



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2022



ENTRAR ↗



ÍNDICE



BIENVENIDA

- Carta del Gerente General Corporativo 03

01 QUIÉNES SOMOS

- Falabella en una mirada 08
- Sobre Falabella Retail 09
- Gobierno Corporativo 11
- Conducta empresarial responsable 14
- Reconocimientos 23

02 NUESTRO MODELO DE SOSTENIBILIDAD

- Estrategia de Sostenibilidad 26
- Relación con nuestros grupos de interés 27
- Nuestros focos prioritarios ASG
 - Talento y Cultura ágil, diversa e inclusiva 29
 - +Verde 50
 - Desarrollo Local 74
 - Innovación en el modelo de negocio 97

03 CÓMO REPORTAMOS

- Estándares de Reportabilidad 107
- Análisis de Materialidad 108

ANEXOS





BIENVENIDA

CARTA DEL GERENTE GENERAL CORPORATIVO FALABELLA RETAIL FRANCISCO IRARRÁZAVAL

Al momento de hacer un recuento sobre lo que fue 2022 para Falabella Retail, es imposible eludir que como empresa nos desenvolvimos en un escenario complejo para nuestra industria. Múltiples factores impactaron fuertemente los niveles de consumo en los países donde estamos presentes.

Sin embargo, este complejo contexto no nos ha desmotivado. Por el contrario, quiero expresar de forma contundente que Falabella Retail es hoy más fuerte y resiliente, y que una vez más demuestra que tiene una cultura ágil capaz de adaptarse a los cambios, por más profundos que sean.

La colaboración y el trabajo de todo nuestro equipo ha sido destacable. Hemos avanzado en la necesidad de transformar nuestra forma de hacer las cosas, manteniendo un mismo objetivo en mente: sorprender a los 16 millones de clientes que tenemos en Chile, Perú y Colombia.

Todo esto va de la mano con la firme vocación de ser cada día más sostenibles y responsables con nuestro entorno. Hoy podemos decir que la sustentabilidad es parte esencial del crecimiento de nuestro negocio. Son numerosas las acciones concretadas durante 2022, con las cuales dimos un paso al frente en el cuidado del medio ambiente y el desarrollo sociocultural de las comunidades con las que nos vinculamos, y también, por cierto, de nuestros colaboradores.

Logramos consolidar con éxito nuestra Estrategia de Sostenibilidad, la cual fue presentada a todos nuestros stakeholders, estableciendo cuatro ejes prioritarios, que se instalan en el centro de nuestro negocio: **+Verde, Desarrollo Local, Talento y Cultura Ágil e Innovación en el Modelo de Negocio.**

Seguimos reforzando nuestro cuidado del medio ambiente con el cual nuestro programa **+Verde** ha definido su foco en tres áreas: **marcas conscientes, economía circular y operación sustentable.**

VER
VIDEO





Nuestra vocación sostenible está en el centro de lo que hacemos. Por eso fomentamos el uso de materiales de fuentes más sustentables, respaldados por certificaciones internacionales que acreditan estos atributos. Trabajamos día a día para tener marcas más conscientes ofreciendo hoy más de 20' marcas propias dentro de nuestra colección Más Verde.

Lanzamos “Dale una segunda vida a tu ropa”, donde invitamos a la comunidad a participar de este proceso de economía circular obteniendo más de 17,3 toneladas de ropa para reciclar. También inauguramos Taller F, a través del cual se realizaron más de 55 mil servicios de renovación, reutilización y reparación de todo tipo de prendas.

Un gran hito fue la implementación del Sello +Verde, acción pionera en el rubro, de cara a hacer nuestras operaciones más sustentables. Mediante la certificación, se implementa un sistema de evaluación y calificación del desempeño ambiental, económico y social en cada una de nuestras tiendas. Durante 2022 logramos la certificación de todas las tiendas en Chile y continuaremos con Perú y Colombia.

Nuestra operación debe vivir en armonía con las comunidades. Durante 2022 continuamos fortaleciendo nuestro eje de [Desarrollo Local](#).



El Programa Haciendo Escuela se expandió con fuerza, apoyando a más de 94 mil estudiantes de 105 establecimientos educacionales de Chile, Perú y Colombia. Esto es gracias a los más de 3 mil colaboradores de Falabella Retail que participan voluntariamente del programa, además de las distintas fundaciones y entidades que contribuyen a entregar un mejor futuro para los niños de hoy y las familias del mañana.

Además, bajo el alero de este programa, la iniciativa Murales para Chile, que nació para dejar un legado artístico y patrimonial a los colegios y barrios realizó 6 obras más, totalizando ya 10 murales en todo el país.

Hay un compromiso que define nuestro quehacer: el compromiso con las mujeres de todos los países en los que estamos presentes, que se ve reflejado en acciones, como la iniciativa Fuertes & Fantásticas, lanzada en Chile en 2022. Este proyecto de impacto social apoya a mujeres vulnerables que buscan insertarse en el mercado laboral, brindándoles confianza y herramientas para mejorar las posibilidades de obtener un empleo. En 2023 iremos por más, implementando Fuertes & Fantásticas también en Perú y Colombia.

En nuestro vínculo con la comunidad también buscamos visibilizar el trabajo de artistas emergentes y artesanos. A través de Talento Local realizamos alianzas que ponen en valor la creación artística, en armonía con las últimas tendencias de la moda. El año pasado congregamos a más de 70 artistas que desarrollaron colecciones de vestuario y accesorios para 12 de nuestras marcas propias.

Siguiendo con nuestros ejes estratégicos, en [Talento y Cultura Ágil](#) ponemos el foco en nuestros colaboradores, potenciando la capacidad de nuestro gran equipo para entrar en acción y dar vida a nuestro propósito.

En esa línea, 2022 trajo una excelente noticia: Falabella Retail Chile fue premiada como el 2° Mejor Lugar Para Trabajar, según la encuesta Great Place To Work en la categoría de mil o más colaboradores. En Perú, en tanto, recibimos el premio de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA) por nuestra campaña “Arriba Mujeres”, en la categoría “Mundo Mejor: Equidad de Género”.

También continuamos impulsando acciones para nuestras colaboradoras con enfoque de género y conciliación de la vida laboral y personal. En esa línea lanzamos durante 2022 la Política de Equidad



de Género con la cual buscamos equilibrar brechas y potenciar la participación de mujeres en las diferentes áreas de la organización.

La [Innovación en Nuestro Modelo de Negocios](#) es el eje estratégico que nos permite conectarnos día a día con nuestros clientes. Nuestro objetivo es entregar una experiencia memorable y única, comunicándonos con las personas a través de diferentes plataformas y canales, potenciando la complementariedad del mundo físico y digital.

Este impulso innovador cobró vida en 2022 a través de la inauguración de tiendas en el nuevo formato Express, modelo que busca desarrollar propuestas que se acomoden por tamaño y variedad a las necesidades específicas de las ciudades más pequeñas o también en mercados de nicho. Fueron cuatro las tiendas abiertas en este formato en Perú, Colombia y Chile.

Avanzando en el desarrollo de nuestros canales digitales, en agosto de 2022 nuestra operación en Perú se sumó a Falabella.com, plataforma online que reúne toda la oferta de Falabella Retail, Sodimac, Tottus y Linio, junto a un marketplace abierto a vendedores (sellers) nacionales e internacionales. Y vamos por más: durante el 2023 se implementa también en Colombia.

La sostenibilidad es un pilar fundamental que moviliza a todo nuestro gran equipo. Todas las acciones descritas en este reporte son parte de un enfoque de mejora continua en Falabella Retail, que se traduce en el objetivo de potenciar año a año nuestra contribución al cuidado ambiental y al desarrollo sociocultural de nuestras comunidades.

De este modo logramos expresar en forma concreta el propósito que guía nuestro quehacer:

Simplificar y Disfrutar Más la Vida.

En las páginas de este reporte encontrarán todos los pasos que hemos dado en 2022, donde destacan las principales iniciativas que, proyectan nuestro camino hacia un futuro más sostenible como compañía, que enriquezca la experiencia de compra y nos acerque cada vez más a nuestros clientes

Afectuosamente,

Francisco Irrázaval

Gerente General Corporativo de Falabella Retail





Nuestro Reporte de Sostenibilidad, incluye las sociedades Falabella Retail SA, Saga Falabella SA y Falabella de Colombia SA, ya que en estas tres organizaciones se alojan los impactos más significativos de nuestra industria.

Reportamos el desempeño social, medioambiental y de gobierno corporativo en el ejercicio fiscal 2022. En Falabella Retail no informamos sobre el rendimiento financiero.

Fecha de publicación mayo de 2023.

Falabella Retail S.A.

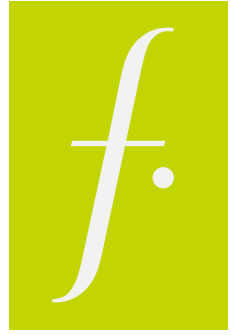
Sociedad Anónima - RUT: 77.261.280-K
Dirección: Pdte. Riesco 5685 of. 401, piso 4 al 7,
Las Condes, Chile.
sostenibilidad@falabella.cl

Saga Falabella S.A.

Sociedad Anónima - RUC: 20100128056
Dirección: Avenida Paseo de la República 3220,
San Isidro, Perú.

Falabella de Colombia S.A.

Sociedad Anónima - NIT: 900017447
Dirección: Calle 99 11A – 32,
Bogotá, Colombia.



QUIÉNES SOMOS



01

CAPÍTULO



FALABELLA EN UNA MIRADA



17,3

Toneladas de
ROPA RECICLADA
con "Dale una segunda
vida a tu ropa"



Lanzamiento
programa
**FUERTES Y
FANTÁSTICAS**



Compromiso
2035
**CERO EMISIONES
NETAS EN
ALCANCE 1 Y 2**



39
Tiendas con
**CERTIFICACIÓN
LEED**
en la región



2do
LUGAR
**GREAT PLACE TO
WORK CHILE**
categoría + de mil
colaboradores



16.502
HORAS DE
VOLUNTARIADO



94MIL
ESTUDIANTES
BENEFICIADOS
a través del Programa
Haciendo Escuela



20
MARCAS
CONSCIENTES
de vestuario





Nuestro propósito es Simplificar y Disfrutar Más la Vida.

SOBRE FALABELLA RETAIL

Somos parte de un ecosistema compuesto por diferentes unidades de negocio que pertenecen al holding Falabella, cuyo corporativo es Falabella S.A. En Falabella Retail constituimos la red de comercialización omnicanal enfocada en moda, tecnología y hogar más importante de Sudamérica.

Desde el año 2000 que somos pioneros en e-commerce con millones de visitas a nuestros sitios web cada día. Además, las operaciones que realizamos -que suman 106 tiendas y 6 centros de distribución en Chile, Perú y Colombia- dan empleo

a más de 24.500 colaboradores en la región. Por último, tenemos un taller de confección de marcas propias llamado Mavesa, e importamos otras marcas exclusivas e internacionales que completan nuestra oferta.

De acuerdo con el análisis de mercado realizado internamente, la participación de nuestras tiendas por departamento en la industria del comercio minorista es de 25,2% en Chile, 20,7,6% en Perú y de 8,1% en Colombia¹.



16.399.540

CLIENTES TOTALES

CHILE	7.319.095 Clientes totales	6.690.066 Clientes tienda
PERÚ	4.941.715 Clientes totales	4.702.439 Clientes tienda
COLOMBIA	4.138.730 Clientes totales	3.772.231 Clientes tienda



PORTAFOLIO DE MARCAS
COMPUESTO POR

63
PROPIAS

145
EXCLUSIVAS

Más de **34.000**
INTERNACIONALES

1. En base a información del Instituto Nacional de Estadísticas de Chile, el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática de Perú, y Raddar de Colombia.



NUESTROS VALORES

Nuestro propósito y las declaraciones de valor y misión se desarrollan a nivel corporativo y se aplican de forma unánime en todas las unidades de negocio del grupo Falabella. Este propósito se nutre, además, de cuatro valores que guían permanentemente nuestro accionar.



SOMOS UN EQUIPO

Diverso

En el que se incluyen distintas miradas, identidades, culturas, edades y trayectorias. Mientras más diversos son los equipos, mejores resultados y más compromiso logramos.

Que confía

Donde todas las personas se sientan escuchadas, puedan expresar sus opiniones e inquietudes, y trabajar de manera horizontal y colaborativa.

Que desarrolla

Con conversaciones periódicas de desarrollo con los equipos, para conocer sus intereses y explorar oportunidades de crecimiento, pedir retroalimentación continua, celebrar los logros y valorar los hitos.



NOS MOVEMOS ÁGILMENTE

Anticipando

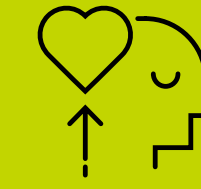
Motivamos a las personas a cuestionarse la manera en que hacen las cosas, buscando mejora continua e innovación, promoviendo siempre agregar valor al cliente.

Siendo protagonista

Entregamos autonomía a los equipos y apoyo según su madurez en la definición de focos, priorización y ejecución.

Aprendiendo permanentemente

Facilitamos espacios donde los equipos puedan atreverse a experimentar o probar, equivocarse, aprender y desaprender para reflexionar e implementar aprendizajes rápidamente.



NOS APASIONAMOS POR EL CLIENTE

Con empatía

Inspiramos a través del ejemplo, generando instancias para estar cerca de la diversidad de clientes que tenemos con una actitud empática que les permita levantar dolores y soluciones.

Conociendo

Promovemos que el cliente esté en el centro de todas las decisiones que tomamos. Para asegurar que las decisiones sean correctas impulsamos a que se basen en datos, información, tendencias y experiencias pasadas.

Simplificando

Desafiamos a los equipos a pensar día a día cómo poder simplificar lo que hacemos para que el cliente pueda disfrutar más su experiencia con nosotros.



CUIDAMOS EL FUTURO

Con integridad y honestidad

Somos consistentes entre los dichos y los actos, alineando a los equipos a la estrategia, valores, propósito y políticas de la compañía.

A través de la sostenibilidad

Promovemos un firme respeto hacia las personas, el ambiente y la sociedad en todo momento.



GOBIERNO CORPORATIVO

Falabella cuenta con un sistema de gobierno corporativo compuesto por una serie de órganos de gobierno, políticas y procedimientos para garantizar un accionar de la compañía con diligencia, ética y transparencia.



DIRECTORIO

En Falabella Retail S.A. contamos con un Directorio cuyo rol es definir y entregar lineamientos estratégicos comunes para todos los países donde estamos presente, con la finalidad de garantizar el crecimiento, la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. Está compuesto por nueve

miembros, sin suplentes, que ejercen el cargo por un período de tres años contados desde la fecha de elección, con la posibilidad de ser reelegidos en forma indefinida. Al 31 de diciembre de 2022, el Directorio de Falabella Retail S.A. estaba compuesto de la siguiente manera:



2. No es un ejecutivo de Falabella.

3. El Directorio de Falabella Retail S.A. sólo tiene miembros no ejecutivos, y no cuenta con ningún director "independiente" en los términos del artículo 50 bis de la Ley de Sociedades Anónimas.



La elección del Directorio de la sociedad es una facultad que corresponde a los accionistas reunidos en la junta, al igual que la fijación anual de la cuantía de sus remuneraciones.

Este Directorio no cuenta con comités. Existe una Comisión de Auditoría, según lo establecido por el artículo 40 de la Ley de Sociedades Anónimas y está compuesta por tres miembros: Juan Pablo Montero Schepeler, quien preside la Comisión; Sebastián Arispe Karlezi; y Carolina del Río Goudie.

Anualmente, a través de una consultora externa, se realiza una encuesta sobre prácticas de gobiernos corporativos a nuestros directores. Esta tiene por objetivo generar un diagnóstico acerca de la definición de roles y responsabilidades en la dirección de Falabella, las estructuras y procesos necesarios en la toma de decisiones, el nivel de dedicación por parte de directores, entre otros aspectos, para luego evaluar el desempeño eficaz y eficiente de sus labores.

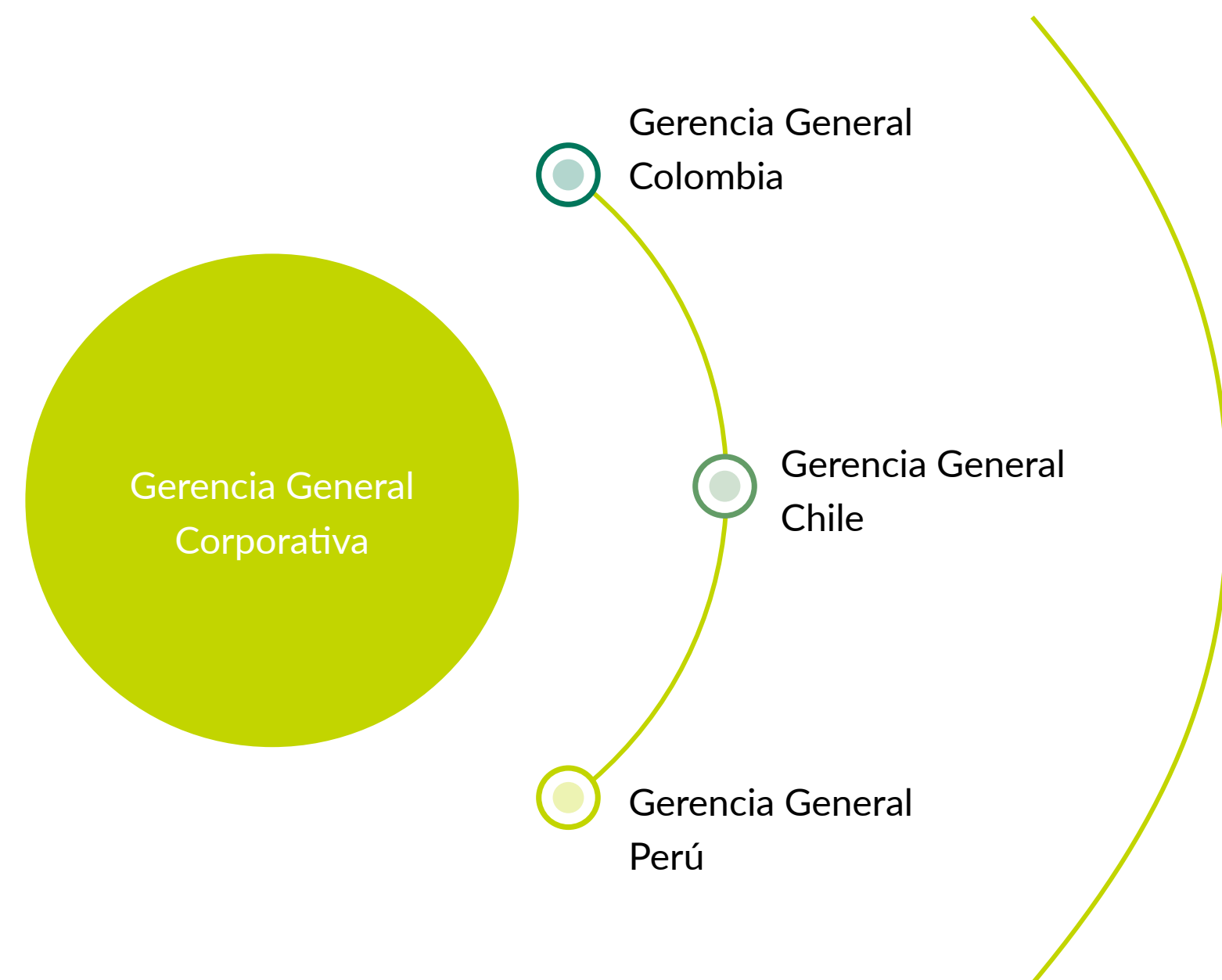




COMITÉ EJECUTIVO

El **Comité Ejecutivo** está presidido por Francisco Irarrázaval, Gerente General Corporativo, a quien le reportan Tomás Platovsky, Gerente General de Chile, Alex Zimmermann, Gerente General de Perú, y

Rodrigo Fajardo, Gerente General de Colombia. A su vez, está integrado por ocho gerencias corporativas que reportan directamente al Gerente General Corporativo y a los Gerentes Generales de los países.



- Gerencia Corporativa de Negocios
- Gerencia Corporativa de Finanzas
- Gerencia Corporativa de Business Intelligence
- Gerencia Corporativa de Marketing y Sostenibilidad
- Gerencia de Estrategia Digital Corporativa



- Corporativa Comercial
- Gerencia Corporativa de Sistemas
- Gerencia Corporativa Home Delivery
- Gerencia Corporativa de Cadena de Abastecimiento

La **Estrategia de Sostenibilidad**, revisada y acordada por el Directorio, es desarrollada por el Comité Ejecutivo, a través de diversas iniciativas y proyectos que la integran como un eje fundamental en la toma de decisiones.

Durante las sesiones mensuales de Directorio, se conversa, entre otros temas, sobre la gestión de los impactos de la organización en la economía, el medioambiente y las personas. La sostenibilidad es abordada también en estas instancias, en las cuales se revisan benchmarks, buenas prácticas, tendencias del mercado y nuevos temas materiales para el manejo del área.

El Directorio delega a la Gerencia de Cumplimiento la verificación de los compromisos y políticas que se establecen a nivel empresa, y a las Gerencias de Sostenibilidad y Medioambiente, la ejecución y monitoreo de la implementación de los KPI's de la Estrategia de Sostenibilidad en las distintas áreas de la compañía.

A su vez, el proceso de materialidad que determinó los temas relevantes a incluir en este documento fue aprobado por el Comité Ejecutivo ([para más información véase "Cómo Reportamos"](#)).



CONDUCTA EMPRESARIAL RESPONSABLE

CULTURA ÉTICA CORPORATIVA

El sistema de gobernanza, ética y cumplimiento del grupo Falabella se fundamenta en la implementación de nuestra cultura ética corporativa que permite gestionar adecuadamente los riesgos normativos, mediante diversos programas de cumplimiento.

El Programa de Ética nace asumiendo como propia la necesidad de promover una cultura de integridad y cumplimiento, que guíe la conducta de todos los colaboradores. Este programa es una forma de dar cumplimiento al deber de diligencia del Directorio y de la administración, para asegurar que las conductas esperadas de los colaboradores se difundan de manera clara, simple y apoyada por acciones, incentivos y controles que ayuden a que así ocurra.

Los documentos formales que entregan las bases del Programa de Ética son el Código de Integridad, la Política General de Investigación, el Procedimiento General de Investigación, la Política de Gestión de Conflicto de Intereses, la Política de Regalos, la Política de Invitaciones, el Protocolo para la

Revisión de Casos y el Protocolo de investigación de Denuncias Éticas Calificadas.

Las principales responsabilidades éticas que el Código determina son: el cumplimiento de la ley y de la normativa interna, liderar con integridad y con el ejemplo, mantener un clima laboral sano, preguntar antes de actuar en caso de que haya dudas sobre cómo debe ser nuestro comportamiento reportar lo que esté mal, y colaborar en las investigaciones sobre el tema.

El Código de Integridad define los principios que deben guiar el actuar de todos nuestros colaboradores y personas relacionadas a la compañía. Es decir, todos los empleados, directores, personal temporal, contratistas y subcontratistas.

Adicionalmente, contamos con un **Programa Ambiental** que tiene por objeto:

- › Guiar la conducta de los colaboradores y proveedores en su relación con el medioambiente.

- › Establecer los mecanismos que permitan dar cumplimiento a las exigencias legales y a los compromisos medioambientales que Falabella haya asumido.
- › Gestionar los riesgos que para Falabella se manifiestan en su relación con el medioambiente.

La Política Ambiental establece como principios generales el cumplimiento de la legislación y los compromisos en la materia voluntariamente adquiridos, la protección del medioambiente, la ecoeficiencia operacional y la transparencia del desempeño ambiental. Además, considera la revisión del cumplimiento legal y regulatorio ambiental de terceras empresas en procesos de adquisición o fusión con Falabella.

Junto a la aprobación del Programa Ambiental, también se validó un conjunto de normativas internas relacionadas con los temas medioambientales tales como: la Política Ambiental y de Cambio Climático, el Protocolo de Fiscalización



de Autoridades Ambientales, el Instructivo para la Obtención y Gestión de Permisos Ambientales, el Protocolo sobre el Reporte de Información a la Autoridad, y el Protocolo de Cumplimiento de la Responsabilidad Extendida del Productor.





El **Programa de Libre Competencia**, por su parte, tiene por objeto mitigar el riesgo de que ocurra una conducta contraria a éste y promover nuestro compromiso de competir de forma libre, justa y leal.

El foco de las actividades en esta materia está puesto en la comunicación y entrenamiento, dirigidos a los cargos expuestos que tengan relación con los riesgos que, en temas de libre competencia, pueden presentarse en la operación y en los controles que deben cumplir para prevenirlos. Forman parte del Programa de Libre Competencia:

- › La Política de Libre Competencia.
- › El Instructivo para la Negociación con Proveedores.
- › El Instructivo sobre la Protección de la Información Comercialmente Sensible.
- › El Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales.
- › El Protocolo ante Medidas Intrusivas.

La Política de Libre Competencia establece como principios generales, la independencia en la adopción de decisiones comerciales, el rechazo a la exclusión o explotación de cualquier agente del mercado y la competencia leal en éste.

El **Modelo de Prevención de Delitos y la Política Antisoborno Corporativo**, al cual nos adherimos en Falabella Retail, prohíbe categóricamente cualquier ilícito al interior de la organización, como el soborno entre privados y a funcionarios públicos nacionales o extranjeros.

Mediante la **Política de Sostenibilidad**, buscamos integrar las mejores prácticas en esta materia, tomando como referencia las orientaciones que han entregado las organizaciones internacionales más importantes en la temática, con el objetivo de lograr un crecimiento responsable que genere valor en y hacia la comunidad. Esta política es de uso interno.

La **Política de Diversidad e Inclusión**, por otro lado, establece los principios básicos por los que deben regirse todos nuestros colaboradores. Su objetivo es promover una cultura organizacional y un ambiente laboral diverso e inclusivo, consciente de que una sociedad diversa, pluralista e inclusiva permite que todas las personas, sin distinción, aporten y contribuyan al desarrollo del país.





Entre sus principios generales están el respeto a la dignidad de las personas, la inclusión, la no discriminación arbitraria, y la diversidad en los equipos de trabajo. Se relaciona con esta política el Procedimiento de Inclusión de Personas con Discapacidad o Asignatarias de Pensión de Invalidez, el Protocolo Contra la Violencia de Género y el Protocolo de Transición de Género.

A su vez, la **Política de Equidad de Género** promueve la igualdad de oportunidades, derechos y responsabilidades entre hombres y mujeres impulsando el desarrollo, la estabilidad y la justicia en la organización. Establece como principios la igualdad de oportunidades, la no discriminación arbitraria y la conciliación entre trabajo y vida personal.

Además, desarrollamos una **Política de Compras y Contratación de Bienes y Servicios** de Uso Interno que establece los principios y reglas que deben observar los procesos de adquisiciones y contratación de bienes y servicios. A través de ella buscamos garantizar que sean de la calidad deseada, tengan precios competitivos y estén dentro de un marco de legalidad, transparencia y objetividad que asegure una toma de decisiones eficiente y una adecuada gestión de riesgos.



Comunicación de Políticas a Colaboradores

Todo colaborador que ingrese a nuestra empresa debe participar de un proceso de inducción en el cual se le entrega la información mínima que debe manejar según su cargo y responsabilidades. Adicionalmente, se les refuerza su compromiso y adhesión a través del envío a su correo electrónico de los siguientes documentos: Código de Integridad, Modelo de Prevención de Delitos, Política de Libre Competencia y Política de Protección de Datos Personales.

Anualmente los colaboradores identificados como cargos expuestos reciben una capacitación en vivo liderada por el equipo de Gobernanza, Ética y Cumplimiento, donde se les entrega la información detallada y controles específicos que les permita gestionar los riesgos a los que, por sus roles y responsabilidades dentro de la compañía, están sujetos. A su vez, todos los trabajadores deben realizar el e-learning de acuerdo con la planificación anual que corresponda.

En la intranet se publica material de interés en formato gráfico o video. A través de esta herramienta reforzamos los principales controles en materia de integridad y cumplimiento.



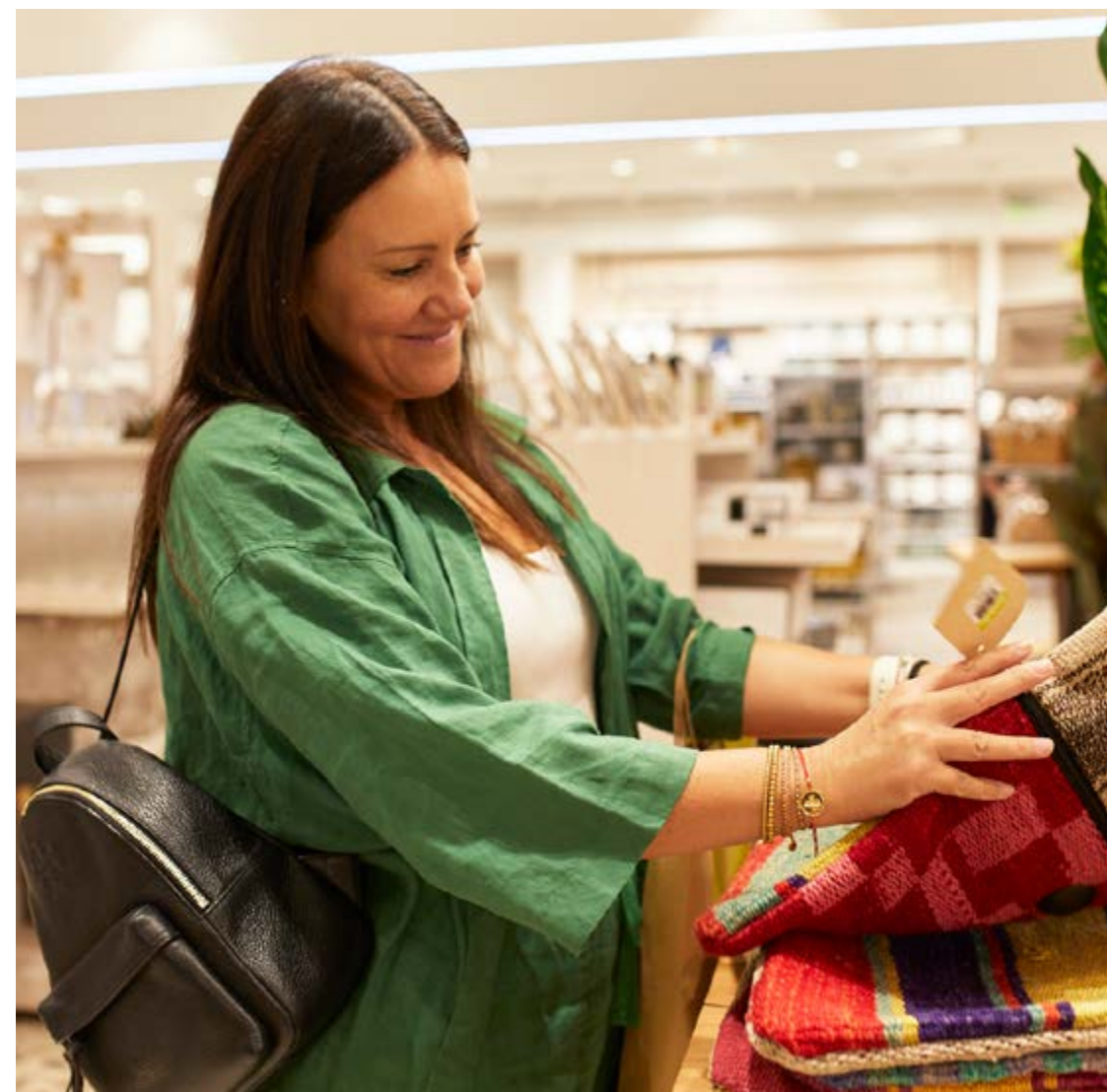


Asimismo, el directorio de Falabella S.A. aprobó una **Política de Gestión de Conflicto** de Intereses que establece los principios y criterios para una efectiva declaración y manejo de estos asuntos por parte de colaboradores y directores que aplica también para Falabella Retail.

El Código de Integridad además dispone que se debe informar todo interés económico, vínculo personal, o comercial con otros trabajadores, clientes, proveedores y/o competidores, como también empleos externos y cualquier otra actividad, asociación o vinculación con personas que puedan generar un conflicto de interés.

Cada año se solicita a los directores, a la alta administración de nuestra compañía y a ciertos cargos expuestos que completen su declaración de intereses. Para estos efectos, contamos con una herramienta tecnológica que permite que los colaboradores, ejecutivos y directores accedan al formulario y respondan online. Además, hemos implementado un sistema para que se pueda declarar cualquier conflicto de interés en el momento en que este se produzca. Asimismo, sirve para constatar regalos, invitaciones y reuniones con funcionarios públicos. El acceso a los respectivos formularios es a través de un código QR, enlace o ícono de escritorio.

Anualmente implementamos la campaña denominada “Yo Juego Limpio”, mediante la cual se dan a conocer los controles mínimos que deben cumplir todos los colaboradores al momento de relacionarse con un funcionario público. Con lo anterior, se busca evitar delitos, especialmente los relacionados con el lavado de activos, financiamiento del terrorismo, soborno o cohecho a un funcionario público o entre privados, negociación incompatible y, en general, de aquellos que puedan generar responsabilidad penal o administrativa para cualquier empresa Falabella.



