveedores de marcas propias nacionales auditados	70		8
INDICADOR PROPIO	FR9-2 Resultados obtenidos en auditorías a proveedores nacionales de marcas propias	71		8
INDICADOR PROPIO	FR9-3 Tipo de auditoría a proveedores de marcas propias nacionales	70		8
INDICADOR PROPIO	FR9-4 Número de proveedores de marcas propias capacitados	66		8
INDICADOR PROPIO	FR9-5 Resultados obtenidos en auditoría a proveedores asiáticos de marcas propias	71		8
APOYO A PYMES				
103	Enfoque de gestión	72		
INDICADOR PROPIO	FR10-1 Número de emprendedores	72		9
INDICADOR PROPIO	FR10-1 Porcentaje de proveedores PYMES	65		



ESTANDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
PROVEEDORES LOCALES				
103	Enfoque de gestión	72		
INDICADOR PROPIO	FR11-1 Porcentaje de proveedores nacionales	65		9
APORTE A LAS COMUNIDADES LOCALES				
103	Enfoque de gestión	74		
413 COMUNIDADES LOCALES 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	75-76-79-80-81		1-4-10-12
VOLUNTARIADO CORPORATIVO				
103	Enfoque de gestión	78		
INDICADOR PROPIO	FR11-1 Número de horas totales de voluntariado	78		
INDICADOR PROPIO	FR11-2 Número de trabajadores participantes	78		
CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE				
103	Enfoque de gestión	87-88		
INDICADOR PROPIO	FR13-2 Número de tiendas certificadas LEED en el periodo	88	8	9-13
INDICADOR PROPIO	FR13-2 Número de tiendas ecoamigables en el periodo	88	8	9
CAMBIO CLIMÁTICO				
103	Enfoque de gestión	89		
302 ENERGÍA 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	90		7
	302-3 Intensidad energética	89		7
	302-4 Reducción del consumo energético	90	8	7
305 EMISIONES 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	90		13
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	90		13
GESTIÓN DE RESIDUOS Y RECICLAJE				
103	Enfoque de gestión	85		
306 EFLUENTES Y RESIDUOS 2016	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	85	8	13
ECONOMÍA CIRCULAR				
103	Enfoque de gestión	85		
INDICADOR PROPIO	FR13-1 N° de proyectos de economía circular	85	8	13

REPORTE 2018
SOSTENIBILIDAD



FALABELLA
RETAIL