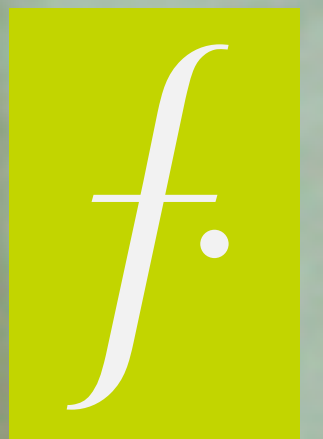


REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
FALABELLA RETAIL
2023

Entrar 



Índice

Bienvenida	03
-------------------	-----------

01 ¿Quiénes Somos?

Sobre Falabella Retail	07
Principales reconocimientos	08
Lo que nos inspira	11
Gobierno Corporativo	12
Principales lineamientos corporativos	14
Nuestro modelo de sostenibilidad	17
Derechos humanos	20

02 +VERDE

Marcas conscientes	23
Economía Circular	32
Impactos ambientales de la operación	44

03 Desarrollo Local

Talento Local	59
Programa Haciendo Escuela	62
Fuertes y Fantásticas	69
Voluntariado Corporativo	72

04

Talento y Cultura Ágil

Nuestro equipo	75
Gestión de talento	77
Prevención de la discriminación	93
Beneficios	94
Entornos seguros y saludables	96
Libertad de asociación	99

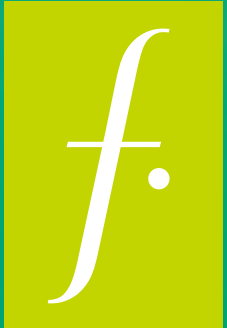
05

Cadena de Valor

Nuestra cadena de valor	101
Logística	103
Experiencia de clientes	104

Anexos

Acerca de este reporte	109
Membresías	117



Bienvenida

Carta del Gerente General Corporativo de Falabella Retail Francisco Irarrázaval

2-22

El 2023 fue un año complejo y desafiante. Nuestra empresa vivió un proceso de transformación, frente a un escenario económico desfavorable en los tres países en los que operamos y donde las ventas minoristas se contrajeron por múltiples factores como la inflación, el tipo de cambio y el desempleo.

Este escenario no nos desalentó: continuamos trabajando con foco en la excelencia operacional, en la estandarización de procesos y en la reducción de inventarios. Desafiamos a nuestros equipos a hacer las cosas de manera diferente, manteniendo siempre nuestra política de poner a los clientes en el centro de nuestras decisiones. Gracias este esfuerzo pudimos evidenciar una leve recuperación hacia fin de año.

Los equipos de Chile, Perú y Colombia demostraron su capacidad de trabajo colaborativo, resiliencia y compromiso. Ello con el objetivo de seguir siendo pioneros en

el sector y tener siempre **lo último, primero en Falabella**, con el fin de entregar una experiencia memorable a nuestros más de 15 millones de clientes, a quienes buscamos sorprender a diario.

En línea con fortalecer permanentemente la experiencia, también concretamos inversiones a nivel logístico. Entre ellas, un nuevo centro de distribución en Chile de 26.000 m² que eficientiza la operación al consolidar distintas categorías en un solo lugar. También inauguramos un almacén robotizado en Lo Espejo, permitiéndonos aumentar nuestra capacidad de almacenamiento e incrementar en más de 50% la capacidad de despacho de productos pequeños comprados en nuestro e-commerce. A ello, se suman los avances del nuevo centro de distribución en Colombia, que comienza sus primeras operaciones en el tercer trimestre de 2024, siendo uno de los más avanzados de América Latina.



Alineados a nuestro objetivo de crecimiento responsable, continuamos avanzando en la implementación de nuestra estrategia de sostenibilidad. Durante 2023, definimos metas específicas en cada uno de los pilares para el 2030: **+Verde, Desarrollo Local y Talento y Cultura Ágil.**

En el eje **+Verde** estamos orgullosos de las acciones que hemos desplegado. Nuestro propósito es “Darle una segunda vida a la moda” y, por ello, hemos ido incorporando una amplia propuesta que permita a los clientes reparar, reutilizar y reciclar su ropa. La recepción ha sido auspiciosa y una de nuestras emblemáticas iniciativas, Taller F, tuvo un positivo crecimiento, con más de 70.000 servicios de renovación y transformación de prendas en nuestros 17 talleres en Chile, Perú y Colombia.

A ello se suma el lanzamiento de Feria Trueque, donde invitamos a nuestros clientes a ser parte del intercambio de prendas: en las 14 ferias desarrolladas en los tres países se intercambiaron más de 60.000. Asimismo, hicimos tres Clósets Sale, donde vendimos ropa de reconocidas influenciadoras en nuestras tiendas.



Otro hito fue el lanzamiento del resale o venta de ropa usada en alianza con Market People y Vestuá, donde se vendieron casi 8.000 prendas, promoviendo la economía circular de la moda.

Por otra parte, nuestro catálogo de marcas conscientes también tuvo importantes avances. En 2023, el 20% de los productos comercializados en vestuario, calzado, accesorios y mueblería correspondió a nuestra colección +Verde, contando con atributos o certificaciones internacionales en materia de sostenibilidad.

La disminución de la huella ambiental de nuestras operaciones es otro de nuestros objetivos. Además de la definición de metas a nivel regional y la implementación en Chile del sistema de gestión energético, obtuvimos reconocimientos de los ministerios de medioambiente, por la medición de nuestra huella de carbono en Chile y Perú, además de alcanzar la certificación en carbono neutralidad por las actividades en Colombia. Junto con ello, iniciamos la implementación de la nueva estrategia de packaging acción con la que buscamos seleccionar los

envases y embalajes en línea con criterios de sostenibilidad reducir los materiales de empaque.

En **Talento Local** seguimos potenciando a artistas emergentes de manera de abrir espacios al emprendimiento y apoyar su visibilidad. En el año tuvimos colaboraciones con más de 40 artistas en colecciones de vestuario y accesorios. Y en Chile, lanzamos en Falabella Parque Arauco el primer bazar navideño para fomentar a diversas marcas emprendedoras.

La relación con las comunidades fue un eje central que potenciamos durante 2023. **En Desarrollo Local** nuestro compromiso con las mujeres, a través del programa Fuertes & Fantásticas en Chile y Colombia, siguió creciendo, ayudando a su proceso de inserción en el mundo laboral. Para ello, trabajamos junto a organizaciones de la sociedad civil y logramos positivos resultados: ayudamos a un 50% de las participantes a obtener un empleo. Además, cerramos una alianza con Generation Chile para capacitarlas en digitalización y tecnología, fortaleciendo el impacto de esta gran iniciativa.



El Programa Haciendo Escuela cumplió 54 años, beneficiando a más de 94.000 estudiantes en 105 establecimientos de Chile, Perú y Colombia. Durante el año, los esfuerzos se concentraron en seguir fortaleciendo el aprendizaje de los estudiantes desde cuatro ejes: asesoría académica, ampliando horizontes, infraestructura y accesibilidad digital, y relacionamiento comunitario.

El compromiso de los equipos fue clave y nos inspira a seguir alentando el trabajo colaborativo. Más de 3.000 voluntarios fueron el corazón de cada uno de estos programas sociales que se combinaron con otras acciones de apoyo comunitario como jornadas de reciclaje, plantación de árboles, limpieza de playas y microbasurales, a fin de inspirar a otros a ser protagonistas de un cambio.

Este trabajo fue de la mano con el fortalecimiento de nuestro **Talento** y promoción de una **Cultura Ágil**, en línea con nuestro tercer pilar enfocado en el desarrollo de los colaboradores y el fortalecimiento del liderazgo.

En este área, lanzamos Escuela F, nuestra academia interna regional que busca potenciar el desarrollo profesional, entregando herramientas para potenciar distintas habilidades. A través de esta iniciativa capacitamos a más de 400 colaboradores de las áreas de Producto de Diseño, Planning y Negocios durante el año.

Nuestra preocupación por la diversidad, equidad e inclusión tuvo nuevos avances. En Colombia obtuvimos el “Sello Distrital Igualdad de Género” entregado por la Secretaría de la Mujer de Bogotá y en Chile iniciamos la implementación de la Norma 3262 “Sistema de Gestión en Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal”. En Perú, nuestra campaña “Arriba Mujeres, la belleza empieza por ti” ganó la categoría Mejor Comunicación del Ranking PAR. Estos reconocimientos, sin duda, son un aliciente para alcanzar nuevas metas desafiantes que nos hemos trazado: incrementar la proporción de mujeres en puestos de liderazgo y seguir fortaleciendo una cultura cada vez más inclusiva, equitativa y diversa.

Cada uno de estos nuevos pasos que dimos en 2023 fue gracias al gran equipo de Falabella Retail, conformado por más de 24 mil colaboradores, con quienes a diario trabajamos para ofrecer la mejor experiencia a los clientes, ampliando el impacto positivo de nuestras operaciones con el fin de contribuir a un mejor futuro para todos.

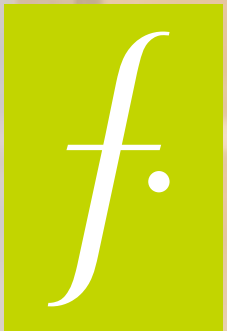
Francisco Irarrázaval

Gerente General
Corporativo de Falabella Retail

01 Quiénes somos

2-1 / 2-6

Sobre Falabella Retail	07
Principales reconocimientos	08
Lo que nos inspira	11
Gobierno Corporativo	12
Principales lineamientos corporativos	14
Nuestro modelo de sostenibilidad	17
Derechos humanos	20



Sobre Falabella Retail

Formamos parte del ecosistema físico y digital líder en América Latina, de propiedad de Falabella S.A.

Constituimos la red de comercialización omnicanal enfocada en moda, tecnología y hogar más importante de Sudamérica, con presencia en Chile, Perú y Colombia.

CG-MR-000.A

Principales Cifras

15,4 M
Clientes Totales

1,8 M
visitas a la web al día

USD
3.452 M
Ventas Anuales

104
Tiendas
por departamentos

7
Centros de Distribución

1
Taller de Confección
de marcas propias

24.170
Nº de Trabajadores
Propios

65%
Mujeres en la dotación

8,3 K
Nº Total de Proveedores

45
Marcas Propias

74
Marcas Exclusivas

45
Marcas con Licencia





Principales Reconocimientos

 Sostenibilidad

Reconocimiento	CHILE			PERÚ
	Empresa sostenible en el ranking	Marca que impacta positivamente desde la sostenibilidad	Excelencia en la comunicación institucional	Empresa sostenible en el ranking 2023
	MERCO ESG	BETTER BRANDS	EIKON	MERCO ESG
Puesto	18° puesto en ranking global 2° puesto en ranking sectorial	5° puesto en categoría retail	Galardón de plata en las categorías de Sostenibilidad: Fuertes y Fantásticas y Segunda Vida a la Moda	Puesto 38, subiendo 26 posiciones respecto del año anterior

 Medio Ambiente

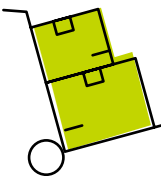
Reconocimiento	CHILE		PERÚ
	Certificación Leed Gold en la sucursal Parque Arauco	Cuantificación Huella de Carbono	Reducción de huella de carbono
	US GREEN BUILDING COUNCIL	HUELLA CHILE - MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE	MINAM
Puesto	Certificación Leed Gold	En Alcances 1, 2 y 3	1ª y 2ª estrella





Reputación

Reconocimiento	CHILE			PERÚ		COLOMBIA
	Marca más valorada en a categoría multitienda	Empresas con mejor reputación	Marca ciudadana	Campaña Arriba Mujeres Tal Como Somos	Campaña "La Belleza empieza por ti"	Ranking de las 100 empresas con mejor reputación
	CHILE 3D	MERCO EMPRESAS	CADEM	GRUPO VALORA PERÚ S.A.	RANKING PAR DE AEQUALES	MERCO
	1° puesto	14° puesto	Reconocida como marca ciudadana y líder en categoría retail	Effie de Oro en categoría Cambio Positivo Bien Social – Marcas	Categoría Mejor Comunicación	Posición #42



Proveedores

Reconocimiento	CHILE
	Mejores Empresas Pagadoras
	ASOCIACIÓN DE EMPRENDEDORES DE CHILE Y BOLSA DE PRODUCTOS
	Inclusión en el ranking



Talento/Diversidad

Reconocimiento	CHILE		PERÚ		COLOMBIA
	Mejores lugares para trabajar para talento LGTBIQ+	Atracción de talento universitario	Mejores lugares para trabajar para talento LGTBIQ+	Empresa que mejor atrae y retiene el talento personal en 2023	Ranking de las 100 mejores empresas para trabajar
	EQUIDAD CL	MERCO TALENTO	PRESENTE 2023	MERCO TALENTO	MERCO TALENTO
Puesto	Categoría A	6° puesto	Certificación	Ubicación en el Top 10, incrementando en 4 posiciones frente al 2022. 1° Puesto en el sector retail	Posición #53

Experiencia del cliente

Reconocimiento	CHILE	PERÚ
	Premio Lealtad del Consumidor	Empresas que ofrecen mejor experiencia a los clienteWWs
	ALCO CONSULTORES	CX INDEX Y CXI INDEX
Puesto	1° puesto en categorías grandes tiendas	1° puesto por segundo año consecutivo en la categoría

Lo que nos inspira

Nuestro propósito es simplificar y disfrutar más la vida

Valores corporativos

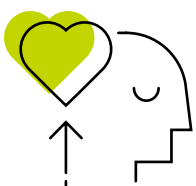
Somos un solo equipo
Diverso, que confía y que desarrolla



Nos movemos ágilmente
Anticipando, siendo protagonistas y aprendiendo permanentemente



Cuidamos el futuro
Con honestidad y respetando a las personas, la sociedad y el medio ambiente



Nos apasionamos por el cliente
Con empatía, conocimiento y simplicidad



Gobierno Corporativo

2-9 / 2-10 / 2-11 / 2-12 / 2-17 / 2-18 / 405-1

Directorio

El Directorio de Falabella Retail S.A. es el encargado de definir y entregar lineamientos estratégicos comunes para todos los países donde estamos presentes, monitorear la gestión de la empresa y los riesgos del negocio.

Está compuesto por nueve miembros, elegidos por la Junta de Accionistas, sin suplentes, que ejercen el cargo por un período de tres años, con la posibilidad de ser reelegidos en forma indefinida. La composición del Directorio y la cuantía de sus remuneraciones son definidas en la Junta Anual de Accionistas¹.

Ninguno de ellos ocupa cargos ejecutivos en la compañía. Sesiona cada 2 meses.