Comunicación de Temáticas Críticas a Directorio

Una vez al año, la Gerencia de Ética presenta al Directorio de Falabella Retail S.A., una actualización de la implementación y funcionamiento del Programa de Ética, lo que incluye estadísticas del funcionamiento del Canal de Integridad. En esta materia, se presentan estadísticas relacionadas con lo siguiente:

- › Número de contactos recibidos (éticos y no éticos).
- › Evolución en el año de los casos recibidos (éticos y no éticos).
- › Medios de contacto de los casos recibidos (consultas y denuncias).
- › Número de casos éticos anónimos y no anónimos.
- › Número de contactos.
- › Índice de uso del sistema de integridad.
- › Número de contactos éticos desglosados en denuncias y consultas.
- › Principales denuncias y consultas éticas por materia.
- › Número de casos sustanciados (casos en que se acredite la ocurrencia del hecho denunciado) e insustanciados.
- › Casos sustanciados por materia.
- › Promedio del ciclo de vida de las denuncias.





RELACIONES COMERCIALES

Promovemos que los **proveedores** ajusten su conducta a los estándares, lineamientos y principios establecidos en nuestros compromisos y políticas. Mediante cláusulas en los contratos, buscamos un estándar de relacionamiento responsable y ético con los grupos y partes interesadas.

El proveedor debe establecer mecanismos de prevención y control suficientes para dar cumplimiento a las leyes, en especial las laborales, previsionales, de seguridad e higiene en el trabajo, tributarias, ambientales, de derechos del consumidor, de protección de datos personales, de prevención de delitos y, a toda otra norma que sea aplicable al contrato, así como en relación con sus trabajadores y sus subcontratistas, si los tuviere.

Los proveedores toman conocimiento de nuestro Código de Integridad, y también conocen y desarrollan sus actividades conforme a la Guía Práctica de Cumplimiento para Proveedores que les entregamos.



Comunicación de Políticas a Proveedores

Previo a comenzar una relación comercial con un proveedor debe firmar la cláusula de cumplimiento y la declaración de conflicto de intereses. A través de estos documentos buscamos asegurarnos de que esté dentro de los estándares definidos.

Una vez iniciada la relación comercial se le entrega al proveedor una Guía Práctica que contiene las expectativas de comportamiento en materia de integridad, medioambiente, prevención de delitos, libre competencia, derechos humanos, entre otras.





DERECHOS FUNDAMENTALES

Contamos con una **Política de Derechos Humanos y Empresa** que refleja nuestro férreo compromiso de respetar y promover los derechos fundamentales de las personas. Se implementa para todos los colaboradores, y adicionalmente, incentivamos que nuestros proveedores ajusten su conducta a los estándares, lineamientos y principios establecidos.

La política aprobada a nivel de Directorio de Falabella S.A. y ratificada por el Comité Ejecutivo de Falabella Retail, define aquellos principios y medidas específicas que guían nuestro comportamiento para mantener un estándar de observancia de los Derechos Humanos en los impactos generados por el desarrollo de las actividades. Lo anterior en conformidad a nuestros valores corporativos, normativa interna, y a los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresa de las Naciones Unidas.

El documento se encuentra disponible públicamente en el sitio web de Falabella y reforzamos su difusión a través de efemérides como la Semana de los

Derechos Humanos, la Semana de la Diversidad Sexual o la Semana de la Diversidad e Inclusión.

La responsabilidad de la implementación y mantenimiento del Programa de Derechos Humanos y Empresa, que se desprende de nuestra política de DDHH, recae en la alta dirección de nuestra compañía, en el gerente general y en el oficial de cumplimiento. Siendo este último quien tiene la responsabilidad administrativa de la ejecución de éste.

Por otro lado, de la Estrategia de Sostenibilidad se desprenden iniciativas que ayudan a suavizar el impacto de nuestras operaciones en el entorno. A modo de ejemplo, los proyectos sustentables y de circularidad (huella de carbono), son acciones de mitigación y remediación que implementamos.



Instancias de Supervisión

DEBIDA DILIGENCIA



Como parte del grupo Falabella, debemos realizar un proceso de Debida Diligencia que nos permita identificar y evaluar los riesgos en materia de Derechos Humanos, incorporando en nuestras matrices las brechas detectadas y los respectivos planes de acción que se proponen para su remediación. La actualización de los riesgos deberá realizarse cada tres años, o cuando se produzcan eventos o hechos que puedan afectar el estándar de cumplimiento fijado por cada empresa o la gestión de riesgos de estas (actualmente Falabella Retail se encuentra en un proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos).

ADOPCIÓN DE UN PROGRAMA DE DERECHOS HUMANOS Y EMPRESA



Debemos también adoptar un sistema organizacional de modelamiento de conducta corporativa bajo el nombre de Programa de Derechos Humanos y Empresa. El objeto es establecer, comunicar y guiar la conducta esperada de los colaboradores para:

- i) La prevención de riesgos en materia de Derechos Humanos;
- ii) La detección de posibles infracciones a la presente Política, al Programa de Derechos Humanos y Empresa y/o a la normativa que sobre la materia fuere aplicable a cada organización;
- iii) La respuesta oportuna en caso de materialización de los riesgos que hayan sido identificados; y,
- iv) El monitoreo, mejora continua y actualización del mismo.



ESTABLECER CANALES DE COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



En Falabella buscamos construir relaciones de confianza, cercanía y transparencia a largo plazo con nuestros stakeholders. Por dicha razón tenemos el compromiso de considerar, analizar y responder a las consultas e inquietudes que aquellos nos manifiesten, y así cumplir de mejor manera con la presente Política y con los instrumentos en materia de Derechos Humanos.



MECANISMOS DE RECLAMACIÓN

Los mecanismos que hemos establecido son los siguientes:

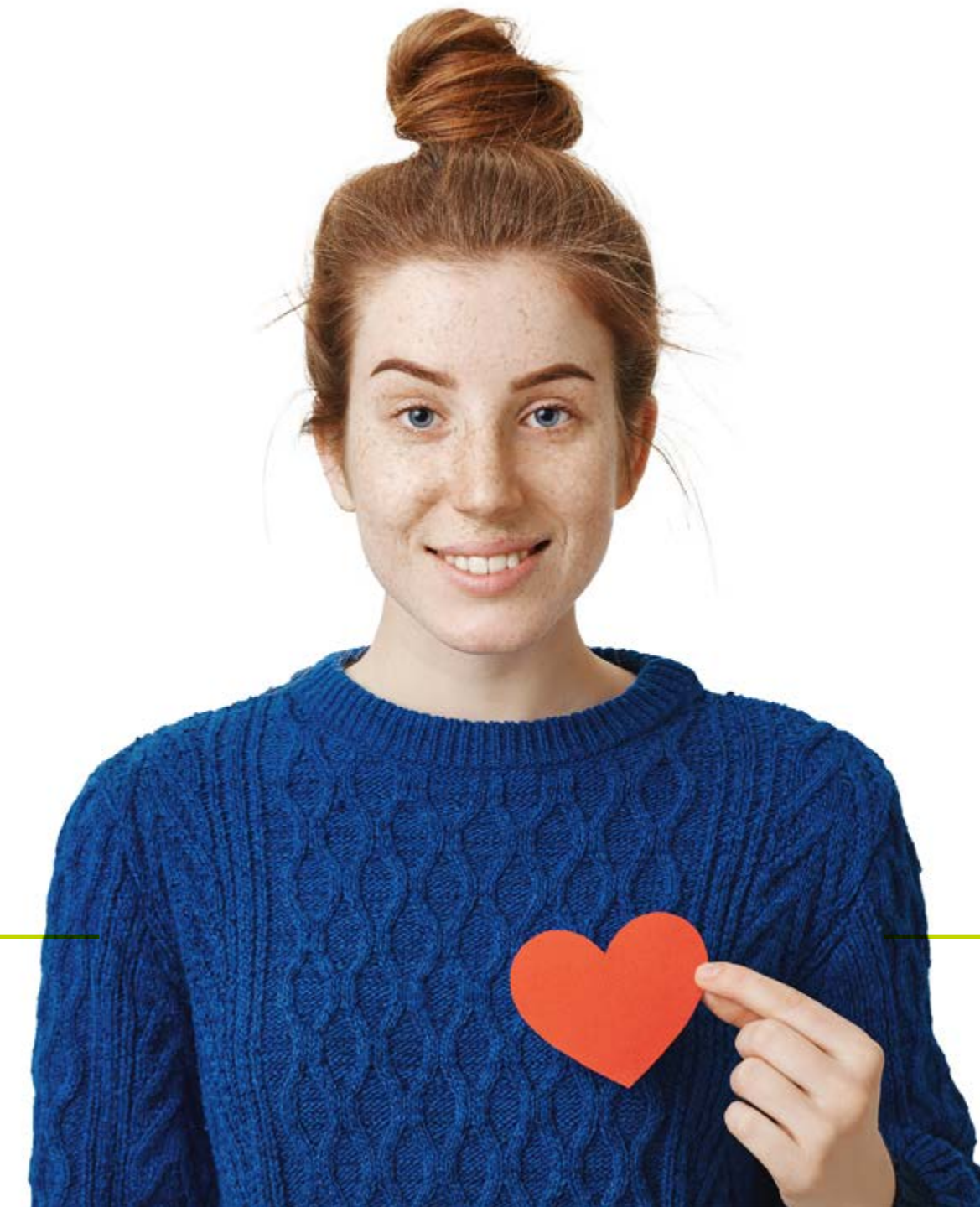
- › El Servicio de Atención al Cliente (SAC), que tiene distintas líneas de contacto: RRSS, mail, y teléfono.
- › Canal de integridad: sirve en caso de cualquier duda, consulta o denuncia que los colaboradores o grupos de interés externos tengan respecto de la aplicación de esta política. En **Chile**, deben enviar un correo electrónico a la dirección: contactochile@gerenciadeetica.com o contactarse vía telefónica al 800 726 100. En **Perú**, deben enviar un correo electrónico a la dirección: contactoperu@gerenciadeetica.com o contactarse vía telefónica al 0 800 18479. En **Colombia**, deben enviar un correo electrónico a la dirección: contactocolombia@gerenciadeetica.com o al link del canal de integridad del sitio web oficial.

PROCESOS DE REMEDIACIÓN

Los procesos que hemos establecido para remediar los impactos negativos se centran en:

- › Revisar y atender las solicitudes de cada cliente de manera individual, conforme a las particularidades de cada caso en concreto. En este sentido, las soluciones que les ofrecemos a los clientes están directamente vinculadas con sus situaciones que se ajustan al derecho y a nuestra normativa interna.
- › No existe un único mecanismo o una manera estándar de abordar esas situaciones. Dentro de las alternativas de solución más habituales es posible mencionar la entrega de compensaciones económicas, el reembolso de gastos médicos, el otorgamiento de descuentos y el ofrecimiento de productos de reemplazo.
- › Respecto a materias medioambientales el enfoque es similar, ya que cada situación que surge y que pudiere tener algún impacto negativo en la comunidad, es analizada de manera individual y se propone un plan de acción a la medida del caso.

- › La compañía cuenta con un Canal de Integridad único para todas las empresas Falabella. Este está disponible para colaboradores, proveedores, clientes, accionistas y, en general, para cualquier persona interna o externa a la compañía que desee hacer una consulta o denuncia de carácter ético, plantear dudas e inquietudes que estén relacionadas con infracciones a la ley o a incumplimientos de la normativa interna. El Canal de Integridad dispone de varios medios de contacto: correo electrónico, teléfono, enlace ubicado en la página web e intranet de la compañía, y presencial acudiendo a las oficinas de la Gerencia de Ética.



Comunicación sobre temas de Derechos Fundamentales

Se realizan publicaciones periódicas dirigidas a los colaboradores sobre el contenido de la Política de Derechos Humanos y Empresa y sobre el proceso de Debida Diligencia.

Existe un Comité Ejecutivo de Diversidad, Equidad e Inclusión en el cual se revisan los principales objetivos en la materia, el estado actual, los proyectos en curso, y cualquier otro tema que sea de interés en el área.

Destacamos que durante el 2022 se realizó un conversatorio dirigido a colaboradores de todas las empresas del grupo, y en el que participaron exponentes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). Esto en el contexto del proyecto de Conducta Empresarial Responsable en Latinoamérica y el Caribe (CERALC), en el que se explicó el marco de derechos humanos y empresa y sus desafíos.





RECONOCIMIENTOS

CHILE

HUB SUSTENTABILIDAD	Premios Iniciativas Sustentables 2021, categoría "Igualdad de Género y Empoderamiento de la Mujer".	MERCO TALENTO UNIVERSITARIO	6° lugar Ranking general de las empresas más atractivas para los universitarios 2021 (Ranking 2021, puesto 15°).	MERCO TALENTO 2022	Lugar N°11 en mejores empresas para atraer y retener talento (subimos 13 puestos en relación con 2021). Además, conseguimos el lugar N°2 en la categoría Retail.
COMPUTRABAJO	4° mejor Empresa para trabajar en Chile y como la Mejor Empresa para trabajar en la categoría Retail.	MERCO ESG CHILE 2021	12° lugar del ranking general y 2° lugar categoría Retail.	GREAT PLACE TO WORK MUJERES	Lugar N°3 mejores lugares para trabajar en Chile para mujeres 2022.
CHILE 3D/GFK	Marca más valorada por los chilenos 2022.	MARCA CIUDADANA	Falabella está dentro de las 38 Marcas Ciudadanas, específicamente en el lugar N°33 de las 250 marcas evaluadas por Cadem el Primer Semestre del 2022.	PREMIOS EIKON	Programa Haciendo Escuela fue premiado como ganador en las categorías de Sustentabilidad y Educación y Sustentabilidad Cultural.
GREAT PLACE TO WORK	2° lugar Mejores Lugares para Trabajar en Chile - Más de 1000 colaboradores y distinción por PHE premio Liderazgo Audaz.	ENCUESTA EQUIDAD CL 2022 (Iguales/Pride Conecction)	Mejores Lugares para Trabajar LGBTI+.	MARCAS CIUDADANAS	Estudio del Segundo Semestre de 2022. Lugar N°25 como Marca Ciudadana y primero en la categoría Retail.
		FIRSTJOB	Encuesta Top of Mind Index, 5° lugar como una de las compañías en la que les gustaría trabajar a jóvenes profesionales chilenos entre 20 a 35 años.	MERCO EMPRESAS Y LÍDERES	Lugar N°5 empresas mejor reputación corporativa y lugar N°1 categoría Retail.





PERÚ

PREMIACIÓN DEL RETAIL HALL OF FAME MÉXICO Y PERÚ 2021	Mejor retailer de Perú.
MERCO TALENTO	Puesto 14° entre las mejores 100 empresas para trabajar, subiendo 3 posiciones respecto al año anterior, y 1° en sector Retail.
PREMIOS ANDA 2022	Campaña Arriba Mujeres reconocida en la categoría Mundo Mejor/Equidad de Género.
RANKING PAR 2022 - AEQUALES	Puesto 9° de las empresas peruanas que promueven la equidad de género y diversidad, subiendo 50 posiciones.
MERCO ESG (SOSTENIBILIDAD)	Puesto 38° entre las 100 mejores empresas que adoptan los criterios ESG en su modelo de gestión, subiendo 26 posiciones, y 2° en sector Retail especializado.
MERCO EMPRESAS Y LÍDERES)	Puesto 16° empresas con mejor reputación en Perú, subiendo 21 posiciones, y 1° en sector Retail especializado.

COLOMBIA

MINISTERIO DE AMBIENTE	Reconocimiento por aportar en la Estrategia Colombia Carbono Neutral (ECCN) como empresa Carbono Neutro.
MERCO TALENTO	Puesto 44° de Merco Talento, subiendo 16 posiciones respecto al año anterior.
MERCO EMPRESAS Y LÍDERES	Puesto 41° de las empresas con mejor reputación en Colombia, subiendo 14 posiciones respecto al año anterior.
CÁMARA DE COMERCIO COLOMBO BRITÁNICA	Ganadores de los premios BritCham Lazos por la Sostenibilidad, en la categoría "Productos y Servicios Sostenibles Grandes Empresas" por nuestra Estrategia de Economía Circular.

Membresías

CHILE

- › Pacto Global Chile.
- › Cámara de Comercio de Santiago.
- › Asociación Nacional de Avisadores (ANDA).
- › Red Pro Humana.
- › Acción Empresas.
- › Pride Connection Chile.
- › Compromiso Empresarial Para el Reciclaje (CEMPRE).
- › Green Building Council Chile (GCBC).
- › Red de Empresas Interculturales - Fundación Servicio Jesuita Migrante.
- › 3xi - Hogar Acógeme, Sename.
- › Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).
- › Forest Stewardship Council (FSC).

PERÚ

- › Aequales.
- › Asociación Peruana de Recursos Humanos (APERHU).
- › Asociación de Buenos Empleadores (ABE).
- › Asociación Nacional de Anunciantes de Perú (ANDA).
- › Pacto Global Perú.
- › Interactive Advertising Bureau (IAB).
- › Pride Connection Perú.
- › SHIFT (Asociación de innovación).

COLOMBIA

- › Banco de Alimentos de Bogotá.
- › Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio.
- › Pacto Global Colombia.
- › Federación Nacional de Comerciantes de Colombia (FENALCO).
- › Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia (ANDA).
- › Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.
- › Pride Connection Colombia.





NUESTRO MODELO DE SOSTENIBILIDAD



02

CAPÍTULO



Estrategia de Sostenibilidad

La sostenibilidad es parte de nuestras acciones diarias.

En Falabella Retail tenemos una Estrategia de Sostenibilidad alineada a los objetivos corporativos del grupo Falabella, que fue desarrollada con el apoyo de un externo, aprobada por el Comité Ejecutivo y presentada al Directorio.

Los pilares de esta estrategia dan respuesta a lo que consideramos fundamental para el negocio: seguir creciendo de la mano del cuidado ambiental, social y económico.

+VERDE

Cuidamos nuestro planeta promoviendo productos conscientes, operaciones sustentables y la economía circular.



TALENTO Y CULTURA ÁGIL

Potenciamos nuestro talento, conformando equipos ágiles, comprometidos, diversos e inclusivos.



OBJETIVO

CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO SOSTENIBLE DE FALABELLA RETAIL, MEDIANTE LA PROMOCIÓN DEL CUIDADO AMBIENTAL Y EL DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL

Nuestro propósito es Simplificar y Disfrutar Más la Vida.



DESARROLLO LOCAL

Creamos espacios de colaboración con la comunidad con iniciativas educativas, culturales y fomentando el trabajo.

INNOVACIÓN EN NUESTRO MODELO DE NEGOCIOS

Desarrollamos la omnicanalidad y la convergencia del mundo físico y digital.



FUNDAMENTOS

1.

Transparencia, ética e integridad.

2.

Ecoeficiencia operacional.

3.

Salud, bienestar y seguridad ocupacional.

4.

Relaciones laborales y libertad de asociación.

5.

Derechos Humanos.

6.

Privacidad y ciberseguridad.

7.



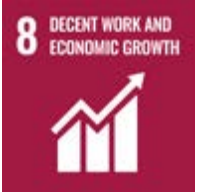

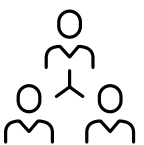
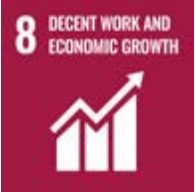






Gestión responsable de proveedores.



RELACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Buscamos el permanente contacto con nuestros grupos de interés a través de los diferentes canales e instancias de relacionamiento, tales como encuestas de satisfacción, reuniones, emails, newsletter, sitio institucional, redes sociales, entre otros.

Generamos vínculos y diálogos directos con cada uno de ellos, con el fin de tener una gestión sostenible, retroalimentarnos y potenciar una relación de confianza y duradera en el tiempo.

	ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO	CANALES DE RELACIONAMIENTO	EXPECTATIVAS	ODS
 Colaboradores	Fomentamos un ambiente de trabajo inclusivo y diverso basado en la confianza, el respeto mutuo y el desarrollo de capital humano.	Reuniones semanales en tienda, Reuniones Informativas Mensuales (RIM). TVF (Canal de televisión interno). Falanet (intranet). Asistente virtual de Personas. Workplace y redes sociales. Agenda de liderazgo. Canal de integridad. Portal F.	Seguir profundizando nuestra estrategia de relacionamiento.	  
 Sindicatos	Nuestro equipo de Relaciones Laborales agenda mensualmente reuniones con las federaciones. Además, cada tienda tiene citas periódicas con sus sindicatos, existen instancias extraordinarias cuando hay algún tema a trabajar en conjunto, y se llevan a cabo mesas de trabajo en las que se crean soluciones o nuevas propuestas.	Reuniones y mesas de trabajo.	Seguir profundizando nuestra estrategia de relacionamiento, abordando las diferentes necesidades de nuestros trabajadores.	  
 Accionistas e inversionistas	Les comunicamos sobre la visión estratégica de la compañía y les entregamos reportes sobre nuestros resultados.	Asamblea anual de accionistas . Reuniones de Directorio y Accionistas. Memoria Anual y Reporte de Sostenibilidad. Conferencias de prensa, press release y notas en prensa. Eventos específicos (Investor Day, TEDx, etc). Encuesta anónima para inversionistas/analistas.	Seguir profundizando nuestra estrategia de relacionamiento.	
 Proveedores y contratistas	Promovemos la excelencia en sostenibilidad por medio de la responsabilidad social, con una mirada a largo plazo que implique eficiencia y crecimiento mutuo.	Reuniones de relacionamiento. Capacitaciones. Visitas a talleres. Plataforma digital B2B. Canal de integridad. Acompañamiento para auditorías sociales bajo los estándares SMETA y BSCI.	Seguir profundizando nuestra estrategia de relacionamiento.	



ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO

CANALES DE RELACIONAMIENTO

EXPECTATIVAS

ODS

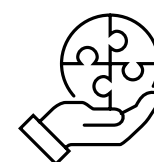


Clientes

Ofrecemos 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. Además, contamos con canales abiertos de diálogo y escucha y promovemos el consumo sostenible.

Encuestas de satisfacción (NPS). Servicio al cliente. Redes sociales. Falabella.com. Asistente virtual. Canal de integridad. Click & Collect. App Falabella. Tiendas Falabella. Sitio Institucional Falabella Retail.

Seguir profundizando nuestra estrategia de relacionamiento.

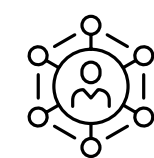


Comunidades

Trabajamos permanentemente en 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 e inclusión laboral de grupos vulnerables.

Canal de integridad. Voluntariado corporativo. Reporte de Sostenibilidad. Encuentro con organizaciones sociales y fundaciones. Página +Verde en Falabella.com. Web y Redes Sociales del Programa Haciendo Escuela. Newsletter mensual. Sitio Institucional Falabella Retail.

Seguir profundizando nuestra estrategia de relacionamiento.

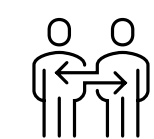


Asociaciones Gremiales

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

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

Seguir profundizando nuestra estrategia de relacionamiento.



Sociedad civil y fundaciones

Buscamos ser un actor importante en materia de contribución a sus agendas de trabajo y sentido de responsabilidad social. Bajo esa línea, mediante alianzas de colaboración, potenciamos objetivos alineados a nuestra estrategia y realizamos aportes en muestras o donaciones.

Mesas de trabajo. Reuniones de colaboración. Correos electrónicos.

Que Falabella sea un actor importante en materia de contribución a sus agendas de trabajo y sentido de responsabilidad social.



Autoridades y organismos públicos e internacionales

Nos relacionamos con las autoridades de manera transparente y de acuerdo a los canales de acción permitidos, para desarrollar en conjunto iniciativas que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes de los países donde operamos.

Reuniones con distintas entidades gubernamentales. Encuentros con las asociaciones y organismos. Reporte de Sostenibilidad. Comunicados de prensa. Newsletter mensual.

Contribuir al desarrollo de una sociedad diversa, inclusiva y responsable con el medioambiente.





NUESTROS FOCOS PRIORITARIOS ASG

TALENTO Y CULTURA ÁGIL, DIVERSA E INCLUSIVA

Nos comprometemos con el desarrollo profesional y bienestar de nuestros colaboradores.

Entregamos a nuestros colaboradores una fuerte propuesta de valor donde todos puedan demostrar sus potencialidades, tengan sentido de pertenencia y aporten al logro de objetivos comunes.

Brindamos oportunidades de crecimiento profesional permanente a través de herramientas como métodos de capacitación y un sistema de evaluación de desempeño estandarizado. Asimismo, promovemos un balance de vida personal y laboral de todos nuestros colaboradores y construimos un lugar de trabajo seguro y saludable, respetando los derechos de asociación y negociación colectiva de todas las personas de la organización.





NUUESTRO EQUIPO

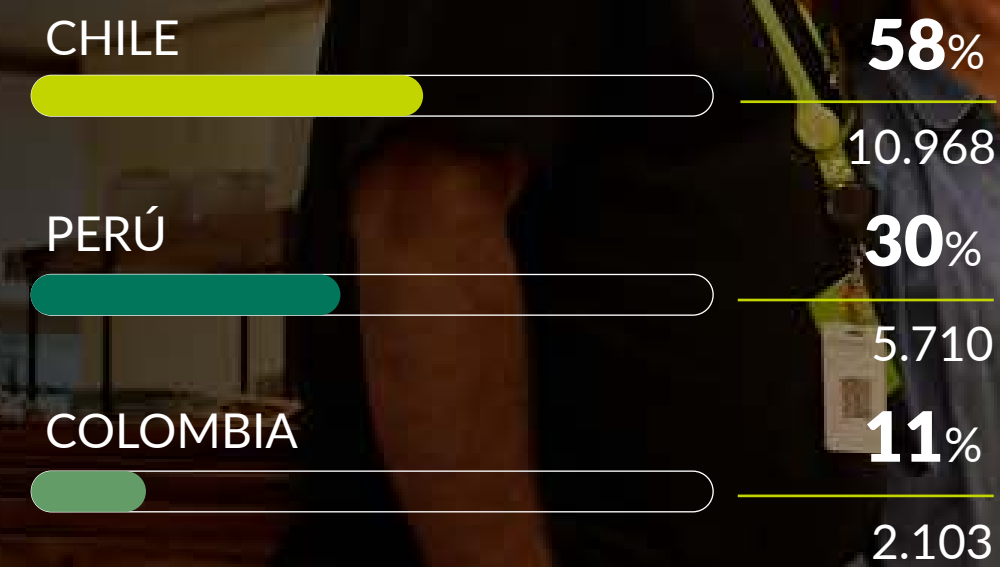
Nº DE EMPLEADOS
POR SEXO



18.781

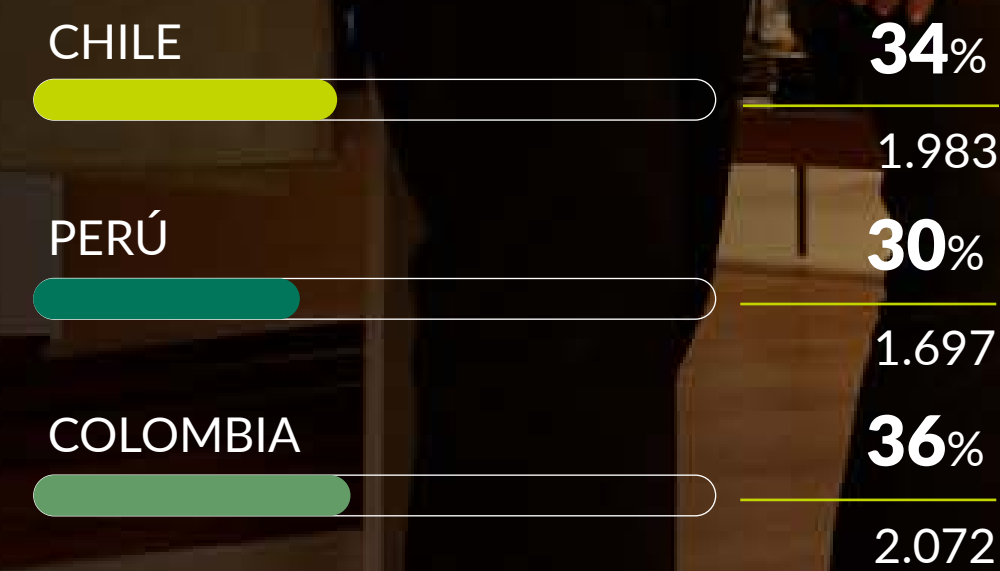
Total
FULL-TIME

Nº DE EMPLEADOS
POR REGIÓN



5.752

Total
PART-TIME





GESTIÓN DEL TALENTO

En Falabella trabajamos día a día para poner el mejor talento al servicio de nuestros clientes. Nuestro objetivo es formar equipos multidisciplinarios, creativos, motivados, capaces de innovar y aportar valor a Falabella. Para ello nos enfocamos en atraer el mejor talento, ofrecerles oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional, poner a su disposición una planilla de aprendizaje continuo mediante formación y capacitación y crear entornos de trabajo que nos permitan retenerlos, desarrollar todo su potencial y reforzar su compromiso.

Atracción de talento

En 2022 desarrollamos distintas acciones para seguir enriqueciendo nuestros equipos de personas mediante el desarrollo de nuevos talentos. Para ello, en Chile trabajamos en:

› **Banco de Talentos:** este programa nació en 2015 con el propósito de desarrollar e impulsar el perfil de nuestros líderes comerciales en tiendas. A través de un proceso de selección y formación focalizado

en las personas de mayor potencial, busca fortalecer las habilidades de atención al cliente, asegurando la transparencia y meritocracia. A la fecha, ha beneficiado a más de 300 colaboradores.

- › **Avanza:** es un programa de desarrollo profesional que busca identificar a potenciales talentos, entregándoles las herramientas necesarias para asumir el cargo de asesor de tienda. Durante la versión 2022, tuvimos a 131 postulantes de los cuales 122 aprobaron con éxito la malla de formación para poder ascender al cargo de vendedor.
- › **Pasantía:** es una iniciativa de atracción y fidelización de talento joven con potencial de crecimiento antes de su salida al mercado laboral.
- › **Programa Trainee:** a través de esta acción buscamos fortalecer y acelerar el talento de profesionales con cero a dos años de trayectoria laboral, centrándonos en experiencia digital, innovación y tecnología.





NÚMERO TOTAL Y TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES

19.918

EMPLEADOS CONTRATADOS EN 2022



MUJERES
6.892

70% — TC — 70%



HOMBRES
13.026

CHILE	COLOMBIA	PERÚ
11.753	1.385	6.780
74% — TC —	33% — TC —	82%

<30	[30-40]	>50
15.088	4.368	462
113% — TC —	35% — TC —	17%

NÚMERO TOTAL Y TASA DE ROTACIÓN

21.805

Nº DE EGRESOS EN 2022



MUJERES
7.527

73% — TC — 74%



HOMBRES
14.278

CHILE	COLOMBIA	PERÚ
13.536	1.418	6.851
83% — TC —	33% — TC —	76%

<30	[30-40]	>50
15.660	5.426	719
112% — TC —	42% — TC —	26%

TC — Tasa de contratación





Formación de nuestro talento

En Falabella buscamos potenciar la movilidad interna y apoyar a líderes para que acompañen los procesos de evolución de todos los colaboradores.

En **Chile** durante el 2022 desarrollamos diversos programas. Entre los más destacados podemos mencionar:

- › **Nuevos Líderes:** sabemos que nuestros talentos buscan herramientas y apoyo al momento de tomar mayores responsabilidades. Desde ahí surge el “Programa Nuevos Líderes”, el cual promueve acompañar y guiar a jefaturas de oficinas centrales en la adaptación a su nuevo rol, fortaleciendo conductas alineadas a la cultura constructiva.
- › **Coaching:** buscamos potenciar las habilidades y autoconocimiento de nuestros talentos internos para que alcancen su mejor versión.
- › **Ciclo de Liderazgo:** es una instancia para reconocer logros y permitirles estar al tanto sobre los objetivos estratégicos de la compañía a través de desayunos o ciclos de charlas de liderazgo.
- › **Mentoring:** impulsamos el desarrollo de carrera del talento femenino, con un acompañamiento personalizado que les permita potenciar sus fortalezas y disminuir brechas.
- › **CBC Life:** certificación dirigida para 13 mujeres gerentes de tienda, para que apoyen el desarrollo de su liderazgo e impacto desde las fortalezas, distinguiendo el valor agregado de ser mujer en el rol de su cargo actual.
- › **Diplomado Retail con la Universidad de Chile:** diplomado 100% customizado dirigido nuestros gerentes de tienda a nivel nacional.
- › **Sponsorship:** fomentamos el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, apoyándolos en programas de Máster y MBA, para que sigan agregando valor en áreas estratégicas del negocio.





También nos ocupamos de entregar capacitaciones en otras dimensiones a nuestros colaboradores. Tal es el caso de **Colombia**, donde existen iniciativas s como:

- › **Yo Soy Falabella:** programa de inclusión para personas con discapacidad auditiva, y de seguimiento, formación y desarrollo para personal con discapacidad cognitiva y física.
- › **Escuelas de Especialización:** mallas de aprendizaje dirigidas a todo el personal comercial en formato e-learning, en cuatro temas estratégicos de la compañía: experiencia en medios de pago, servicio al cliente, omnicanalidad y visual merchandising.
- › **Escuela de Habilidades Informáticas:** programa enfocado en desarrollar competencias que permitan la gestión de información usando Office 365.
- › **Universidad Digital - Ubits:** escuela formativa dirigida a toda la compañía, que desarrolla habilidades blandas y duras, a través de mallas de aprendizaje construidas por el equipo de Gestión Humana en conjunto con el personal comercial. Mediante esta plataforma se democratiza la educación profesional al tener alianzas con diferentes universidades internacionales.