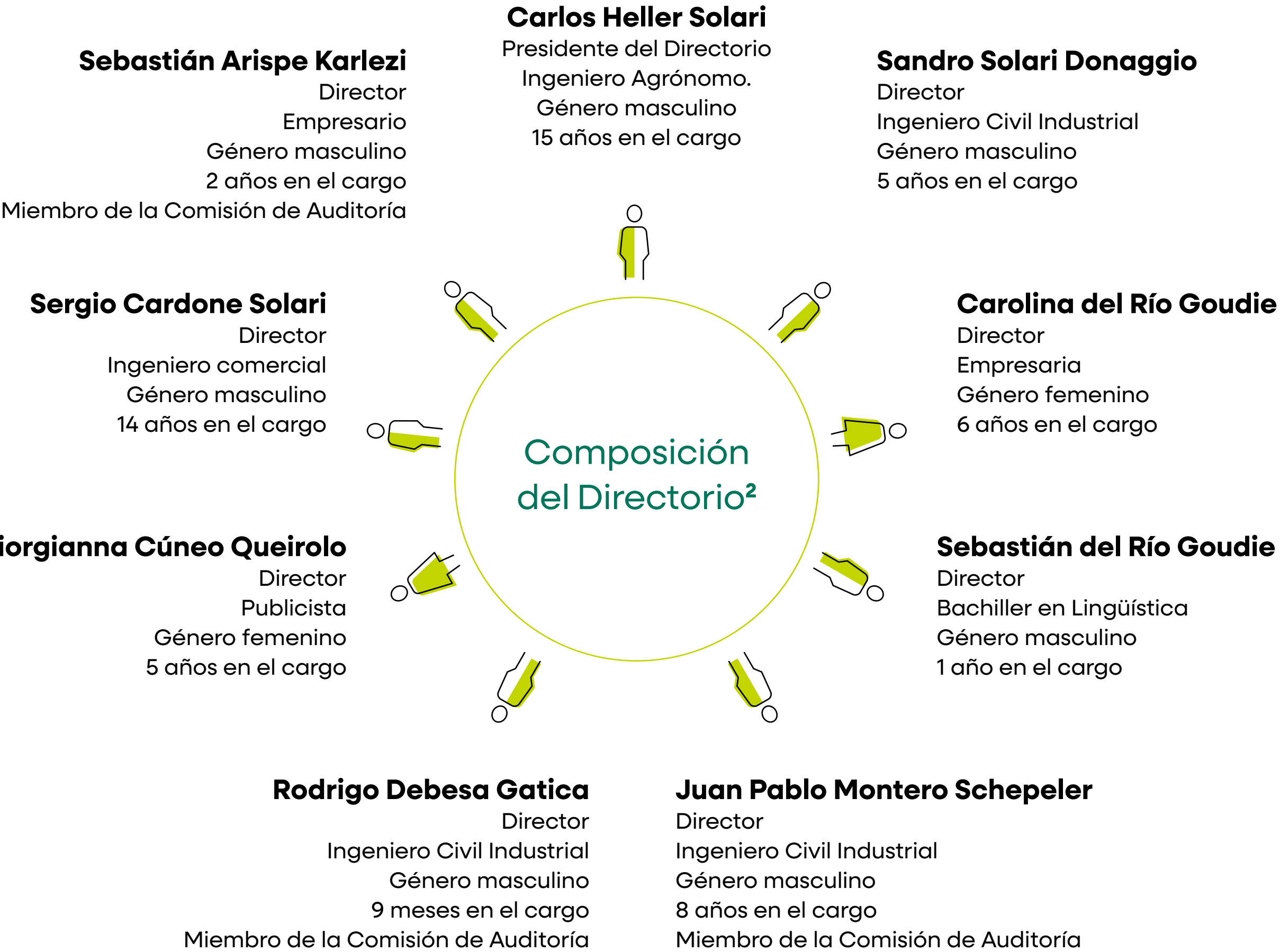
Durante 2023 los directores participaron en dos encuentros especialmente diseñados para el fortalecimiento de sus capacidades. Además, se puso a su disposición una plataforma de entrenamiento con cursos

sobre prevención de delitos, libre competencia y protección de datos personales.

Anualmente, a través de una consultora externa, se realiza una encuesta sobre prácticas de gobiernos corporativos a nuestros directores instancia donde se evalúa su desempeño.



1. La Comisión de Auditoría está integrada por tres miembros y tiene las facultades establecidas en la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.
2. Al 31 de diciembre de 2023- En sesión ordinaria de Directorio de fecha 17/04/2023, Julio Fernández Taladriz, presentó su renuncia al cargo de director, por lo cual el Directorio designó en su reemplazo a don Rodrigo Debesa Gatica



Comité Ejecutivo

2-13 / 2-15/ 2-16

El Directorio delega en el equipo ejecutivo las responsabilidades de la gestión diaria, grupo encabezado por el Gerente General Corporativo, Francisco Irarrázaval. En cada sesión de Directorio, acompañado de miembros de su equipo, rinden cuentas sobre el desempeño económico-financiero, la gestión comercial, la gestión de riesgos y los avances en la implementación de la estrategia de sostenibilidad.

En este ámbito en particular, en 2023, presentamos los avances y desafíos en materia de economía circular, de diversidad e inclusión y de gestión medioambiental.

Por su parte, la Gerencia de Ética presenta anualmente una actualización de la implementación y funcionamiento del Programa de Ética y los principales casos y temáticas relevadas y la gerencia de personas, los resultados de los programas implementados, así como las conclusiones del estudio de las encuestas de cultura y *Pulse Check* (encuesta puntual).

Francisco Irarrázaval
Gerente General Corporativo

Tomás Platovsky
Gerente General Chile

Rodrigo Fajardo
Gerente General Colombia

Alex Zimmermann
Gerente General Perú

Santiago Zapata
Gerente Corporativo
División Venta a Distancia

Miguel Arrau
Gerente Corporativo de Negocios

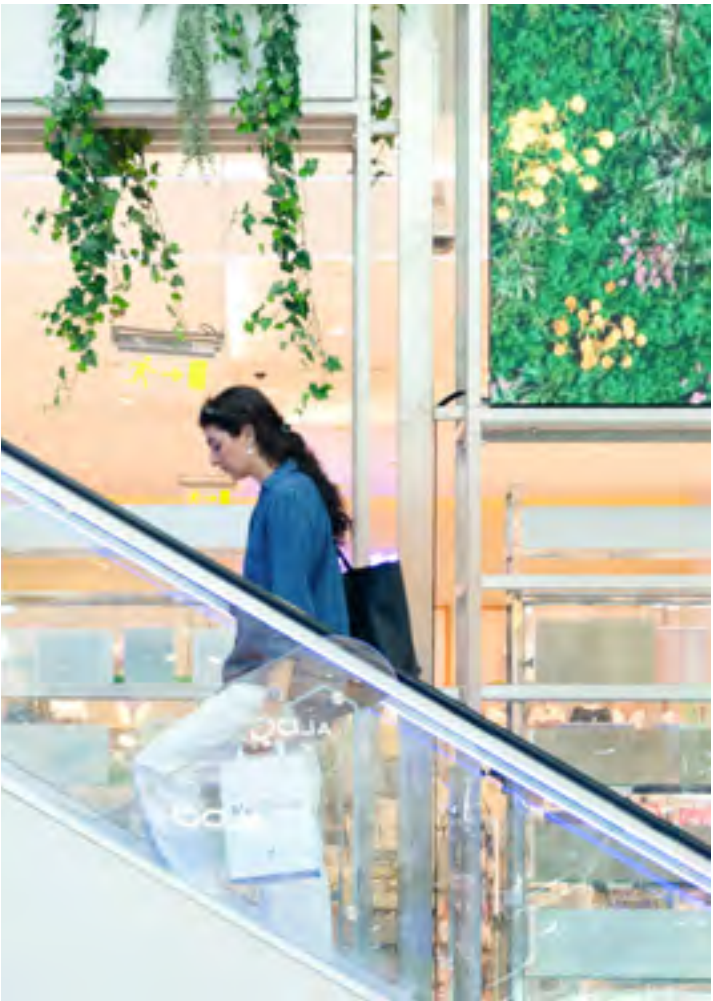
Ricardo Mebus
Gerente Corporativo de Finanzas

Christopher Pope
Gerente Corporativo de Business Intelligence

Juan Diego Valdés
Gerente Corporativo de Marketing y Sostenibilidad

Karim Hodali
Gerente Corporativo Comercial

Juan Cristóbal López
Gerente Corporativo de Planificación y Merchandising



Además, el Oficial de Cumplimiento presenta cuatrimestralmente los avances realizados en el Modelo de Prevención de Delitos. Durante el segundo semestre de 2023, se modificó la estructura de comités, instancias que ayudan a la toma de decisiones con una mirada multidisciplinaria y desde distintas perspectivas. A partir del proceso de planificación estratégica, se redefinieron las instancias, sus objetivos y su frecuencia y se incorporaron nuevos grupos, cerrando el periodo con 17 comités ejecutivos.

Caben destacar entre ellos los comités enfocados en mejorar la experiencia de clientes, la rentabilidad del negocio, el negocio e-commerce, y la gestión de inversiones. Además, se implementaron instancias específicas de excelencia operacional, de recursos humanos y de medioambiente y comunidad.

Este último es el espacio donde, desde la gerencia de Marketing y Sostenibilidad, rendimos cuentas sobre los principales resultados de la gestión, los avances en la estrategia de sostenibilidad y donde se compromete a los miembros del comité para avanzar en temáticas específicas, tales como la estrategia de circularidad, o los compromisos con las comunidades.

Principales lineamientos corporativos

2-15 / 2-24 / 2-26

Contamos con distintos tipos de directrices y procedimientos, así como con áreas especializadas en el control de los principales riesgos a los que se puede exponer la compañía. Cada uno de estos elementos robustecen nuestro sistema de gobernanza, ética y cumplimiento.

Cada uno de estos ámbitos son presentados cuatrimestralmente en los comités de cumplimiento, donde el área a cargo expone las temáticas más relevantes, y se presentan acciones de prevención, de comunicación y/o de monitoreo para fortalecer los controles.

3. 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.



Ámbito **Ética empresarial**

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS

- Código de integridad
- Política de regalos
- Política de invitaciones
- Protocolo para la revisión de casos
- Protocolo de investigación de denuncias éticas calificadas
- Política de compras y contratación de bienes y servicios
- Guía Práctica de Cumplimiento para Proveedores
- Canal de integridad³
- Comité de ética

PRINCIPALES AVANCES 2023

- Envío de la guía práctica de cumplimiento para proveedores al 100% de los proveedores
- Capacitación al 100% de los colaboradores de Falabella en la política de acoso sexual
- Capacitación a directores a través de la Academia Falabella

Ámbito **Prevención de delitos**

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS

- Modelo de prevención de delitos

PRINCIPALES AVANCES 2023

- Certificación válida hasta abril de 2024. Se iniciaron las pruebas para recertificación
- Auditoria interna del MPD con máxima calificación
- Capacitación a directores a través de la Academia Falabella



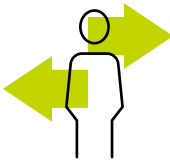
Ámbito
Libre competencia

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS	PRINCIPALES AVANCES 2023
• Política de libre competencia • Instructivos para la negociación con proveedores, la protección de la información comercialmente sensible, la participación en asociaciones gremiales y el protocolo ante medidas intrusivas	• Implementación del sistema de Onboarding de proveedores para el monitoreo de aspectos de cumplimiento • Revisión del 100% de los proveedores con el nuevo sistema • Capacitación al 100% de los cargos expuestos • Capacitación a directores a través de la Academia Falabella



Ámbito
Cumplimiento ambiental

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS	PRINCIPALES AVANCES 2023
• Política de medio ambiente y cambio climático • Programa ambiental • Protocolo sobre el reporte de información a la autoridad • Protocolo de cumplimiento de la responsabilidad extendida del productor	• Capacitación al 100% de los cargos expuestos en materias medio ambientales. • Designación del oficial de cumplimiento ambiental



Ámbito
Conflictos de interés

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS	PRINCIPALES AVANCES 2023
• Política de gestión de conflicto de intereses	• Gestión del 100% de los potenciales conflictos de interés dentro de los colaboradores



Ámbito
Soborno

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS	PRINCIPALES AVANCES 2023
• Política antisoborno corporativo • Campaña “Yo Juego Limpio”	• Capacitación al 100% de los cargos expuestos

Ámbito

Derechos Humanos y relaciones con grupos de interés

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS	PRINCIPALES AVANCES 2023
• Política de sostenibilidad • Política de derechos humanos y empresa • Procedimiento de aportes / Due diligence de las instituciones con quienes nos vinculamos	• Finalización del due dilligence en derechos humanos, identificando los riesgos y controles para crear el programa y matriz de riesgos a implementar



4. En Chile, de acuerdo con la Ley 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores y donde se requiere presentar a los clientes ciertos requisitos para los productos durables.

Ámbito

Privacidad de la información

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS	PRINCIPALES AVANCES 2023
• Política de Protección de Datos Personales • Sistema corporativo de gestión de consentimientos de protección de datos de clientes	• Capacitación al 100% de los cargos expuestos

Ámbito

Derechos del cliente

PRINCIPALES DIRECTRICES O INICIATIVAS	PRINCIPALES AVANCES 2023
• Política de protección de los derechos del cliente	• En Chile, implementación del programa de derecho del cliente con calificación de máxima calificación (auditoría interna) • Implementación de información de proveedores⁴ • Capacitación a Directores a través de la Academia Falabella • Desarrollo del plan de comunicación anual

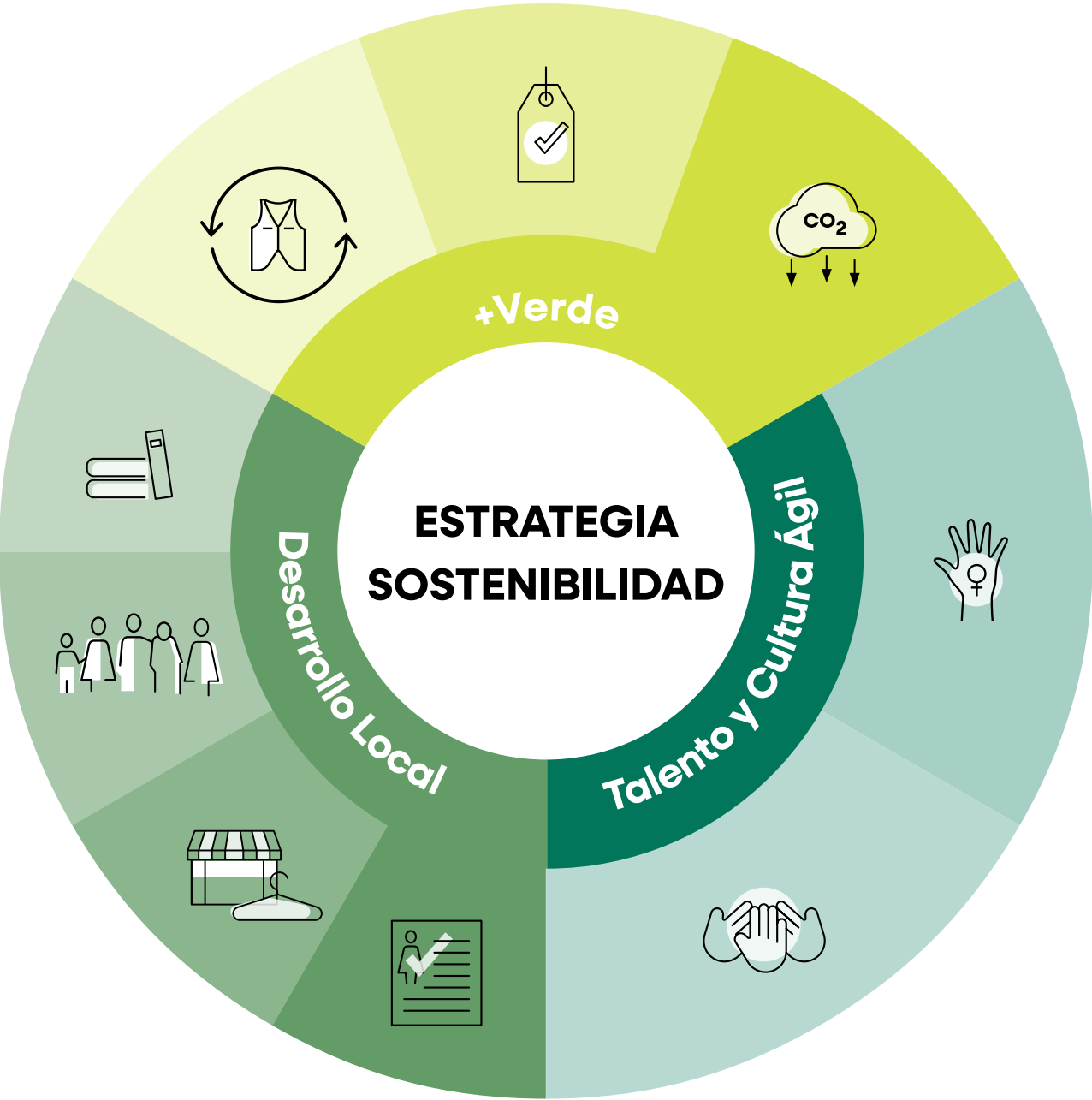
Nuestro modelo de Sostenibilidad

La Estrategia de Sostenibilidad, aprobada por el Directorio, fue desarrollada por el Comité Ejecutivo. Mensualmente se rinden cuentas sobre los avances en su implementación, se revisan benchmarks, buenas prácticas, tendencias del mercado y nuevos temas materiales para la compañía.

Las Gerencias de Sostenibilidad y de Medioambiente son las encargadas de la ejecución y monitoreo de la implementación de los KPI's de la Estrategia de Sostenibilidad en las distintas áreas de la compañía.



Metas 2030
Falabella Retail
en la región



+Verde		
	Taller F	40% tiendas con Taller F Incrementar un 50% de servicios brindados anualmente por Taller F
	Resale	50% de nuestras tiendas con corner de segunda mano
	Segunda vida	Contar con servicios de recuperación en cada una de nuestras tiendas
	Ferias Trueque	Desarrollar 30 ferias de trueque de vestuario por año
	Portafolio de productos sostenibles	30% de las unidades vendidas posean materiales más sostenibles 30% de modelos con certificaciones asociadas con la gestión de químicos nocivos para la salud humana y ambiental
	Cadena responsable	Evaluación del 100% de las fábricas en ciclos de 3 años
	Compromiso climático	100% de tiendas con Sistema de Gestión de Energía implementado En proceso de definición Net zero (2035) emisiones (Alcances 1 y 2)
	Residuos Zero	100% de tiendas con programas de reciclaje interno En proceso de definición 50% de unidades de EIE provenientes de material reciclado Alcanzar una tasa de 90% de residuos no peligrosos desviados de vertedero

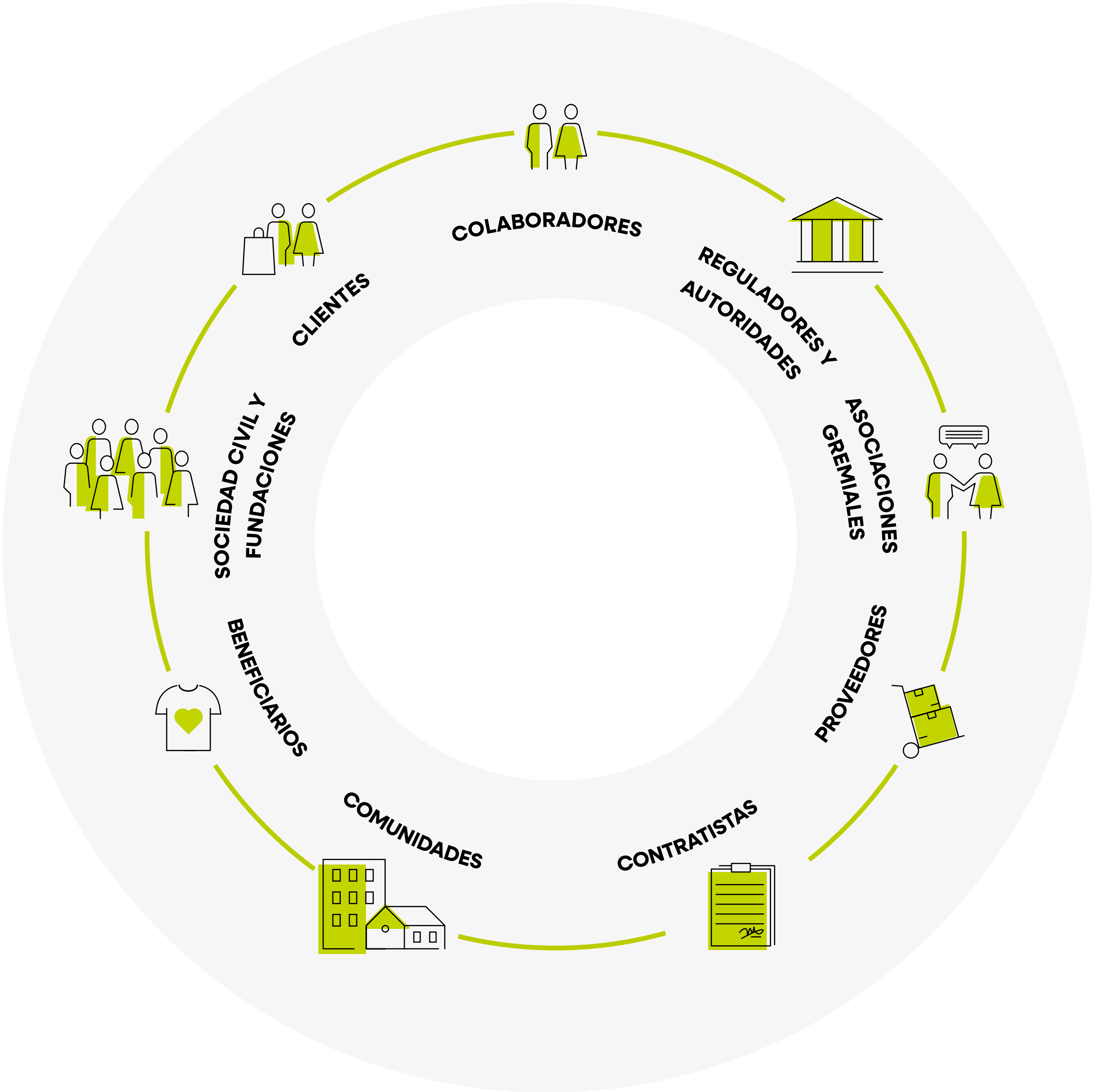
Desarrollo Local		
	PHE	Aumento estadísticamente significativo de las pruebas nacionales de educación Al menos 1 participación anual del 50% de los colaboradores de Falabella
	Comunidades F	Desarrollo de directrices para el relacionamiento comunitario Implementación del manual de respuesta ante catástrofes
	Empréndete	Duplicar el numero de emprendedores locales en tienda En proceso de definición
	Talento Local	En proceso de definición
	Fuentes y fantásticas	Asesorar anualmente a 330 mujeres para su inserción laboral a través del programa FYF Insertar laboralmente a un 32% anual de las participantes del programa FYF Convocar a 350 personas (voluntarios únicos) participantes de FYF (2023-2030)

Talento y Cultura Ágil		
	Arriba mujeres	Alcanzar el 40% de mujeres ocupando cargos de Middle Management Alcanzar el 30% de mujeres ocupando cargos de Top Management
	Vivamos + la inclusión	Alcanzar el 1,5% de pCD en la dotación total anual Alcanzar un 50% de NPS de las personas que se identifican con algún grupo de inclusión Alcanzar un 70% de engagement de las personas que se identifican con algún grupo de inclusión 80% de las personas target capacitadas al 2030

Grupos de interés

2-29

El diseño de la estrategia de sostenibilidad, así como su actualización, es fruto de la interacción con múltiples grupos de interés, con quienes buscamos desarrollar relaciones transparentes, permanentes y de confianza. Más información sobre nuestros grupos de interés en Anexo II.



Derechos humanos

2-23 / 2-24 / 2-25 / 2-26

Política

Nuestra Política de Derechos Humanos y Empresa⁵ refleja nuestro férreo compromiso de respetar y promover los derechos fundamentales de las personas, en conformidad con nuestros valores corporativos, y los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresa de las Naciones Unidas. Alcanza a todos los colaboradores e incentivamos a nuestros proveedores a ajustar su conducta a los estándares, lineamientos y principios allí establecidos. La responsabilidad de la implementación y mantenimiento del Programa de Derechos Humanos y Empresa recae en la alta dirección de nuestra compañía, en el gerente general y en el oficial de cumplimiento.

Debida Diligencia

La Debida Diligencia nos permite identificar y evaluar los riesgos en materia de Derechos Humanos, incorporando en nuestras matrices de riesgo las brechas detectadas y los respectivos planes de acción que se proponen para su remediación. La actualización de los riesgos se realiza cada tres años, o cuando se produzcan eventos o hechos que puedan afectar el estándar de cumplimiento. En 2023 se finalizó el proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, donde participaron colaboradores (seis focus groups) y se realizaron encuestas a 1.577 clientes y proveedores para conocer, desde su perspectiva, los principales riesgos y prioridades en esta materia.

Comunicación

Periódicamente se publican contenidos sobre el proceso de Debida Diligencia para sensibilizar a los trabajadores.

Programa

De acuerdo con los hallazgos de la Debida Diligencia y las evaluaciones permanentes, se diseñaron programas de cumplimiento para dar una respuesta oportuna en caso de materialización de los riesgos que se identificaron.

Contamos con múltiples canales de consulta y denuncia de potenciales vulnerabilidades: el Servicio de Atención al Cliente (SAC), el Canal de integridad, los Comités Paritarios, entre otros.



5. Aprobada a nivel de Directorio de Falabella Retail S.A.



02

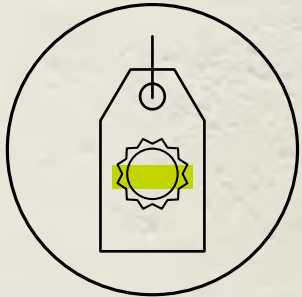
+VERDE

Marcas conscientes	23
Economía circular	32
Impactos ambientales de la operación	44



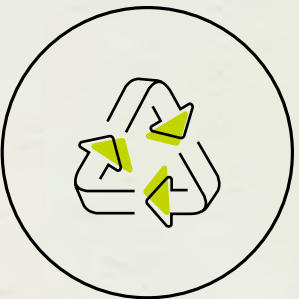
El mundo está cambiando, nosotros también:

Nuestro compromiso es avanzar progresivamente en la medición y gestión de los impactos que genera nuestro negocio a lo largo de su cadena de valor. Para ello nos enfocamos en tres pilares:



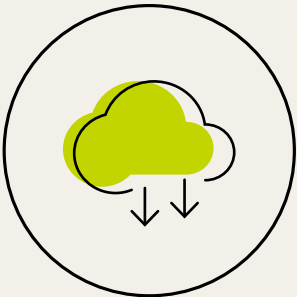
MARCAS CONSCIENTES:

diseñamos productos con atributos sostenibles que responden a puntos críticos de su cadena de valor, desde la elección de materias primas de origen renovable o reciclado, hasta el etiquetado.



ECONOMÍA CIRCULAR:

buscamos darle una segunda oportunidad a los productos y materiales que tienen el potencial de volver utilizarse o convertirse en nuevos productos, para evitar al máximo la generación de residuos.



IMPACTOS AMBIENTALES EN LA OPERACIÓN:

nos esforzamos por minimizar el impacto ambiental que se genera en nuestras instalaciones.

Marcas conscientes

CG-MR-410a.1

¿Qué significa que contemos con un pilar de Marcas Conscientes?

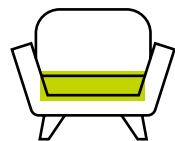
Establecimos estándares mínimos internos, a los cuales llamamos “Reglas de negocio” que nos permiten identificar los productos que cuentan con atributos de sostenibilidad. Estos atributos son características que responden a uno o más puntos críticos (impactos sociales o ambientales) relevantes para una o más etapas de su cadena de valor.

Nuestros proveedores someten su producción a certificaciones externas, realizadas por entes autorizados. Desde Falabella, anualmente, evaluamos la credibilidad y transparencia de dichas certificaciones internacionales.

Cifras 2023

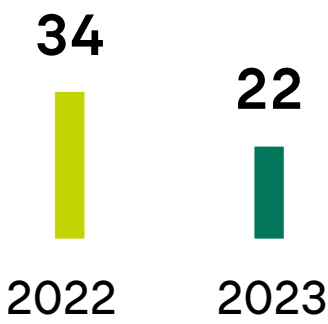


De los productos comercializados en vestuario, calzado, accesorios y mueblería en el 2023, el **20%** correspondió a productos +Verde.

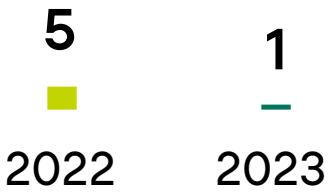


En las categorías de vestuario de marcas propias y licencias la oferta +Verde correspondió al 22% del total de las ventas. En la categoría Muebles, ascendió al **27%**

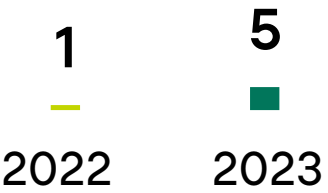
% Venta Neta +Verde



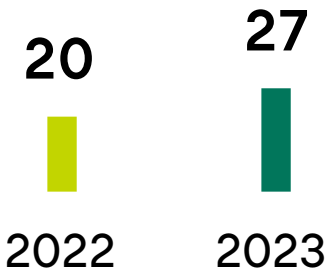
VESTUARIO



ACCESORIOS



CALZADO



MUEBLES





+Verde es un proyecto de largo plazo que está en proceso de mejora continua. Tenemos el objetivo de cada dos años revisar y ajustar las reglas de negocio a las exigencias y cambios de la industria. Es por eso que en 2023, nos asesoramos con dos organizaciones expertas para actualizar nuestras reglas de Moda (vestuario, calzado y accesorios) y mueblería, y para la creación de las reglas de la categoría de electro.

Reglas de sostenibilidad

Categoría de vestuario, calzado y accesorios

En 2023, firmamos un acuerdo de colaboración con la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo para la actualización de las reglas de negocio de las categorías de vestuario y calzado, y la creación de un nuevo estándar para la categoría de accesorios.

Para ello, el equipo de investigación desarrolló un estudio cualitativo, que consideró como referencia metodológica la Evaluación del Ciclo de Vida de Productos (Life Cycle Assessment, LCA) para analizar una muestra de nuestro portafolio.