- › **Degreed:** plataforma de masterclass dirigida al Top Management enfocada en formaciones de estrategia, cultura, liderazgo y tecnología.
- › **Planes de Desarrollo Individual:** planes de acción que buscan potenciar las fortalezas de los colaboradores e impulsar sus oportunidades de mejora.
- › **Laboratorio POS:** espacio equipado con ocho puntos de pago para que asesores, vendedores y cajeros aprendan la operación de estos por medio de la práctica.
- › **Somos Uno:** estrategia de formación que tiene por objetivo crear sinergias entre diferentes equipos de la compañía, a través del trabajo colaborativo. En su primera fase formó a 112 auxiliares logísticos en los procesos del Centro de Distribución.





Oportunidades de desarrollo

En Falabella promovemos la creación de ambientes laborales seguros y motivantes, donde las oportunidades y el desarrollo profesional sean una prioridad. Adaptamos nuestras respuestas a las necesidades locales y del negocio, ofreciendo el apoyo necesario a todos nuestros colaboradores.

En la línea de entregar facilidades para la empleabilidad continua, contamos con “Escuela Digital”, la cual busca acercarles la tecnología y la transformación digital, entregándoles herramientas que les permitan aprender, desarrollarse y posteriormente tener la oportunidad de reposicionarse en un rol digital dentro del grupo.

Actualmente contamos con tres líneas de carrera -Desarrollo BackEnd, Diseño UX/UI y Data Analytics- y llevamos cuatro generaciones de alumnos próximos a abrir la quinta generación en 2023.

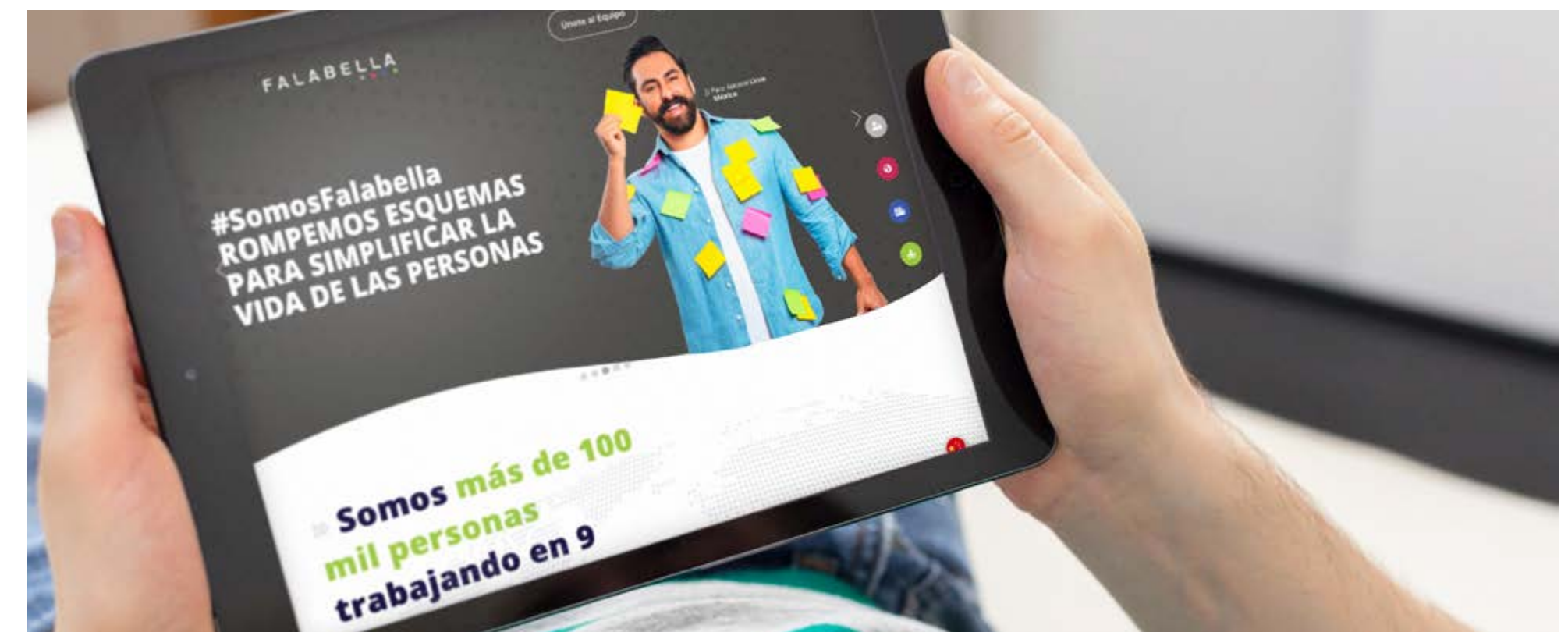


Portal Muévete

Lanzamos “Muévete”, el nuevo portal de empleo en el que los colaboradores y personas externas cuentan con la opción de conocer y aspirar a las oportunidades de movilidad interna en el grupo. Una herramienta unificada entre todos los negocios y países que hace más eficiente los procesos, tanto internos como externos de reclutamiento y selección.

A los reclutadores les permite contar con un proceso 100% estandarizado y digital,

reduciendo así los tiempos de selección mediante el uso de inteligencia artificial. Además, suministra analítica en tiempo real lo cual les brinda la posibilidad de tomar decisiones acertadas y centralizadas. Por su parte, a los líderes los ayuda a que puedan autogestionar sus requerimientos. Y a los candidatos -tanto colaboradores como personas externas a la compañía- a encontrar todas las ofertas de empleo de nuestros distintos negocios y países en un solo lugar.





La cultura es una palanca fundamental en nuestra estrategia. Por eso, a través de distintas acciones, buscamos potenciar prácticas constructivas, fomentar la autonomía en la toma de decisiones, desarrollar equipos efectivos y de alto desempeño, impactando finalmente en los resultados del negocio. Las principales prácticas fueron:

- › **Encuesta de Cultura y Pulse Check:** con nuestras herramientas de escuchas al colaborador medimos cómo están nuestros equipos, permitiendo así gestionar distintas iniciativas en pos de un mejor clima, compromiso y cultura en la organización. La “Encuesta de Cultura” se aplica dos veces al año y “Pulse Check” monitorea semanalmente los resultados, dando así continuidad a nuestro plan de medición de manera ágil y constante en el tiempo.
- › **Reconocimientos:** buscamos potenciar una “Cultura de Reconocimiento”, basada en la evaluación del colaborador según nuestros valores corporativos.
- › **Agenda de Liderazgo:** mediante esta iniciativa acompañamos la planificación de la estrategia de cada equipo junto con el fortalecimiento de relaciones de confianza.

- › **Cumbres Azules:** se trata de una experiencia de aprendizaje de dos meses en donde, a través de una plataforma, los participantes realizan cuatro módulos y tres sesiones virtuales guiadas por un coach experto. Esto con el objetivo de brindar herramientas a los líderes de Falabella para que adopten una práctica constructiva consciente.
- › **Evolvers:** es un grupo de líderes culturales y referentes para Falabella que son impulsores, promotores y ejemplos de buenas prácticas.
- › **Ruta Cliente:** iniciativa dirigida a líderes del Top y Middle Management de los diferentes negocios con la finalidad de que vivan la experiencia de los clientes y colaboradores en primera persona, participando de un día completo en dos tiendas y/o sucursales de distintas unidades de negocios.
- › **Trabajo del Futuro:** buscamos fomentar el uso de nuestras oficinas para que líderes y colaboradores de Falabella se conviertan en agentes de cambio hacia la cultura del negocio.





Además, todas las personas que son parte de nuestros equipos tienen al menos una vez al año una revisión de desempeño, con el fin de favorecer su desarrollo profesional, trazar planes de crecimiento y potenciar liderazgos.

Utilizamos una herramienta común de evaluación con la que medimos competencias, potencial y KPIs específicos. Las primeras se basan en los mismos principios y valores corporativos para los colaboradores de todos los negocios a nivel regional. Desde 2022 realizamos dos procesos: una evaluación ejecutiva, para el Top y Middle Management; y evaluaciones de desempeño 360°, 180°, 45° u otras, para los demás equipos de trabajo.



Libertad de asociación y negociación colectiva

En Falabella Retail respetamos la libertad de asociación. Contamos con más de 8.000 personas sindicalizadas en la región y tenemos una tasa de cobertura por convenios colectivos superior al 41% en todas las líneas de operación: tiendas, Centro de Distribución y call center.

Promovemos el diálogo y la transparencia en todas las relaciones que establecemos, reconociendo los derechos a ejercer la libertad de asociación, los derechos laborales y de negociación colectiva tanto de los sindicatos como de las personas sindicalizadas. En Falabella Retail cumplimos con la normativa laboral local y diseñamos procedimientos internos para llevar de forma óptima y colaborativa las gestiones sindicales. Contamos con áreas especializadas en relaciones laborales, además de un Modelo de Negociación Colectiva en el que participan de forma periódica distintos grupos en representación de la empresa.





Nuestros equipos son un valor fundamental para la sostenibilidad del negocio. Por ello ofrecemos a las personas que trabajan en la compañía una propuesta de beneficios que complementa su desarrollo profesional y personal.

Esta variedad de beneficios se adapta a las necesidades de cada país y su contexto, y se resumen en los siguiente:



TIEMPO

CHILE

- › Permiso de hospitalización, mudanza y postnatal extendido (5 días más que lo legal a hombres).
- › Días libres (Beneflex).
- › Política de flexibilidad (modalidad de jornadas, horario flexible, teletrabajo, etc.).

PERÚ

- › Modalidad de jornadas horario flexible.
- › Teletrabajo.
- › Viernes temprano.
- › Postnatal extendido (5 días más que lo legal a hombres).
- › Licencia por deceso familiar directo 3 días, no directo 2 días, matrimonio 2 días, inicio etapa escolar y mudanza 2 días.

COLOMBIA

- › Días libres.

BIENESTAR / ENTRETENCIÓN

CHILE

- › Salud: seguro de salud complementario, programa comunícate, vacunación, convenios para clínicas dentales, oftalmológico, y otros.
- › Entretención: Convenio cine, Kidzania, zoológico, gimnasios, celular, hoteles, apv, revisión técnica, funeraria.

PERÚ

- › Salud: seguro de vida, seguro médico, programa acompañándote, programa bienvenido bebe, acompañamiento por deceso de familiar.

COLOMBIA

- › Salud: Seguro de vida.
- › Deporte: actividades deportivas y comité de deporte.
- › Kit Escolar Hijos kínder a 7°.
- › Regalo niños menores de 12 años.



PRÉSTAMOS

CHILE

- › Prestamos empresas hasta 2 sueldos brutos anual.

PERÚ

- › Prestamos de salud, escolar, universitario y fallecimiento.

COLOMBIA

- › Vivienda.
- › Vacaciones.
- › Calamidad doméstica.
- › Estudios.
- › Arreglos locativos y/o movilidad.



ECONÓMICOS

CHILE

- › Gift Card vivienda.
- › Premio rendimiento académico.
- › Becas con sentido.
- › Tarjeta CMR institucional (descuentos cruzados).
- › Gift Card Día del Trabajador.
- › Aguinaldo navidad.
- › Gift Card uniforme.

PERÚ

- › Descuentos cruzados empresas del grupo.
- › Regalo navidad niños.
- › Estacionamiento.
- › Beneficios Banco Falabella.

COLOMBIA

- › Seguro de vida.
- › Licencia adicional por luto y auxilio funerario.
- › Empleado del mes.
- › Gift Card por maternidad.
- › Detalle navideño.
- › Descuento de manejo cuota CMR.



EDUCACIÓN

CHILE

- › Convenio con universidades.
- › Becas con sentido.
- › Premios rendimiento académico.
- › Convenio sala cuna.

PERÚ

- › Convenio universidades.

Trabajamos en la difusión de estos beneficios y nos preocupamos por su correcta implementación día a día.

[VER WEB CHILE ↗](#)

[VER WEB COLOMBIA ↗](#)



Entornos seguros y saludables

En Falabella trabajamos para preservar el bienestar de nuestros equipos. Contamos con sistemas de gestión integral de salud y seguridad en el trabajo que cubren a todos nuestros colaboradores y sus actividades, con foco en quienes realizan labores de forma física como operaciones, logística, ventas y mantenimiento.

En **Chile**, el sistema se rige por la Ley N°16.744 que establece normas sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. Nuestro mecanismo cuenta con un proceso para identificar, evaluar y minimizar riesgos laborales. Entre estos se encuentran el uso de matriz de riesgos y peligros de salud y seguridad ocupacional de cada operación, la investigación de accidentes, las inspecciones y observaciones de conducta, la identificación de procesos, el protocolo de notificación y atención de accidentes de trabajo, el uso de implementos de seguridad y capacitaciones.

Por ejemplo, las tiendas cubiertas por el sistema de gestión cuentan con una malla de formación, la cual establece las siguientes temáticas de capacitación mensual:

- › Plan de emergencia y evacuación - dirigido a todos los trabajadores.
- › Resolución de conflictos - guardias de seguridad y jefaturas.
- › Sugerencias en caso de asaltos o robos en la empresa - todos los trabajadores.
- › Orientación en prevención de riesgos - Comité Paritario.
- › Rescate en ascensores - Brigada de Emergencia, Mantenimiento, Prevención y Guardias.
- › Uso de red húmeda - todos los colaboradores.
- › Caídas al subir o bajar escaleras - todos los colaboradores.
- › Formación de brigadas de emergencia - brigadistas.
- › Instructivos técnicos de emergencias - todos los trabajadores.
- › Procedimientos de trabajo seguro y uso de elementos de protección personal- todos los trabajadores.
- › Golpes o caídas por poca visibilidad - todos los trabajadores.
- › Taller de identificación de peligros - todos los trabajadores.
- › Investigación de accidentes - Comité Paritario de Higiene y Seguridad.
- › Uso y manejo de extintores - todos los trabajadores.
- › Accidentes por falta de planificación del trabajo - todos los trabajadores.
- › Obligación de informar los riesgos laborales - todos los trabajadores.
- › Manipulación de herramientas cortantes y/o punzantes - todos los trabajadores.
- › Ley de la silla - todos los trabajadores.



A su vez, realizamos revisiones mensuales internas para monitorear indicadores relevantes de la gestión de riesgos en salud y seguridad ocupacional, evaluar su calidad y detectar oportunidades de mejora. Durante 2022, las situaciones más comunes por las que las personas de nuestros equipos se vieron expuestas a estos riesgos, fueron los trabajos con uso de escalas manuales, hechos delictivos realizados por terceras partes y actividades en proceso de descarga de camión. Por otro lado, para evitar riesgos de dolencias y enfermedades laborales implementamos protocolos específicos como: protocolo psicosocial, protocolo TMERT (trastornos musculoesqueléticos relacionados con el trabajo) y protocolo MMC (manejo manual de cargas); y otras medidas como capacitaciones específicas, ejercicios compensatorios, entre otros. [\(Para más información de accidentes, fatalidades y enfermedades revisar el Anexo aquí\).](#)

Además, contamos con diferentes beneficios para la salud de nuestros colaboradores, tales como seguros complementarios, convenios con clínicas dentales, atención psicológica, exámenes preventivos, otorgamiento de permisos, entre otros. Toda esta información está formalizada en nuestro manual de beneficios y es comunicada a los colaboradores al momento de ingresar a la compañía. Adicionalmente



realizamos campañas de difusión a través de canales digitales internos como WorkPlace y Portal F.

La seguridad de los clientes y empleados es también nuestra prioridad en **Colombia**. Contamos con un Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo encargado de la promoción y vigilancia de las normas en temas del área. Sus funciones principales son proponer y participar en actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo; colaborar en el análisis de las causas de los accidentes y enfermedades laborales, y proponer a la empresa las medidas correctivas a que haya lugar para evitar su ocurrencia. Además, a través del área de Prevención y Pérdidas y la de Mantenimiento realizamos inspecciones periódicas de todas nuestras instalaciones y equipos con el fin de validar que siempre se encuentren en excelente estado y que no representen un riesgo para la integridad de los clientes o colaboradores. De igual manera verificamos regularmente las conductas de parte de los trabajadores con el fin de que reciban la retroalimentación respectiva que permita prevenir cualquier accidente.

Realizamos también capacitaciones a nuestros colaboradores en temáticas como autocuidado en prevención de accidentes, capacitación en trabajo



en alturas, prácticas de brigadas de emergencias, pausas activas y saludables, protocolo en normas de bioseguridad, acoso laboral y resolución de conflictos. Esto con el fin de evitar peligros que puedan contribuir a provocar lesiones por accidente laboral y dolencias y enfermedades de los colaboradores. [\(Para más información de accidentes, fatalidades y enfermedades revisar el Anexo aquí\).](#)

Finalmente, todos los colaboradores por ley están afiliados a una entidad promotora de salud y a una administradora de riesgos laborales. Dependiendo de si es un tema de enfermedad común o laboral, se direccionan para que tengan acceso a los servicios asistenciales o económicos derivados de la atención. Falabella hace el seguimiento respectivo, genera campañas o atención y seguimiento personalizado de cada uno de los colaboradores, en un programa de rehabilitación laboral.

En **Perú** también ponemos gran foco a los entornos seguros y saludables. Contamos con un Comité de Salud y Seguridad que se reúne mensualmente y está representado en forma bipartita por representantes de los trabajadores y de los directivos de la empresa.

Se realizan capacitaciones con el fin de prevenir riesgos en temáticas como prevención de riesgos

en el puesto de trabajo, manipulación manual de cargas, posturas adecuadas de trabajo, lucha contra incendios, protocolos COVID-19, inducción en salud y seguridad en el trabajo, entre otros. Desarrollamos también auditorías internas de forma trimestral para detectar con anticipación los riesgos y desarrollar medidas preventivas para evitar la ocurrencia de accidentes. Adicionalmente, contamos con un servicio médico ocupacional de acuerdo con normativas del país y protocolos COVID-19 establecidos. Todo esto en respuesta a las situaciones más comunes por las que nuestros colaboradores se ven expuestos a riesgos (uso de escaleras portátiles, operación insegura de herramientas de corte, error en la operación de transporte de cargas, etc.). [\(Para más información de accidentes, fatalidades y enfermedades revisar el Anexo aquí\).](#)

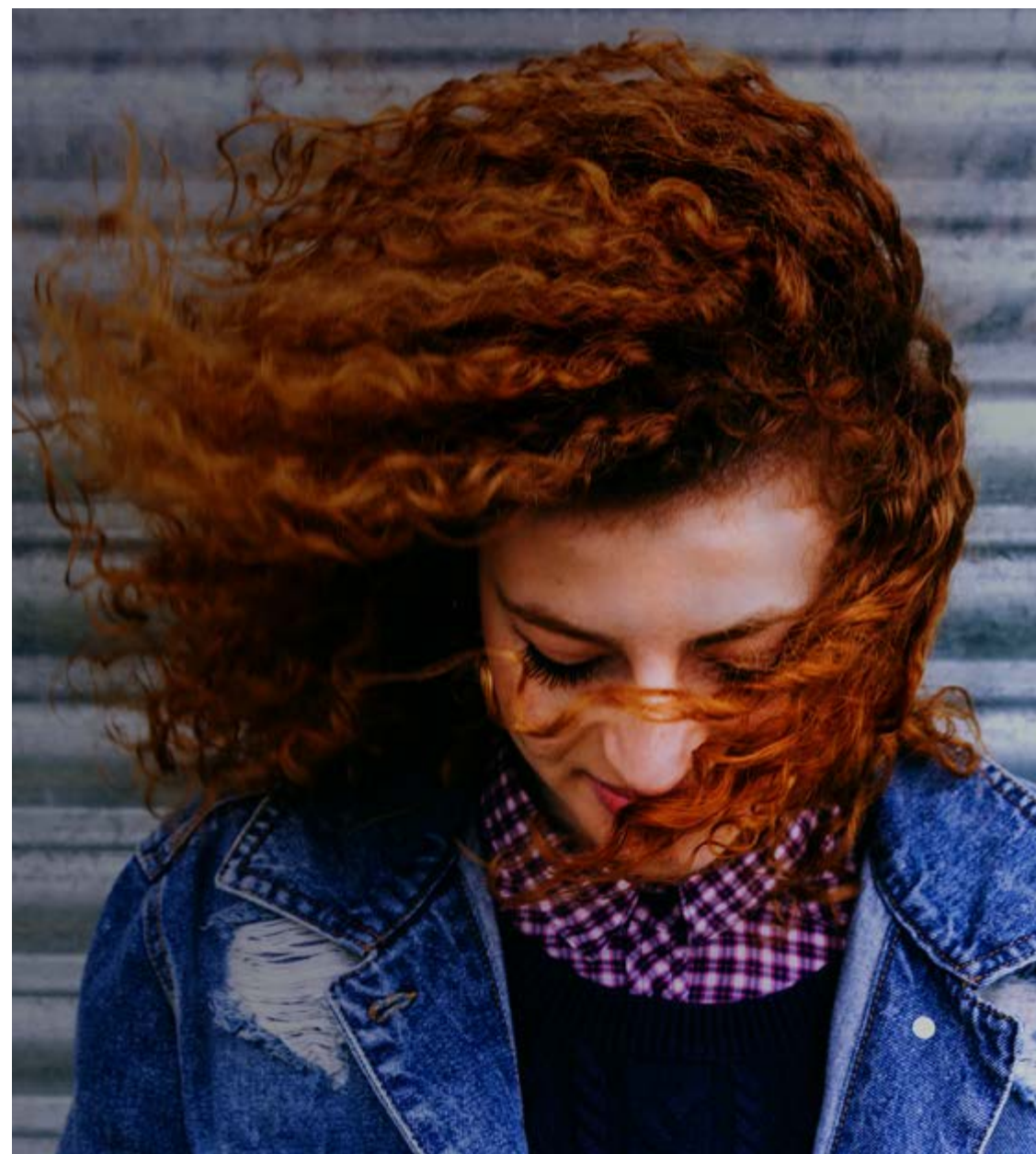
En los **tres países** nuestros colaboradores pueden notificar situaciones de peligro laboral a través del Canal de Integridad, mediante la participación en comités paritarios y la comunicación directa con sus jefaturas. Las personas que sientan en riesgo su integridad frente al trabajo pueden negarse a realizarlo hasta que existan las medidas de prevención óptimas, sin represalias.





DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

Somos un equipo diverso, único y que valora el respeto por las personas.



En Falabella la diversidad, la equidad y la inclusión, son valores estratégicos. Estos los promovemos en nuestros colaboradores, clientes, proveedores y en la sociedad en general.

Contamos con una serie de estándares, estructuras y procesos comunes, como:

- › **Política de Diversidad e Inclusión** desde la cual velamos por garantizar un ambiente de respeto y no discriminación, asegurando la participación plena de todas las personas en igualdad de condiciones sin importar su etnia, orientación sexual, género, capacidades, raza, entre otras. Sus principios generales son el respeto a la dignidad, la inclusión, la no discriminación arbitraria y la diversidad.
- › **Comité de Diversidad e Inclusión** desde donde gestionamos todas las iniciativas y acciones relacionadas a los grupos de inclusión definidos, especialmente en **cuatro de ellos: género, diversidad sexual, personas en situación de discapacidad y migrantes.**

% MUJERES

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
66,27%	59%	67,3%

% MIGRANTES

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
8,71%	0,13%	0,4%

% PERSONAS CON DISCAPACIDAD

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
1%	3,2%	1,3%

CANTIDAD DE PERSONAS que participan en comunidad LGBTI+ ALIAD@S

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
300	54	17

CANTIDAD DE NACIONALIDADES

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
24	7	11

% DE TRABAJADORES que se identifica con la COMUNIDAD LGBTI+

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
10%	8,2%	9%



Diversidad sexual

En todos nuestros países hemos desarrollado una serie de iniciativas que nos permiten seguir avanzando en materia de diversidad sexual:

- › **Protocolo para la transición de género:** donde garantizamos el acompañamiento en el proceso al colaborador y su equipo, entregando flexibilidad en su jornada de acuerdo con su progreso. Velamos también por el reconocimiento e identificación de acuerdo a su nombre social, asegurando su participación laboral en igualdad de condiciones.
- › **Comunidad LGBTI+ Y ALIAD@S:** red interna donde difundimos actividades y charlas de interés. En cada país contamos con embajadores de la comunidad.
- › **Programa de beneficios:** garantizamos igualdad de beneficios para todas las familias y sus hijos más allá de lo legal. A través de entidades especializadas brindamos asesoría psicológica de manera gratuita a nuestros trabajadores.
- › **Alianza con Pride Connection:** participamos de la red empresarial hace cinco años, primero como empresa observadora y luego como miembros activos. Adicionalmente, en Chile nos medimos por el Ranking Equidad CL.
- › **Participación en Marcha del Orgullo:** durante todo el año en cada uno de los países donde operamos, conmemoramos fechas especiales relacionadas a la comunidad, y en el mes de junio específicamente, difundimos efemérides y activaciones como lo fue la Marcha del Orgullo.
- › **Cursos y charlas:** contamos con programas de formación para difundir contenido relacionado a la diversidad.





En **Chile** fuimos reconocidos como uno de los mejores lugares para trabajar y atraer talento LGBTI+ por Pride Connection, Equidad CL y el Programa Global de Human Rights Campaign. Asimismo, incorporamos en nuestro programa de beneficios un seguro complementario de salud que considera financiamiento de acompañamiento psicológico, tratamiento hormonal y cirugía de reasignación de sexo.

En **Perú** el 90% de nuestros trabajadores fueron capacitados en diversidad sexual a través de cápsulas e-learning y renovamos por segundo año consecutivo la Declaración de Compromisos Pride Connection 2022. Esta tiene diez acuerdos para promover la inclusión de la comunidad LGBTI+ en el ámbito laboral. También, renovamos el Comité de Prevención del Hostigamiento Sexual y desarrollamos una campaña de comunicación interna para que los colaboradores reconozcan situaciones de acoso y hostigamiento. Por último, realizamos la campaña de marketing #LaBellezaEmpiezaPorTi, que apuntó a la autovaloración y a hacer visible la diversidad sexual en la equidad de género desde el enfoque interseccional.

En **Colombia** nos sumamos a Pride Connection y continuamos desarrollando charlas y talleres de sensibilización en diversidad como fue el caso de la charla interna "Falatalk", en la cual invitamos a Brigitte Baptiste, reconocida Bióloga colombiana y promotora de la D&I, quien habló sobre la diversidad desde la naturaleza y su impacto en la sociedad.



Personas con discapacidad

A nivel regional hemos trabajado coordinadamente en:

- › **Protocolo de inclusión laboral:** con el cual promovemos ofertas laborales inclusivas y una selección de acuerdo con criterios de accesibilidad. Lo anterior, acompañado de inducción y capacitación para los nuevos ingresos.
- › **Red de Accesibilidad en Workplace:** creada por Falabella S.A. para trabajadores y que tiene como objetivo difundir contenido y contribuir al desarrollo personal en el entorno laboral. En cada uno de los países tenemos un embajador que actúa en representación de la comunidad.
- › **Semana de la discapacidad:** en el mes de diciembre, a través de charlas y comunicados, conmemoramos el Día Internacional de Personas con Discapacidad.





Campaña corporativa Día Internacional del Síndrome de Down

Durante el mes de marzo y con motivo de la conmemoración del Día Internacional del Síndrome de Down, lanzamos nuestra colección social corporativa de calcetines dispares con nuestra marca propia, Sybilla, donde la utilidad fue donada a cada una de las organizaciones con las que trabajamos en los diferentes países. Asimismo, se hizo una campaña de comunicación interna con trabajadores y una externa con clientes para concientizar sobre la inclusión y diversidad.

CHILE

#PonteEnMiscalcetines

Corporación EduDown

PERÚ

#PonteEnMisMedias

ONG Colectivo Down Perú

COLOMBIA

#MediasArriba

Corporación Síndrome de Down



En **Chile** lanzamos la Encuesta Derribando Barreras, cuyo objetivo fue conocer la realidad de nuestros trabajadores para así seguir potenciando los talentos, entregando asesoría y acompañamiento en los procesos de acreditación y certificación de Personas con discapacidad. Asimismo, formamos a colaboradores como Gestores de Inclusión Laboral para promover que, desde las convocatorias, hasta los procesos de selección, formación y desarrollo de carrera se garantice la igualdad de oportunidades. Y robustecimos nuestros beneficios entregando cobertura gratuita en el plan del seguro catastrófico para personas del Programa de Inclusión Laboral.

En **Perú** desarrollamos la campaña comercial solidaria **#BufandasSolidarias**, cuyo objetivo fue sensibilizar a la comunidad sobre la inclusión de personas con discapacidad y recaudar fondos para la ONG Olimpiadas Especiales, a través de la venta de bufandas y cuellos Smart Trendy. En la misma línea, hicimos dos charlas para trabajadores. Ambas se realizaron de la mano de nuestros aliados: Colectivo Down Perú y Olimpiadas Especiales.

En **Colombia** establecimos alianzas con entidades especializadas como RECA, SENA y Best Buddies, para crear estrategias que les permitan a las personas con discapacidad auditiva desarrollar su

talento, recibir retroalimentación de los procesos, participar de talleres sensoemocionales y para poder entregarles herramientas que les otorguen oportunidades de crecimiento dentro de la organización.





Equidad de género

En **Chile, Perú y Colombia** contamos con una serie de políticas y ERG (grupo de recursos de empleados) que nos permiten avanzar de manera consistente en materia de género:

- › **Política de equidad de género en Chile y Perú:** buscamos equilibrar la participación de mujeres respecto a hombres en las diferentes áreas del negocio, una correcta igualdad salarial, gestión en la prevención de la violencia de género y promoción de una comunicación sin sesgos. En **Colombia** se proyecta ser aprobada y lanzada en 2023.
- › **Protocolo contra violencia de género:** el cual tiene como objetivo prevenir situaciones de violencia y brindar apoyo a presuntos trabajadores afectados.
- › **Semana de la no violencia:** en noviembre se hicieron charlas y encuentros virtuales para concientizar sobre este tema y se profundizó en elementos del protocolo con nuestra área legal y equipo de gestión de personas.



- › **Medición en Ranking PAR:** en Chile nos medimos desde el 2019 y en Perú desde el 2014, para conocer el estado de avance de nuestras políticas y procesos en pro de la equidad de género y diversidad.
- › **Comunidad Mujeres Conectadas en Workplace:** red empresarial de Falabella S.A. donde participan ejecutivas de todos los países para promover una cultura de liderazgo y de empoderamiento femenino.
- › **Campaña corporativa #JuntosPorLaEquidad:** en marzo conmemoramos el Mes de la Mujer con el objetivo de visibilizar aquellas historias de éxito de mujeres que están transformando a la sociedad desde su liderazgo y empoderamiento. Reconocimos a los seis promotores, de los tres países, que fueron nominados por sus compañeros de trabajo por ser personas que viven la equidad en los espacios laborales.
- › **Lanzamos las campañas de Marketing #ArribaMujeres** de empoderamiento y **#LaBellezaEmpiezaPorTi** de autovaloración personal para sensibilizar a la comunidad en general.



En **Chile** nos convertimos en la primera tienda por departamento en firmar un compromiso para implementar la **Norma chilena 3262** del Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género (SernamEG), que promueve la equidad de género.

En dicho documento nos propusimos avanzar durante 2023 en desarrollar una estrategia de implementación de la normativa, constituyendo un Comité de Género, un diagnóstico organizacional, la identificación de temas prioritarios, y el diseño de un plan de trabajo y ejecución con iniciativas de seguimiento y evaluación en el área. Lo anterior, con miras a optar a la certificación Sello Iguala-Conciliación.

Además, desde 2018 contamos con el programa **Mentoring** que busca impulsar el desarrollo profesional de las mujeres mediante un proceso de mentoría que les entrega herramientas para desenvolverse profesionalmente. Los mentores son referentes de la organización que se forman y acreditan a través de una certificación de WoomUp, del Boston College. Considerando las cinco versiones del programa hemos tenido un total de 104 mentores y 159 guiadas, y un 50% de las mujeres participantes se han movido internamente dentro de la empresa.



En **Perú** somos parte de la Comunidad PAR de Aequales para promover la equidad de género en las empresas y realizamos un taller de sesgos inconscientes dirigido por el equipo de gestión de personas. Lo anterior, con el objetivo de potenciar las capacidades en el manejo de talentos de manera inclusiva. Asimismo, se llevaron a cabo charlas para líderes de oficinas, tiendas y Centro de Distribución sobre “Estereotipos y Sesgos Inconscientes” y “Liderazgo Inclusivo”. En estas se abordaron temas relacionados a la no discriminación de las mujeres en el ambiente de trabajo.

En **Colombia** la red interna Mujeres Conectadas hizo charlas y talleres sobre empoderamiento femenino y el poder de la marca personal. Dictamos de manera constante los talleres #IamRemarkable, iniciativa de Google que impulsa el valor de la autopromoción, el reconocimiento de los triunfos individuales y el proceso de desarrollo para empoderar especialmente a las mujeres y a minorías, para que expresen sus logros en sus entornos laborales.

Además, a nivel regional buscamos promover la conciliación entre el trabajo y la familia con medidas que permitan a las personas vivir en **corresponsabilidad familiar**, con el objetivo de que puedan compatibilizar sus responsabilidades

laborales, personales, familiares y domésticas. En Falabella Retail establecimos un periodo de descanso superior a lo legalmente considerado para el postnatal en cada país. A su vez, contamos con un paquete de beneficios específicos con una asignación en dinero para celebrar nacimientos y adopciones, y pago o bono de sala cuna para quienes no hagan uso del beneficio presencial de la empresa.