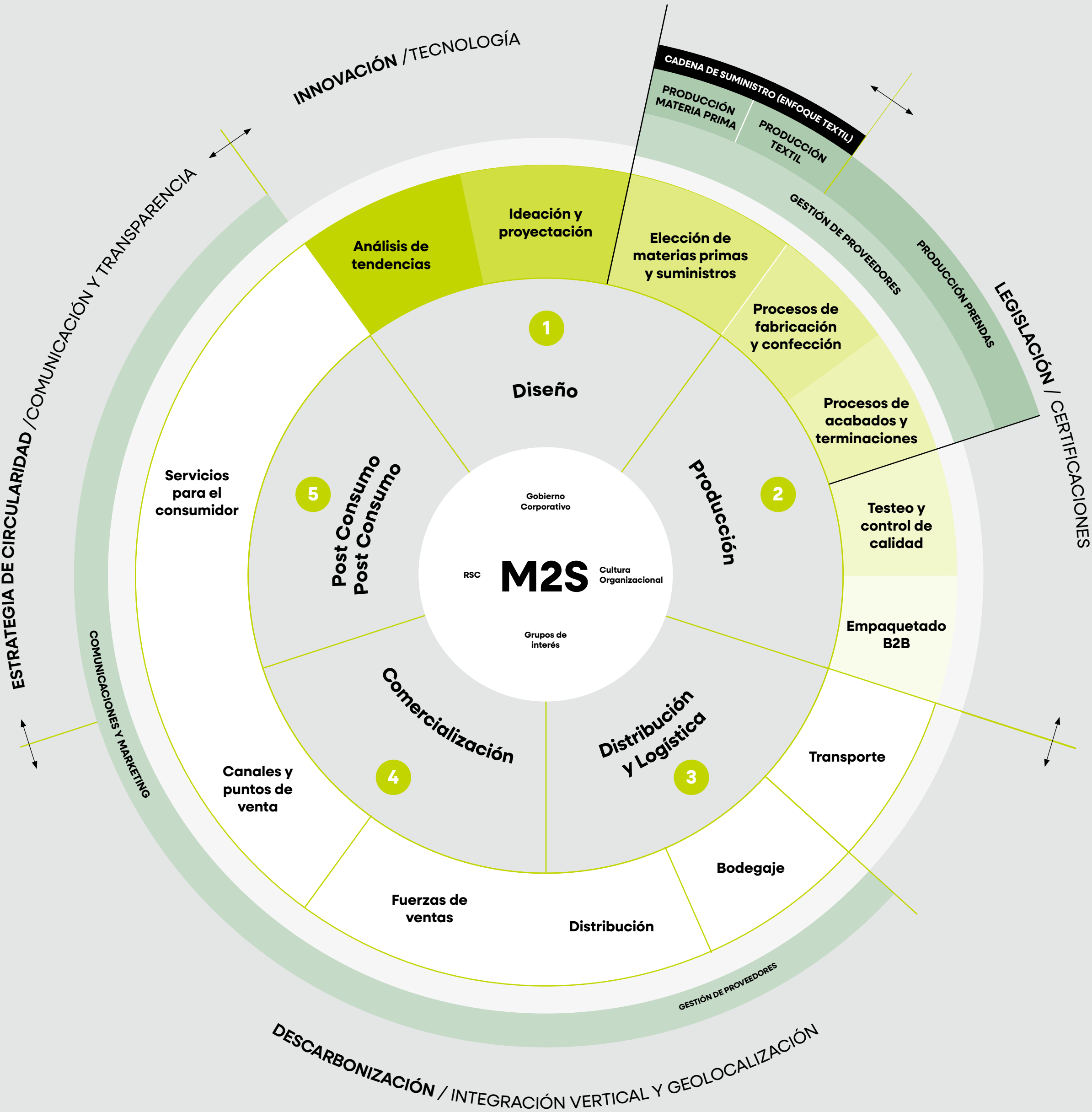
En el proceso de recolección y análisis de información se aplicó el Modelo M2S (Modelo Moda Sostenible: Cultura organizacional para la sostenibilidad en moda) con foco en las etapas 1 y 2 (Etapas de Diseño y de Producción), y Traza Moda, herramienta metodológica para la identificación de atributos sostenibles a lo largo de las etapas

del ciclo de vida, ambos instrumentos creados por académicos de Diseño UDD.

Lo anterior, permitió identificar los principales impactos que se generan durante las etapas de diseño y producción de los productos de vestuario, calzado y accesorios, con el objetivo de establecer oportunidades de mejora e incorporar prácticas más sostenibles en su fabricación y comercialización.



Modelo M2S:
Moda Sostenible, Cultura
organizacional para la
sostenibilidad en moda



Fuente: Facultad de Diseño, Universidad del Desarrollo (2023)

Traza Moda:

Instrumento metodológico en proceso de protección que analizó el proceso de diseño distribuido en diferentes etapas.

01

E.D
ETAPA DE DISEÑO

Etapa de generación de ideas o soluciones para un problema. Se identifica el problema, los beneficios y a quién se ofrece. Se realizan análisis de tendencias, mapas conceptuales, lluvia de ideas, bosquejos, focus group, etc. Se seleccionan las materias primas e insumos.

02

E.P
ETAPA DE PRODUCCIÓN

Etapa de materialización de la idea o solución. Se definen los procesos productivos, confección, terminaciones y acabados. Se desarrollan muestras y prototipos para ser testeados y validados por el usuario.

03

E.I.M
ETAPA DE INCORPORACIÓN AL MERCADO

(Distribución, logística y comercialización). Etapa que define el mercado en que se inserta el producto y el entorno competitivo al cual se enfrenta, dado que la diferencia con ellos fundamenta la creación de valor. La validación, testeo y control de calidad aquí es prioritario. Posteriormente se selecciona y define a todos aquellos proveedores e integrantes de la cadena de valor indispensables para que el producto llegue a manos del consumidor final.

04

E.P.C
ETAPA DE POSTCONSUMO

Etapa en la cual el producto culmina su vida útil. Es responsabilidad del diseñador proyectar el destino del producto cuando ya no es utilizado, está defectuoso o es desechado, así como la mantención de relaciones duraderas entre consumidor y marca.



De esta manera se establecieron las nuevas reglas de negocio y se definieron lineamientos para las categorías de Moda (vestuario, calzado y accesorios) con cuatro focos:

Origen de materialidad:

Los productos deben contener un 50% mínimo (más de un 25% en el caso de denim) de fibras de origen reciclado o renovable, respaldados con la certificación respectiva.

Salud humana y ambiental:

- Gestión de químicos nocivos: los productos deberán contener una certificación independiente que establezca límites para el uso de sustancias químicas, garantizando que los productos sean seguros para la salud humana y medioambiental.
- Acabados alternativos y sostenibles: dado su menor impacto ambiental respecto de acabados tradicionales, se entregará una lista de tintes, pigmentos y otro tipo de acabados recomendados.

Reciclabilidad:

Se recomienda avanzar en la mono-materialidad del producto terminado, considerando de forma aislada dos grupos de componentes: telas e hilos y avíos (botones, cierres y otros).

Durabilidad:

Considerando que existen productos que poseen una mayor frecuencia de uso, como los productos de deporte o las prendas “básicas” (uso diario), se recomienda tener en cuenta que:

- Durabilidad Física: se sugieren un conjunto de certificaciones que permiten respaldar que las prácticas de fabricación de la prenda y el refuerzo de sus componentes permiten resistir daños y desgastes.
- Sin temporada: se recomienda diseñar productos ícono atemporales, que se mantengan relevantes y deseables por el usuario a lo largo del tiempo

Se espera que las colecciones con los nuevos lineamientos de diseño sostenible lleguen a las tiendas durante el 2025.



Reglas de sostenibilidad

Categoría mueblería

En 2022, junto a Acción Circular y Proyecta Impacto iniciamos un proyecto de Análisis del Ciclo de Vida de los productos que fabricamos en las categorías de mueblería y electro.

Como resultado, en mueblería, definimos las siguientes reglas y recomendaciones:

1. Origen más sostenible de los materiales:

Los productos deben utilizar un porcentaje mínimo de materiales de origen reciclado o renovable y contar con las respectivas certificaciones de respaldo. Dependiendo del tipo de material y la parte del mueble, se requiere la siguiente composición de material sostenible:

Relleno: más de

50%

Vidrio: más de

50%



Madera:

100%

Textiles para tapizado: más de

50%



2. Desmontables para facilitar la reparación y reciclaje:

Los productos deben ser pensados para ser reparados y prolongar así su vida útil.

3. Salud humana y ambiental:

Gestión de químicos nocivos: Los productos deberán contar con una certificación independiente que garantice bajos niveles de COV (componentes orgánicos volátiles) y otras sustancias químicas, y su seguridad para la salud humana y medioambiental.

Reglas de sostenibilidad

Categoría electro

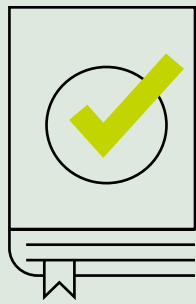
302-5

En la categoría de electro se identificaron diversos atributos sostenibles que buscan responder a los principales impactos detectados. Con estos hallazgos y junto al Manual de buenas prácticas para la comercialización de AEE, se trabajará con los equipos de compras para evaluar la integración de nuevos atributos, tales como los materiales de origen reciclado (plástico, vidrio, aluminio u otros) que tienen el objetivo de reducir la extracción de materias primas y la entrega de servicios de reparabilidad y reciclaje para extender la vida útil de los productos y materias primas.



Eficiencia energética

Uno de los atributos más relevantes detectados para esta categoría es preferir equipos con certificaciones de consumo eficiente de energía, ya que esto trae consecuencias para la reducción de los gases de efecto invernadero y un menor gasto para el usuario.



“Cultura Circular”:
En Chile contamos con guías de buenas prácticas, manuales de uso interno para la comercialización de aparatos eléctricos y electrónicos, para la certificación de línea blanca y para la evaluación certificaciones ambientales.

Materialidades y estándares internacionales

En Falabella contamos con un sistema de gestión que nos permite validar que todos los productos que comunican un atributo sostenible cuentan con su certificado de respaldo desde su país de origen.

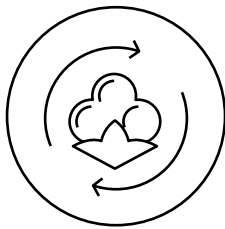
Además, contamos con un protocolo dirigido a nuestros proveedores, donde se establecen los lineamientos de sostenibilidad para la adquisición de estos productos.

Tipo de material

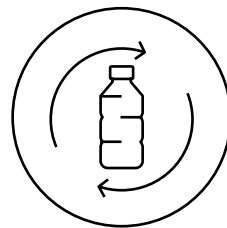
	Sintéticos	Celulosa Artificial	Vegetales
MATERIALIDAD	Poliéster reciclado Poliamida reciclada Acrílico reciclado	Fibras celulósicas certificadas: Viscose/Lyocell/ Modal	Algodón orgánico Algodón Reciclado Lino Madera
CERTIFICACIÓN	GRS, RCS y Repreve	FSC (Lenzing)	GOTS y OCS GRS y RCS European Flax FSC



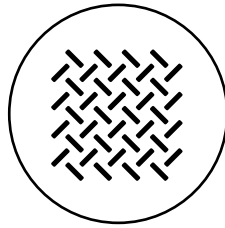
ALGODÓN
ORGÁNICO



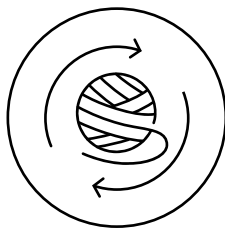
ALGODÓN
RECICLADO



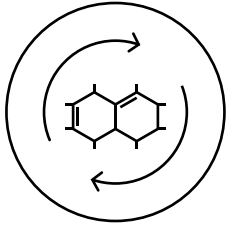
POLIÉSTER
RECICLADO



LINO
CERTIFICADO

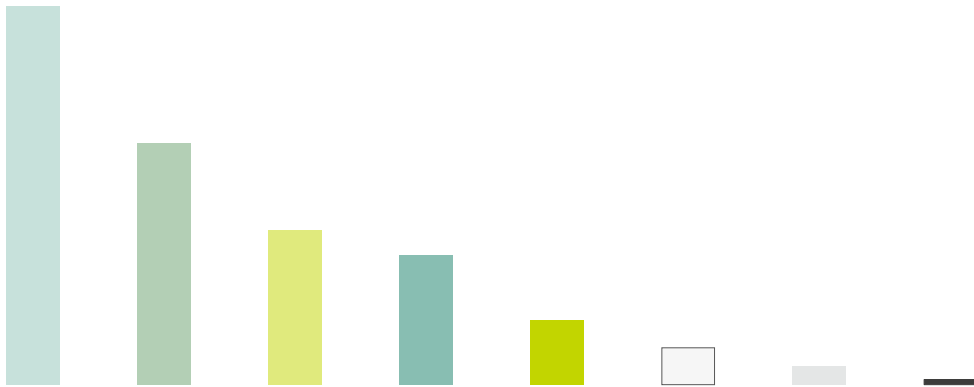
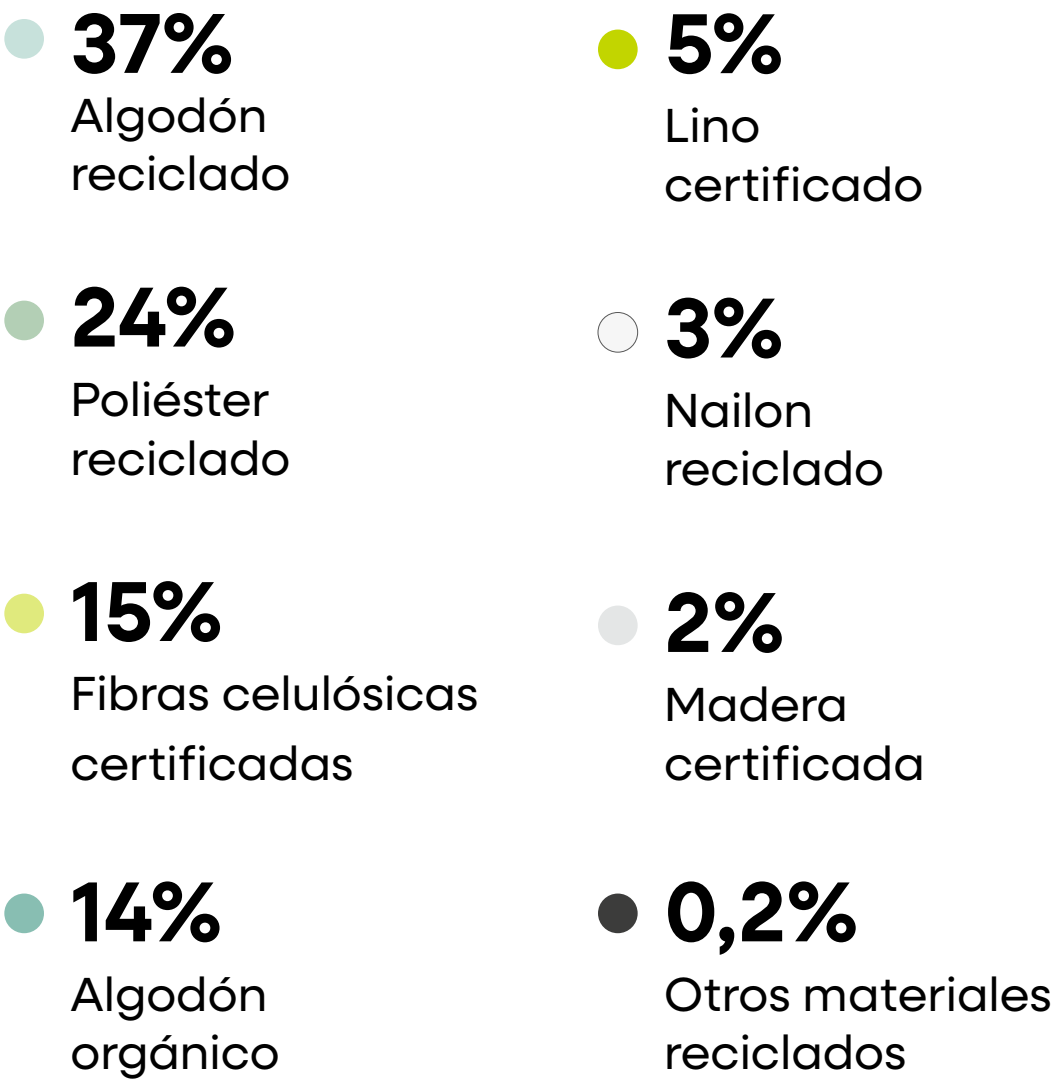


ACRÍLICO
RECICLADO



POLIAMIDA
RECICLADA

Materiales con atributos sostenibles 2023



Etiquetado responsable

En 2023 los equipos de diseño, sostenibilidad, visual merchandising, operaciones y compras, trabajaron en una iniciativa para mejorar el etiquetado de los productos que fabricamos, buscando:

- i. Reducir al máximo el número de etiquetas por producto.
- ii. Estandarizar la información y los aspectos técnicos de las etiquetas con atributos sostenibles.
- iii. Facilitar y orientar el proceso de compra de los clientes, entregando información clara y legible.

El resultado fue un Manual de aplicación regional dirigido a los equipos de diseño y a nuestros proveedores, donde se consolidan los lineamientos para cumplir con los objetivos mencionados.

Los productos con las nuevas etiquetas estarán en tienda a partir de septiembre del 2024.

Belleza libre de crueldad animal

En la categoría belleza desde el 2022 validamos los certificados que garantizan que tanto los ingredientes de sus fórmulas como sus productos finales están exentos de dichos testeos. Estos productos se encuentran en Falabella.com con una etiqueta negra que indica el atributo de “Cruelty free” validado por los estándares internacionales como ACENE, TE PROTEJO o LEAPING BUNNY.



Envases y embalajes

En diciembre de 2023, lanzamos el nuevo **manual de envases y embalajes**. Fue elaborado por nuestros equipos de gestión ambiental, y es aplicable a todas nuestras operaciones a nivel regional. Tiene como objetivo entregar herramientas que permitan diseñar y seleccionar los envases y embalajes (E&E) de manera que generen el menor impacto ambiental posible. Por otra parte, este documento servirá como guía para dar cumplimiento a las respectivas normativas de responsabilidad extendida del productor de Chile, Perú y Colombia. Contiene definiciones, recomendaciones, buenas prácticas y pasos a seguir en los procesos de selección y disposición de E&E.

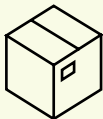


Recomendaciones de buenas prácticas para envases y embalajes

Etiquetado claro

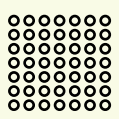
Proporcionar información sobre material y reciclaje.
Instrucciones claras para reciclar correctamente.

EMPAQUE



| CARTÓN

FILM DE BURBUJAS PROTECTOR



| PET

SEPARAR COMPONENTES Y RECICLAR POR SEPARADO

¿Qué material elegir según normativa de responsabilidad extendida del productor?

BIOPLÁSTICOS



PLA



PBAT

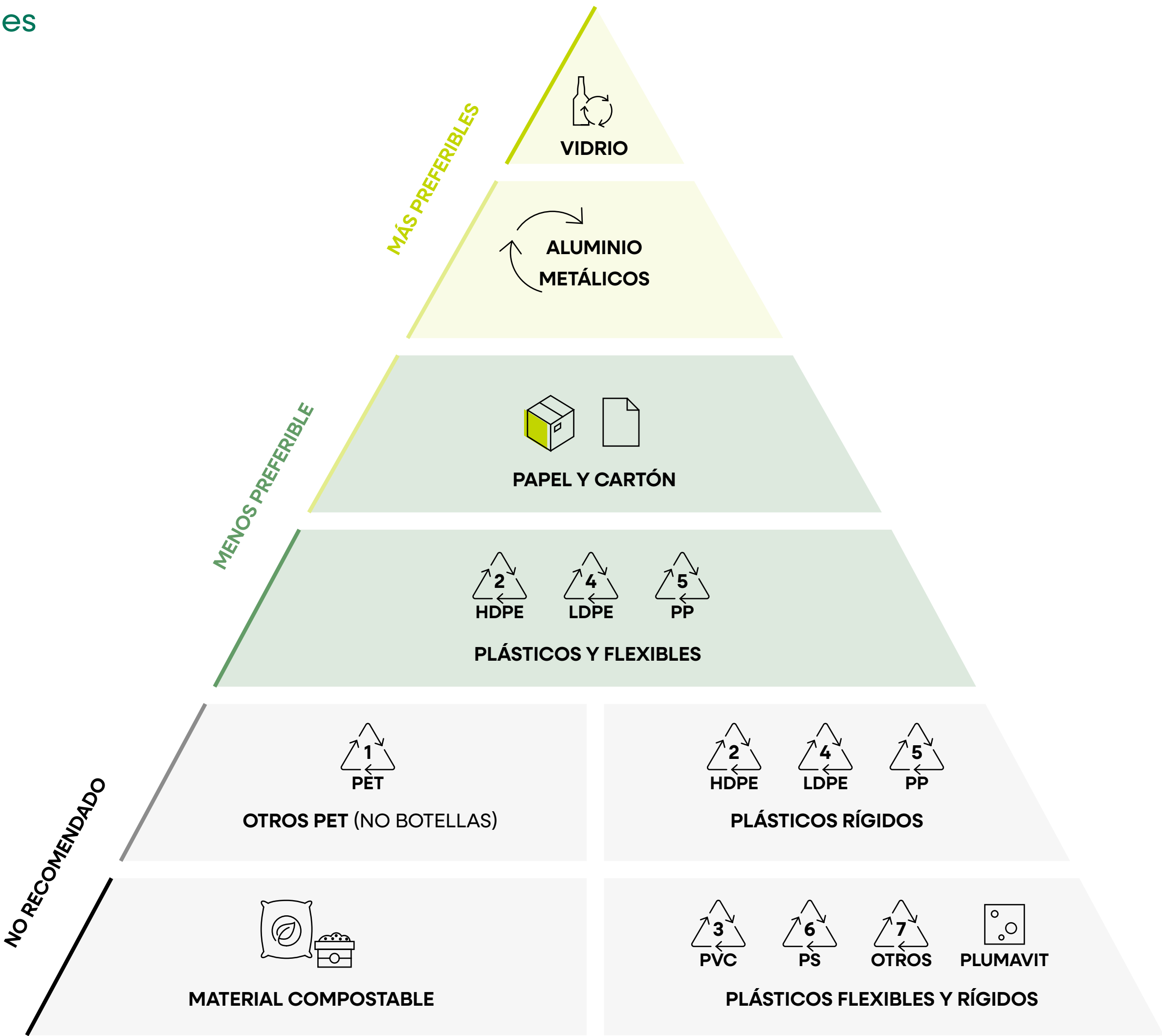


PBS

Optar por bioplásticos que sean compatibles con el sistema de reciclaje de plásticos más preferibles (menor ecotasa).

Para verificar esta compatibilidad se debe contar con algún respaldo que lo demuestre (estudio, ficha técnica, etc.)

MANUAL DE ENVASES Y EMBALAJES REGIONAL, MARZO 2024
Elaborado por la Gerencia de Medioambiente Chile y áreas ambientales de Perú y Colombia



Economía circular

Este pilar reúne nuestros esfuerzos por la promoción e impulso en la gestión de los productos que nuestros clientes ya no utilizan, con el fin de reinsertarlos en el mercado y alargar su vida útil.

“Segunda Vida a la Moda” Ecosistema de moda circular

Esta iniciativa, presente en Chile, Perú y Colombia pone a disposición de los clientes experiencias para que puedan extender la vida de sus prendas que ya no usan, a través de distintas opciones: reparar, renovar, intercambiar, reciclar, donar o comprar productos de segunda mano.



Iniciativas Segunda Vida en 2023

FERIA TRUEQUE

Tipo de iniciativa
Intercambio de ropa

Descripción del proyecto
Iniciativa gratuita donde los participantes llevan ropa en desuso y en buen estado. De acuerdo a su materialidad, a la marca y al tipo de prenda se le asigna un puntaje, pudiendo así intercambiar entre quienes asisten. Además, la ropa que queda en las Ferias de Trueque es donada a Fundación Soymás.



Principales resultados 2023

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
10 ferias	2 feria	2 ferias
+ de 46.000 prendas recibidas	+ 2.800 visitantes	+1.300 visitantes
+ 8.300 participantes	+8.600 prendas trocadas	+5.500 prendas trocadas
+7.800 clientes únicos	+3.000 prendas donadas	

TALLER F

Tipo de iniciativa
Renovación, reparación y limpieza de vestuario, calzado y accesorios

Descripción del proyecto
Personalización, reparación renovación y limpieza de ropa, calzado y accesorios con distintas técnicas como estampado, bordado, impresión en láser o aplicación de tachas, con la ayuda de una asesoría especializada. En 2023 se incluyeron nuevos servicios como limpieza de zapatillas, limpieza de cueros, renovación de tejidos (eliminando las motitas) y chaquetas con efecto cuero.

Principales resultados 2023

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
13 Talleres F	3 Talleres F	1 Taller F
59.600 servicios realizados	6.796 servicios de renovación	4.686 servicios de renovación
+ de 60.000 clientes renovaron su vestuario		



MARKET PEOPLE Y VESTUÁ

Tipo de iniciativa

Venta de segunda mano

Descripción del proyecto

Alianza con Market People y Vestuá, donde promovemos la venta de prendas de segunda mano a través de espacios físicos en nuestras tiendas. Vestuario mujer, hombre e infantil, accesorios y decoración de segunda mano, curatoría de marcas.

Principales resultados 2023

CHILE
5 tiendas en Santiago
7.911 prendas vendidas



CLÓSET SALE

Tipo de iniciativa

Venta de segunda mano

Descripción del proyecto

Venta especial de prendas de segunda mano de influencers y personajes reconocidos.

Principales resultados 2023

CHILE
3 eventos
240 unidades vendidas



EL ATELIER COSTURAS

Tipo de iniciativa
Renovación de vestuario

Descripción del proyecto
En este espacio los clientes pueden acceder a servicios de reparación, transformación y costura de todo tipo de textiles siendo expertos en arreglos complejos como cambios de forros de chaquetas, entallados de prendas, entre otros. Asimismo, dependiendo de la demanda existente, cuenta con arreglos express como cambios de cierres, botones, zurcido y bastas.

Principales
resultados 2023

CHILE
1 tienda
4.160 prendas reparadas



APOYO A LA FUNDACIÓN SOYMÁS¹

Tipo de iniciativa
Donación

Descripción del proyecto
En 13 de nuestras tiendas contamos con contenedores donde los clientes pueden depositar la ropa que ya no usan y que está en buen estado. Esta ropa se entrega lavada a la fundación Soymás.

Principales resultados 2023

CHILE
2,21 t de la ropa depositada en los contenedores fue entregada a Fundación Soymás (14% del total de la ropa depositada en los contenedores)

REMBRE²

Tipo de iniciativa
Reciclaje

Descripción del proyecto
La ropa depositada en contenedores y que está en mal estado se recicla convirtiéndola en nuevos productos como eco-relleno o fibra aislante para la construcción.

Principales resultados 2023

CHILE
14 t de la ropa depositada en los contenedores fue reciclada por Rembre (86% del total de la ropa depositada en los contenedores)

1. www.soymas.cl - Su 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.
2. Empresa B gestora de residuos con capacidad tecnológica instalada para el reciclaje textil, que certifica la trazabilidad y destino final de los productos. (www.rembre.cl)

LAS TRAPERAS⁶

Tipo de iniciativa

Donación

Descripción del proyecto

Las prendas denim se disponen para su recirculación como prendas de segunda mano.

Principales resultados 2023

PERÚ
0,13 t recuperadas
701 prenda



6. <https://www.lastraperas.com>
7. <https://www.instagram.com/mujeres.de.mi.barrio>



MUJERES DE MI BARRIO⁴

Tipo de iniciativa

Reciclaje

Descripción del proyecto

Las prendas denim de las categorías de upcycling y las mermas se destinan como eco-relleno.

Principales resultados 2023

PERÚ
2.346 prendas donadas
1,1 t recuperadas

ONG REMAR⁵

Tipo de iniciativa

Donación

Descripción del proyecto

Entrega de prendas (muestras) al banco de ropa.

Principales resultados 2023

PERÚ
2,6 t donadas equivalentes a 5.117 prendas

5. <https://remar.org/peru>



REMBRE - AMERICANINO

Tipo de iniciativa
Reciclaje

Descripción del proyecto
En todas las tiendas propias de Americanino, los clientes pueden obtener un 20% de descuento en la compra de un nuevo jean al llevar un jean viejo. Los jeans antiguos son depositados en los contenedores para posteriormente ser reciclados por Rembre.

MINUTO DE DIOS⁸

Tipo de iniciativa
Donación

Descripción del proyecto
Bancos de ropa para población vulnerable o convirtiéndola en materia prima de productos industriales.

8. <https://www.minutodedios.org>

Principales resultados 2023

CHILE
617 Kg de denim recuperado

Principales resultados 2023

COLOMBIA
9,7 t de ropa recogida
2,5 t se donaron
7,2 t se reciclaron

CHIC DRESS PROJECT

Tipo de iniciativa
Arriendo de vestuario, calzado y accesorios

Descripción del proyecto
De la mano de Chic Dress entregamos el servicio de arriendo de vestidos, kimonos, zapatos y accesorios para eventos especiales. Exclusivo en Falabella Parque Arauco.

El lanzamiento de este servicio se realizó en noviembre en el Segunda Vida a la Moda Especial Fiesta.
Para contratar el servicio, se debe reservar una hora en el agendador para recibir una asesoría en tienda y arrendar el outfit completo.

Principales resultados 2023

CHILE
117 Servicios contratados





REPARALAB

Tipo de iniciativa

Jornadas gratuitas de reparación de calzado, vestuario y accesorios

Descripción del proyecto

Es una iniciativa totalmente gratuita, con la cual buscamos que nuestros clientes tengan la posibilidad de extender la vida útil de sus productos.

Además, en conmemoración al día internacional del reciclaje (21 de octubre) se realizaron jornadas de reparación de zapatillas en la tienda Falabella Plaza Vespucio, vestuario en Falabella Plaza Egaña y bisutería en Falabella La Dehesa.

Principales resultados 2023

CHILE
299 servicios de reparaciones gratuitos que se hicieron en las 3 jornadas

Tipo de iniciativa

Servicios de limpieza y reparación de calzado

Descripción del proyecto

Le damos una segunda vida a las zapatillas, con los servicios de limpieza express y profunda, y con los servicios de reparación. Los clientes pueden encontrar estos servicios en el corner de Reparalab en Falabella Parque Arauco en el piso -1 (sección zapatillas).

Principales resultados 2023

CHILE
452 número de servicios de limpieza y reparación de zapatillas en el 2023

Segunda vida a la moda a nivel regional en 2023



Información para clientes:

Más Verde | Tienda Falabella



Ecosistema circular

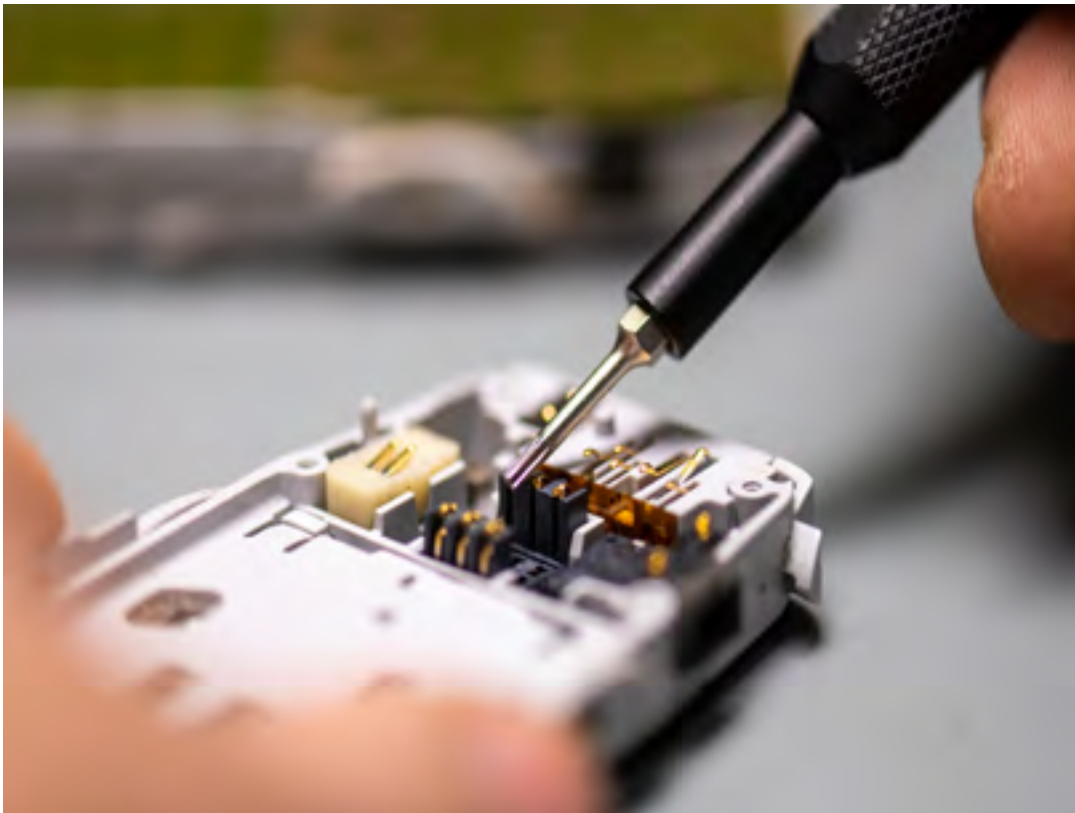
Otras categorías

Programa Exchange

Reacondicionamiento de celulares

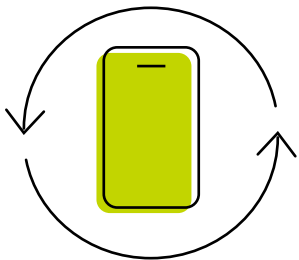
Chile

Exchange es un programa de Falabella junto a Assurant, en donde los clientes pueden entregar su celular antiguo como parte de pago para comprar un nuevo smartphone a un menor precio.