Interculturalidad

En Chile somos parte de la Red de Empresas Interculturales de la Fundación Servicio Jesuita a Migrantes con quienes desarrollamos variadas iniciativas y estuvimos en los encuentros que realizaron. En 2022 participamos del Policy Brief con propuestas de políticas públicas para la inclusión de personas migrantes en los espacios laborales y fuimos reconocidos por nuestra gestión de inclusión y multiculturalidad.

Casos de discriminación

Nuestro Código de Integridad establece nuestro compromiso con la no discriminación arbitraria, la prohibición de cualquier tipo de acoso, el respeto a las personas y la promoción de la diversidad y la inclusión. Todas las personas que trabajan en Falabella Retail y nuestros socios comerciales cuentan con el Canal de Integridad para denunciar cualquier situación de discriminación. Cuando se acredita un caso, se aplican las sanciones que corresponden de acuerdo con la gravedad del hecho. Además, la Gerencia de Ética puede proponer planes de acción para ser implementados en determinada área o equipo donde se haya observado alguna conducta contraria a lo dispuesto en el Código

de Integridad. Durante 2022, en Falabella Retail registramos siete incidentes de discriminación, de los cuales cuatro resultaron probados y cerrados y se aplicaron las sanciones correspondientes de acuerdo con los procesos de gestión internos.





NUESTROS FOCOS PRIORITARIOS ASG

+VERDE

Cuidamos nuestro planeta promoviendo marcas conscientes, operaciones sustentables y la economía circular.

A través de nuestro pilar +Verde, agrupamos todas las iniciativas medioambientales para darles mayor visibilidad y relevancia de cara a nuestros clientes y comunidad.





MARCAS CONSCIENTES

Bajo nuestro pilar de Marcas Conscientes definimos reglas de negocio claras para ciertas categorías de productos, que establecen estándares mínimos para destacar un atributo sustentable el cual debe estar respaldado por una certificación que cuente con un estándar transparente y creíble.

En 2022 desarrollamos la regla de negocio para la categoría de juguetería, que nos permitió tener una noción exhaustiva de su cadena de valor, sumándose a las categorías de vestuario, calzado y menaje.

En 2022 la oferta +Verde en las categorías de vestuario de marcas propias y licencias correspondió al 29% del total de la compra en estas categorías, superando nuestra meta del 15%. Por otro lado, el 24% de las unidades vendidas de marcas propias e importadas, en las categorías con reglas de negocio, poseen atributos sustentables.





Conoce las reglas de negocio para cada categoría



LOS PRODUCTOS EN ESTA CATEGORÍA DEBEN CUMPLIR CON DOS CRITERIOS PARA SER PARTE DE LA **COLECCIÓN +VERDE**:

A

Contener al menos un 50% de un material que provenga de una fuente más sustentable, excepto en el caso de calzado donde aplica un 30% (entre la suela y la capellada) y en los productos denim donde puede contener al menos un 25% de materialidad sustentable (para conservar las capacidades técnicas del producto).

B

Debe contar con un certificado entregado por una institución externa que acredite el atributo sustentable. A continuación, podemos encontrar las certificaciones y los tipos de materia prima con las que trabajamos en vestuario y calzado:

B.1

B.2

B.3

B.4

Materias primas provenientes de cultivos orgánicos: Son fibras que provienen de cultivos que NO usan pesticidas sintéticos, herbicidas u organismos genéticamente modificados. Por el contrario, estos implementan prácticas de producción más sustentables llamadas “agricultura orgánica” que promueve la salud de ecosistemas, suelos y personas.

Podemos encontrar productos con fibras de **algodón orgánico y lino más sustentable** respaldados por las siguientes certificaciones:

- ORGANIC 100 CONTENT STANDARD
- ORGANIC BLENDED CONTENT STANDARD
- GLOBAL ORGANIC TEXTIL STANDARD
- EUROPEAN FLAX STANDARD

Materias primas provenientes de materiales reciclados: Son fibras fabricadas a partir de materiales reciclados como botellas plásticas, tela de algodón, redes de pesca, entre otros residuos. De esta manera evitamos que toneladas de desechos lleguen a rellenos sanitarios y reducimos el consumo de agua y energía que se requiere para fabricar materias primas vírgenes (o de primer ciclo).

Podemos encontrar productos fabricados con **poliéster, nylon, algodón, cuero y otros materiales reciclados**, con el respaldo de estas certificaciones:

- GLOBAL RECYCLED STANDARD
- REPREEVE
- RECYCLED 100 CLAIM STANDARD

Otras fibras certificadas: Son fibras viscosas de origen vegetal fabricadas con la celulosa de madera u otras especies, las cuales provienen de bosques manejados de manera más responsable, evitando tala ilegal y deforestación de bosques naturales. Podemos encontrar productos fabricados con **viscosa sostenible**, con el respaldo de estas certificaciones:

- TENCEL
- LENZING
- ECOVERO
- FOREST STEWARDSHIP COUNCIL (FSC)

Materias primas de origen animal: Son materias primas que se obtienen de animales garantizando el respeto de las Cinco Libertades del Bienestar Animal⁴. Algunas certificaciones además de abordar el bienestar animal también implementan métodos para proteger la salud del suelo, la biodiversidad y las especies nativas. Podemos encontrar productos fabricados con **lana, plumas y cuero de gestión responsable**, con el respaldo de estas certificaciones:

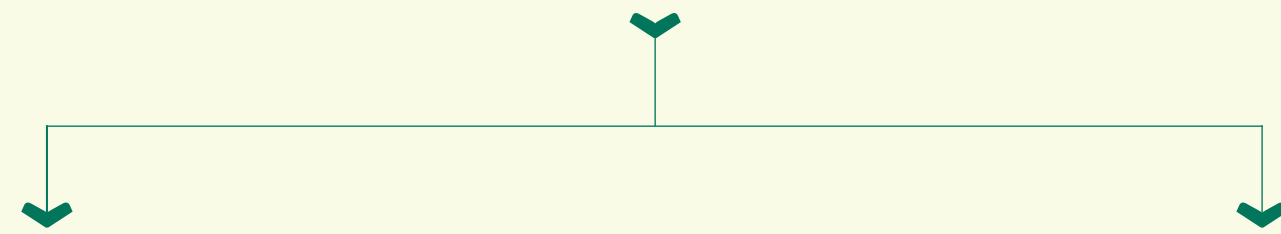
- RESPONSIBLE WOOL STANDARD
- RESPONSIBLE DOWN STANDARD
- REGENERATIVO ORGANIC CERTIFIED
- OEKO-TEX LEATHER STANDARD
- LEATHER WORKING GROUP
- ZQ NATURAL FIBRE

4. Las 5 libertades del bienestar animal son: libre de sed, hambre y desnutrición; libre de incomodidades físicas o térmicas; libre de dolor, lesiones o enfermedades; libre de expresar pautas propias de comportamiento; libre de miedos y angustias.



PARA INGRESAR A LA **COLECCIÓN +VERDE**, LOS PRODUCTOS DE MENAJE DEBEN CONTENER MÁS DEL 50% DE SU PESO TOTAL CON MATERIA PRIMAS MÁS SUSTENTABLES Y CERTIFICADAS.

Conoce las certificaciones permitidas, según el tipo de materiales:



METALES, VIDRIOS, PLÁSTICOS Y CERÁMICAS RECICLADAS

GLOBAL RECYCLED STANDARD

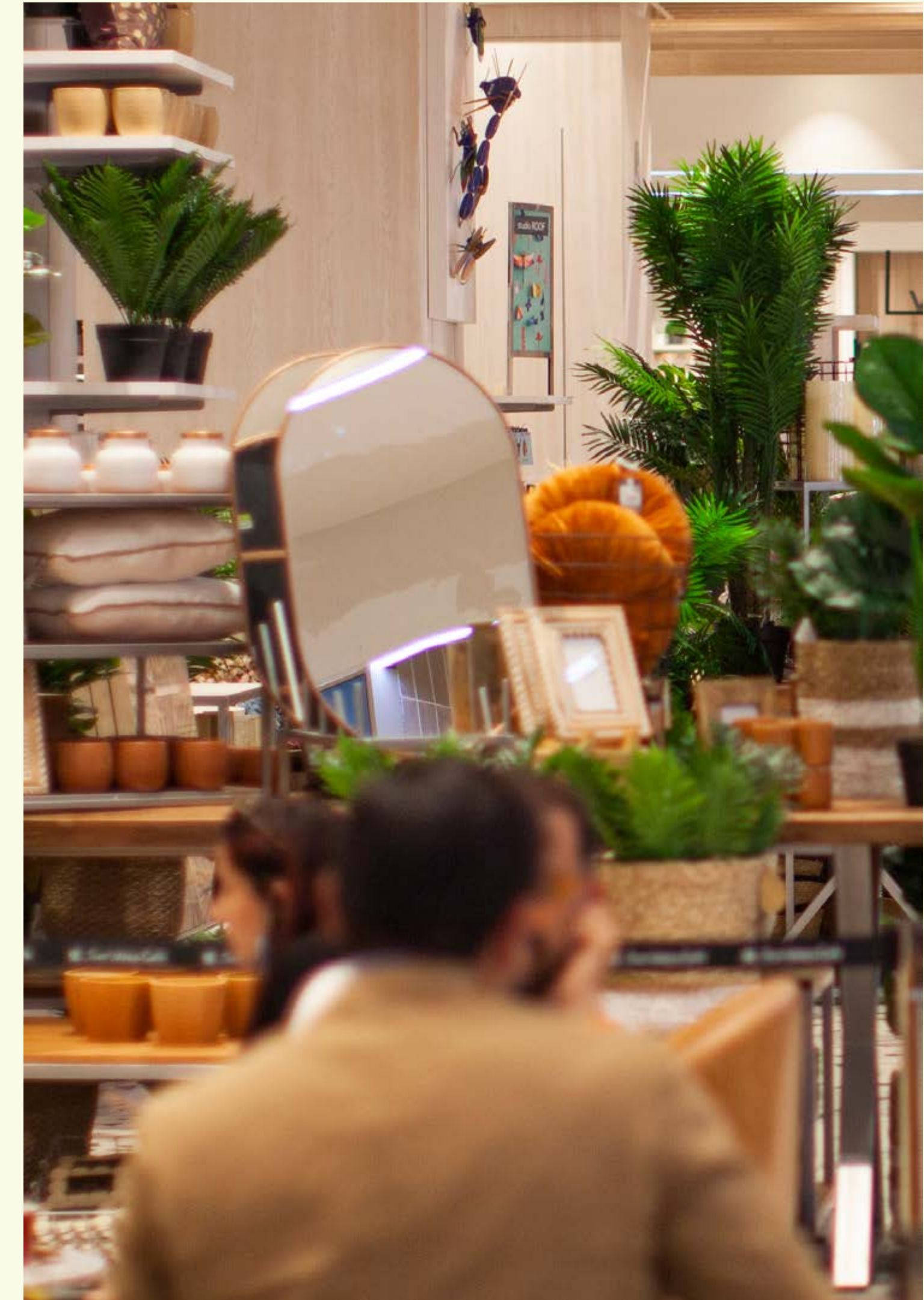
REPREVE

RECYCLED 100 CLAIM STANDARD



MADERA PROVENIENTE DE BOSQUES GESTIONADOS DE FORMA SOSTENIBLE

FOREST STEWARDSHIP COUNCIL (FSC)





Conoce sobre nuestra metodología

Las reglas +Verde para los productos de las categorías Calzado, Menaje (cocina y comedor) y Juguetería se fijaron de acuerdo con investigaciones de factibilidad técnica, económica y tendencias a nivel mundial realizada por Falabella Retail con apoyo de la Consultora Edge Latam.

Se establecieron porcentajes y requerimientos de cumplimiento de productos para ingresar a las categorías en base a los puntos críticos ambientales identificados a partir de un levantamiento y análisis de estudio bibliográfico, tendencias del mercado y exigencias de certificaciones creíbles y reconocidas internacionalmente.

La metodología corresponde a un análisis cualitativo que busca fijar los puntos críticos ambientales relevantes del producto, reforzado con el levantamiento de tendencias del mercado y las exigencias de las certificaciones internacionales con las que trabajamos.

Lineamientos propios de Falabella Retail

Las reglas +Verde para la Categoría de Vestuario fueron desarrolladas por Falabella Retail en base a información de un análisis general de características ambientales y sociales proporcionada por la Consultora Edge Latam que permitieron orientar la fijación de requerimientos de la categoría.

Además, para ayudar a los clientes a encontrar las marcas que están certificadas como libres de pruebas en animales a nivel mundial, durante 2022 validamos los documentos que garantizan que tanto los ingredientes de sus fórmulas como sus productos finales están exentos de dichos testeos, y que lo anterior aplica para todos los productos de las marcas. Estos productos se encuentran en Falabella.com con una etiqueta negra que indica el atributo de “Cruelty free” validado por una de las siguientes certificaciones:

ACENE

TE PROTEJO

LEAPING BUNNY



Por otro lado, como parte de la alianza colaborativa con FSC Chile, validamos los productos de mueblería que cuentan con la certificación FSC de cadena de custodia, permitiendo verificar que la madera del producto proviene de bosques con manejo forestal responsable, esto es, ambientalmente apropiado, socialmente beneficioso y económicamente viable.

Las certificaciones, nos permiten garantizar la trazabilidad de las cualidades ambientales en los productos de la colección +Verde. Para eso contamos con un Manual de Evaluación de Certificaciones Ambientales, que nos permite medir la credibilidad y relevancia de las acreditaciones. Durante la compra,

solicitamos una serie de documentos para respaldar el cumplimiento de los atributos sustentables en nuestros productos. Entre ellos, exigimos el Certificado de Alcance que acredita a qué etapa de la cadena de custodia pertenece el proveedor de la materia prima y el Certificado de Transacción que indica la adquisición de la materia prima, el volumen y en qué modelos de productos se utilizará.

El +Verde es un proyecto de largo plazo que está en proceso de mejora continua. Y tenemos el objetivo de cada dos años revisar y ajustar las reglas de negocio a las exigencias y cambios de la industria.



Conoce las marcas conscientes

Durante el 2022, todas nuestras marcas propias de vestuario se comprometieron con el diseño de productos con atributos sustentables.

Top 5 marcas que
invertieron más de
40%
EN VESTUARIO
+VERDE



Sensibilización

Para orientar a los clientes sobre las reglas de negocio, las materialidades y las certificaciones de los productos de la colección +Verde, en 2022 implementamos distintas iniciativas puntuales y permanentes.



PLAY



Campaña Denim +Verde: a través de distintas cápsulas logramos hacer un acercamiento a cómo es el proceso de fabricación en la jeanería y las opciones que hay para reutilizar jeans.



PLAY





Mundo +Verde en Falabella.com: Consolidamos en Falabella.com el ecosistema de productos y proyectos de la estrategia total +Verde

- › **Colección +Verde:** reúne todos los productos de Falabella Retail con la etiqueta +Verde.
- › **Economía circular:** reúne los proyectos y servicios de economía circular que ponemos a disposición de nuestros clientes para sumarnos juntos a la moda circular.
- › **Reglas de negocio:** entrega el detalle de las reglas de negocio según categoría.

[VER WEB](#) ↗



Cuidados deco +Verde: diseñamos una guía para el cuidado correspondiente de los productos de decoración según su tipo de materialidad. Esto con el fin de alargar la vida útil de estos productos.

[VER WEB](#) ↗



ECONOMÍA CIRCULAR

En este pilar reunimos nuestros proyectos y acciones que buscan promover e impulsar la gestión de los residuos del negocio y de los clientes, con el fin de reinsertarlos al ciclo económico para alargar su vida de la mejor forma.

En 2022 lanzamos nuestro proyecto “Dale Una Segunda Vida a Tu Ropa”, en el cual ponemos a disposición de nuestros clientes servicios de moda circular donde pueden reutilizar o reciclar su ropa. Además, este año logramos aumentar veinte veces el número de productos reciclados, gracias al servicio de retiro y reciclaje que se contrata cada vez que se compra un producto incluido en el programa.



Reciclaje textil: “Dale una Segunda Vida a Tu Ropa”

Durante 2022 lanzamos el proyecto “**Dale Una Segunda Vida a Tu Ropa**” en Chile, Perú y Colombia, cuyo objetivo es que los clientes puedan extender la vida de sus prendas que ya no usan, a través de tres opciones: renovar, donar y reutilizar las prendas en desuso.

En **Chile**, este servicio está disponible en 13 tiendas de seis regiones: Metropolitana, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, La Araucanía y Biobío.

- › Para la renovación del vestuario, el primer servicio disponible es Taller F, donde el cliente puede personalizar, customizar y renovar su ropa con distintas técnicas como estampado, bordado, impresión en láser o aplicación de tachas, con la ayuda de una asesoría para trabajar en cada una de las prendas y darles un nuevo estilo.
- › Para la donación, nuestras tiendas tienen disponibles contenedores de reciclaje de textiles donde los clientes pueden depositar la ropa que ya no usan. Las prendas que se encuentran en buen estado son seleccionadas para ser entregadas a la Fundación Soy Más, cuya misión es promover una formación integral de madres adolescentes de

modo que logren llevar a cabo sus proyectos de vida de forma autónoma y comprometida. En el 2022 logramos entregar el 35% del total del textil depositado en los contenedores a esta fundación.

La ropa que está en mal estado se recicla. Este trabajo lo realizamos junto a Rembre, empresa B gestora de residuos con capacidad tecnológica instalada para el reciclaje textil, que certifica la trazabilidad y destino final de los productos. Con este partner estratégico llevamos a cabo todo el proceso de gestión de residuos a través del retiro, selección y conversión para reciclar el textil en eco-relleno o fibra aislante para la construcción. En 2022 el 65% del total recibido en los contenedores pudo ser reciclado.

En **Perú**, el proyecto se enfocó en prendas DENIM y se desarrolló en alianza con dos emprendimientos sociales: Las Traperas, quienes se encargan de la recirculación de prendas de segunda mano en su plataforma de venta, y Mujeres de mi Barrio, quienes se encargan de las categorías de upcycling y merma que se destina como eco-relleno. Con estas asociaciones se recuperaron 1,3 toneladas de

textiles. También, se realizaron donaciones de prendas (muestras) al Banco de Ropa de la ONG Remar, logrando entregar 2,9 toneladas durante 2022.

En **Colombia** también se ha impulsado el uso de buzones para la ropa en cada una de las tiendas para que los clientes tengan la posibilidad de entregar las prendas que no utilizan. Estas son gestionadas mediante Minuto de Dios, entidad que hace una correcta disposición de los textiles por medio de bancos de ropa para población vulnerable o convirtiéndola en materia prima de productos industriales, entregando este año 3,3 toneladas. Asimismo, contamos con Taller F que funciona personalizando prendas de clientes como alternativa para dar una segunda vida a su ropa.



TALLER F

Renovación del vestuario



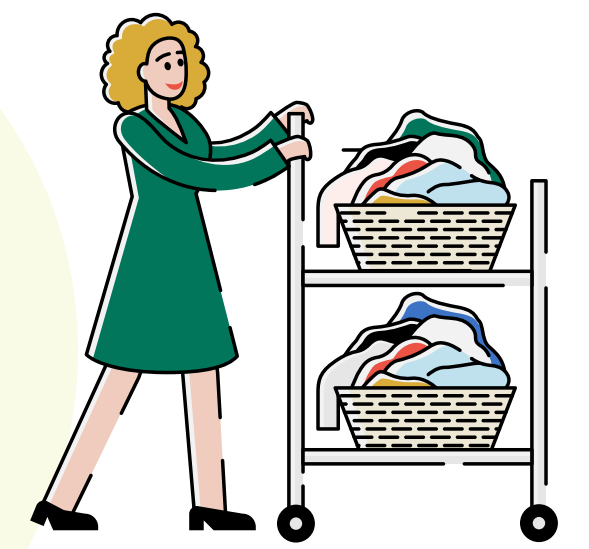
FUNDACIÓN

Prendas donadas y entregadas a "Fundación Soymás" en Chile, "Las Traperas" en Perú y "Minuto de Dios" en Colombia para su uso



RECICLAJE TEXTIL

Conversión a eco-relleno o fibra aislante





AMERICANINO

Durante el 2022 en Chile recolectamos 926 kilos de jeans de nuestros clientes, un 30% más que en 2021, a través de los contenedores ubicados en las tiendas propias (Stand Alone) donde se encuentra el servicio de forma gratuita. Los jeans en mal estado son reciclados por Rembre y el resto son reutilizados en nuevas prendas, a través de la icónica colección Upcycling de Americanino.

La colección Upcycling logró reutilizar 1.175 kilos de jeans, a partir de los residuos textiles de pre-consumo de nuestras fábricas y de post-consumo proveniente de los contenedores mencionados. En 2022 se basó en bolsos, tops, corset, pecheras, pantalones, entre otros.





Gestión de muestras

Seguimos construyendo alianzas con organizaciones sin fines de lucro con un doble propósito: contribuir con su misión y trabajar en pos de la reinserción de productos en el ciclo económico. En Chile, son dos nuestras principales alianzas:

- › **Banco de Ropa:** en 2022 continuamos aportando a la misión de Banco de ropa, quienes donan vestuario 100% nuevo a personas de escasos recursos, haciendo una entrega personalizada con prendas de acuerdo con la talla y edad.
- › **Corpaliv:** en agosto de 2022 firmamos una nueva alianza con Corpaliv donde los productos permiten financiar horas de profesionales para el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes en situación de discapacidad múltiple con los que trabajan.

668

HORAS DE TERAPIA FINANCIADA EN 5 MESES DE COLABORACIÓN



+10

TONELADAS DE VESTUARIO DONADO

17.880

PERSONAS BENEFICIADAS



Servicios de retiro y reciclaje a clientes

Desde 2021 en Falaella Retail Chile contamos con servicios de reciclaje destinados a clientes en la Región Metropolitana, quienes pueden reciclar sus productos usados cuando compran uno nuevo.

Durante 2022, logramos aumentar casi veinte veces el número de productos reciclados, versus el 2021, llegando a reciclar 34.300 de la mano de Rembre y Midas. Entre los principales artículos están cocinas, lavadoras, monitores CRT, muebles, refrigeradores y televisores. Estos servicios están disponibles también para bicicletas, máquinas de ejercicios, camas y colchones.

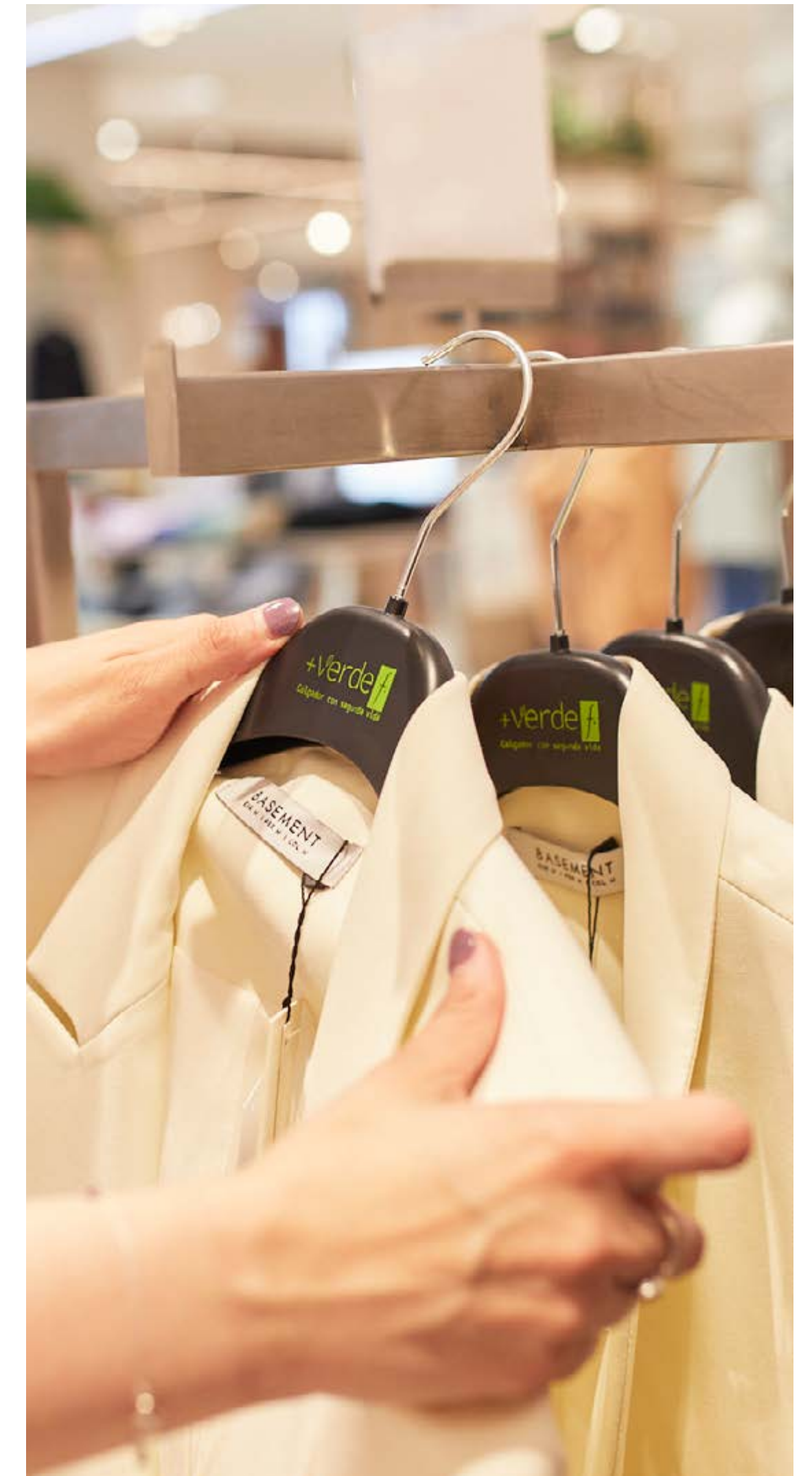
En **Colombia**, se cuenta con un programa de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, para lo que se dispone de contenedores en todas las tiendas a nivel nacional para que los clientes entreguen los artículos en desuso para ser aprovechados correctamente en un 100% a través de gestores autorizados y así evitar el envío a relleno sanitario.

Gestión de ganchos y sensores de seguridad

Durante 2022, en el proyecto de reutilización de **ganchos de ropa** en Chile, Perú y Colombia se recuperaron un total de 461,7 toneladas.

En **Chile**, extendimos a regiones el proyecto que inicialmente desarrollamos en la Región Metropolitana, alcanzando 38 tiendas con un 80% de cobertura, logrando recuperar un total de 251,2 toneladas de ganchos. Un 30% fueron reutilizados en nuestros talleres de confección nacional para reinsertarlos en nuestras tiendas, y un 70% transformados en materia prima para nuevos colgadores u otros productos.

En **Colombia**, el proceso de los ganchos se trabaja en dos vías: en la reutilización de los colgadores que salen de tiendas y se envían al Centro de Distribución para retornar con nuevas prendas a las tiendas; y cuando ya se cuenta con la cantidad de ganchos suficientes, se entregan para aprovechamiento con diferentes proveedores que los recolectan y entregan a transformadores de plásticos para ser convertidos en otros productos. En 2022 el reciclaje de ganchos fue de 117 toneladas.





484,8

Toneladas recuperadas de
SENSORES DE ROPA

CHILE	COLOMBIA	PERÚ
357	52,8	75

En **Perú** el total de colgadores recuperados fue de 93,5 toneladas retirados de todas las tiendas y el 100% fueron destinados a reciclaje para transformación en materia prima para otros productos o procesos.

En el caso de los **sensores de seguridad**, considerando que son un gran excedente de nuestra operación, los gestionamos para poder reutilizarlos.

En **Chile**, durante 2022 se recuperaron más de 42 millones de unidades de sensores, los que se incorporaron a un flujo de circularidad en alianza con nuestros fabricantes/distribuidores de ropa para reutilizarlos en nuevas prendas.

En **Colombia**, durante 2022 se recuperaron 4,8 millones de sensores que se entregaron a proveedores para su reutilización.

Cultura circular +Verde

El incorporar mejores prácticas medioambientales permite hacer una transición hacia modelos de economía circular donde los recursos mantengan su valor el mayor tiempo posible, no se generen contaminantes ni polución del medioambiente, y se regeneren los sistemas naturales.

Con este objetivo hemos desarrollado “Cultura Circular”, que en Chile se trabaja a través de guías de buenas prácticas por medio de tres manuales de uso interno:

- › **Manual de buenas prácticas para la comercialización de aparatos eléctricos y electrónicos:** donde se informa al momento de adquirir nuevos productos, sobre los aspectos técnicos y normativos y atributos definidos: durabilidad, reparabilidad, mantenimiento, reusabilidad, reciclabilidad, y eficiencia energética. Esto con el fin de identificar los artículos con estándares ambientales positivos que agregan un valor en la materia que asegure un compromiso con el medioambiente, así como entregar a nuestros clientes los productos de mayor calidad ambiental.

- › **Manual de Certificaciones línea blanca:** indica las certificaciones ambientales para línea blanca y electrodomésticos para el hogar con mayor compromiso en la materia. Es una herramienta técnica que busca dar a conocer las certificaciones que mayormente impactan sobre nuestros productos apoyando y guiando así la toma de decisiones. Se analizaron las certificaciones con criterios internacionales basados en el estándar Iseal Alliance.

- › **Manual de evaluación certificaciones ambientales:** las certificaciones ambientales son la herramienta que permite asegurar que determinados productos o procesos se realizan de manera respetuosa con el medioambiente. El manual se ha desarrollado para considerar las certificaciones relevantes para el retail y facilitar la toma de decisiones, indicando las acreditaciones ambientales que impactan mayormente sobre nuestros productos.

En **Colombia**, participamos en nueve actividades ambientales que permitieron permear en los colaboradores a través de capacitaciones sobre gestión de residuos, la realización de la Semana Ambiental en el trabajo y en la casa, siembras y limpieza de playa, entre otras.

En **Perú** participamos de actividades ambientales que permitieron a los trabajadores sensibilizarse sobre el cuidado del medioambiente: se realizó un sembrado de 97 árboles a cargo de 60 voluntarios de la mano con la ONG Entre Árboles y la Municipalidad de Chorrillos.



APL Textil

En 2022 se aprobó y formalizó por el Consejo Directivo de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, el Acuerdo de Producción Limpia para Textiles (APL Textil) en Chile, donde como Falabella Retail, hemos sido impulsores de la iniciativa con el objetivo de:

“Elaborar un acuerdo público-privado que impulse una industria textil más sustentable a nivel local y apoye la incorporación de este futuro producto prioritario a Ley REP e implementar una estrategia de producción limpia en el sector textil, a través de dicha elaboración del plan de gestión y pilotaje de la Ley REP, con el propósito de contribuir a la Economía Circular y a la sustentabilidad de la industria del país”.

El APL tiene por objetivo trabajar en las principales barreras que existen actualmente para poder avanzar en la implementación temprana de un esquema REP (Responsabilidad Extendida del Productor) para el sector textil. Se abordan brechas de información, de infraestructura, de gobernanza, de articulación y colaboración, de modelos comerciales y de los aspectos normativos vigentes. Cuenta con la participación de empresas, gestores de residuos, plantas de valorización, instituciones públicas y

actores de la sociedad civil, para poder generar una visión común y un plan de trabajo colectivo donde se asignan responsabilidades en base a metas y acciones.

Dentro de nuestro plan de trabajo analizamos la información interna sobre la cantidad y cualidad de los productos textiles que forman parte de nuestra oferta de productos y que son afectos a la REP con el objetivo de cuantificar y dimensionar el flujo de ropa que se importa, comercializa y se transforma en residuos post-consumo. Esto permitirá determinar el tamaño del desafío y las acciones futuras que permitan optimizar el cumplimiento de la normativa y también el potencial de oportunidades para innovar en el desarrollo de modelos de negocios circulares alineados con la Estrategia de Sustentabilidad.

Actualmente nos encontramos en la primera etapa de este proceso, donde se está realizando un diagnóstico sectorial con las principales empresas y actores relevantes de la cadena de valor de la industria textil, y se espera que durante el 2023 se realice la ejecución del APL donde existirán metas y acciones concretas que las empresas trabajarán en conjunto con el resto de los actores relevantes del ecosistema REP.





OPERACIONES SUSTENTABLES

Nuestro compromiso se hace efectivo y real a partir de los principios de nuestra Política de Medio Ambiente, marco a través del cual diseñamos y desarrollamos distintas estrategias, acciones y controles con las que llevamos a cabo nuestra hoja de ruta y su cumplimiento.

La eficiencia en nuestros procesos es prioridad, por lo que contamos con un Sistema de Gestión que se basa en los estándares de la ISO 14.001 promoviendo la implementación de controles ambientales desde diferentes ángulos del negocio, para responder a los desafíos de nuestro compromiso con el medioambiente y las necesidades de los clientes.

También contamos con una matriz de riesgo, basada en las exigencias normativas. Nuestra actividad se desarrolla principalmente a nivel logístico en tiendas, avanzando en nuestro enfoque precautorio que nos permite evitar y reducir impactos ambientales.

Aplicando diversas medidas para el cumplimiento de objetivos y el cuidado del planeta materializamos nuestros principios estratégicos en:

- › Emisiones de Gases de Efecto Invernadero.
- › Consumo Energético.
- › Instalaciones Sustentables.
- › Circularidad en la operación.



Emisiones GEI

Nos comprometimos a nivel regional a ser Cero Neto al 2035 en alcance 1 y 2, para lo cual estamos desarrollando una hoja de ruta que cuantifica la Huella de Carbono desde 2016. Ampliamos así al 100% las categorías que aplican al retail, generando una línea base regional que nos permite aportar a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a la meta del Acuerdo Climático de París para limitar el calentamiento global.