Assurant se encarga de darle una segunda vida a los celulares antiguos reparándolos y dejándolos funcionales nuevamente. Estos productos se venden bajo el estado de “Reacondicionados”. Las partes que no se utilizan son recicladas.

En ultima instancia, se envia a disposición final. [Más información en la web](#)



194
celulares
reacondicionados

Acciones con marcas

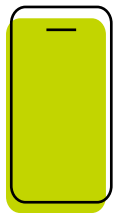
Reciclaje Chile

Reciclaje de celulares: Campañas de la mano de SAMSUNG en nuestras tiendas. Los clientes podían entregar su celular antiguo para su reciclaje, y a cambio recibían un cupón de descuento para nuevas compras.



Reciclaje de impresoras: Aquellos clientes que depositaban sus impresoras EPSON en los contenedores dispuestos en cinco de nuestras tiendas, obtuvieron un descuento para utilizar en la compra de impresoras Epson EcoTank.

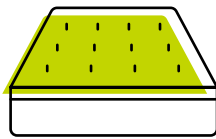
Reciclaje de camas y colchones: De la mano de CIC, y durante el Black Friday de noviembre 2023, por cada compra de camas y colchones de la marca CIC en nuestras tiendas, se ofrecía el servicio de reciclaje de sus camas o colchones de cualquier marca.



SAMSUNG
394
celulares
reciclados



EPSON
300
impresoras
recicladas



CIC
17
número de camas y
colchones reciclados



Servicio de retiro y reciclaje a domicilio

En Chile, contamos con servicios de retiro y reciclaje de productos usados tales como cocinas, lavadoras, muebles, refrigeradores, y televisores, bicicletas, máquinas de ejercicios, camas y colchones. Durante el 2023, aumentamos la cantidad de productos en los que está disponible el servicio de reciclaje, entre ellos, aires acondicionados, estufas, secadoras, lavavajillas y más. Además, extendimos el alcance geográfico del servicio a dos regiones más: V Región y VI Región; y llegamos a nuevas comunas de carácter rural en la RM. [Más información en la web](#)



35.7 t
de productos
reciclados



De la mano de Rembre y Midas se reciclaron 35.7 toneladas, un 35% menos que el año anterior.

En Colombia, contamos con un programa de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos. 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 su envío a relleno sanitario.

Acuerdo de Producción Limpia para Textiles

Desde Falabella Retail Chile participamos en el primer diagnóstico sectorial para la elaboración de metas y planes de acción en el marco del Acuerdo de Producción Limpia (APL)⁹ del sector textil, programa que se implementará a partir de 2024. Se trata de una instancia liderada por la Cámara Diseña Sustentable junto a la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático del Ministerio de Medioambiente.

Además del diagnóstico, las empresas participantes firmarán un acuerdo que dará inicio a la fase de implementación para la incorporación de los residuos domiciliarios textiles como producto prioritario dentro de la Ley 20.920 que establece metas de recuperación y valorización para residuos bajo un esquema de Responsabilidad Extendida del Productor (REP).

9. El APL es una instancia público-privada donde participan actores privados como empresas productoras e importadoras de productos textiles, ministerios y otros organismos del sector público, la academia y organizaciones no gubernamentales.

En el acuerdo se establecieron tres metas concretas:

- La mejora de la información del sector textil.
- La definición de criterios y elementos para el desarrollo de modelos de gestión de residuos adecuados acorde a la realidad de Chile.
- El desarrollo de acciones de comunicación, sensibilización y educación ambiental para incentivar la reutilización, reparación, remanufactura y reciclaje.

La participación en este acuerdo es de suma importancia al reunir a los actores más relevantes del sector textil en Chile, lo que nos permitirá generar un espacio de diálogo e intercambio de mejores prácticas y avanzar hacia el desarrollo de una industria circular que entregue soluciones concretas a los desafíos socio-ambientales hoy presentes.

[Más información en la web](#)



Campañas de sensibilización

+ Verde Talks

Programa digital de la compañía que tiene como objetivo generar espacios de conversación sobre temas que convocan en la industria textil.

Un ciclo de tres charlas, donde de la mano de los expertos, reflexionamos sobre cómo la sostenibilidad se involucra en el diseño, la academia y en la industria de la moda en general.

Cada capítulo de +Verde Talks se pueden ver, revivir y compartir a través de las cuentas de YouTube y LinkedIn de Falabella Retail.



Cap 1
Panel: Malena Marcalles, Subgerenta de Sostenibilidad Falabella Retail, Pamela Castro, Cofundadora Modulab y Reparalab, Natalia Yáñez, Directora Diseño de Moda y Gestión UDD. [Ver Cap. 1 en YouTube.](#)

Cap 2
Panel: Isabel Ibieta, Gerenta de Experiencias Falabella Retail, Stephanie Truan , Cofundadora Market People, María Ignacia Cartoni, Cofundadora Market People, Bárbara Pino, Directora del Observatorio Sistema Moda UDP. [Ver Cap. 2 en YouTube.](#)



Cap 3:
Panel: María Paz Recaman, Jefa de Diseño Denim y Americanino Falabella Retail, Lupe Gajardo, DiseñadSENSlora de Moda, Majo Arévalo, Cofundadora y Directora de Viste la Calle, Santiago Valdés, Director Vestuá. [Ver Cap. 3 en YouTube.](#)

12,9 K visualizaciones

341 reacciones

612,5 K minutos vistos

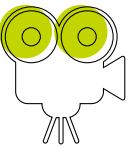
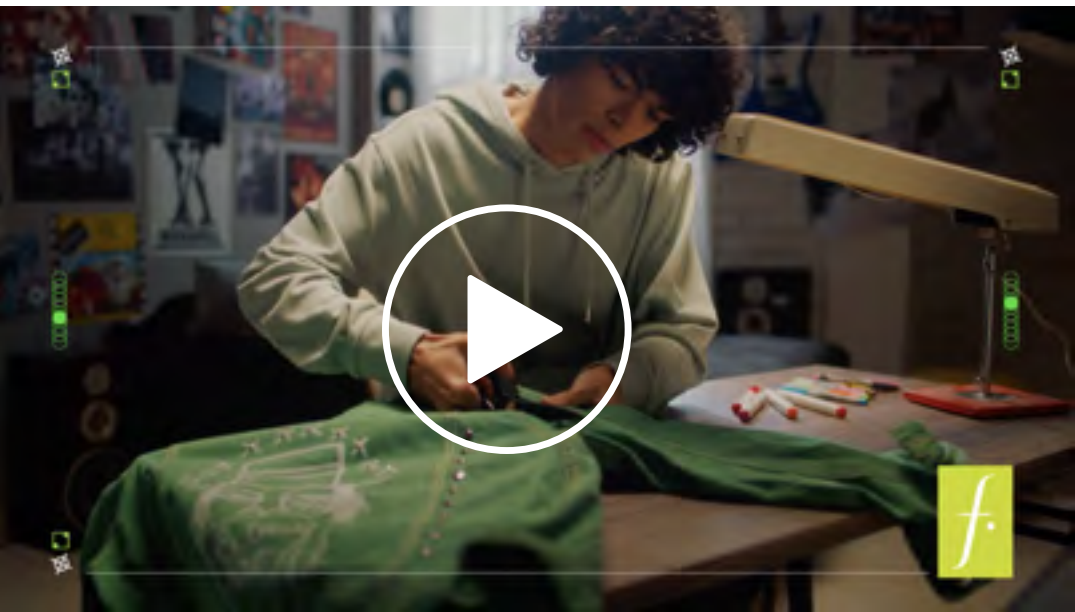
Segunda vida a la moda

Difusión de la campaña a través de medios digitales y Televisión abierta.

367,1 K visitas a la tienda

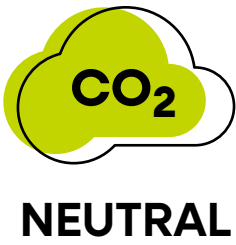
797,9 K clics

133,3 M impresiones



Ver video en YouTube

Impactos ambientales de la operación



Nuestra gestión en materia ambiental se basa en los lineamientos establecidos en la Política Ambiental y de Cambio Climático (aplicable a colaboradores y proveedores), en protocolos específicos y en el Programa Ambiental.

Contamos con un Sistema de Gestión que se basa en los estándares de la norma ISO 14001 y en una matriz de riesgos ambientales, buscando dar cabal cumplimiento a las exigencias normativas. Nuestra actividad se desarrolla principalmente a nivel logístico en tiendas.



Cambio Climático

305-1/ 305-2/305-3/305-4

Grupo Falabella anunció públicamente en 2023 su compromiso regional de ser “Cero Neto al año 2035” en alcances 1 y 2, y, con dicho horizonte, estamos trabajando. Con una inversión de más de 15 millones de dólares, tenemos como meta a mediano plazo disminuir, al 2030, en un 65% las emisiones en los alcances 1 y 2 (en comparación con 2021), y ser Net Zero al 2035, contemplando los mismos alcances.

Nuestra hoja de ruta incluye también acciones específicas orientadas a la mitigación de emisiones de alcance 3 y considera el 100% de las categorías del Retail. A través de nuestra estrategia de descarbonización, estamos trabajando para entregar una experiencia que genere cada vez menos impactos ambientales.

Principales hitos en materia de Huella de Carbono de Falabella Retail

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
Obtuvimos el reconocimiento del Ministerio del Medio Ambiente, través de su programa Huella Chile, con los sellos de cuantificación, reducción y excelencia, considerando los alcances 1, 2 y 3 de la huella de carbono.	Participamos en la “Plataforma Huella de Carbono Perú” administrada por el Ministerio del Ambiente (MINAM), obteniendo las primera y segunda estrella de reconocimiento por la cuantificación y verificación de la huella de carbono.	Por quinto año consecutivo nos certificamos con el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) como una empresa Carbono Neutro a través de la gestión adecuada de nuestras emisiones fijas y la compra del 100% de nuestra energía desde fuentes renovables.

Huella de Carbono de Falabella Retail (en tCO₂eq) - 2022-2023

	Alcance 1		Alcance 2		Alcance 3		Emisiones totales	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
CHILE	3.657	2.284	9.310	6.813	1.998.884	1.757.088	2.011.851	1.766.185
PERÚ	2.584	5.204	12.208	4.969	638.129	675.171	652.921	685.344
COLOMBIA	1.112	585	-	-	436.463	432.109	437.575	432.694
TOTAL	7.351	8.073	21.518	11.782	3.073.476	2.864.368	3.102.347	2.884.223

Emisiones Directas | Alcance 1

Asociadas a fuentes que están bajo control directo de la compañía.

Emisiones Indirectas | Alcance 2¹⁰

Provenientes de la generación de la energía eléctrica que es adquirida por la compañía.

Otras emisiones | Alcance 3

Provenientes de actividades en la cadena de valor que se encuentran fuera del control directo de la compañía, pero que se producen como consecuencia de su operación.



¹⁰ Market based. (Basado en mercado).

La huella de carbono total se redujo en 7% respecto del año anterior, principalmente por la reducción en el Alcance 3 de nuestras emisiones de GEI.

En relación con la intensidad de emisiones (que considera los metros cuadrados construidos), se produjo un incremento de 11% en el Alcance 1, una reducción significativa en el Alcance 2 (45%) y un descenso en el Alcance 3 de las emisiones de CO₂eq (6%) respecto del año anterior.

Intensidad de emisiones

(ton CO₂eq / m² construidos)

	Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3
2022	0,0105	0,0309	4,4076
2023	0,0117	0,0171	4,1564



Energía

302-1 / 302-3 / 302-4 / CG-MR-130a.1

A nivel consolidado el consumo de energía total se mantuvo constante respecto del año anterior. Sin embargo, se incrementó en 25 puntos porcentuales el consumo proveniente de fuentes renovables, debido principalmente al acuerdo de suministro firmado con Statkraft en Perú para la provisión de energía renovable a 33 de nuestras tiendas.



Consumo Energía Eléctrica (en GWh)¹¹

	Electricidad convencional (red)		Energía renovable ¹²		Total consumo de energía		% Energía renovable		Total tiendas con ERNC
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2023
CHILE	25,8	18,7	67,7	68,8	93,5	87,5	72%	79%	30
PERÚ	68,5	26,2	-	49,5	68,5	75,7	0%	65%	26
COLOMBIA	-	-	40,4	39,2	40,4	39,2	100%	100%	18
TOTAL	94,3	44,9	108,1	157,5	202,4	202,4	53%	78%	74

11. Los consumos de energía reportados corresponden a todas las tiendas y Centros de distribución de cada país. Se excluyen los “Stand Alone”.
12. ERNC: Energía Renovable No Convencional – 100% Certificada como Renovable.

Intensidad energética

	GWh ERNC / m² construidos	GWh Energía Convencional / m² construidos	GWh total / m² construidos
2022	0,000155	0,000135	0,000290
2023	0,000229	0,000065	0,000294

En Chile, y con el objetivo de instaurar una cultura de mejora continua durante 2023, implementamos un Sistema de Gestión de Energía (SGE), que nos permitirá optimizar nuestro desempeño energético. Aplica a todas las instalaciones de Falabella Retail: 45 tiendas, 2 centros de distribución y 58 tiendas “Stand Alone”.

- Para instaurar este sistema se desarrollaron las siguientes actividades:
- Designación del equipo encargado de gestión energética.
 - Planificación del consumo.
 - Creación de la política energética.
 - Desarrollo de una primera auditoria interna al sistema.



Nuestros sistemas centralizados de control y equipos de clima e iluminación eficientes nos permiten optimizar el consumo energético. En 2023 seguimos trabajando en la implementación de medidas de eficiencia energética, a través de inversiones como el

cambio de luminarias en seis de nuestras tiendas de Chile, por artefactos LED con menor consumo de energía. Ello nos permitió completar mas de 42.200 m² con este tipo de iluminación.



Infraestructura

Algunos de los impactos ambientales de la operación se generan en nuestras propias locaciones y por ello, realizamos esfuerzos para asegurar desde el diseño y la construcción de nuestras tiendas, que se minimicen los efectos ambientales.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad se refleja en la implementación del Sello +Verde, creado en 2022 como un sistema integral de evaluación del desempeño ambiental, económico y social en nuestras tiendas. Desarrollado por Chile Green Building Council, este sello, único a nivel mundial en el ámbito del retail, ya ha sido obtenido por todas nuestras tiendas de Falabella Retail Chile para finales de 2023.