La responsabilidad de nuestros impactos en Huella de Carbono es a través de todo el ciclo de vida del producto considerando en cada etapa las emisiones GEI. Además, analizamos y evaluamos todos nuestros impactos para su reducción, midiendo el 100% de los establecimientos (tiendas y centros de distribución) para Chile, Perú y Colombia en los alcances 1, 2 y 3 desde el 2020.

A través de nuestra estrategia de descarbonización, trabajamos para entregar una experiencia sostenible a los clientes de hoy, cuidando la experiencia de los clientes futuros.



Nuestro Enfoque en Descarbonización

2016



Comenzamos a medir nuestras emisiones, sumando tiendas cada año

2021



Comenzamos a reducir emisiones en alcance 3 por transporte con camiones eléctricos



2035



CERO NETO EN ALCANCE 1 Y 2



› Destacamos la obtención de los sellos otorgados por el Ministerio del Medio Ambiente el año 2021.



› De cuantificación: Reporte y verificación de las emisiones GEI directas e indirectas de la operación del negocio en alcance 1,2 y 3 con la guía GHG Protocol.



› De reducción: Se contribuye a la disminución de GEI de cara al alcance 2.

En 2022 en **Colombia** continuamos por cuarto año consecutivo con la certificación carbono neutro otorgada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec) para nuestras operaciones corporativas (emisiones directas e indirectas por consumo de energía), por medio de la cual desde el 2019 hemos compensado más de 20.000 ton de CO2 beneficiando el mercado de carbono nacional y los proyectos de reducción y captura de emisiones.



Electromovilidad

Como parte de nuestro desafío para reducir nuestros GEI y alcanzar la meta propuesta de carbono neutralidad al 2050, estamos implementando una estrategia de flota eléctrica en nuestras operaciones para el despacho de última milla.

Durante 2022 en **Chile** contamos con 54 vehículos eléctricos que permitieron una reducción de 150 toneladas de CO₂, logrando disminuir 86% de las emisiones respecto de un escenario con vehículos a gasolina. Nuestro objetivo es ampliar la flota eléctrica llegando a 100 vehículos el 2023.

En cuanto a las entregas nos hemos propuesto:

- › Alcanzar carbono neutralidad de toda la flota al 2050.
- › Llegar como mínimo al 20% de entregas HD (Home Delivery) para el 2023.
- › Comenzar pruebas de camiones eléctricos en flujos de Klik & Collect, considerando vehículos sobre 20m³ para traslado entre Centros de Distribución y traslados de centros de distribución a tiendas. Hoy nuestros furgones de 5m³ operan principalmente para reparto de última milla.



- › Escalar en regiones, hoy estamos en La Serena, Valparaíso, Rancagua, Curicó, Talca y Temuco. La meta es tener vehículos en todas las regiones donde se encuentra un Centro de Distribución de menor tamaño.

Perú, por su parte, cuenta para la flota destinada al transporte de productos con cinco camiones eléctricos, scooters y caminantes, siendo 100% tercerizados.

Y **Colombia** está trabajando dentro de la flota destinada al transporte de productos entre el Centro de Distribución y tiendas contando hasta el momento con tres vehículos eléctricos con el desafío de ir aumentando dicha cifra.

54

Vehículos eléctricos que permitieron una reducción de 150 toneladas de CO₂



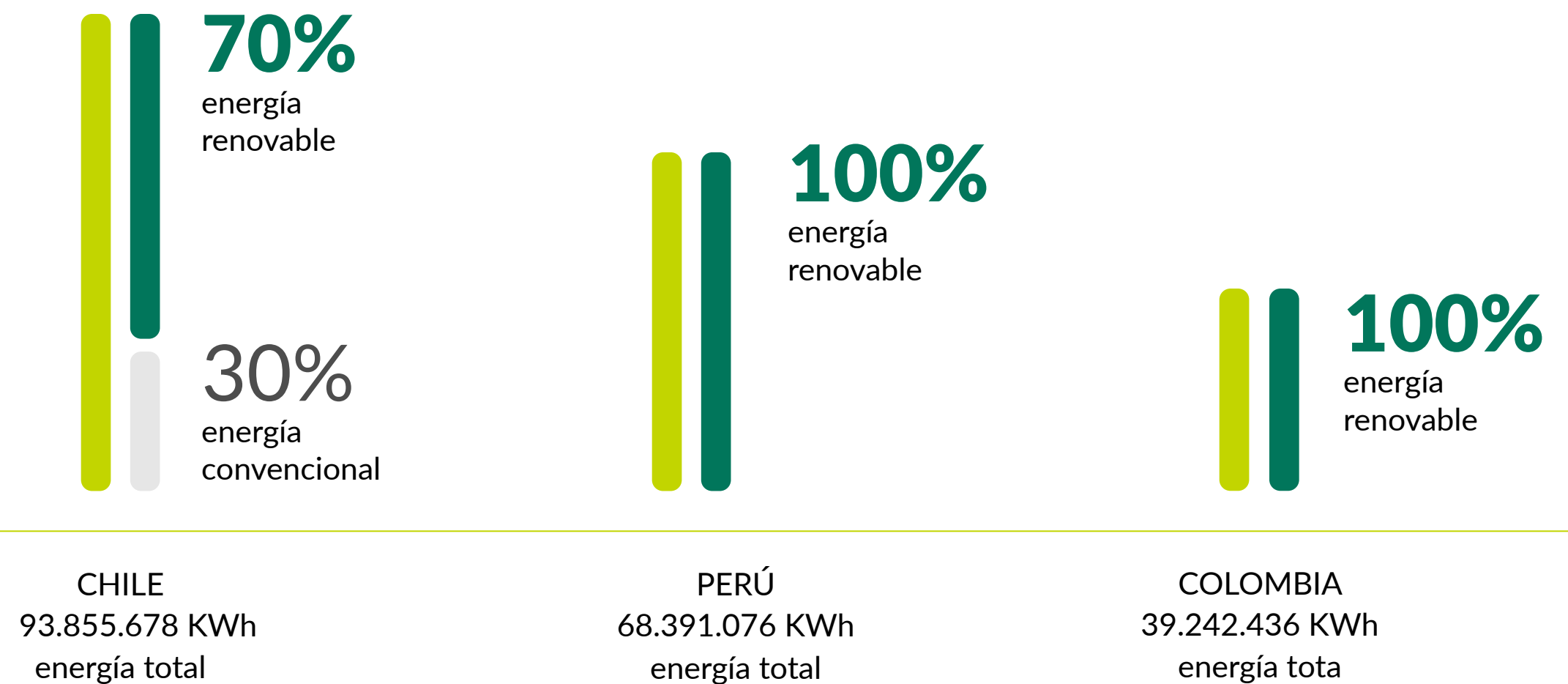


Consumo energético

Iniciamos en Chile en 2022 el Plan de Gestión de Energía, una de las acciones estratégicas para la reducción significativa de nuestras emisiones GEI que se implementará a partir del 2023. Este plan tiene el objetivo de disminuir el consumo energético y alcanzar en nuestra matriz el 100% de Energías Renovables no Convencionales (ERNC). De esta forma, fomentamos el uso racional y eficiente de este recurso en todas nuestras tiendas y centros de distribución.

En **Perú**, el consumo energético durante el 2022 fue de 68.391.076kwh. No se contó con consumo de ERC, sin embargo, se tiene proyectado para el 2023 contar con 100% de este a través de la empresa Statkraft Perú. El plan de manejo de la materia considera la implementación de un dashboard para el análisis del consumo de energía en los locales y muestreo de consumo real en estos, además de sistemas BMS operativo para el mantenimiento preventivo y cambio de luminarias a LED.

CONSUMO ENERGÍA ELÉCTRICA



Para el 2023, también se ha proyectado la estandarización del horario de encendido y apagado del sistema, la implementación de procedimientos y formatos de solicitudes para la activación de la red del horario establecido, y capacitación y concientización del manejo de energías en tienda.

En **Colombia** durante el 2022, el 100% de la energía consumida por las operaciones proviene de proyectos de ERNC disponibles en el país con 37.796.898kwh. Para el 2023 se proyecta mantener el consumo en las operaciones y se continuará gestionando la certificación de energía limpia con proyectos de hidroeléctrica. Además, se ejecutará un proceso de renovación tecnológica para implementación de iluminación LED en diez tiendas.

El 76% de la huella de carbono en alcances 1 y 2 proviene del consumo eléctrico, en su mayoría de tiendas, por lo que se lleva un control exhaustivo con eficiencias en el uso de equipos de aires acondicionados, programación de encendido de la iluminación evitando los consumos en momentos donde no hay personal. También se realizó el cambio de las luminarias a LED, gracias a lo cual se logró una reducción de consumo del 3% versus 2021.

Instalaciones Sustentables

Trabajamos por una cultura con impacto positivo en el medioambiente, reduciendo los efectos de nuestra operación, siendo las tiendas y centros de distribución un eje fundamental. Ponemos los esfuerzos y nos hacemos responsables de todo el ciclo de vida de nuestras operaciones, desde su diseño y construcción. Y validamos los procesos por terceros expertos. Es así como la certificación LEED de nuestras instalaciones es desarrollada por el US Green Building Council (USGBC). Durante 2022 dimos un paso más en nuestro compromiso medioambiental de avanzar hacia operaciones más sostenibles, mediante la creación del **Sello +Verde**, un sistema de evaluación y calificación del desempeño ambiental, económico y social de nuestras tiendas. La herramienta es desarrollada por Chile Green Building Council y a nivel mundial es el único sello enfocado en sustentabilidad para operaciones en retail.

Materializamos estos procesos a través de:

Certificaciones LEED:

- › **Chile cuenta con 14 certificaciones LEED:** que desde 2010 acredita a nuestras tiendas con los más altos estándares en construcción sostenible.



Durante 2022 la tienda de Parque Arauco obtuvo certificación LEED Gold, la más alta del USGBC que destaca el uso eficiente de energía y agua, la correcta utilización de materiales, el manejo de desechos en la construcción y la calidad del ambiente al interior de la tienda, entre otros.

- › **Perú cuenta con 13 certificaciones LEED:** durante 2022 se certificaron tres nuevas tiendas con el nivel Gold: Puruchuco, Cusco y Comas.
- › **Colombia cuenta con 12 certificaciones LEED:** en 2022 se acreditó la nueva tienda ubicada en Barranquilla: Alegria, certificada en el nivel LEED Silver.

[\(Para más información revisa el Anexo\)](#)



Sello +Verde:

El Sello +Verde considera un sistema de evaluación y calificación del desempeño ambiental, económico y social de nuestras tiendas, el cual se ejecuta en las etapas de operación y mantenimiento de ellas. Durante el proceso de evaluación analizamos siete criterios:

- › Entorno sustentable.
- › Sustentabilidad durante la operación.
- › Eficiencia en el uso del agua.
- › Eficiencia energética.
- › Selección de materiales para mantención o renovación.
- › Salud y bienestar.
- › Responsabilidad social.

Por otra parte, el proceso de calificación de este sello consta de cuatro pasos:

- › Registro.
- › Preparación.
- › Revisión.
- › Obtención del sello.

Durante 2022, logramos que el 100% de nuestras tiendas en Chile se certificaran con el Sello +Verde. Para 2025 tenemos la meta de implementar el 100% también en Perú y Colombia.

IMPLEMENTACIÓN CHILE	
Año 2022	Año 2023
48 tiendas 100%	0 tiendas -%

IMPLEMENTACIÓN COLOMBIA	
Año 2022	Año 2023
0 tiendas -%	1 tienda 4%

IMPLEMENTACIÓN PERÚ	
Año 2022	Año 2023
0 tiendas -%	3 tiendas 9%



Circularidad en la operación

Desde nuestra Política Ambiental y de Cambio Climático nos hemos propuesto el desafío de promover criterios de economía circular en la generación, reducción, reutilización y reciclaje de residuos.

De esta manera, trabajamos innovando en todo el proceso con técnicas de ecodiseño, uso eficiente de energía, y extensión de uso de vida del producto, maximizando posibilidades de reciclado y/o uso reutilización de materiales.

Packaging

En **Chile** nos hemos comprometido para el 2023 implementar la estrategia de circularidad tomando como primer foco el packaging. Levantamos una línea base en la cual trabajamos en la identificación de materialidad e innovación para la reducción del embalaje para el desarrollo de nuestros programas de economía circular.

En **Perú**, en el mes de noviembre de 2022 se lanzó el proyecto Bolsa de Tela (100% algodón) con la finalidad de que el cliente regrese a comprar con su

bolsa reutilizable. Esto con el objetivo de promover el consumo responsable y disminuir la adquisición de bolsas de papel que generan residuos y se producen a partir de la tala de árboles.

En **Colombia**, como parte de la mejora en nuestro impacto ambiental por el consumo de material durante el proceso de packaging, desde noviembre de 2022 cambiamos nuestras bolsas de papel entregadas en tienda. Actualmente tienen su color natural, son 30% de material reciclado, poseen menos tintas y las que usamos con nuestro logo, son a base de agua y biodegradables. Por otro lado, se adicionaron dos tamaños más a las bolsas de envíos de productos desde f.com, que se ajustan al volumen de lo despachado, evitando así el exceso de uso de plástico. Finalmente, entró en funcionamiento en el Centro de Distribución una máquina para prensar cartón que utilizamos en los productos para evitar el uso de plástico burbuja. Con esta incorporación reciclamos más de dos toneladas de cartón en 2022.





Cero residuos a eliminación

A nivel regional trabajamos para mejorar los indicadores de residuos, realizando capacitaciones y jornadas de sensibilización en las operaciones y enfatizando en la importancia de tener una segregación adecuada de los desechos generados. Como desafío regional, para 2035 alcanzaremos sobre el 90% de reducción, reciclaje o reutilización de residuos en todos nuestros establecimientos.

Para esto a hemos definido focos de gestión regional que identifican las categorías y cantidad de residuos generados:

- › Definiendo las posibilidades de reducción y eliminación de envases y embalajes.
- › Levantando proyectos de economía circular para cartón, plástico y textiles.
- › Alcanzar Cero Residuos en tiendas para residuos operacionales con el programa Club Zero + Verde.



Club Zero +Verde

En **Chile** creamos este programa en 2022 con el objetivo de promover **buenas prácticas de manejo de residuos sólidos no peligrosos** para alcanzar el Sello Cero Residuos del Ministerio de Medioambiente en todas las tiendas de Chile.

El programa considera capacitación a colaboradores de tiendas y trabajo con proveedores para lograr aumentar el porcentaje de valorización de nuestros desechos. Un total de ocho tiendas han participado de la iniciativa, logrando aumentar en promedio cinco puntos porcentuales la valorización de los residuos sólidos no peligrosos, en un período de cinco meses.

Para el 2023 se proyecta tener la participación del 100% de las tiendas para obtener el Sello Cero Residuos.

En **Colombia** se apunta a contar con la certificación Basura Cero para el 100% de nuestras tiendas y de esta manera reconocer los esfuerzos en la gestión interna y externa de residuos operacionales.



Recicladores de base

En Chile desde el 2018 somos Socios Fundadores de CEMPRE (Compromiso Empresarial por el Reciclaje). Apoyamos esta iniciativa y contribuimos con el financiamiento para que los recicladores se certifiquen como Recicladores Avanzados.

El objetivo de este proyecto es que los recicladores de base puedan profesionalizarse, formalizando su oficio y siendo reconocidos como gestores en los sistemas de manejo de residuos, según lo establecido por la Ley REP -Ley de Responsabilidad Extendida al Productor-. Esta última fomenta el reciclaje y responsabiliza a las empresas para que se hagan de sus residuos en siete productos prioritarios: aparatos eléctricos y electrónicos, aceites y lubricantes, diarios y revistas, pilas, neumáticos y baterías.

Desde 2018 son 43 personas las que han recibido becas de parte de Falabella Retail y se han incorporado como recicladores de base en las tiendas de Ahumada, Viña del Mar, Valparaíso, Trébol y Concepción.



8,0
TONELADAS
RECUPERADAS
 totales en tiendas
 con recicladores de base

TONELADAS RECUPERADAS
 EN TIENDAS POR PAÍS

7,0 CHILE **1,0** PERÚ



Gestión de residuos

Residuos no peligrosos

En 2022 Chile, Colombia y Perú sumaron 14.697,6 toneladas de residuos no peligrosos en tiendas de un total de 9.231,1 toneladas valorizadas. El resto fue enviado a disposición final en relleno sanitario con la siguiente distribución por país.



Residuos peligrosos

El 2022, se generaron 313,4 toneladas de residuos peligrosos en tiendas, de un total de 53,6 toneladas valorizadas.



GESTIÓN DE RESIDUOS OPERACIONALES NO PELIGROSOS

	Total residuos Generados	Total residuos Eliminación	Distribución Residuos Valorizados			
			Papel y cartón	Plástico	Madera	Metal
Chile	9.856,0	4.094,0	4.640,7	646,6	396,2	78,6
Colombia	2.212,2	250,6	1.407,5	231,9	291,4	30,9
Perú	2.629,4	1.121,8	1.246,5	152,2	55,5	53,4
Total	14.697,6	5.466,4	7.294,6	1.030,7	743,0	162,9

GESTIÓN DE RESIDUOS OPERACIONALES PELIGROSOS

	Total residuos Generados	Total residuos Eliminación	Residuos Valorizados	
			Reciclaje	Incineración
Chile	73,6	73,6	-	-
Colombia	53,6	-	48,4	5,2
Perú	186,2	105,2	-	-
Total	313,4	178,8	48,4	5,2



NUESTROS FOCOS PRIORITARIOS ASG

DESARROLLO LOCAL

Buscamos contribuir al desarrollo social y cultural de nuestra comunidad.

A través de este pilar de la estrategia de Sostenibilidad, buscamos apoyar y trabajar en pos del desarrollo de nuestro entorno, incorporando activamente a nuestros colaboradores de tienda, logística y oficina central. Abordamos este pilar con una mirada asociativa y de co-creación, con el fin de que todos contribuyamos al enraizamiento de Falabella como un actor relevante en la sociedad.





COMUNIDAD

Nuestros programas de desarrollo social benefician a escuelas y comunidades. Hemos implementado una estrategia de inversión social regional con el objetivo de fomentar el desarrollo de los lugares donde estamos insertos.



Programa Haciendo Escuela

[VER WEB](#) ↗

El Programa Haciendo Escuela es una iniciativa clave en el compromiso que tenemos en Falabella Retail con el desarrollo local de las comunidades en las cuales estamos insertos, siendo uno de los pilares más relevantes de nuestra Estrategia de Sostenibilidad.

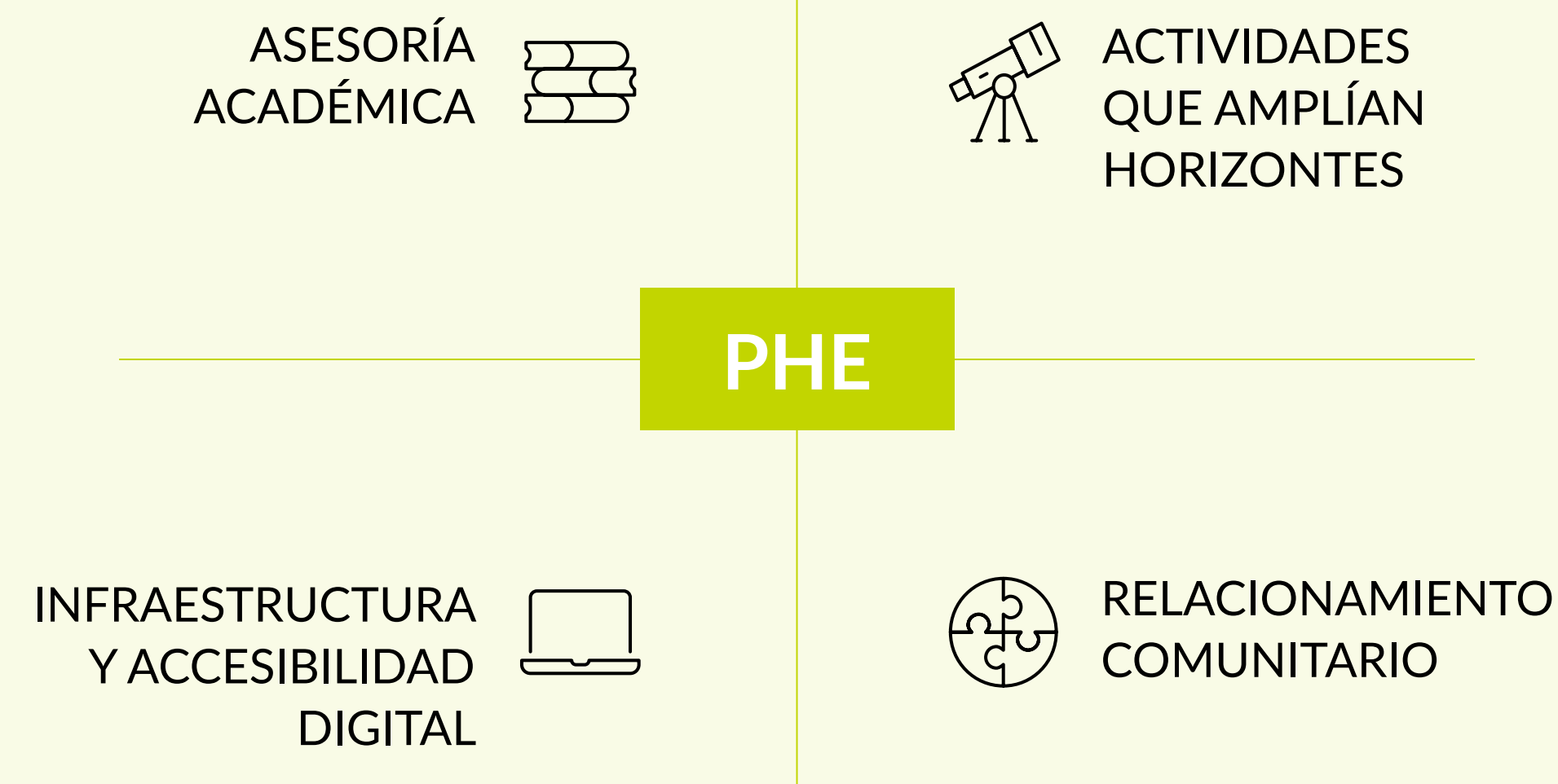
Los trabajadores de cada tienda, en conjunto con distintas fundaciones y entidades, apoyan de manera integral a los alumnos y la comunidad escolar de un establecimiento educacional cercano.

El programa está presente en Chile, Perú y Colombia. Actualmente apoya a 105 establecimientos y contribuye a mejorar la educación de más de 94.000 estudiantes de la región, buscando construir un mejor futuro para los niños y niñas de hoy y las familias del mañana.

Además, cuenta con una fuerte participación de Falabella Financiero y otros negocios como Falabella Inmobiliario, Falabella.com, Sodimac, Mallplaza y Tottus.

El programa ha consolidado su estrategia a través de cuatro pilares:

Pilares Programa Haciendo Escuela





Asesoría académica

Implementamos programas orientados a potenciar habilidades de lectoescritura a alumnos de Pre-Kínder a 3° básico y apoyar la gestión de los colegios, a través de actividades de reforzamiento y capacitaciones dirigidas a los docentes.

En **Chile** durante todo el año, junto a la Fundación Educacional Barnechea, Aptus y Crecer con Todos, se realizaron asesorías a docentes para reforzar la lectoescritura de más de 5.000 alumnos de Pre-Kínder a 3° básico.

Desarrollamos el “Club de la Lectura”, en el que alrededor de 1.800 niños y niñas recibieron cuentos para leer junto a sus padres, y luego completar actividades y desafíos asociados a éstos.

Asimismo, hicimos cuentacuentos a más de 1.200 alumnos de Pre-Kínder y Kínder de 30 colegios diferentes por parte de voluntarios de Falabella.

En **Colombia** fortalecimos la capacidad de comprensión lectora de los estudiantes a través de actividades de cuentacuentos, realizando 1.374 horas de voluntariado. Además, a través de la iniciativa “Pre Icfes”, se buscó mejorar el desempeño

en las competencias básicas de los estudiantes que son evaluadas en las pruebas Saber Pro, prueba que rinden al finalizar sus estudios superiores, a través de un acompañamiento focalizado. Realizamos 48 sesiones de “Pre Icfes”.

En **Perú** impulsamos iniciativas de lectoescritura, comunicación oral y producción de textos y esperamos llegar a más de doce mil estudiantes en 2024. Además, realizamos un diagnóstico identificando el estado actual de aprendizajes, competencias en docentes, recursos de las instituciones educativas y de las familias. Por último, en 2022 desarrollamos una propuesta de contenidos, malla, materiales y diseño de formación de profesores.





Ampliando horizontes

Entregamos becas y desarrollamos actividades extraprogramáticas para los estudiantes. Éstas estuvieron orientadas a potenciar su futuro y despertar interés en temas que van más allá del día a día, promoviendo además valores como el respeto, disciplina, compañerismo y confianza.

En **Chile** se entregaron tres nuevas Becas de Educación Superior, alcanzando un total de 16 estudiantes a los que se les logrará financiar el 100% del costo de su carrera universitaria durante 2023. La selección se realizó con el apoyo de voluntarias del área de Atracción de Talento. Se benefició, además, a 13 alumnos con las Becas de la Escuela Digital de Falabella, capacitándolos en habilidades digitales, conocimientos de innovación, experimentación, adaptabilidad y de aprendizaje continuo.

En conjunto con Falabella Financiero se desarrolló el concurso de educación financiera online, Eddu City. A través de una manera entretenida, los estudiantes se enfrentaron a elecciones responsables para administrar sus futuros ingresos personales. En esta misma línea, se realizó la segunda versión de Capitanes del Futuro que tuvo por objetivo entregar

los conocimientos base de la materia (ahorro, necesidades básicas, uso del dinero, intereses y compra informada).

Por otro lado, y con el objetivo de promover la vida saludable en las comunidades escolares, a través de una jornada deportiva, se desarrolló la Escuela Activa donde participaron más de 7.300 alumnos de 25 colegios, en conjunto con 200 voluntarios de Falabella. Asimismo, con Tottus, se hizo el concurso Crecer Sano que se centró en promover hábitos de alimentación saludable y vida sana en los estudiantes de los colegios de la red del programa.



En conjunto con voluntarios de Falabella Inmobiliario se impartieron charlas vocacionales para orientar el interés de los jóvenes e incentivar la continuidad de estudios superiores en áreas como ingeniería, salud, derecho, entre otras.

Junto a la Fundación Barnechea, durante todo el año se realizó un acompañamiento musical a 12 colegios, de los cuales ocho calificaron a la gran final del concurso artístico, que se llevó a cabo en el Teatro Municipal de Santiago. Con ello, se logró acercar a los alumnos al conocimiento y práctica coral, lo que finalmente les permitió presentarse en el principal escenario del país.





Finalmente, se ejecutó la iniciativa Aprende a Programar, con apoyo de Coding Dojo, uno de los principales impartidores de programas de desarrollo de software del mundo. Esta actividad tuvo como objetivo otorgar conocimientos de la materia para establecer una base sólida en el aprendizaje tecnológico a alumnos con interés y habilidades en el mundo de la programación. En total hubo más de 1.100 participantes de 26 colegios.

En **Colombia** inspiramos a los alumnos a acercarse a la robótica y conocer sus beneficios en la solución de problemas sociales y proyectos de vida. Para esto, les entregamos conceptos básicos y se realizaron experimentos prácticos y sencillos en el aula de clases, desarrollando 15 sesiones.

Además, llevamos a cabo talleres ambientales y de manualidades para motivar el aprendizaje, a través de dinámicas y juegos sobre el reciclaje y el impacto de las actividades diarias en la conservación del entorno, sumando un total de 1.007 horas de voluntariado. En esta misma línea, hicimos 22 sesiones de origami con los estudiantes para estimular su aprendizaje como herramienta de fortalecimiento de cualidades, destrezas y habilidades.

Desarrollamos también una serie de talleres con el fin de acercar experiencias de vida y orientación

laboral en los estudiantes. El taller “Inspirando para el Futuro” y el taller “Construyendo Sueños” buscaron promover un proyecto de vida desde la infancia, abordando ejes centrales como la regulación emocional, el autoconocimiento, las metas y la resiliencia, a través de actividades dinámicas y formativas.

Por otro lado, con el taller “Buen Uso de Redes Sociales” dotamos a los jóvenes de habilidades de manejo de las aplicaciones y plataformas de comunicación social, para un uso acertado y adecuado de las mismas. Y con el taller “Antibullying”, impulsamos a los jóvenes a ser capaces de generar valor, transformar el mundo y convertir los problemas en oportunidades.

Desde el punto de vista socio-emocional, realizamos un taller de “Empoderamiento Femenino”, enmarcado en la campaña de Benefit “Bold Is Beautiful”. También, a través de nuestra iniciativa “Súper Héroes y Súper Heroínas” identificamos las fortalezas individuales de cada niño y niña para resaltar su poder interior y con ello generar líderes que trabajen en pro de su entorno. Por último, apoyamos la integración de la sexualidad como parte del desarrollo humano brindando información por medio de actividades didácticas, sobre su concepción, los roles de género, las relaciones y el derribar mitos.





Infraestructura y accesibilidad digital

Se destinaron recursos y mano de obra enfocados en mejorar la infraestructura e instalaciones de los colegios para que los alumnos y profesores cuenten con espacios adecuados para su aprendizaje, desarrollo y trabajo. Complementariamente se entregaron aparatos tecnológicos y conectividad a internet a los establecimientos.

En **Chile** dispusimos 274 notebooks a través de una actividad de voluntariado de colaboradores de Falabella a la Escuela Municipal Los Arrayanes de Pucón, con quien se comenzó la relación en 2022. Con lo anterior, se buscó incorporar tecnología en sus salas de clases para facilitar las actividades académicas, manejar metodologías interactivas y apoyar el desarrollo de la labor de los profesores. También, a nivel de infraestructura, se les colaboró con el arreglo de su puerta principal.

Se desarrolló la iniciativa “Escuelas Conectadas”, con el objetivo de mejorar la conectividad de escuelas en zonas aisladas sin acceso a internet, por medio de la instalación de una antena satelital. Se beneficiaron a dos colegios, impactando así a más de 820 alumnos.





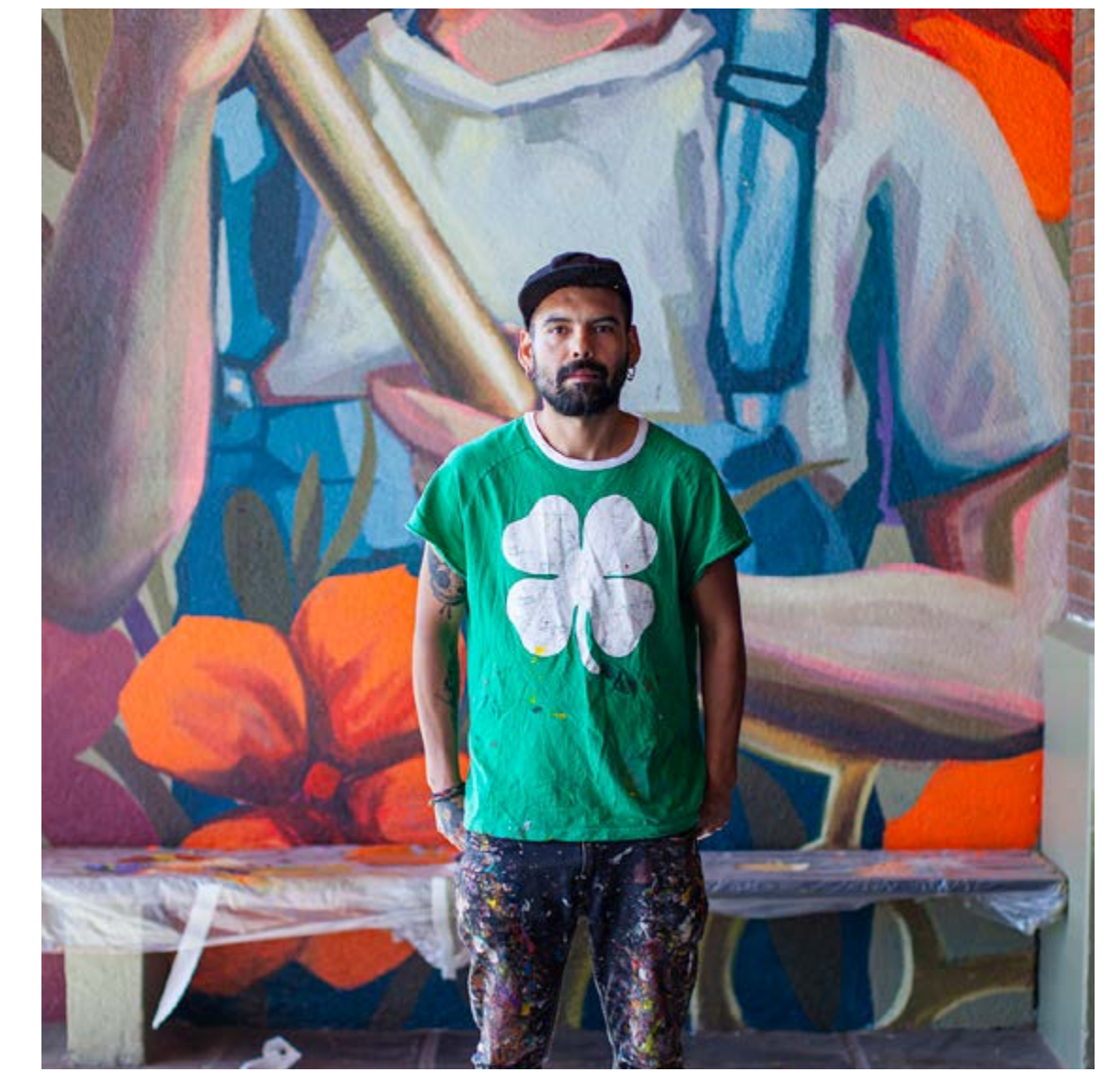
Complementariamente, embellecimos los entornos escolares por medio de intervenciones artísticas en los muros internos de los colegios como canchas o patios. Las obras se realizaron en siete recintos y tuvieron temática ambiental. Además, adecuamos las zonas recreativas con el fin de promover el sano y libre esparcimiento. Y se entregaron dos parques infantiles con áreas de 35m² cada uno.

Finalmente, facilitamos el aprendizaje mediante insumos tecnológicos. Se entregaron 13 computadores portátiles, nueve televisores y dos parlantes para la biblioteca de unos de nuestros colegios en Cali.

En **Perú** comenzamos con la iniciativa “Escuela Digital”, que busca mejorar las condiciones tecnológicas en instituciones educativas. La actividad consiste en la formación de equipos, acondicionamiento de espacios físicos, adquisición e implementación de equipamiento para las aulas y acompañamiento virtual y presencial. De esta manera, se logró implementar 68 aulas digitales y se beneficiaron 3.146 alumnos.

Por último, en el marco del programa “Construyendo Sueños de Hogar” de Sodimac aportamos, en base a sus necesidades, con materiales y mano de obra a proyectos de cinco colegios.

En **Colombia** se desarrollaron una serie de acciones para aportar al mejoramiento edilicio de los establecimientos educacionales de la red del programa. Mejoramos la obra civil para la recuperación del espacio sanitario de un colegio; reparamos en tres instituciones un tejado, complementado con cielo raso en PVC y adecuación eléctrica para iluminación.





PLAY

VER
VIDEO

Relacionamiento comunitario

Escalamos el impacto del Programa Haciendo Escuela más allá de los alumnos, llegando al resto de la comunidad escolar y a su entorno socio-territorial, potenciando así el vínculo con los colaboradores de Falabella.

En **Chile** entre 2021 y 2022 la iniciativa "Murales para Chile", que tiene como objetivo acercar el arte a la comunidad escolar a través del arte, dejando un legado artístico y patrimonial en las escuelas apoyadas por el programa, inauguró diez obras. Estas ayudaron a visibilizar el talento y trabajo de artistas emergentes a lo largo del país.

La iniciativa fue impulsada por Falabella Retail y Sodimac, con el apoyo de la Fundación Antenna, el Museo a Cielo Abierto de San Miguel y la UNESCO, además de estar acogida a la Ley de Donaciones Culturales. En el proyecto, donde más de diez artistas chilenos intervinieron las fachadas de establecimientos del programa, se desarrolló un trabajo integral. Cada uno de estos, realizó una obra monumental en la fachada del colegio, inspirándose en su diálogo y convivencia con la comunidad escolar. Al estar sobre la calle, estos murales pueden

ser apreciados por todos los vecinos y quedaron como parte del patrimonio del lugar. Paralelamente, se desarrollaron talleres de arte urbano junto al experto, con participación de alumnos, apoderados y voluntarios de Falabella y Sodimac, cuyo broche final fue la intervención colectiva en una pared interna del establecimiento respectivo por parte de estudiantes, profesores, y voluntarios de Falabella y Sodimac.

La iniciativa además ayudó al medioambiente, pues todos los murales están revestidos con Photio, una nanotecnología chilena que emula el proceso de fotosíntesis que llevan a cabo las plantas. Esto permite transformar estructuras en enormes purificadores de aire, utilizando como única fuente de energía la radiación solar.

Otras actividades estuvieron enfocadas en actividades con voluntarios de Falabella, como la entrega de insumos escolares tales como agendas, parkas y premios de fin de año que buscan reconocer el esfuerzo y responsabilidad de los alumnos, lo que significó un apoyo tanto para ellos como para sus familias. En esta misma línea de apoyo integral, se armaron distintas cápsulas educativas sobre



el buen uso de pantallas y redes sociales con el académico y experto en educación, Daniel Halpern. El objetivo de éstas fue entregar herramientas sobre estos temas a los apoderados y profesores. También, junto a Mallplaza y su "Academia Mallplaza", apoderados del Programa Haciendo Escuela, que son líderes y dirigentes sociales, pudieron formarse en distintas habilidades con el objetivo de contribuir al fortalecimiento de sus organizaciones sociales y así impactar positivamente en los barrios y territorios que representan. Por último, con el fin de que apoderados de los colegios puedan finalizar sus

estudios escolares y facilitar su inclusión en el mundo laboral, en conjunto con la ONG Goodneighbors se desarrolló el programa "Chile se Gradúa", entregando más de 100 becas.

En **Perú** se realizaron voluntariados navideños en seis colegios de Fe y Alegría, logrando que más de 350 niños y jóvenes compartan espacios lúdicos con nuestros trabajadores, con alegría e ilusión. Además, se hicieron charlas de empleabilidad a cargo de las tiendas de Chimbote, Tacna, Piura, Puruchuco, Huancayo y Comas.

Con el objetivo de relatar la importancia del retorno a las clases presenciales en el proceso educativo de los niños y niñas y reafirmar **nuestro compromiso con la educación**, en Chile trabajamos con la destacada directora de cine Maite Alberdi en un video testimonial titulado "Historias de un reencuentro". En este se registró el retorno a clases después de dos años de pandemia del Liceo Gabriela Mistral, establecimiento apoyado por el Programa Haciendo Escuela.





Lectoescritura

Los resultados de la prueba Dialect respecto a los programas de lectoescritura que se implementan con las fundaciones en Chile, indican una clara mejora entre la evaluación de entrada y salida en estas habilidades. En una escala de cuatro valores (Deficiente, Básico, Satisfactorio y Avanzado) los resultados de los alumnos mostraron una mejora pasando de un 96% con nivel Deficiente a un 81%. Por su parte, los que contaban con un nivel básico pasaron del 2% al 5%, Satisfactorio del 2% al 9% y Avanzado del 0% al 5%.





B4SI Evaluación del Programa Haciendo Escuela

Desde 2016, nuestro Programa Haciendo Escuela (PHE) utiliza una medición basada en la metodología B4SI que recopila información sobre inputs (contribuciones), outputs (alcance de beneficiarios) e indicadores de impacto de sus actividades. Durante el año 2022, repetimos esta medición tanto para los estudiantes, como la comunidad escolar y el negocio de la compañía⁵.



94.000
ESTUDIANTES
BENEFICIADOS

ALCANCE DEL PROGRAMA

FÍSICO	En 2022 el PHE pasó a apoyar a 105 colegios, totalizando más de 94.000 alumnos en Chile, Perú y Colombia.
ONLINE	145.222 usuarios únicos de www.haciendoescuela.com
INVERSIÓN SOCIAL	\$1.686.078.015 ⁶ .
VOLUNTARIADO	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Chile: 5.172 horas aportadas por voluntarios y 1.135 voluntarios participantes. ▶ Colombia: 6.315 horas aportadas por voluntarios y 1.326 voluntarios participantes. ▶ Perú: 735 horas aportadas por voluntarios y 105 voluntarios participantes.
PRESTACIONES	90.538 prestaciones realizadas a través de los 4 pilares estratégicos en Chile, Perú y Colombia. De estas, 68.144 resultaron en una mejora en la calidad de vida de los beneficiarios, de las cuales un 93% fue evaluada en su impacto.



5. Para más información sobre el alcance de la metodología este año, revisar [Anexo](#)
6. Considera costos de administración por \$276.843.095.



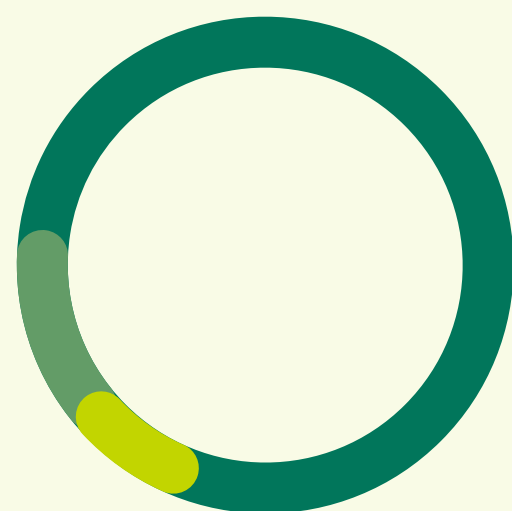
INPUTS PROGRAMA

La inversión total de Falabella en el programa PHE en 2022 fue de

\$1.686.078.015

(incluidos costos de administración de \$276.843.095, que representaron el 16,4%). A nivel de países, quien más aportó fue Chile, con el 84,2% de los recursos, seguido de Perú con el 11,7% y finalmente Colombia, con el 4,1%.

- CHILE
84,2%
- PERÚ
11,7%
- COLOMBIA
4,1%



OUTPUTS PROGRAMA

90.538
PRESTACIONES PHE
Totales

13.557
Asesoría Académica

15.339
Ampliando Horizontes

26.308
Accesibilidad Digital e Infraestructura

35.334
Relacionamiento Comunitario


OUTPUTS PARA EL NEGOCIO


CLIENTES Y
PÚBLICO GENERAL

- › 145.222 usuarios sitio web www.haciendoescuela.com
- › 4.200 destinatarios efectivos promedios del Newsletter PHE.
- › 29 publicaciones sobre el PHE, que recibieron parte de las 500 mil impresiones de los 576.689 seguidores en el LinkedIn de Falabella Retail.
- › 44.518.658 de impresiones del documental "Vuelta a Clases", realizado con la directora Maite Alberdi.


COMUNIDADES

- › 105 colegios apoyados (51 Chile, 26 Perú y 28 Colombia).
- › 97 apoderados participantes en el programa "Chile se Gradúa".
- › 12 organizaciones involucradas en Academia Mall Plaza.
- › 64 apariciones en prensa por iniciativas con la comunidad.


OTRAS
ENTIDADES

- › 17 entidades externas (16 empresas y 1 organismo internacional) vinculadas a través de mesas de trabajo ODS 4 (Educación de Calidad).


EMPLEADOS

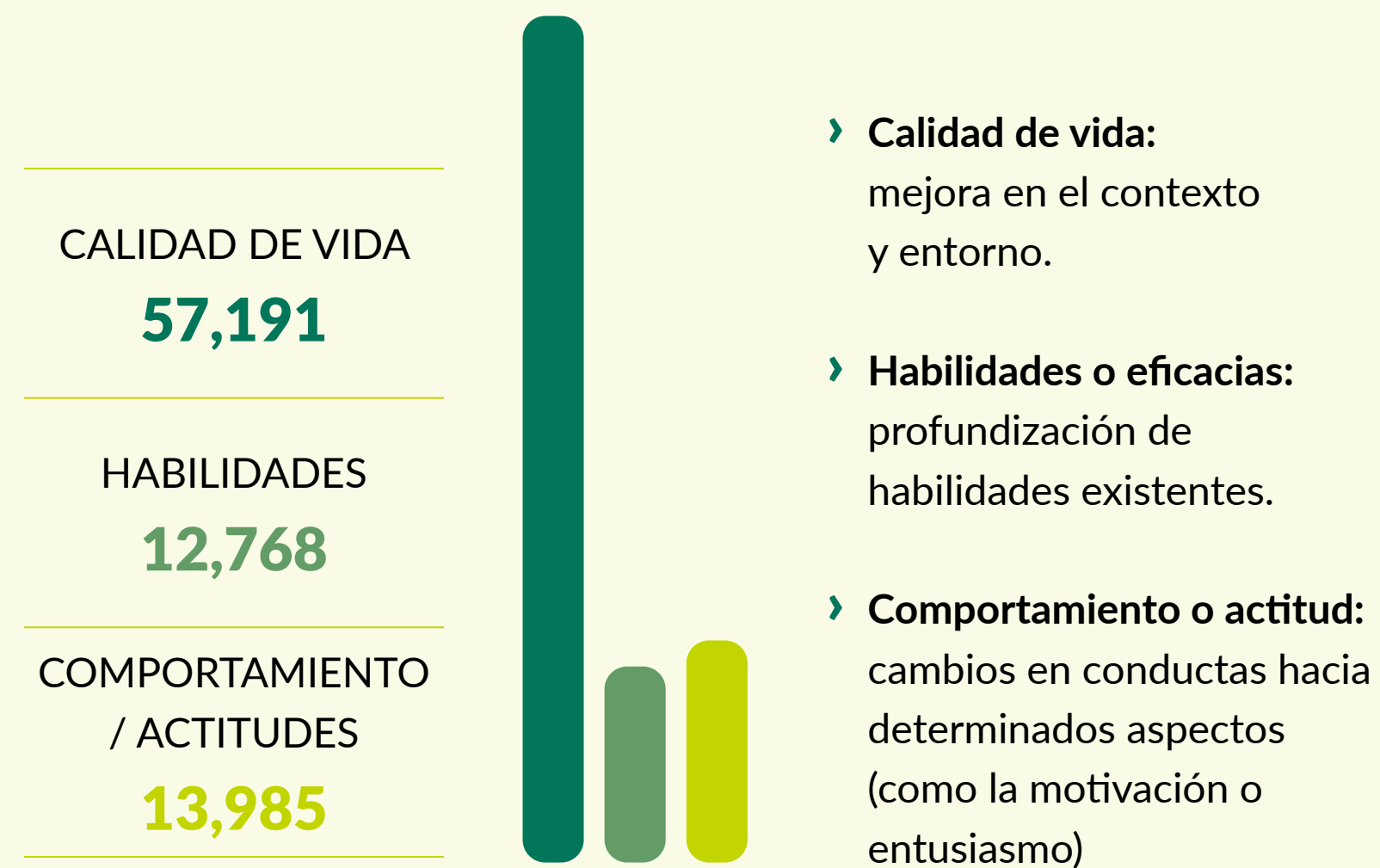
- › 2.566 trabajadores voluntarios.
- › 12.222 horas de voluntariado realizado.
- › 45 tiendas que realizan voluntariado en las Oficinas Centrales y Retail, además de los negocios de Falabella Inmobiliario y de Financiero, en 51 colegios en Chile.
- › 18 publicaciones y 4.696 visualizaciones en Workplace, la red social interna de Falabella.

STAKEHOLDERS



TIPO Y PROFUNDIDAD DE IMPACTOS SOCIALES

TIPO DE IMPACTO



PROFUNDIDAD DE IMPACTO



A un 93% (83.944) del total de las 90.538 prestaciones del año 2022 se aplicó algún tipo de herramienta de medición de impacto. A partir de éstas, se concluye que **57.191 prestaciones** apuntaron a generar un impacto dentro de la calidad de vida o bienestar de los beneficiarios. Por el otro lado, en términos de profundidad del impacto, **68.144 prestaciones** buscaron una mejora sustancial en las vidas de los beneficiarios (con foco en ciertas habilidades o condiciones para facilitar el aprendizaje), mientras que **15.786 prestaciones** apuntaron a generar conexiones y cambios en las actitudes para los beneficiarios⁷.

7. En algunos casos, se reportan impactos asociados a la conexión con habilidades, como programas que busquen acercar a los estudiantes con la música.



IMPACTOS EN EL NEGOCIO

Clientes y Público Ampliado



145.222

usuarios sitio web

Colaboradores



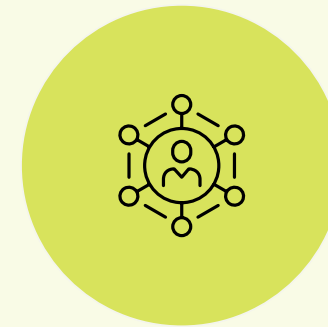
2.566

voluntarios

12.222

horas aportadas

Otras Entidades

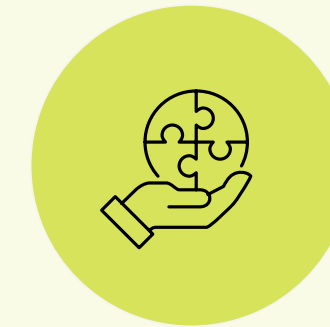


16

empresas

1 organismo internacional en mesa de trabajo ODS 4 (Educación de Calidad)

Comunidades



64

publicaciones de prensa sobre actividades con la comunidad

Estudio Brand Dynamics:
Falabella se mantiene como líder de la industria respecto a ser una compañía que aporta en la comunidad (segmento joven y segmento core 20-55 años) aumentando su puntaje del año anterior.

Great Place to Work Chile:
89% de empleados manifiesta orgullo por como Falabella aporta a la comunidad.

Reputación de la compañía (Merco):
Falabella se posiciona en el puesto 42 en su posición global, en medición que incluye evaluación reputacional de autoridades.

6,5/7
Fue la nota con la que los participantes de la actividad "Murales para Chile" evaluaron la afirmación "Considero que Falabella y el PHE contribuyen positivamente a la comunidad escolar con este tipo de actividades".



Fuertes y Fantásticas

[VER WEB ↗](#)

En Chile desarrollamos Fuertes & Fantásticas en alianza con la Fundación Emplea y la Fundación Banco de Ropa, con el objetivo de seguir trabajando en realzar el rol de la mujer y generar espacios de empoderamiento y autoconfianza.

A través de nuestro gran paraguas “Arriba Mujeres”⁸, desde donde promovemos y potenciamos el rol de la mujer y la equidad de género, como empresa identificamos la necesidad de apoyar a aquellas que están buscando independencia económica para mejorar su calidad de vida.

¿Cómo lo hacemos? En Falabella recibimos a mujeres que necesitan insertarse en el mercado laboral derivadas de Fundación Emplea, quienes una vez capacitadas en oficios y prontas a tener una entrevista de trabajo, participan del proyecto. Las ayudamos a preparar dichas reuniones laborales, entregando una asesoría de imagen, vestimenta y calzado, para luego entregarles un coaching en entrevista profesional, con el fin de que puedan afrontar el desafío con mayor confianza y empoderamiento, aumentando sus posibilidades de conseguir un trabajo.

[VER VIDEO](#)

8. Arriba Mujeres parte como una campaña de marketing para luego transformarse en la plataforma a través de la cual potenciamos distintas iniciativas de empoderamiento femenino y equidad de género.



Este proyecto tiene en la base un gran componente de voluntariado, ya que todas las asesorías impartidas se hacen con colaboradoras de la compañía, capacitadas por Banco de Ropa en la importancia del vestuario en la dignidad de las personas, autoestima personal y la búsqueda de nuevas oportunidades. Lo anterior, con el fin de generar experiencias transformadoras tanto en las voluntarias como en las participantes del proyecto.

Este proyecto se enmarca bajo “Arriba Mujeres” y continuará en 2023 con el desafío de entregar asesorías a 100 mujeres al año en Chile y de implementarlo en Perú y Colombia.

Indicadores

100%

de las participantes

les gustó haber participado del proyecto “Fuertes y Fantásticas”.

manifiesta haber adquirido más y nuevas herramientas para enfrentar una entrevista laboral.

recomendaría a otra mujer que participe de este proyecto.

siente más seguridad personal luego de la asesoría recibida.

se siente más segura y preparada para tener éxito en una próxima entrevista laboral.

25%

de las participantes

del piloto en noviembre y diciembre **consiguieron un empleo formal**.



VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Como parte de la cultura de Falabella estamos constantemente promoviendo la participación de nuestros colaboradores en distintas instancias de voluntariado, otorgándoles 10 horas para que puedan asistir durante su jornada laboral.

En **Chile**, además de las actividades del Programa Haciendo Escuela, también trabajamos con distintas fundaciones en otros voluntariados:

- ▶ Al igual que en años anteriores, junto con Make a Wish, fundación que se dedica a cumplir los sueños de niños y niñas con enfermedades de alto riesgo, hicimos realidad los deseos de 25 menores.
- ▶ En alianza con Reforestemos generamos una instancia de replantación en el Parquemet, donde distintos voluntarios junto a sus familias plantaron 100 árboles nativos.
- ▶ En el marco de la Semana de las Mascotas, visitamos los hogares de acogida de la Fundación Chile Mestizo, que acoge a 70 perros, y de la Fundación Adopta, que cuida a 80 gatos. En esta instancia, los voluntarios pudieron jugar con ellos, alimentarlos y también apoyar con labores de orden y limpieza.

- ▶ A través del proyecto Fuertes & Fantásticas de Falabella junto con Fundación Emplea y Banco de Ropa, colaboradoras de la oficina central participaron como voluntarias prestando asesoría y apoyo a mujeres que están insertándose en el mercado laboral.
- ▶ Finalmente, nuestras tiendas realizaron actividades propias como participar en el proyecto “Mujeres con energía positiva” en conjunto con Duoc UC, la visita a adultos mayores de hogares de la Fundación Las Rosas, el apoyo a hospitales y comedores solidarios, y acciones con el Hogar de Cristo, entre otras.

En **Colombia** en octubre de 2022 voluntarios limpiaron las playas en Tierra Bomba, Cartagena, recolectando alrededor de 414 kilos de residuos. De ellos, 310 fueron desechos no reciclables, 65 de elementos reciclables (plástico y aluminio), 32 de vidrios -que el Hotel Fenix Beach Cartagena convertirá en arena-, y siete de tapitas plásticas que se transformarán en tablas de Surf para la Fundación Olas Paz.





3.237

VOLUNTARIOS

16.691

HORAS

3.237 colaboradores de Chile, Perú y Colombia participaron como voluntarios destinando **16.691 horas** de colaboración en 2022, considerando todas las actividades (tanto PHE como otras).



En **Perú** realizamos también diversas actividades de voluntariado:

- › Colecta de la Liga Contra el Cáncer colocando latas para recaudar fondos a nivel nacional en todas nuestras tiendas.
- › Promovimos la educación pública con niños en situación de vulnerabilidad a través del Programa “Héroe Voluntario” impulsado por la ONG Crea+.
- › Contribuimos con reforzar la educación de calidad en el país mediante la iniciativa “Apadrina un Niño” impulsado por la ONG Comparte Perú.
- › Realizamos un voluntariado digital para promover nuestra campaña comercial #BufandasSolidarias, el cual benefició a la ONG Olimpiadas Especiales.
- › Activamos el voluntariado “Sembrando Vida” de la mano con la ONG Entre Árboles, a través del cual generamos un impacto ambiental positivo habilitando zonas verdes y conmemorando a los familiares fallecidos de nuestros trabajadores. Se lograron plantar 97 árboles en conjunto con la Municipalidad de Chorrillos.
- › Junto a la ONG Alinllam, desarrollamos “¿Cómo sería un día trabajando en Falabella Retail?”, donde niños tuvieron la oportunidad de visitar la tienda en Chiclayo, aprendiendo a través de diversas experiencias cómo es el trabajo en nuestras instalaciones, compartiendo momentos gratos con los voluntarios.
- › Desde nuestra tienda Jockey Plaza, beneficiamos a la ONG Casa Ronald, donde los voluntarios tuvieron la oportunidad de realizar diferentes actividades lúdicas con niños que padecen enfermedades graves.
- › Donamos juguetes en buen estado para los niños de la ONG Remar y también muestras de nuestras prendas.
- › Junto a la ONG Make a Wish, pudimos desarrollar la iniciativa “Cumpliendo Sueños” y visitar a 25 niños compartiendo un día de juegos con ellos y cumpliendo sus deseos.
- › Activamos nuestro Comité de Voluntarios que se reúne de manera bimestral para darle seguimiento a nuestras acciones. Además, trabajamos con la Plataforma PROA para conectar a los voluntarios con diversas actividades.



TALENTO LOCAL

A través de Talento Local visualizamos el trabajo de destacados y emergentes artistas y artesanos locales, en forma directa o en colaboración con otros actores sociales (Estado, ONG) como parte del compromiso de Falabella con el desarrollo de los países en los que opera. Buscamos potenciar la industria creativa fusionando las últimas tendencias de la moda con su labor.

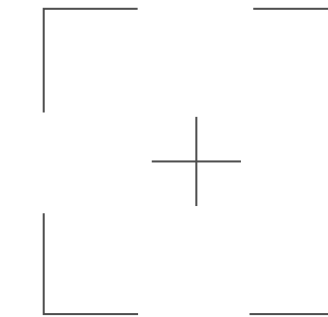
En Talento local hemos desarrollado treinta y cinco campañas, ocho con fines sociales, hemos convocado a más de **70 Artistas Locales** involucrando a **12 Marcas Propias**.

Más de
450
PRODUCTOS DESARROLLADOS
POR TALENTO LOCAL

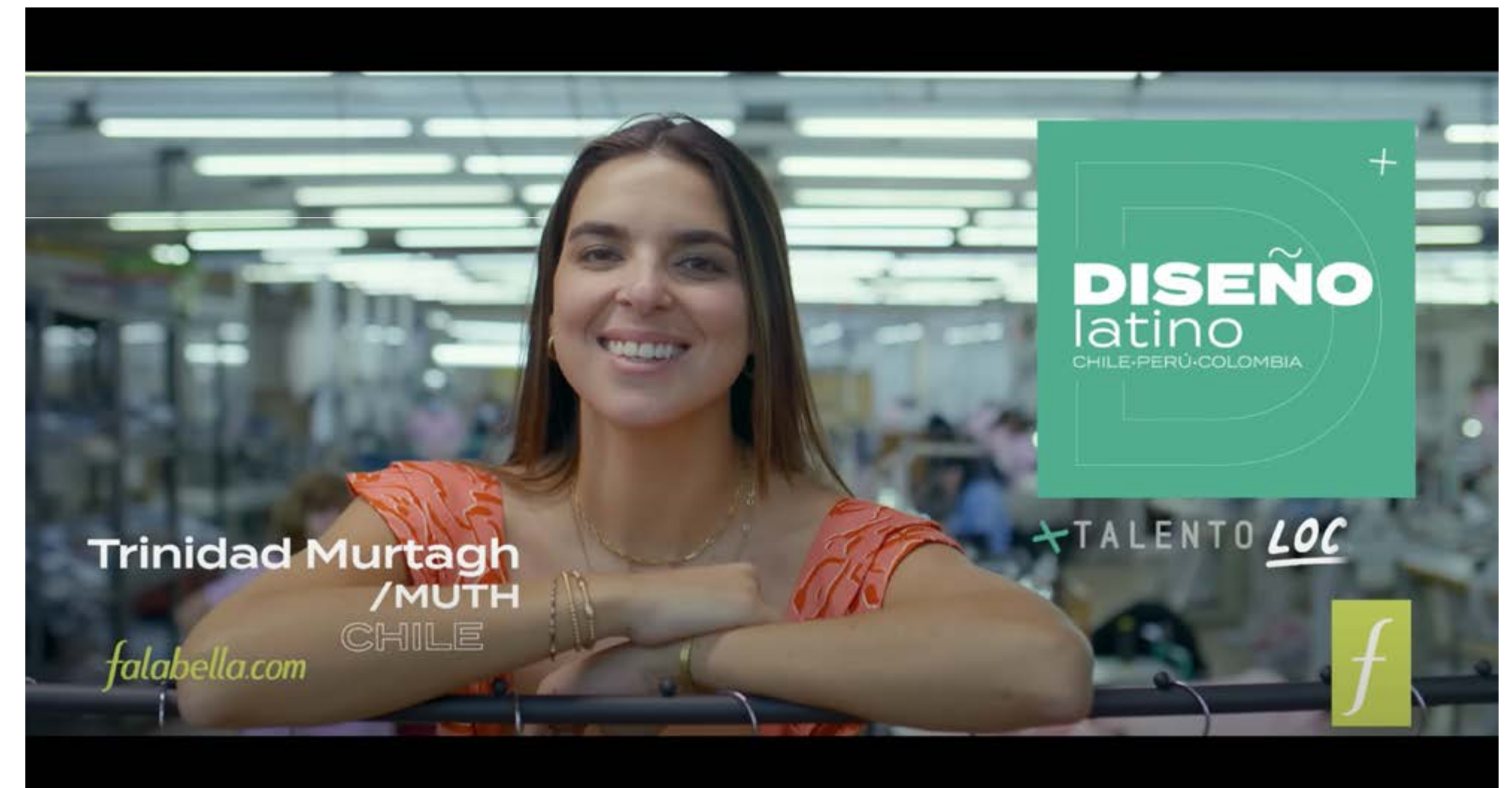
Con el nombre Diseño Latino, se lanzó una campaña de productos diseñados por artistas de Chile, Perú y Colombia donde cinco expertos plasmaron su talento en prendas para mujer inspiradas en la flora, fauna y colores de Latinoamérica. Sebastián del Real y Trinidad Murtagh de Chile, Anís Samanez y Noe Bernacelli de Perú, y Andrés Otálora de Colombia fueron los artistas seleccionados para crear esta colección de productos que cuenta con blusas, vestidos, pantalones, shorts, entre otros.

Entre los diseños de las prendas se destacan ilustraciones de orquídeas, flores silvestres, texturas de animales, paisajes marinos como arrecifes y el uso de colores vivos para representar los ecosistemas de cada país.

PLAY



VER VIDEO





En **Chile** realizamos 16 alianzas colaborativas con diseñadores, ilustradores y artesanos que plasmaron sus diseños en vestuario de mujer, hombre y niños, en accesorios y decoración.

De la mano de cinco grafiteros se dio vida a la colección poleras con diseños únicos como parte de la alianza con 1ko, empresa social que ha convocado a personas de diferentes oficios del emblemático barrio de Puente Alto, Bajos de Mena, con el objetivo de rescatar el arte de las calles y llevarlo a los distintos hogares a través de diversas líneas de productos.

Los artistas que participaron de esta iniciativa ejecutaron un proceso creativo liderado por diseñadores de 1ko, e investigaron conceptos y tendencias para elaborar bosquejos que, a través de diversas técnicas, se convirtieron en ilustraciones que dieron vida a esta colección.

En 2022 desarrollamos también la colección de poleras con diseños exclusivos del artista y cantante chileno Ceaese para la marca Ecko. Esta con más de diez diseños presentó piezas únicas con ilustraciones a colores y en patrones blanco y negro.

La colección Graffiti dio vida a estas poleras diseñadas por nueve reconocidos artistas urbanos y muralistas chilenos. Además, esta campaña dejará también un legado a la comunidad ya que en forma paralela en el programa “Murales Para Chile” convocamos a Dana Pink para realizar un mural en el colegio José Ignacio Zenteno de Maipú, perteneciente al Programa Haciendo Escuela de Falabella.

Por otro lado, y de la mano de nuestra marca propia Basement, presentamos una nueva colección de prendas realizadas por 18 maestras artesanas Aymaras de la Región de Tarapacá a través de la Fundación Artesanías de Chile. Todas las piezas son únicas, elaboradas 100% de lana de alpaca y consta de nueve modelos de prendas entre ellas, sweaters, ponchos y vestidos. Los diseños fueron inspirados en la historia y tradición de la cultura prehispánica.

Sin Barrotes, por su parte, es un emprendimiento nacional que busca reinsertar laboralmente a personas privadas de libertad. Este proyecto abre una oportunidad a internos del penal de Rengo, en la región de O'Higgins, quienes fabrican una variada línea de tablas para asados, aperitivos y utensilios de cocina en general.



En **Colombia** de la mano de Mavesa, nuestra unidad manufacturera de productos, hemos creado desde el inicio de sus operaciones más de 850 colecciones con más de 180 confeccionistas locales, que han permitido el progreso de marcas propias.

Durante el 2022 implementamos distintos espacios en tienda, colaboraciones y acciones para promover las siguientes marcas colombianas:

- › Fat Pandora.
- › Mica kids – deco (Maria Antonieta Guevara).
- › Joyas talento latino (Wish, Entrelazos, Az accesorios, Amorino).
- › Colombia diseña (Anana, Mercedes Campuzano, Lavi, True, Manglione, Sixxta).
- › Moda circular (Alejandro Crocker).
- › Daniela Ospina.
- › TOY (TOY X Falabella).
- › Comuna 13 Medellín, Colombia.

Con Comuna 13 destacamos la esencia de esta zona tan emblemática para los colombianos, a través de una colección sin género y que fue desarrollada con el talento de tres grafiteros. Dos de ellos guías turísticos en el famoso grafitour de Medellín y sus diseños fueron elegidos para crear prendas como camisetas y sudaderas.



Por su parte, con Fat Pandora apostamos por la moda inclusiva en Colombia. En colaboración con la bloguera y activista, Adriana Convers, lanzamos esta colección inspirada en las tendencias de pasarelas del Spring Summer 2022. Esta iniciativa se ha convertido en un ícono de la moda que busca dejar en el pasado los prejuicios sobre cómo se debe ver un cuerpo y cuáles son las tallas ideales, cambiando así los paradigmas tradicionales.

Además, participamos en eventos de Talento Local como Bahari Moda Expo 2022. Cerramos el tercer día de la feria con un importante desfile donde destacamos la moda nacional con proyectos como “Colombia Diseña”. La colección central de esta pasarela fue desarrollada de la mano del diseñador Andrés Otálora, bajo la campaña “Diseño Latino”.

En nuestro compromiso con el fortalecimiento de la industria de la moda, de la mano de Colombia Productiva, entidad del Ministerio de Comercio, estuvimos presentes en diferentes espacios que buscan fomentar la competitividad del sector confección.

En **Perú** realizamos 23 colaboraciones donde trabajamos con diseñadores locales, celebrities, ilustradores y artistas para crear las colecciones más atractivas con el objetivo de sorprender y conectar con nuestros clientes.