Como parte de este compromiso, buscamos no solo cumplir con estándares, sino también liderar en prácticas sostenibles reconocidas internacionalmente. Entre estas prácticas se encuentra la adopción del programa de certificación LEED® (Liderazgo en Energía y Diseño Medioambiental), que busca mejorar la forma de diseñar y construir nuestras tiendas con un enfoque en reducir

14
Certificaciones LEED
CHILE

13
Certificaciones LEED
PERÚ

12
Certificaciones LEED
COLOMBIA



impactos ambientales y crear espacios más saludables y seguros. Este programa, basado en estándares rigurosos y verificado por terceros, garantiza un desempeño medioambiental superior y refuerza nuestro compromiso con la sostenibilidad y la excelencia en la construcción de nuestras instalaciones.

Al cierre de 2023, 39 de nuestras tiendas contaban con esta certificación:



Falabella Parque Arauco recibe certificación internacional Leed Gold con asesoría de Colbún

El proceso que contó con el acompañamiento de Colbún Soluciones by Efizity consideró tanto el diseño como la construcción de las instalaciones.

La categoría GOLD, la segunda más alta, implica que la tienda sobresale de la gran mayoría de los proyectos que se certifican, alcanzando altos

números de atributos de confort, sustentabilidad y eficiencia energética. Así, la evaluación consideró los 25.000 m² construidos de esta emblemática tienda de la compañía, -la más grande de Sudamérica-, incluyendo área de ventas, oficinas administrativas y casino para colaboradores.

Gestión de residuos de nuestras operaciones

306-1 / 306-2 / 306-3 / 306-4 / 306-5 /
CG-MR-410a.3

Los residuos peligrosos son todos aquellos que tienen alguna característica de potencial daño para las personas y el medioambiente. En nuestras tiendas, se producen algunos residuos que definimos como peligrosos tales como: tubos fluorescentes, restos de pintura, solventes entre otros.

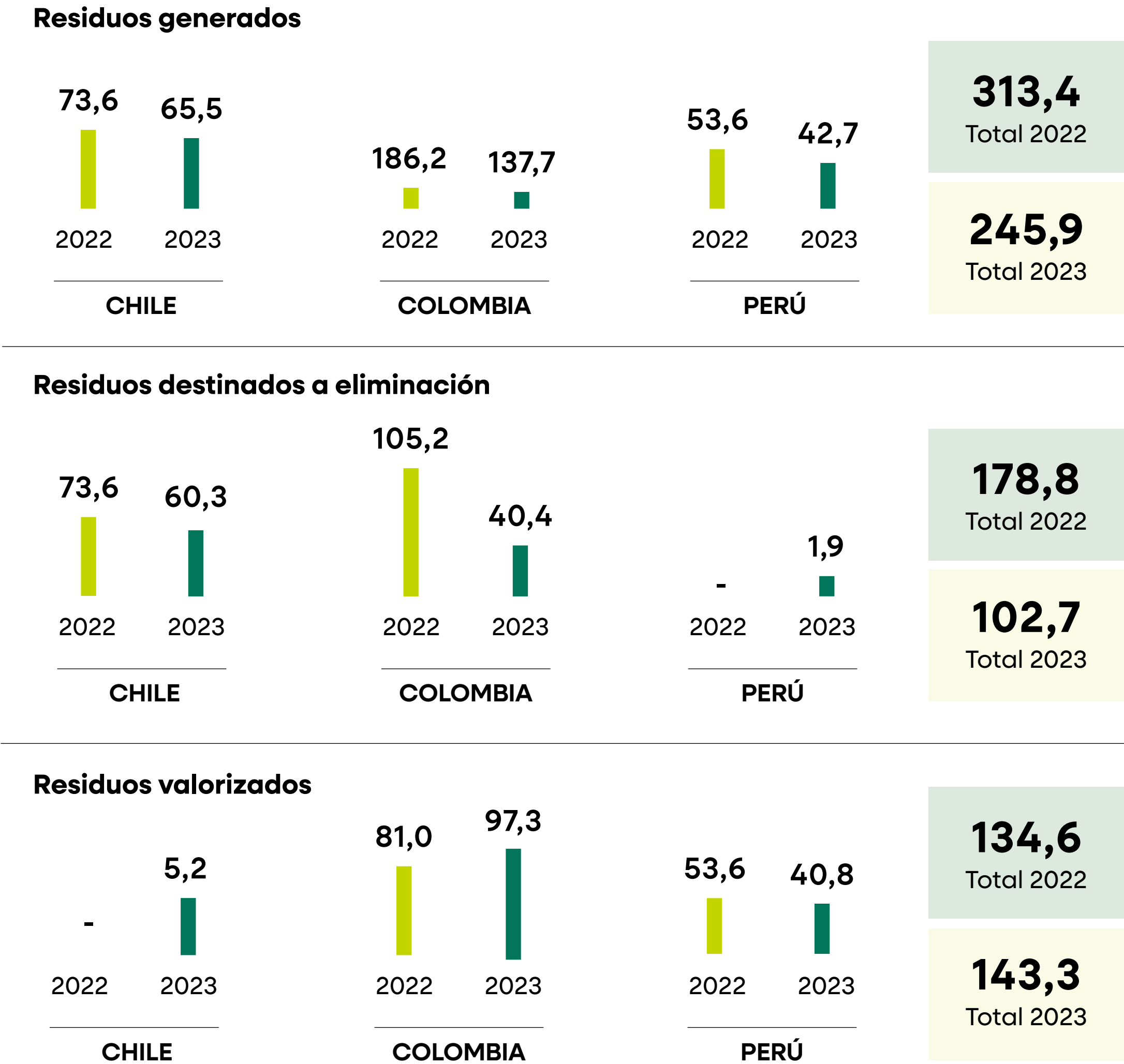
Para este tipo de residuos, la gestión incluye la recogida, el almacenamiento, el transporte y su disposición final en depósitos de seguridad, todo lo cual, se realiza de acuerdo con la normativa vigente en cada país, mediante gestores de residuos autorizados quienes hacen entrega de certificados de trazabilidad.

En Chile, estas cifras son reportadas en forma periódica a la autoridad pertinente a través del Sistema de Declaración de Residuos y el Sistema de Declaración de Seguimiento de Residuos Peligrosos.

Residuos peligrosos (en toneladas)



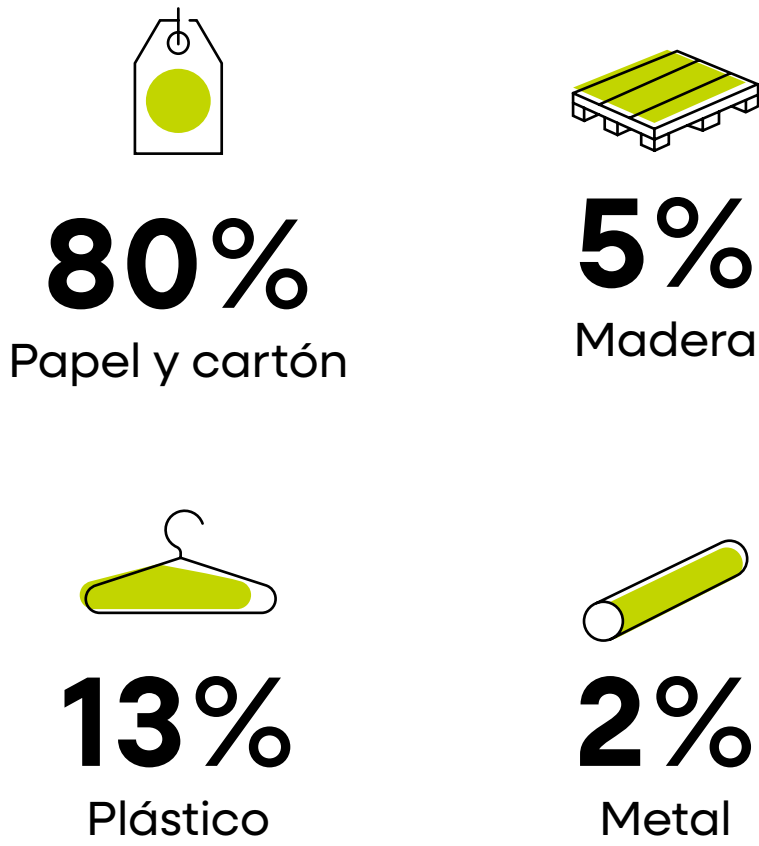
Residuos peligrosos (en toneladas)



Se generaron 245,9 toneladas de residuos peligrosos, cifra 20% menor al año anterior. En los tres países donde estamos presentes disminuyó la generación de residuos de este tipo. El 90% de dicha valorización fue a través de procesos de reciclaje y el 10% restante, mediante incineración.

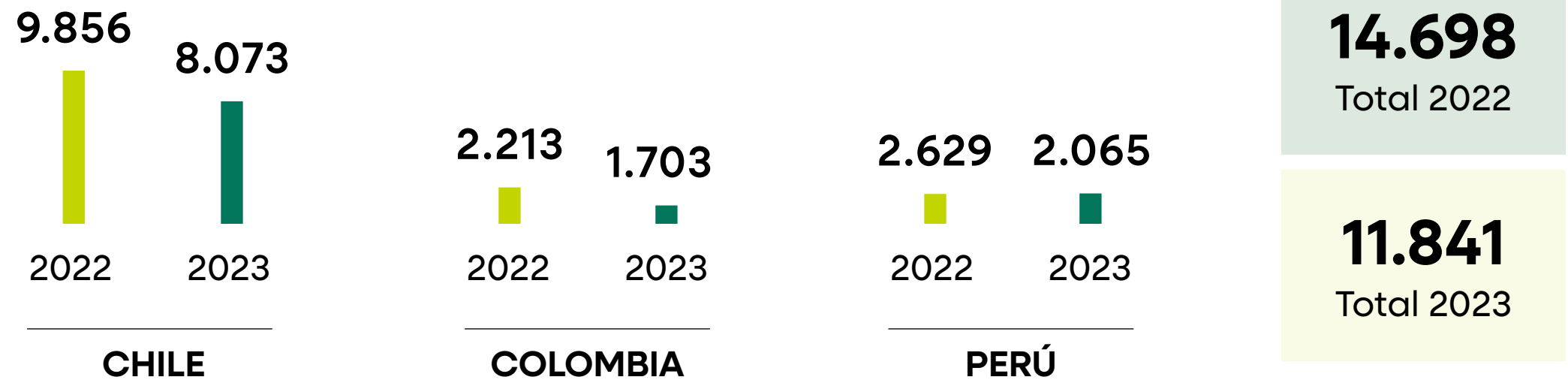
En 2023, se incrementó de 43% a 58% el peso de los residuos peligrosos que se valorizaron, gracias a un plan de segregación e identificación de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) implementado en Chile.

Residuos No Peligrosos Valorizados - 2023

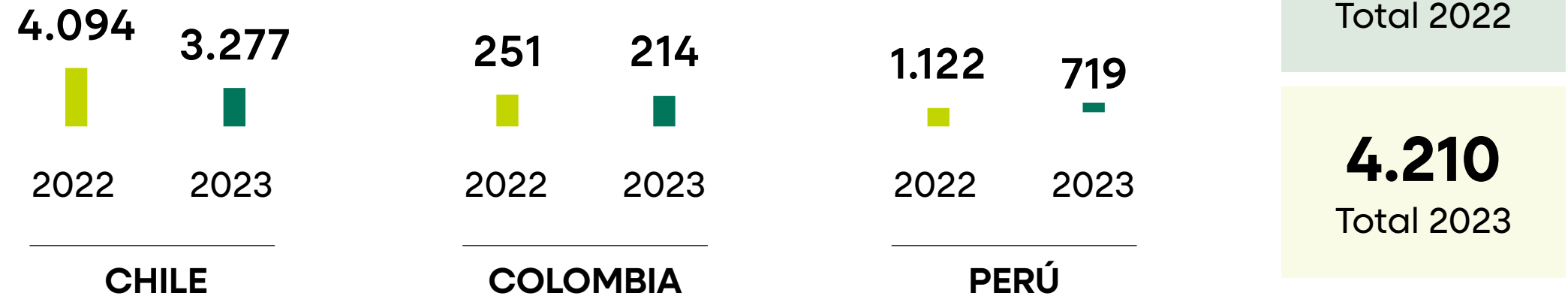


Residuos no peligrosos (en toneladas)

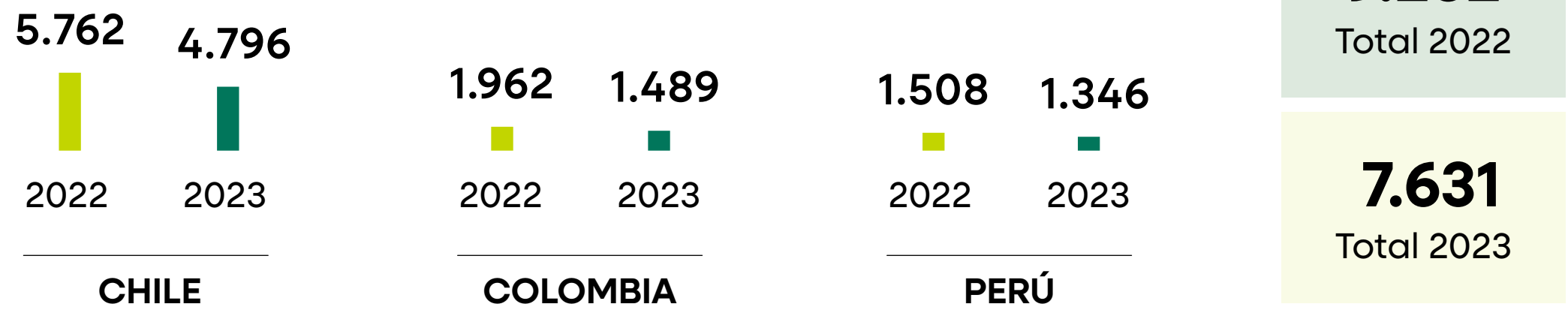
Residuos generados



Residuos destinados a eliminación



Residuos valorizados



En nuestras tiendas y centros de distribución se generan residuos no peligrosos (tales como papel, cartón, madera, plástico, vidrio y textiles). Contamos con estrategias

y procedimiento para maximizar su valorización, y en ese camino estamos avanzando.

A nivel regional – Residuos No Peligrosos - 2023

11,8 Kt

de residuos no peligrosos generados, cifra 19% menor al año anterior. En los tres países donde estamos presentes disminuyó la generación.

64%

de los residuos no peligrosos generados se valorizaron, manteniéndose la proporción respecto del 2022.



80%

de los residuos no peligrosos valorizados fueron papeles y cartones.

En un

14,7% 20% 35,9%
Colombia Chile Perú

lograron reducir los residuos que terminaron en un relleno sanitario gracias a los esfuerzos desarrollados por los equipos de generación de cultura y sensibilización ambiental.



El objetivo de nuestra **estrategia de packaging** es la reducción, reutilización y reciclaje de los empaques. Por ello, en Chile, Perú y Colombia durante 2023 trabajamos en dos líneas: materialidad y eficiencia de empaque.

Con este objetivo desarrollamos un manual de buenas prácticas ambientales, aplicable a nivel regional, e implementamos en el área logística máquinas troqueladoras de última generación. Estas permiten reutilizar las cajas de cartón y transformarlas en material de empaque reemplazando el plástico burbuja, papel shooter, entre otros.

Gestión de muestras

En Chile, seguimos construyendo alianzas con organizaciones sin fines de lucro con un doble propósito: contribuir con su misión y gestionar la reinserción de las muestras que genera nuestro negocio en el mercado, extendiendo así su vida útil.