Durante el 2022 realizamos colaboraciones con:

- › Anís Samanez (Diseñadora de moda).
- › Noe Bernacelli (Diseñador de moda).
- › Paola Gamero (Diseñadora de moda).
- › Anais Yucrá (Diseñadora de moda).
- › Yirko Sivorich (Diseñador de moda).
- › Edward Venero (Diseñador de moda).
- › Nicole Favre (Cantante).
- › Merly Morello (Cantante).
- › Viviana Rivasplata (Celebrity).
- › Cristina Cilloniz (Ilustradora).
- › Un pan con mango (Ilustradora).
- › Luana Barron (Content Creator).
- › Tana Rendón (Content Creator).
- › Carolina Breadt (Content Creator).
- › Capittana (Marca Local).

Algunas de las colaboraciones más exitosas fueron la de Basement x Tana Rendón, una content creator con muchos años de experiencia que fue una de las primeras bloggers de moda en Perú, destacando por la cercanía con sus seguidores. Su colaboración agotó el 50% del stock en tan solo cinco días.

Por otra parte, la colaboración de Sybilla x Nicole Favre -primera cantante juvenil peruana-, tuvo un excelente despliegue 360 con cobertura en todos los medios y redes sociales. En esta ocasión, destacó el armado en tienda con inspiración vintage college.

La colaboración con Capittana, una marca local de ropas de baño que se ha convertido en love brand para muchas mujeres, también destacó por la excelente activación que tuvo, con un evento de lanzamiento al que acudieron más de 20 celebrities e influencers.





GESTIÓN RESPONSABLE DE PROVEEDORES

En la misma línea de nuestra contribución al desarrollo local, trabajamos también con proveedores, otro grupo de interés clave de nuestra gestión sostenible. Promovemos su desarrollo, incentivándolos a elevar sus estándares de calidad a través de auditorías sociales como SMETA y BSCI (Business Social Compliance Initiative).

Somos parte de SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange), organización que nos da acceso al Protocolo de Auditorías Sociales SMETA que aborda temáticas como derechos humanos, condiciones laborales y ética empresarial, entre otros. También estamos asociados al código de conducta BSCI (Business Social Compliance Initiative) que fue desarrollado por empresas líderes y de la Asociación de Comercio Exterior (FTA) con el fin de crear normas sociales unificadas para nuestros proveedores. Todos estos estándares permiten proteger a los trabajadores de condiciones inseguras, exceso de cargas laborales, discriminación, bajos salarios y trabajo forzoso.

Una vez aplicadas estas auditorías, ponemos el foco en aquellos proveedores que obtienen resultados como “High risk” e “Immediate action” que reciben un plan de acción correctivo para mejorar el desempeño en las áreas que obtuvieron estas alertas y solucionar hallazgos. Si en la siguiente auditoría los hallazgos no fueron corregidos se cancelan las relaciones comerciales.

Bajo los estándares SMETA y BSCI consideramos los resultados “Immediate Action” o “High Risk” como impactos sociales negativos significativos potenciales y reales. En 2022, ninguna fábrica finalizó el año con resultado “Immediate Action”, sólo “High Risk”: Chile 1; Perú 1; Colombia 2; Shearvan 91.

Estos incumplimientos estuvieron relacionados con temáticas como: condiciones de higiene y seguridad, horas de trabajo, sueldos y beneficios, libertad de asociación, comité paritario, almacenamiento de sustancias peligrosas y

calderas. Con estos 95 proveedores se acordaron mejoras como resultado de su evaluación, evitando la baja del acuerdo comercial.

Adicionalmente a las auditorías que se realizan a nuestros proveedores, también velamos porque estos garanticen que los productos que afirman tener un atributo sustentable tengan certificaciones de un tercero que verifiquen la trazabilidad de la materia prima que emplean durante toda su cadena de custodia. De esta forma constatamos que se cumple la cualidad sustentable que informa el proveedor. En esta línea, hemos desarrollado reglas de negocio +Verde para definir si un producto cuenta con atributos suficientes para asegurar que posee un menor impacto ambiental en comparación con otro artículo de la misma característica ([para más información, revisa nuestro capítulo +Verde](#)).



NUEVOS PROVEEDORES 2022



PROVEEDORES EVALUADOS 2022





NUESTROS FOCOS PRIORITARIOS ASG

INNOVACIÓN EN NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

Nuestro objetivo es entregar una experiencia memorable y única a los clientes.

Conectarnos con ellos desde diferentes plataformas y canales, potenciando la complementariedad del mundo físico y digital donde la innovación es parte fundamental para la sostenibilidad del modelo de negocio.





NUESTRA OFERTA “FI-GITAL”

Contamos con 63 marcas propias, 34.000 internacionales y 145 exclusivas lo que nos permite entregar a nuestros clientes una experiencia única y ser el retail más importante de Latinoamérica.

Tenemos un catálogo completo con más de 500.000 productos disponibles en nuestras tiendas físicas, en Falabella.com y en la APP Falabella. Asimismo, en las primeras habilitamos kioskos digitales (pantallas tipo tablet) para que los clientes puedan revisar toda la oferta. Así, buscamos acercar de la mejor manera posible la variedad de productos con la que contamos a las personas.

Para fortalecer la experiencia omnicanal el 2022 se desarrollaron distintas iniciativas en nuestro ecosistema físico-digital, respondiendo ágilmente al entorno competitivo de hoy.



16.399.540

clientes
FÍSICO-DIGITAL

7.319.095

CHILE

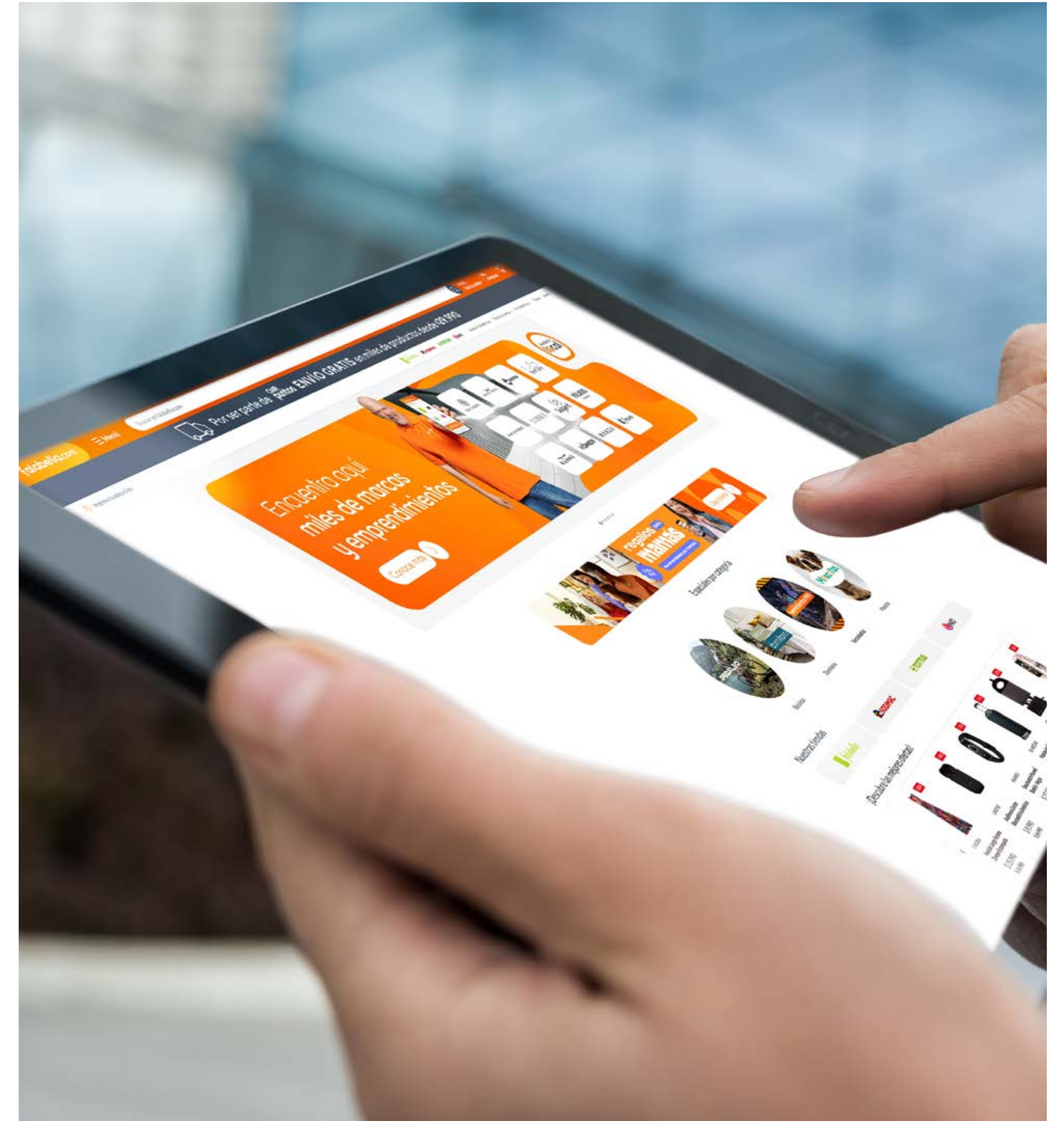
4.941.715

PERÚ

4.138.730

COLOMBIA

FALABELLA RETAIL ES EL **SELLER PRINCIPAL**
DEL ECOSISTEMA **falabella.com**





Innovación y transformación digital

Trabajamos diariamente para incrementar la oferta de productos y garantizar una compra satisfactoria tanto en nuestras tiendas físicas como en Falabella.com.

16,3 millones de personas fueron parte de nuestro journey que busca entregar soluciones de compra y simplificación del proceso para que los clientes puedan disfrutar más la vida con una propuesta de servicio diferenciadora. Asimismo, potenciamos las experiencias en tienda y nuestras diferentes plataformas y canales.

Identificación por radiofrecuencia

Para potenciar la omnicanalidad y la experiencia del cliente implementamos una nueva tecnología en las tiendas de Chile, Colombia y Perú. Se trata de la solución **RFID (identificación por radiofrecuencia)** que permite realizar toma de inventarios y procesos operativos de manera más eficiente.

Esta innovación funciona gracias a los productos de vestuario que poseen etiquetas con tecnología RFID capaces de transmitir, mediante ondas de radiofrecuencia, las características de las prendas tales como color, talla y ubicación. De esta manera,

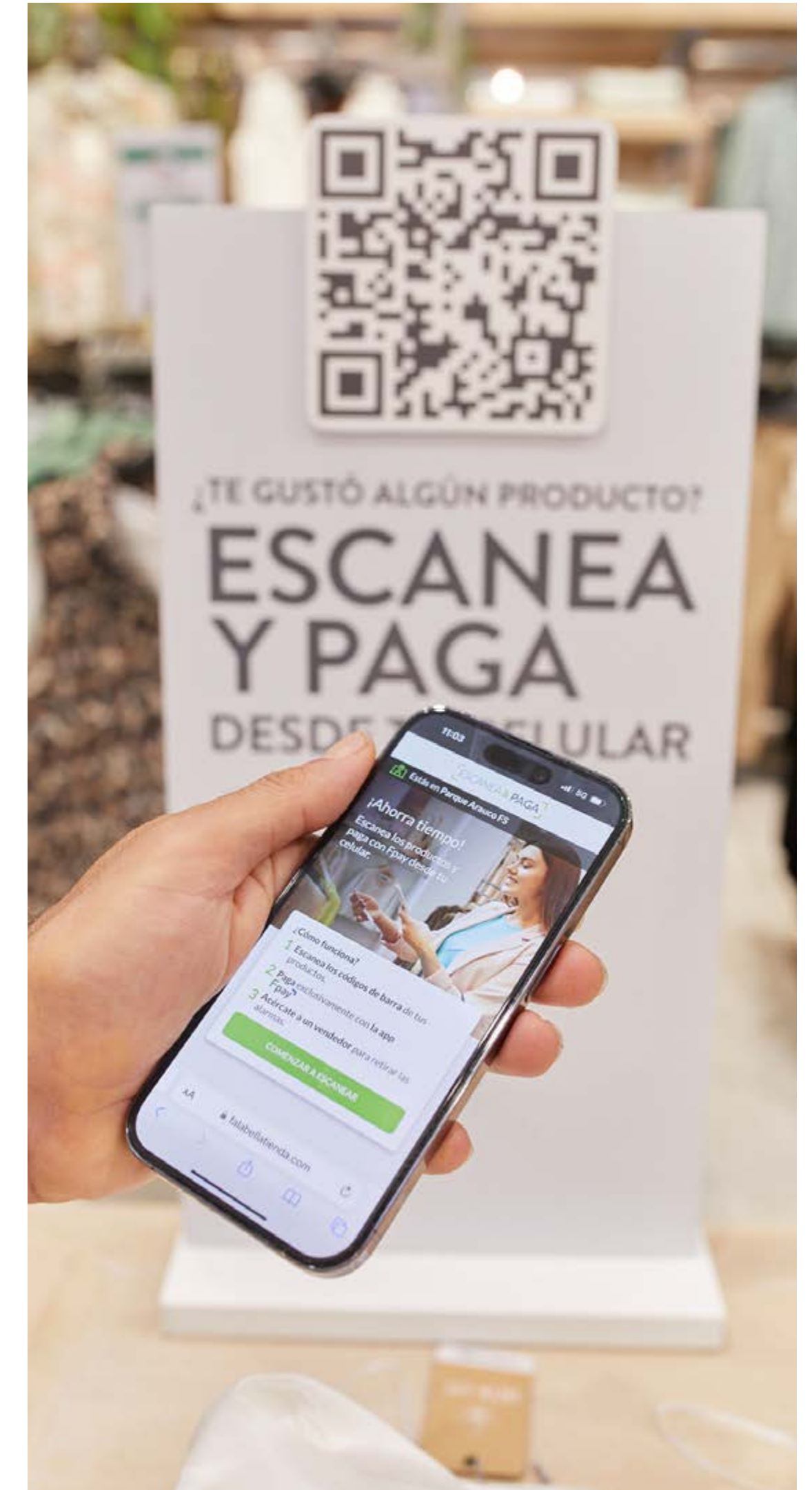
los colaboradores al escanear los productos obtienen toda su información y pueden contabilizar estos artículos en tan solo segundos.

Esta solución logra sobre un 95% de exactitud en los inventarios, eliminando el conteo manual. Gracias a esto, durante el 2022 hemos podido publicar más productos para la venta online y contar con un mejor registro en tiendas. Para 2023 sumaremos otras categorías al proyecto, tales como: Electro, Decoración, Juguetería y Calzado.



Escanea y Paga

Uno de los hitos más relevantes fue la consolidación de **Escanea y Paga** en Chile y Perú. Este sistema consiste en que los clientes pueden comprar escaneando los productos y pagando desde su celular, a través de la aplicación Fpay, sin necesidad de pasar por una caja, transformando la experiencia de compra a una más rápida y eficiente.





Imagine Spark

En 2022 sellamos una alianza junto a Microsoft con el programa de innovación abierta “Imagine Spark”. La iniciativa, desarrollada por Imagine y Microsoft, tuvo como fin elegir a startups que ofrecieran soluciones para nuestra compañía en los ítems de clienteling y self-management, buscando optimizar la experiencia del cliente. Tuvimos más de 60 postulaciones de diferentes startups de países como Chile, Estados Unidos, España, Francia y Hong Kong.



Agendamiento online

Contamos con [agendamiento online](#) de servicios virtuales y presenciales. Dentro de estos se incluyen, según el país, desde asesorías en decoración, novios o compra, hasta la reserva de hora para la realización de workshops en Taller F o contar con un Personal Shopper. En 2022 el total de agendamientos fue de 20.347, de los cuales 17.377 fueron citas de experiencias en tienda.



49

servicios disponibles con

AGENDADO ONLINE

26

CHILE

17

COLOMBIA

6

PERÚ

Falabella Renting

En Chile ingresamos al mundo del renting de autos de la mano de Arval Relsa, compañía líder en soluciones de movilidad a nivel internacional y con trayectoria en alquiler de vehículos. Creamos Falabella Renting, un servicio de arriendo a mediano y largo plazo. Este nuevo modelo permite que mediante el pago de un monto mensual nuestros clientes tengan la posibilidad de acceder a un vehículo nuevo según sus necesidades. Y permite que el usuario pueda elegir el color del auto e incluye servicios de mantenimiento, seguros, asistencia en ruta, permiso de circulación, entre otros.

Club Mascotas F

De la mano de nuestra marca para mascotas, Kulcan, y con el objetivo de crear una comunidad para los amantes de los animales, en Chile lanzamos **Club Mascotas F**, donde los clientes pueden encontrar productos exclusivos y servicios en un solo lugar. Al 2022 contamos con más de 5.000 inscritos y 31 alianzas.

SOS App

En Falabella Retail buscamos continuamente soluciones innovadoras no solo para los clientes, sino que también enfocadas en nuestros colaboradores. Es por esto que desarrollamos “SOS

App”, herramienta móvil disponible para todas las tiendas de Chile, Perú y Colombia. Esta aplicación, que unifica, en un canal, todas las aplicaciones de la tienda, es exclusiva para colaboradores y busca facilitarles la vida, entregando información relevante, enfocada a la necesidad de las tiendas, en cada punto de contacto del viaje del cliente.





Experiencias en tienda

Abordamos día a día la experiencia de compra de manera integral ofreciendo a nuestros clientes las últimas tendencias del mercado internacional. Por eso, nos enfocamos en tratar que cada una de sus visitas sean un momento único y personal buscando su fidelización y completa satisfacción.

Nuestro foco en 2022 estuvo en entregar servicios creativos y bien valorados uniendo la experiencia física con el mundo digital.



259.094.273

DE VISITAS TOTALES EN TIENDAS

130.705.831

CHILE

52.069.896

COLOMBIA

76.318.546

PERÚ

72,2

64%

CHILE

76,6

75%

COLOMBIA

70,2

72%

PERÚ

NPS* ATENCIÓN EN TIENDAS

*Indicador propio Net Promoter Score (NPS)





Tiendas express

En 2022 avanzamos con el formato express en Chile, ya disponible en Perú y Colombia, un concepto de tienda más pequeño de casi 2.000 m² especializado en moda que cuenta con productos de vestuario, calzado y accesorios. Esta propuesta también incluye kioscos digitales en los que se puede acceder a la amplia oferta disponible en Falabella.com.

En línea con optimizar la experiencia de compra, las tiendas express cuentan con: self checkout, (cajas de autoservicio), Escanea y Paga (funcionalidad que permite pagar desde el celular sin necesidad de pasar por caja) y el servicio Asistente Virtual (los clientes a través de un código QR pueden consultar stocks,

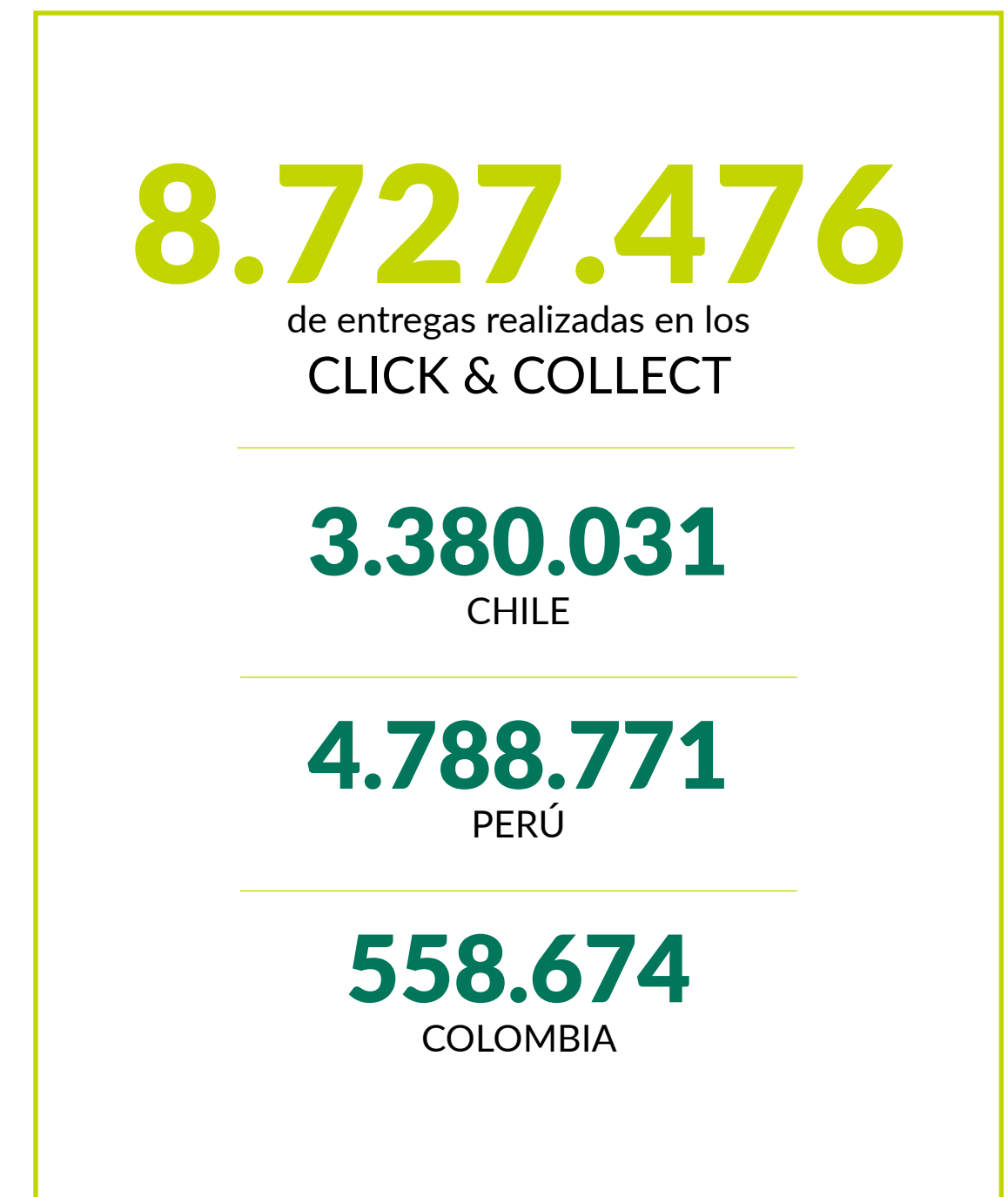
precios, tallas disponibles, entre otras informaciones). También dispone de Click & Collect, máquina automatizada que entrega en segundos los productos comprados en Falabella.com.

Click & Collect

Durante 2022 incorporamos nuevos Click & Collect en las tiendas, totalizando 104 máquinas robotizadas entre Chile, Perú y Colombia. Entregamos un total de más de 8 millones de productos adquiridos en nuestro e-commerce. Esta solución permite

a nuestros clientes retirar su compra en pocos segundos con solo escanear un código QR que aparece en el comprobante de compra.

A lo largo de 2022, la implementación de las cajas de autoservicio llegó a 24 tiendas y una participación transaccional de 18.6%. A su vez, el uso de POS Mobil como herramienta rompecolas presente en 27 tiendas, alcanzó una participación de 2,9%, mientras que el pago con código QR a través de FPay, se puso a disposición en el 90% de las tiendas.





Taller F

Con **Taller F** nuestros clientes están invitados a sumarse al propósito de ser agentes de cambio en el cuidado del medioambiente y alargar el ciclo de vida de su ropa, teniendo la opción de transformarla y darle un sello único mediante la renovación y reparación. En estos talleres disponibles en distintas tiendas de Chile, Perú y Colombia, los clientes pueden personalizar las prendas con bordados, estampados, tachas, parches y más. Asimismo, entregan la posibilidad de transformar cualquier jean en un nuevo producto como un tote bag, un estuche, un porta mat de yoga, un short o una mini falda. Todo lo anterior con el fin de dar una segunda vida a la ropa en desuso.

17

TALLER F
EN 2022

13

CHILE

1

COLOMBIA

3

PERÚ



Conoce otras experiencias disponibles en tiendas

En 2022 implementamos **Personal Shopper**, servicio gratuito que permite a los clientes comprar acompañados de una asesora de imagen que les ayuda a elegir las prendas y colores que más les favorecen. Esta experiencia tiene una duración de una hora y media y está disponible en cuatro tiendas de Chile. Durante el último año más de 3.500 personas fueron asesoradas en dichos recintos. El servicio está también presente en Colombia.

Por otra parte, **Deco F** ayuda en el proceso de decoración de espacios junto a una diseñadora de interiores. Su duración es de una hora y está disponible en Falabella Parque Arauco de Chile. Además, cuenta con la alternativa de asesoría virtual realizada por las mismas especialistas. En 2022 aconsejamos a más de 330 clientes con propuestas de diseño.

La Sastrería a Medida es un espacio exclusivo donde, con la visión de un experto, se confeccionan trajes, chaquetas y pantalones a medida, con telas de origen europeo. El proceso dura una hora y está disponible en Parque Arauco de Chile. En 2022 asesoramos a más de 400 clientes.

Atelier de costuras en Parque Arauco de Chile, es un espacio para reparar tus prendas, hacer bastas, cambiar cierres o forros y zurcir tu ropa. El servicio, activo desde septiembre de 2022, alcanzó más de 1.300 intervenciones.

También nuestros clientes pueden **personalizar la camiseta** de su equipo favorito en los stands disponibles en Parque Arauco y Plaza Oeste de Chile, con el nombre y número que quieran. En diciembre de 2022 logramos un peak de ventas con 712 estampados.

Para los amantes de los videojuegos, **Movistar Game Club**, es un lugar para jugar gratis donde se potencia el espacio gaming y la escena eSports por medio de torneos. Además, encuentras asistencia en venta de productos gamer. Este servicio está habilitado en Falabella Parque Arauco de Chile y en 2022 más de 20.000 jugadores pasaron por este espacio.





Experiencia de servicio venta y posventa

En 2022, a pesar de concretarse una mayor apertura, los clientes siguieron conservando sus hábitos de compra online, una costumbre que ya ha quedado arraigada. En Falabella, reaccionamos rápido para adaptar equipos de trabajo y sistemas de atención a estos nuevos estándares.

Implementamos proyectos y avanzamos en automatización de los flujos logísticos, de logística inversa, transaccionales, servicios y garantías lo que finalmente acorta considerablemente los tiempos de respuestas a nuestros clientes.

Postventa

Mejoramos la comunicación con los compradores, informando de los procesos y estado de las solicitudes para disminuir las insistencias en los reclamos. Bajo la misma línea, implementamos una encuesta de satisfacción para el cierre de casos que busca generar una mejora continua en nuestros procesos operacionales.

Durante todo el año desarrollamos un proyecto orientado a mejorar la comunicación con el cliente identificando las necesidades de información sobre

el estado de los despachos y de las solicitudes. Llevamos esto a canales como WhatsApp y logramos un intercambio más asertivo que nos ha permitido mejorar la relación con nuestros compradores en términos de transparencia.

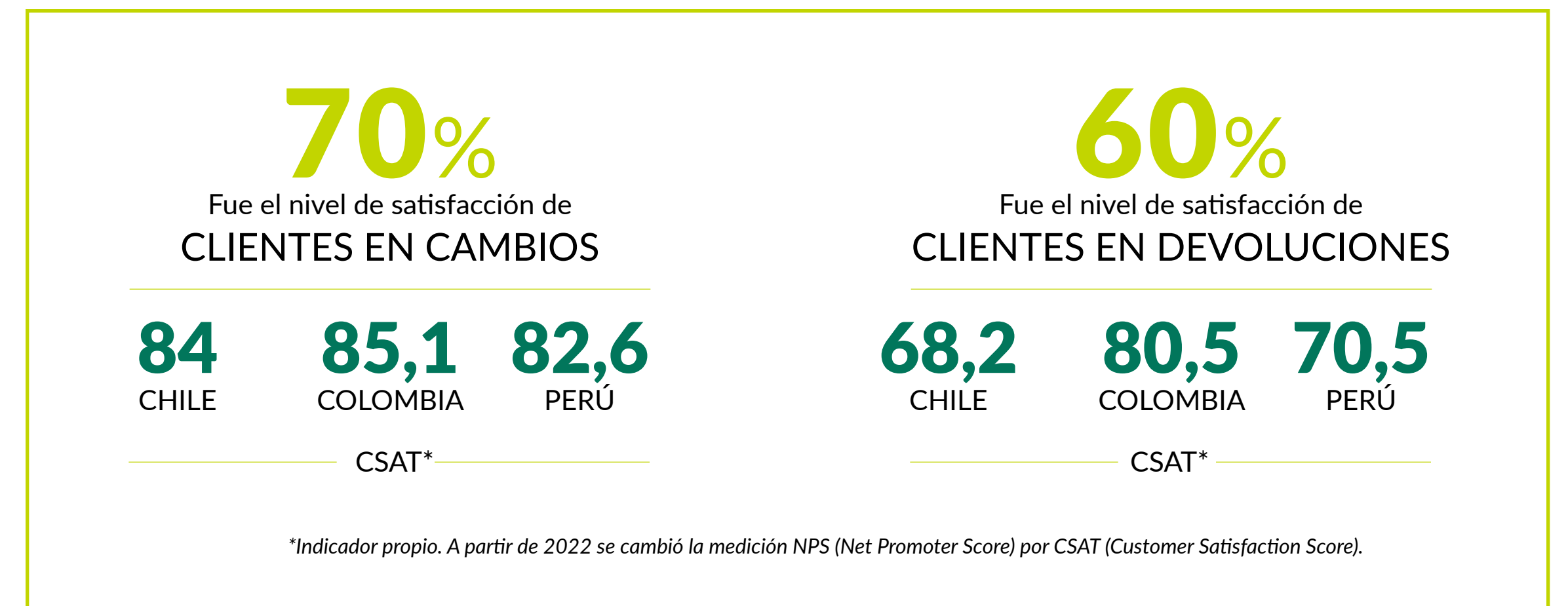
Además, en **Colombia** implementamos un plan piloto en ocho tiendas (Colina, Pacific Mall, Fontanar, Santafé Medellín, Titan, Jardín Plaza, Unicentro, Primavera) donde se instalaron códigos QR en diferentes lugares de las tiendas, los cuales dirigen a nuestro *Hub de experiencias*. Esto permite que nuestros clientes conozcan todo lo que pueden vivir al interior de nuestras instalaciones.

En **Perú** desarrollamos distintas iniciativas durante 2022, como por ejemplo **“Yo Me Encargo”**. Un flujo de logística inversa que permite atender a domicilio reclamos relacionados a productos entregados que no corresponden, evitando que el cliente que compró online tenga que ir a la tienda para solucionar un problema generado por un error operativo.

Con la llegada de Falabella.com se habilitó, para todas las unidades de negocio del grupo, un único menú de

opciones de atención para el call center y WhatsApp llamado **“IVR integrado”**.

Por otra parte, el lanzamiento Falabella.com en Perú significó un cambio en dos aspectos. La implementación y puesta en marcha de **Salesforce** como nueva herramienta de gestión post venta. Y **nuevos flujos de atención** por la homologación de algunos términos y condiciones para entregas, cambios y devoluciones de productos.





Logística

En 2022 el **Centro de Distribución Omnicanal** de Falabella en Chile concretó una nueva etapa ampliando su infraestructura a 60.000 m2. Esto permitió aumentar en un 50% su capacidad, dejando espacio suficiente para triplicar el e-commerce en los próximos años. La nueva edificación puede llegar a acopiar nueve millones de unidades.

La principal inversión en tecnología fue la ampliación del Almacén Automático, añadiendo a la operación 132 robots “Shuttle” a los 264 ya existentes. Este aumento brinda una mayor velocidad en la preparación de pedidos de los clientes y tiendas.

Asimismo, sumado a los seis kilómetros de cintas transportadoras y tres clasificadores de cajas disponibles, facilitan y mejoran la eficiencia de las tareas de nuestros colaboradores.

Dentro de las innovaciones, se instalaron máquinas de empaque automático. Estos aparatos automatizan el proceso, ya que miden la volumetría de cada pedido, fabrican un paquete acorde a su tamaño, y finalmente lo sellan y le ponen su respectiva etiqueta.

En **Colombia**, en conjunto con el fondo inmobiliario de inversión colectiva Visum Rentas Inmobiliarias,

experto en el desarrollo y operación de activos logísticos, iniciamos la construcción de uno de los centros de distribución más grandes del país. Este proyecto, que estará ubicado en el municipio de Cota, contará con más de 80.000 metros cuadrados de área construida y se espera que genere empleo a más de 1.000 familias de la zona.

Este nuevo Centro de Distribución, diseñado para abordar tanto nuestras operaciones de e-commerce como el suministro a tiendas físicas, empezará a operar en 2024 y busca contar con todas las especificaciones de manejo responsable de recursos no renovables, eficiencias energéticas y de agua, y calidad ambiental interna, para ser certificada como una construcción LEED.

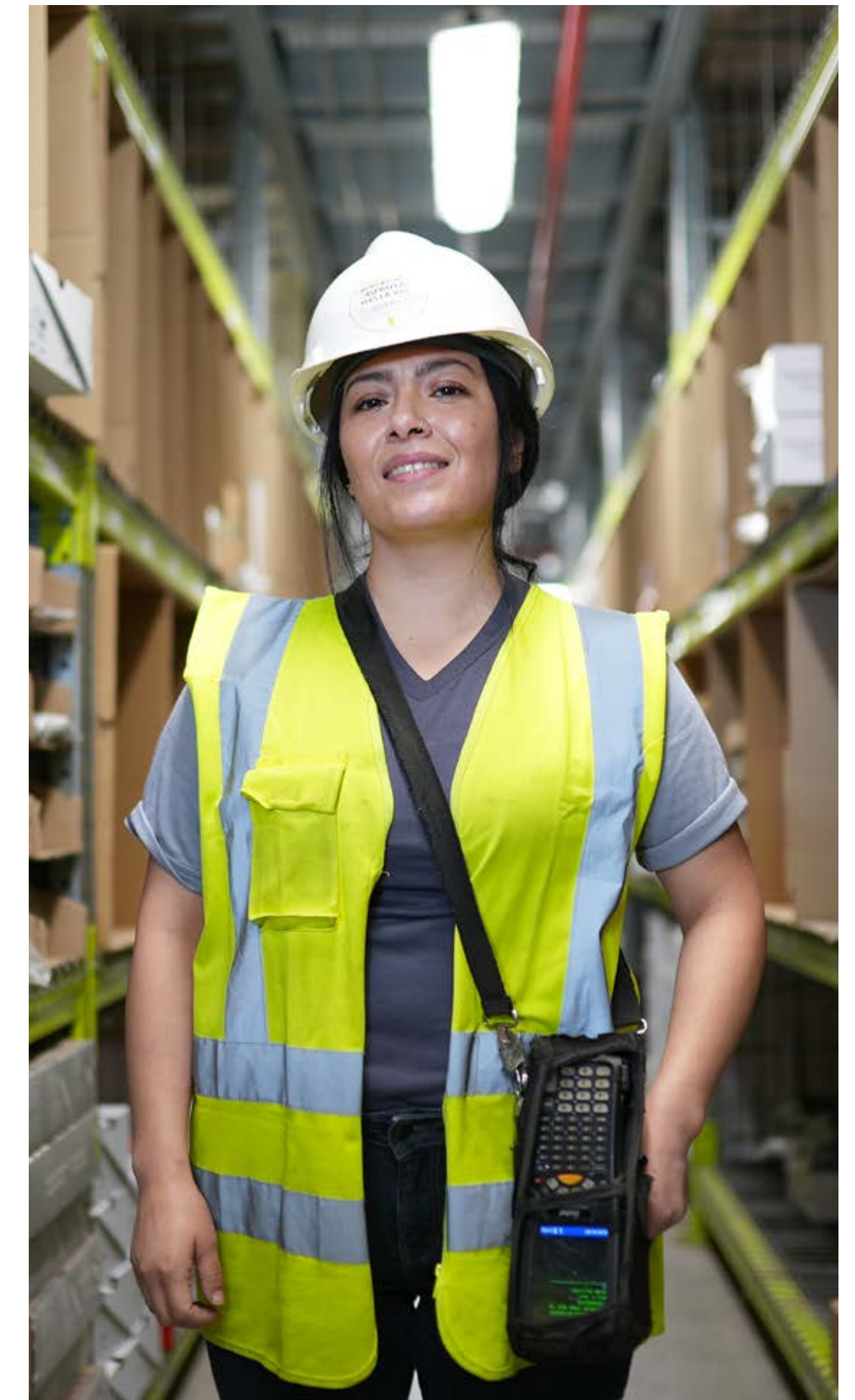
La inversión contempla cerca de COP \$300 mil millones para la construcción, y aproximadamente COP \$200 mil millones para la adecuación tecnológica por medio de la importación de esquemas de robotización de última tecnología que harán más eficiente este proceso.

En **Perú**, trabajamos durante 2022 en la automatización de la operación Miniticket (CDVES), lo que ha derivado en la automatización del 100%

de la operación de e-commerce incrementando la capacidad de procesamiento de 18,000 pedidos/día a 150,000. El sistema cuenta con una estantería robotizada que alimenta por fajas transportadoras a las mesas de empaque y muelles de salida.

Hemos ampliado la capacidad y optimizado el modelo de almacenaje para agrupar la mercadería en dos depósitos centrales, uno para Big Ticket y otro para Mini Ticket, dejando de alquilar tres almacenes externos.

Trabajamos en la optimización de rutas y habilitación de estaciones de Cross Dock en tiendas de provincias. Utilizando la red troncal de abastecimiento a tiendas hemos mejorado los tiempos de entrega y el costo de despacho para el cliente.





CÓMO REPORTAMOS



03

CAPÍTULO



ESTÁNDARES DE REPORTABILIDAD

En Falabella desempeñamos un rol importante para nuestros públicos de interés y como marca líder debemos ser un actor clave en el ámbito de la sostenibilidad. Durante 2022 profundizamos nuestro camino hacia ese objetivo, asumiendo desafíos, entregando soporte a nuestros colaboradores y respondiendo a las demandas del mundo actual.

Este reporte fue realizado siguiendo el Estándar del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 2021 y busca reflejar nuestro desempeño social, medioambiental y de gobierno corporativo en el ejercicio fiscal 2022.

Este documento cubre los impactos de nuestras operaciones en Chile, Perú y Colombia, cubriendo en forma extensiva las labores en tiendas, oficinas centrales y centros de distribución: Falabella Retail S.A, Saga Falabella S.A. y Falabella de Colombia S.A.

Este reporte fue liderado por el área de Sostenibilidad de la Gerencia de Marketing y Sostenibilidad, y por la Gerencia de Comunicaciones y no cuenta con verificación externa.

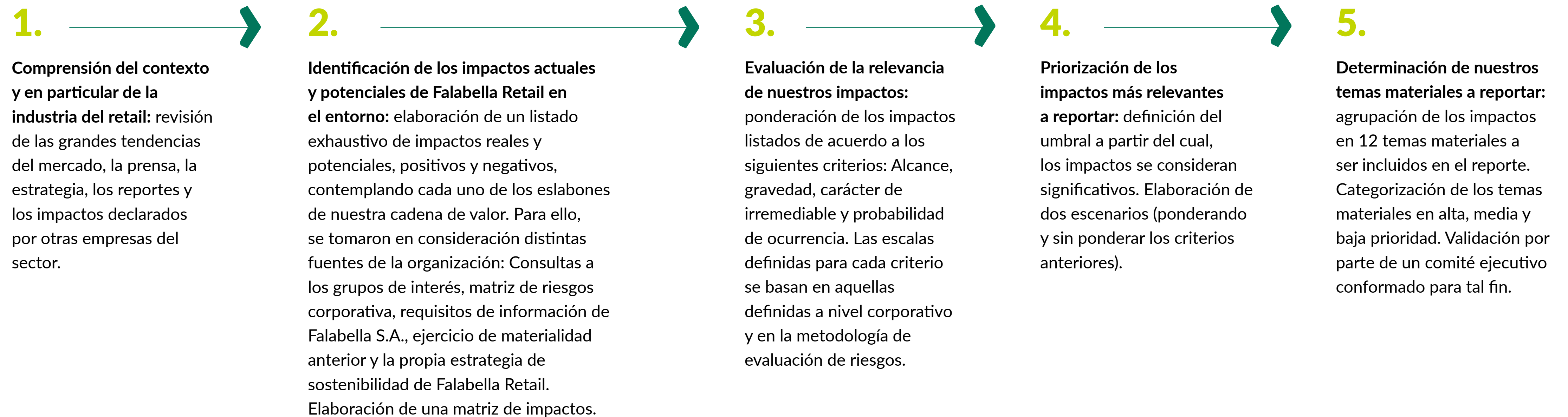
La reexpresión de la información respecto a la edición anterior, se funda en la aplicación del nuevo estándar GRI, basado en la determinación de los temas materiales de una organización en función de sus impactos más significativos, y que tiene como resultado la comunicación pública de estos. Lo anterior, implicó que algunos temas se eliminaran y que otros, cobraran mayor relevancia.





ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Para la determinación de los temas materiales del Reporte de Sostenibilidad 2022, contamos con el apoyo de un asesor externo, especializado en estas materias. En concreto, se ejecutaron las siguientes actividades:





CONSULTAS A GRUPOS DE INTERÉS

En el marco del proceso de materialidad se tomaron en cuenta las opiniones de los siguientes grupos de interés:

<p>EMPLEADOS Canal de integridad Encuesta de Cultura Corporativa Consulta de Sostenibilidad a Empleados (2021)</p>
<p>PROVEEDORES Y OTROS Canal de integridad</p>
<p>INVERSIONISTAS Requerimientos de Falabella S.A. Estándar SASB</p>
<p>CLIENTES Sistema de gestión de reclamos Focus Groups Consulta de Sostenibilidad a Clientes (2021)</p>
<p>SOCIEDAD Encuesta Merco Tracking evaluación de sostenibilidad regional Prensa</p>

LISTADO DE TEMAS MATERIALES 2022

Temas materiales prioridad alta

- › **Cambio climático:** impactos en materia de emisiones de gases de efecto invernadero, las medidas de mitigación y de adaptación adoptadas.
- › **Salud y seguridad de colaboradores y trabajadores externos:** impactos en salud y seguridad física y mental de trabajadores propios y contratistas.
- › **Diversidad e inclusión:** impactos vinculados con la generación de espacios de trabajo libres de discriminación a trabajadores por motivo de género u otros.
- › **Residuos: Impactos vinculados con la generación de residuos por la operación:** sólidos – peligrosos y no peligrosos.
- › **Impactos en la cadena de valor:**
 - **Impacto social en la cadena de suministro:** condiciones laborales en proveedores, certificaciones y auditorías, filtros y criterios utilizados en las compras.
 - **Impacto ambiental en la cadena de suministro:** efectos ambientales de la fabricación de productos que vendemos en Falabella (incluido Marcas Conscientes y uso de materias primas).
- › **Impacto ambiental en el uso del producto:** impactos ambientales por el uso y disposición final, circularidad de productos.
- › **Empleo y condiciones laborales:** generación de oportunidades de empleo directo, beneficios y bienestar, libertad de asociación, clima y atracción de talentos.
- › **Desarrollo de talentos:** generación de oportunidades de crecimiento para trabajadores internos a través de capacitación, evaluación de desempeño y oportunidades de movilidad.

Temas materiales prioridad media

- › **Comunicación responsable:** impactos potenciales que se puedan generar con motivo de publicidades engañosas, la promoción del “fast fashion” e incluso, episodios potenciales de discriminación a clientes.
- › **Seguridad de clientes:** afectación física en sucursales, o en los datos privados de clientes o la ocurrencia de fraudes.
- › **Experiencia de clientes:** impactos negativos por experiencias no satisfactorias, entrega de productos de mala calidad o escasa disponibilidad de productos.
- › **Trato a proveedores:** impactos que puedan generarse por el trato no acorde a proveedores.
- › **Aporte comunitario:** aportes a comunidades vecinas, a través del programa Haciendo Escuela u otros, y acciones de marketing social.



A modo de ejercicio comparativo, el análisis de materialidad de 2021 se basó, entre otros factores, en las percepciones de los grupos de interés internos y externos para determinar los contenidos del informe. En este proceso de 2022 por el contrario, sus opiniones mantienen su carácter de relevancia, representando un factor relevante, entre otros, para la definición objetiva de la severidad y probabilidad de ocurrencia de los impactos potenciales en el entorno, así como para la definición de riesgos de alto nivel.

En comparación con el listado de temas materiales, cabe destacar la salida de los aspectos vinculados con la transformación digital y la innovación, aspectos que si bien siguen siendo relevantes, se consideran impactos “hacia” Falabella Retail y por tanto, de acuerdo con el estándar GRI 2021, no se consideran relevantes para este reporte.

Fecha de publicación

Este documento se publica el 15/05/2023

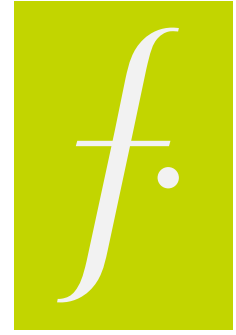
En caso de requerir más información sobre este reporte contactar a:

Nombre: **Malena Marcalle**

Cargo: **Subgerente de Sostenibilidad**

Mail: mmarcalle@falabella.cl





ANEXOS





CONOCIMIENTOS MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO

GRI 2-17

Nombre	Apellido	Título	Antigüedad
Carlos	Heller Solari	Ingeniero en ejecución agrícola	14 años
Sebastián	Arispe Karlezi	-	1 año
Giorgianna	Cúneo Queirolo	Publicista	4 años
Sergio	Cardone Solari	Ingeniero Comercial	13 años
Julio	Fernández Taladriz	Ingeniero Comercial	5 años
Carolina	del Río Goudie	Máster en Comunicación y Desarrollo	5 años
Sebsatián	del Río Goudie	Ingeniero Civil	5 años
Sandro	Solari Donaggio	Ingeniero Civil	4 años
Juan Pablo	Montero Schepeler	Ingeniero Civil	7 años



INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

GRI 403-9 / 403-10

TABLA ACCIDENTES DE CHILE⁹

		Empleados internos												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
1. Accidentabilidad	Total de accidentes (N°)	22	15	32	19	19	19	16	17	17	20	23	25	244
	Dotación (N°)	14045	14174	15550	13610	13123	12370	12520	12514	12344	12146	12662	13351	158409
	Tasa (%)	0,15	0,10	0,20	0,13	0,14	0,15	0,12	0,13	0,13	0,16	0,18	0,18	1,84
2. Tasa de fatalidad	Total de fatalidad (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotación (N°)	14045	14174	15550	13610	13123	12370	12520	12514	12344	12146	12662	13351	158409
	Tasa (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Tasa de enfermedades profesionales	Total de enfermedades profesionales (N°)	1	1	0	0	1	2	3	1	5	0	0	5	19
	Dotación (N°)	14045	14174	15550	13610	13123	12370	12520	12514	12344	12146	12662	13351	158409
	Tasa (%)	0,007	0,007	0	0	0,007	0,0161	0,0239	0,007	0,040	0	0	0,0374	0,147

⁹ Los datos ingresados sobre accidentabilidad y siniestralidad corresponden a nuestras tiendas y a todas las operaciones administrativas y logísticas. Los trabajadores cubiertos por un sistema de gestión auditado y certificado corresponden a aquellos de las tiendas. Los peligros de lesión con grandes consecuencias surgen de la evaluación de riesgo, la cual se calcula multiplicando la probabilidad de ocurrencia por su consecuencia.



		Empleados internos												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
4. El promedio de días perdidos por accidente durante el año	Total de días perdidos por accidentes (N°)	327	262	367	487	502	421	304	335	220	229	306	397	4157
	Promedio de días	14,86	17,46	11,46	25,63	26,42	22,15	19	19,70	12,94	11,45	13,30	15,88	210,29
5. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad sin verificación	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)													0
	Dotación (N°)													0
	Tasa (%)													0
6. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado internamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)													0
	Dotación (N°)													0
	Tasa (%)													0
7. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado y verificado externamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)	8872	9131	9132	8602	7882	7726	7836	7880	7594	7807	8304	9026	99792
	Dotación (N°)	14045	14174	15550	13610	13123	12370	12520	12514	12344	12146	12662	13351	158409
	Tasa (%)	63%	64%	59%	63%	60%	62%	63%	63%	62%	64%	66%	68%	7,56



TOTAL ACCIDENTES COLOMBIA

		Empleados internos												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
1. Accidentabilidad	Total de accidentes (N°)	5	11	10	8	10	5	7	11	9	17	5	12	110
	Dotación (N°)	4368	4370	4326	4274	4286	4280	4307	4332	4345	4337	4287	4272	4315
	Tasa (%)	0,11	0,25	0,23	0,19	0,23	0,12	0,16	0,25	0,21	0,39	0,12	0,28	2,55
2. Tasa de fatalidad	Total de fatalidad (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotación (N°)	4368	4370	4326	4274	4286	4280	4307	4332	4345	4337	4287	4272	4315
	Tasa (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Tasa de enfermedades profesionales	Total de enfermedades profesionales (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotación (N°)	4368	4370	4326	4274	4286	4280	4307	4332	4345	4337	4287	4272	4315
	Tasa (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00



		Empleados internos												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
4. El promedio de días perdidos por accidente durante el año	Total de días perdidos por accidentes (N°)	61	42	105	22	20	17	15	41	26	99	19	31	498
	Promedio de días	0,08	0,26	0,10	0,36	0,50	0,29	0,47	0,27	0,35	0,17	0,26	0,39	0,22
5. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad sin verificación	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)													0
	Dotación (N°)													0
	Tasa (%)													0
6. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado internamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)	4368	4370	4326	4274	4286	4280	4307	4332	4345	4337	4287	4272	4315
	Dotación (N°)	4368	4370	4326	4274	4286	4280	4307	4332	4345	4337	4287	4272	4315
	Tasa (%)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado y verificado externamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)	4368	4370	4326	4274	4286	4280	4307	4332	4345	4337	4287	4272	4315
	Dotación (N°)	4368	4370	4326	4274	4286	4280	4307	4332	4345	4337	4287	4272	4315
	Tasa (%)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



TOTAL ACCIDENTES COLOMBIA

		Empleados externos												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
1. Accidentabilidad	Total de accidentes (N°)	5	6	8	7	9	9	1	4	8	8	14	10	89
	Dotación (N°)	2439	1624	1548	1387	1618	1716	1378	1177	1310	1945	2411	2926	1790
	Tasa (%)	0,21	0,37	0,52	0,50	0,56	0,52	0,07	0,34	0,61	0,41	0,58	0,34	4,97
2. Tasa de fatalidad	Total de fatalidad (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotación (N°)	2439	1624	1548	1387	1618	1716	1378	1177	1310	1945	2411	2926	1790
	Tasa (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Tasa de enfermedades profesionales	Total de enfermedades profesionales (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotación (N°)	2439	1624	1548	1387	1618	1716	1378	1177	1310	1945	2411	2926	1790
	Tasa (%)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00



		Empleados externos												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
4. El promedio de días perdidos por accidente durante el año	Total de días perdidos por accidentes (N°)	10	38	11	31	52	58	0	13	16	20	37	25	311
	Promedio de días	0,50	0,16	0,73	0,23	0,17	0,16		0,31	0,50	0,40	0,38	0,40	0,29
5. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad sin verificación	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)													
	Dotación (N°)													
	Tasa (%)													
6. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado internamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)	2439	1624	1548	1387	1618	1716	1378	1177	1310	1945	2411	2926	1790
	Dotación (N°)	2439	1624	1548	1387	1618	1716	1378	1177	1310	1945	2411	2926	1790
	Tasa (%)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado y verificado externamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)	2439	1624	1548	1387	1618	1716	1378	1177	1310	1945	2411	2926	1790
	Dotación (N°)	2439	1624	1548	1387	1618	1716	1378	1177	1310	1945	2411	2926	1790
	Tasa (%)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



TOTAL ACCIDENTES PERÚ

		Empleados internos												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
1. Accidentabilidad	Total de accidentes (N°)	4	1	4	2	7	10	8	9	3	3	5	2	58
	Dotación (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	98607
	Tasa (%)	0,05	0,01	0,05	0,02	0,08	0,12	0,09	0,11	0,04	0,04	0,06	0,02	0,06
2. Tasa de fatalidad	Total de fatalidad (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Dotación (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	
	Tasa (%)													
3. Tasa de enfermedades profesionales	Total de enfermedades profesionales (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Dotación (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	
	Tasa (%)													



		Empleados internos												
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
4. El promedio de días perdidos por accidente durante el año	Total de días perdidos por accidentes (N°)	14	4	16	13	21	47	27	45	8	14	17	16	242
	Promedio de días	14	4	16	13	21	47	27	45	8	14	17	16	242
5. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad sin verificación	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	
	Dotación (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	
	Tasa (%)													
6. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado internamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	
	Dotación (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	
	Tasa (%)													
7. Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado y verificado externamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	
	Dotación (N°)	7649	7531	7708	8224	8499	8359	8766	8403	7932	8328	8768	8440	
	Tasa (%)													



EMISIONES GEI - ALCANCES 1, 2 Y 3

GRI 305-1 / 305-2 / 305-3

Alcance	País	Unidad	2022
Emisiones Directas (Alcance 1)	Chile	tCO ₂ e	3.655
Emisiones Indirectas Energía (alcance 2 Mercado)	Chile	tCO ₂ e	8.629
Emisiones Indirectas Energía (alcance 2 Ubicación)	Chile	tCO ₂ e	28.107
Emisiones Indirectas (Alcance 3)	Chile	tCO ₂ e	1.998.187
Emisiones Totales (Mercado)	Chile	tCO₂e	2.010.471
Emisiones Totales (Ubicación)	Chile	tCO₂e	2.029.949

Alcance	País	Unidad	2022
Emisiones Directas (Alcance 1)	Colombia	tCO ₂ e	1.067
Emisiones Indirectas Energía (alcance 2 Mercado)	Colombia	tCO ₂ e	4.535
Emisiones Indirectas Energía (alcance 2 Ubicación)	Colombia	tCO ₂ e	4.535
Emisiones Indirectas (Alcance 3)	Colombia	tCO ₂ e	421.986
Emisiones Totales (Mercado)	Colombia	tCO₂e	427.588
Emisiones Totales (Ubicación)	Colombia	tCO₂e	427.588

Alcance	País	Unidad	2022
Emisiones Directas (Alcance 1)	Perú	tCO ₂ e	2.628
Emisiones Indirectas Energía (alcance 2 Mercado)	Perú	tCO ₂ e	12.130
Emisiones Indirectas Energía (alcance 2 Ubicación)	Perú	tCO ₂ e	12.130
Emisiones Indirectas (Alcance 3)	Perú	tCO ₂ e	622.839
Emisiones Totales (Mercado)	Perú	tCO₂e	637.598
Emisiones Totales (Ubicación)	Perú	tCO₂e	661.859



Consideraciones:

- › Cálculo se basa en el Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard)
- › Se usan los Potenciales de Calentamiento Global del Sexto Informe de Evaluación del IPCC (Sixth Assessment Report, AR6)
- › Factores de emisión consideran fuentes trazables y reconocidas, utilizando valores de cada año si es posible.
- › Se presentan las emisiones en toneladas de dióxido de carbono equivalente (tCO₂e), lo cual contabiliza 7 gases de efecto invernadero (CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃)
- › Los datos fueron verificados por tercera parte independiente, de acuerdo con el estándar GHG Protocol.
- › Falabella Retail ha realizado un recálculo de los años 2020-2021, en conformidad con los criterios del GHG Protocol. Esto debido a que se cruzó el umbral de significancia de 5% por las siguientes razones:

- i. Se desarrolló un modelo más preciso para calcular las emisiones del uso de productos vendidos (Sólo en Chile)
- ii. Se actualizaron los potenciales de calentamiento global del Fifth Assessment Report (AR5) al Sixth Assessment Report (AR6)

Explicación de datos:

- › La matriz energética en cada país es distinta, lo cual impacta en que, para un mismo consumo energético, se generen menos emisiones donde haya mayor participación de energías renovables (como Colombia y Perú)
- › El tamaño de la operación (Cantidad de tiendas, ventas, etc.) en cada país también determina el nivel de emisiones absolutas en cada uno. Lo cual explica la distribución de emisiones por país: Chile: 65%, Colombia: 14%, Perú: 21%

OPERACIONES SUSTENTABLES – ELECTROMOVILIDAD

Aspecto	Unidad	Real con proyecto	Teórico sin proyecto
Periodo	-	2022	2022
N° Vehículos		54	54
Viajes	Viajes	8.008	8.008
Distancia acumulada	km	338.183	338.183
Consumo eléctrico	kWh	76.537	0
Consumo diésel	Litros	0	51.717
Emisiones	tCO ₂ e	24	174
Emisiones evitadas	tCO ₂ e	150	0
Emisiones evitadas	%	86%	0%
Rendimiento de emisiones	gCO ₂ e/km	71	515



GESTIÓN DE RIESGOS OPERACIONALES

Fiscalizaciones Ambientales

Falabella Retail Chile, cuenta con un programa de cumplimiento ambiental, enfocado en el cumplimiento normativo y la respuesta a fiscalizaciones ambientales. Durante 2022 se desarrollaron 11 procesos de fiscalización ambiental en los distintos establecimientos en donde operamos. No se registran multas relacionadas con temáticas ambientales e incumplimiento normativo.

En Falabella Retail Perú, se cuenta con Política de Medio Ambiente y Cambio Climático y en 2022 se aprobó el nuevo programa Ambiental. Durante 2022 no tuvieron fiscalizaciones ni multas por temas ambientales

En Falabella Retail Colombia se aprobó el Programa de Cumplimiento Ambiental en la evaluación de los requisitos legales con 30 fiscalizaciones, sin registrar multas relacionadas. También se estableció la matriz de gestión de riesgos ambientales y se establecieron controles para cada tipo de riesgo.

INFORMACIÓN RELATIVA A MULTAS Y DENUNCIAS SOBRE FILTRACIÓN DE DATOS PERSONALES

GRI 418-1

La transformación digital ha llevado al desarrollo de numerosas plataformas digitales para nuestros clientes, lo que ha aumentado la cantidad de datos que gestionamos y, por lo tanto, nos ha expuesto a mayores riesgos de seguridad y privacidad.

En Falabella, clasificamos los datos según su nivel de confidencialidad, desde los altamente confidenciales hasta los de uso público. Esta clasificación nos ayuda a identificar los riesgos que pueden surgir durante el ciclo de vida de los datos y a implementar controles para mitigar las amenazas a la seguridad y privacidad de los mismos. Los controles se centran en aspectos clave como el almacenamiento de datos, los repositorios, los esquemas de datos y la capa de transporte, teniendo en cuenta las dimensiones de seguridad de confidencialidad, integridad y disponibilidad.

Durante el año 2022 no tuvimos filtración de datos.

CASOS DE INCUMPLIMIENTO DE LEGISLACIÓN Y NORMATIVAS

Durante 2022, no se identificaron casos de incumplimientos significativos de la legislación y normativa de los países en los cuales tenemos operaciones. Para estos efectos, se consideraron casos de incumplimientos significativos, aquellos en que se aplicó una multa que pudiera comprometer la capacidad financiera de la compañía para operar, para cumplir con sus objetivos o con sus compromisos

DESARROLLO LOCAL EVALUACIÓN B4SI

Al igual que el año 2021, se efectuó una encuesta dirigida a los Rectores de los establecimientos beneficiarios del PHE en Chile y Colombia. Este tuvo el objetivo de conocer el contexto en que se encuentran los colegios y el de analizar el impacto de los programas implementados durante el año 2022, al alero de sus 4 pilares estratégicos: “Asesoría académica”, “Ampliando Horizontes”, “Accesibilidad digital e Infraestructura” y Relacionamento Comunitario”.






Con ello, tanto Chile como Colombia fueron incorporados en la medición de sus contribuciones (inputs) y alcance de beneficiarios (outputs). En el caso de Perú, se efectuó una revisión de los programas proyectados para su implementación futura de cara a los próximos años. Solo en determinados casos, se efectuó una medición de sus prestaciones en cuanto a iniciativas que habían ejecutado durante el año 2022. Sus gastos, en términos de inputs, fueron también considerados en esta medición.

Como innovación para este año, se extendieron encuestas dirigidas a los apoderados de los establecimientos en Chile, tanto para conocer su percepción sobre el impacto de algunos programas en el aprendizaje de los estudiantes, como también para evaluar iniciativas formativas dirigidas a ellos mismos. Con ello, se obtuvo una percepción más acabada de los distintos programas.

Finalmente, en lo que respecta al impacto en el negocio, para el caso de Chile se consideraron principalmente las herramientas de Merco Consumo y Brand Dynamics para conocer el impacto reputacional en stakeholders externos (clientes y otros públicos externos) y Great Place to Work para medir el compromiso en los colaboradores.



REPOSITORIO DE POLÍTICAS

Política Ambiental y de Cambio Climático	Descargar / leer aquí 
Política de Libre Competencia	Descargar / leer aquí 
Modelo de Prevención de Delitos	Descargar / leer aquí 
Política de Derechos Humanos y Empresa	Descargar / leer aquí 
El Código de Integridad está publicado en	Descargar / leer aquí 
La Política de Diversidad e Inclusión	Publicada para toda la organización en la intranet. No es de acceso público porque se trata de un documento de uso interno.
La Política de Equidad de Género	Publicada para toda la organización en la intranet. No es de acceso público porque se trata de un documento de uso interno.
La Política de Sostenibilidad	Publicada para toda la organización en la intranet. No es de acceso público porque se trata de un documento de uso interno.



ÍNDICE GRI

<p>Declaración de uso</p> <p>GRI 1 usado</p> <p>Estándares Sectoriales GRI aplicables</p>	<p>Falabella ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre del mismo año.</p> <p>GRI 1: Fundamentos 2021.</p> <p>No existen Estándares Sectoriales aplicables.</p>
--	---

Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
CONTENIDOS GENERALES				
	2-1 Detalles organizacionales	6, 9		
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	6		
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	6		
	2-4 Actualización de la información	6		
GRI 2: Contenidos generales 2021	2-5 Verificación externa	No se encuentra verificado		
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	9, 18		
	2-7 Empleados	30, 32		
	2-8 Trabajadores que no son empleados		Información no disponible o incompleta.	La información sobre el número total de trabajadores que no son empleados y cuyo trabajo es controlado por la organización no está disponible. Si bien la organización cuenta con los registros de trabajadores que no son empleados, se trabaja en la homologación entre los países para reportar números consolidados.



Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
CONTENIDOS GENERALES				
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	11 - 13		
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	11		
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	11		
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	11		
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	13		
GRI 2: Contenidos generales 2021	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	13		
	2-15 Conflictos de interés	17		
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	17, 21		
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	112		
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	12		
	2-19 Políticas de remuneración	12		
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	12		



Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
CONTENIDOS GENERALES				
GRI 2: Contenidos generales 2021	2-21	Ratio de compensación total anual		Restricciones de confidencialidad
	2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	26	
	2-23	Compromisos y políticas	26	
	2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	13	
	2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	21	
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	20, 21	
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	14	
	2-28	Afiliación a asociaciones	24	
	2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	27 - 28	
	2-30	Convenios de negociación colectiva	37	



Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios	
TEMAS MATERIALES					
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	107 - 110		
	3-2	Lista de los temas materiales	109		
Tema material: Cambio climático					
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3				
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	121	305-1 c. Información no disponible o incompleta. Si bien contamos con la información sobre emisiones biogénicas de CO2, esta apertura no fue parte de la información recopilada durante el año 2022 desde la operación de cada unidad de negocio. Se contará con esta información para el Reporte del 2023.	
	305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	121		
	GRI 305	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	121	305-3 c. Información no disponible o incompleta. La información sobre emisiones biogénicas de CO2 no está disponible. Esto se debe a que el atributo de emisiones biogénicas no fue parte de la apertura de información recopilada durante el año 2022 desde la operación. Se prevé contar con esta información para el Reporte del 2023.
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	121		
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI		Información no disponible o incompleta. La información sobre reducción de emisiones como consecuencia directa de iniciativas de reducción no está disponible. Esto se debe a que no se contabilizó el impacto de los proyectos dedicados a la mitigación de las emisiones en 2022. Se prevé contar con esta información para el Reporte del 2023.	



Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
TEMAS MATERIALES				
Tema material: Cambio climático				
GRI 305	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)		No procede.	El requerimiento no es de aplicación para la organización debido a que la operación de las unidades de negocio no está asociadas a la producción, importación o exportación de sustancias que agotan la capa de ozono.
	305-7 Óxidos de nitrógeno		No procede.	El requerimiento no es de aplicación para la organización debido a que no producimos emisiones significativas a la atmósfera distintas a los gases de efecto invernadero (NOx, SOx, POP, VOC, MP).
Tema material: Residuos				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3			
GRI 306	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	70 - 73		
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	70 - 73		
	306-3 Residuos generados	73		
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	73		
	306-5 Residuos destinados a eliminación	73		



Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
TEMAS MATERIALES				
Tema material: Salud y seguridad de colaboradores				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3			
	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	40 - 42		
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	40 - 42		
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	40 - 42		
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	40 - 42		
GRI 403	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	42		
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	40 - 42		
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	41		
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	42		
	403-9 Lesiones por accidente laboral	113 - 120		
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	113 - 120		



Estándar GRI / otra fuente		Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
TEMAS MATERIALES					
Tema material: Seguridad de clientes					
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3				
GRI 418	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	123		
GRI 416	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	51 - 56		
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		Restricciones de confidencialidad.	La organización considera que se trata de información confidencial.
Tema material: Empleo					
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3				
GRI 401	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	32		
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	38 - 39		
	401-3	Permiso parental	48		



Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
TEMAS MATERIALES				
Tema material: Diversidad e inclusión				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3			
	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	89	
GRI 405	405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	Información incompleta.	Falta el dato desagregado para Falabella Retail. Se puede revisar la información de este indicador del Grupo Falabella en su Memoria en el link: https://s22.q4cdn.com/351912490/files/doc_financials/annual_spanish/Memoria-Anual-Falabella-2022.pdf
Tema material: marketing y etiquetado				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3			
	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	56	
GRI 417	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Restricciones de confidencialidad.	La organización considera que se trata de información confidencial.
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Restricciones de confidencialidad.	La organización considera que se trata de información confidencial.



Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
TEMAS MATERIALES				
Tema material: Desarrollo de talentos				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3			
	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado		Información no disponible o incompleta.	Si bien contamos con la información sobre horas de formación, no se cuenta con la misma categorías de empleados entre los países. Esta información estará disponible para el Reporte 2023.
GRI 404	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	33 - 34		
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera		Información no disponible o incompleta.	
Tema material: Comunidades locales				
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3			
	413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	75 - 90		
GRI 413	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	75		



Estándar GRI / otra fuente	Contenido	Ubicación	Omisión	Comentarios
OTROS INDICADORES PROPIOS DE FALABELLA RETAIL				
Propio Falabella Retail	Desarrollo de proveedores locales	96		
Propio Falabella Retail	Acceso a productos	51, 98		