Las muestras son productos que se generan en el proceso de diseño, de compra, de fotografía u otros; en su mayoría se trata de productos que se encuentran en buen estado.



13. <https://www.bancoderopa.cl/>
14. <https://coaniquem.cl/es/>
15. <https://www.ciudadelnino.cl/>

BANCO DE ROPA ¹³	REMBRE	COANIQUEM ¹⁴	CIUDAD DEL NIÑO ¹⁵
Desde 2021 apoyamos a Banco de ropa quienes, de la mano de distintas organizaciones, apoyan a personas en situación de vulnerabilidad. Nuestras donaciones aportan a la entrega de kits de vestuario personalizado.	Las muestras de productos de vestuario que no pueden ser reutilizados las entregamos a Rembre, Empresa B, gestora de residuos con capacidad tecnológica instalada para el reciclaje textil.	En julio de 2023 iniciamos una alianza con Coaniquem, para la entrega de: 1. Muestras de vestuario con cortes que tienen la capacidad de ser reparadas fácilmente y ser vendidas en sus tiendas. 2. Muestras de deco y calzado en buen estado que son vendidos en sus tiendas de Coaniquem Store.	Desde 2022 contamos con una alianza con la fundación Ciudad del Niño, para la entrega de mermas y muestras de productos de juguetería, vestuario escolar, calzado y accesorios.
5.361 Kg. de muestras de vestuario en buen estado donados 9.891 personas beneficiadas con kits de vestuario	1.839 Kg. de muestras de vestuario mutilado	516 Kg. de producto donados 64 curaciones financiadas	777 Kg. de producto donados 654 niños, niñas y adolescentes beneficiados

CORPALIV¹⁶

El apoyo a la fundación Corpaliv, comprende la entrega de productos de deco, calzado y accesorios, para financiar horas de profesionales para el desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes en situación de discapacidad múltiple con los que trabaja la organización.

2.772 Kg.

de productos donados

3.632

horas de terapia financiada

OTROS

Se realizan además aportes a otras organizaciones con fines de investigación en reciclaje textil, upcycling y fomento a la inclusión.

400 Kg.

de deco, ropa interior, accesorios, juguetes para niños, insumos para mascotas.



Las muestras son productos que se generan en el proceso de diseño, de compra, de fotografía u otros; en su mayoría se trata de productos que se encuentran en buen estado.

16. <https://corpaliv.cl/>

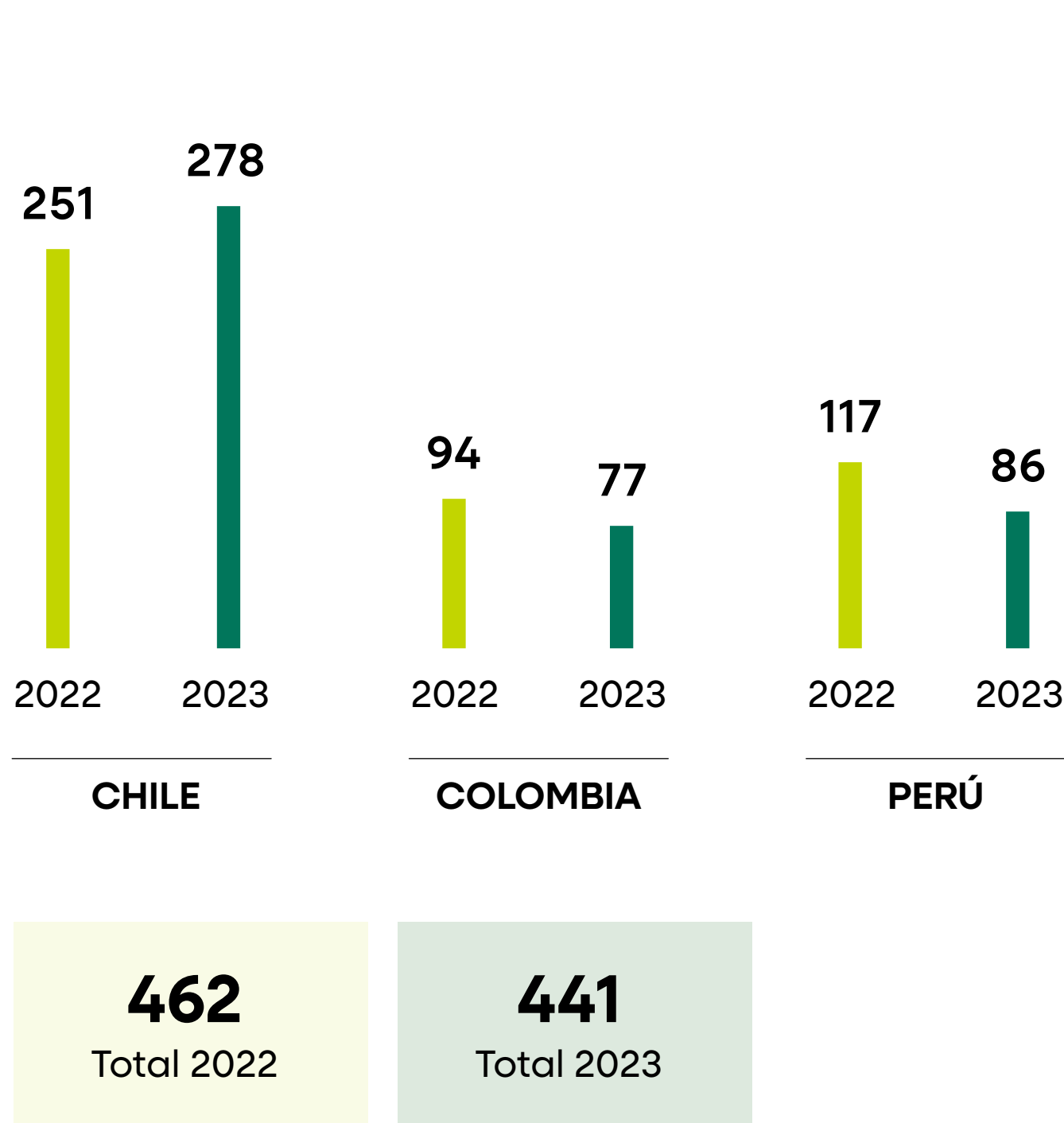
Una segunda vuelta a los colgadores, ganchos y sensores

Los colgadores y ganchos que se utilizan en las tiendas, son residuos que pueden ser aprovechados. Así, de las 278 toneladas que se recuperaron en Chile en 2023, se reutilizó el 11%, enviándolos a talleres de confección nacional para reinsertarlos en nuestras tiendas. El 89% restante se recicla, transformándolo en materias primas para la elaboración de nuevos colgadores, bolsas plásticas, entre otros .

En Perú y Colombia, se recolectaron 77 y 86 toneladas respectivamente y en ambos países, el 100% del volumen se recicló. En Colombia, los colgadores que salen de tiendas, se envían al Centro de Distribución y retornan con nuevas prendas a las tiendas; al alcanzar un volumen significativo, se entregan a proveedores locales para ser convertidos en otros productos. En Perú el total de colgadores recuperados se destinó al reciclaje para transformación en materia prima para otros productos o procesos.



Colgadores recuperados (en toneladas)



Sensores recuperados (en toneladas)



Recicladores Base

Desde 2018 somos socios fundadores de CEMPRE¹⁷, asociación integrada por varias empresas y que tiene por objetivo apoyar a los Recicladores de Base en su proceso de certificación y de esta manera, profesionalizar su actividad.

Con el apoyo de las becas de Falabella Retail 70 recicladores lograron certificar sus competencias laborales y son invitados a participaron de los procesos de valorización en 14 tiendas del país.

Por otra parte, en 2023 y con la colaboración de nuestros equipos técnicos se creó RECI-GO, la primera cooperativa de Recicladores de Base que será incorporada en los Sistemas de Gestión en el marco de la implementación de la Ley 20.920, Responsabilidad Extendida del Productor (REP). Para el 2024 se proyecta la formación de tres cooperativas adicionales.

17. CEMPRE (Compromiso Empresarial por el Reciclaje)

70

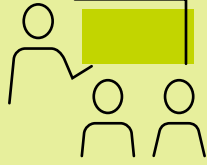
recicladores
certificaron sus
competencias
laborales





EN 14 TIENDAS

los recicladores participan
de los procesos de reciclaje



CAPACITACIÓN
BECAS



¿Quiénes son los Recicladores de Base?

Son personas que se dedican a reciclar y reutilizar residuos. Su trabajo consiste en separar los objetos que pueden ser reciclados y darles un segundo uso. Eran popularmente conocidos como “cartoneros”, pero hoy son justamente llamados “Recicladores de Base”. Esta nueva denominación busca destacar, profesionalizar y visibilizar el importante aporte que hacen en la sociedad y en la cadena de valor medioambiental. Son reconocidos como gestores en los sistemas de gestión de residuos, según lo establecido en la Ley REP (Ley de Responsabilidad Extendida del Productor).

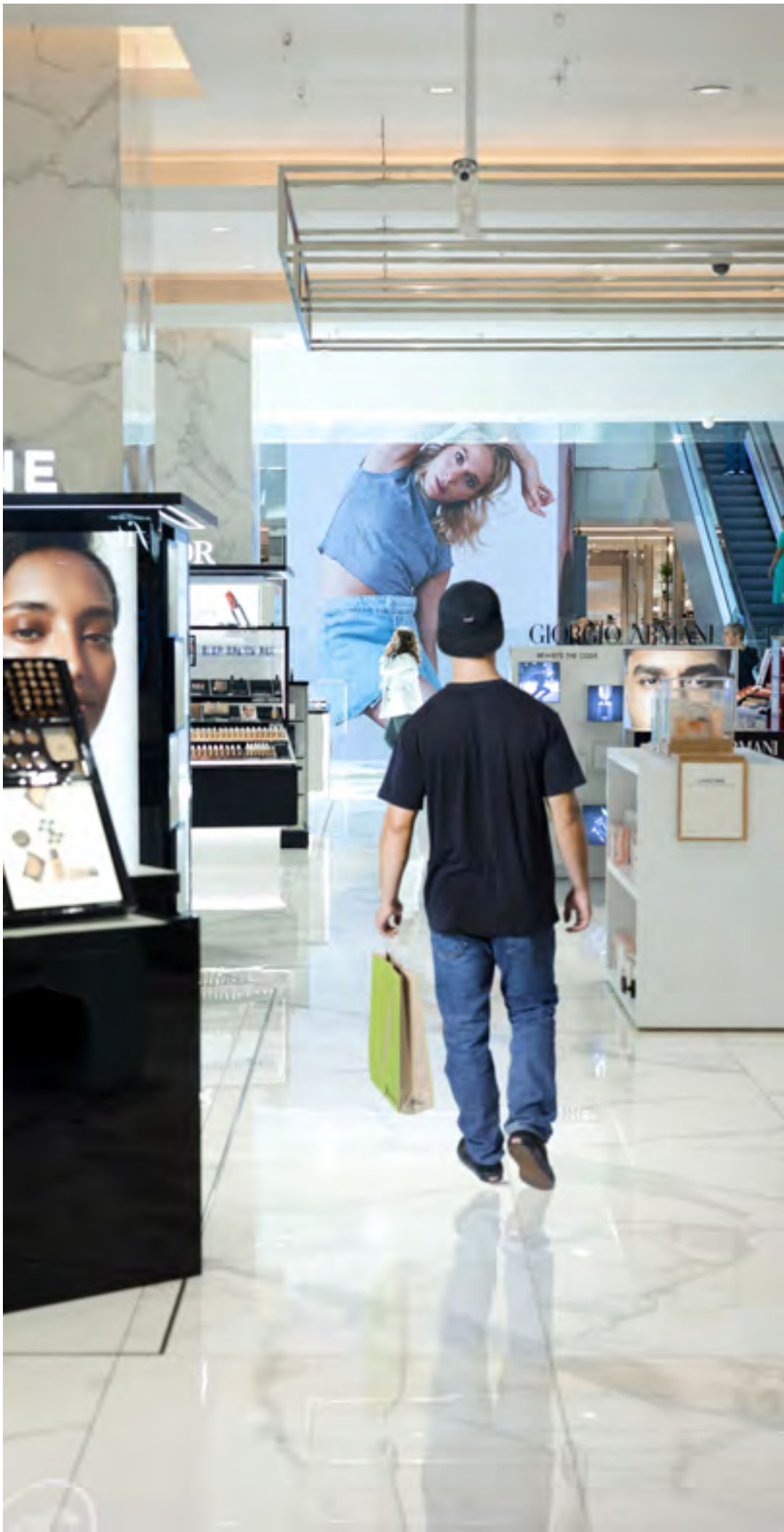
< 56 >



Club Zero + Verde

El objetivo del programa es 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. Todas las tiendas de Chile participan de la iniciativa, logrando aumentar en promedio cinco puntos porcentuales la valorización de los residuos sólidos no peligrosos, en cinco meses.





03 DESARROLLO LOCAL

413-1/413-2

Talento Local	59
Programa Haciendo Escuela	62
Fuertes y Fantásticas	69
Voluntariado Corporativo	72





Talento local

Otro de nuestros ejes estratégicos para potenciar nuestro impacto social positivo es Talento Local, iniciativa que busca visualizar el trabajo de artistas y artesanos destacados y emergentes y así impulsar la industria creativa de la región, fusionando las últimas tendencias de la moda con su labor.



En 2023:

22
campañas
desplegadas

40
artistas locales
convocados

5
marcas propias
involucradas

Hitos - Talento local

- Lanzamiento de una nueva colección de decoración “Diseño Latino” realizada por cuatro ilustradoras de Chile, Perú y Colombia. Ellas plasmaron en cada pieza confeccionada, los atributos y raíces de Latinoamérica.
- En vestuario, Ange Eyzaguirre, de Chile, y Noe Bernacelli, de Perú, fueron los diseñadores seleccionados para realizar una nueva edición de “Diseño Latino”, que contó con más de 10 productos, principalmente, vestidos de fiesta, conjuntos, y faldas.



CHILE

Realizamos 9 alianzas colaborativas con diseñadores, ilustradores y artesanos que plasmaron sus diseños en vestuario de mujer, hombre y niños, en accesorios y decoración. Específicamente tuvimos colaboraciones de:

- Talento Local Deco (4 artistas)
- Mercado Local (18 emprendedores)
- Diseño Latino (2 artistas)
- Cranberry x Basement (1 marca)
- Muth x Basement (1 marca)
- Paula Mekis x Sybilla (1 artista)
- Bresh x Sybilla (1 marca)
- Fauna Primavera x Americanino (1)
- Fran Larraín x Basement (1)



En nuestra continua labor de apoyo al emprendimiento local, llevamos a cabo el primer Bazar de Navidad en nuestra tienda de Parque Arauco, donde participaron 18 marcas emergentes en los sectores de accesorios, moda, joyería y más. Esta iniciativa tuvo como objetivo brindar un espacio de exposición y venta a pequeñas marcas locales durante la temporada navideña. Para el próximo año, planeamos continuar promoviendo estos bazares y mercados, fortaleciendo así nuestra oferta a los clientes y proporcionando nuevas oportunidades y visibilidad a los emprendedores locales.

PERÚ

Desarrollamos 7 colaboraciones en alianza con artistas locales:

- Basement x Donna Cattiva (Marca local)
- Basement x Tana Rendon (Influencer y diseñadora de modas)
- Sybilla x Ecu (Marca local)
- Sybilla x Nia Ruiz (Marca local)
- Denimlab x Mujeres de mi barrio (colección accesorios denim upcycling)
- Falabella x Noe Bernacelli (Diseño Latino Corp)
- Falabella x Rosewood (Marca local dentro de la campaña de Diseño Latino)

COLOMBIA

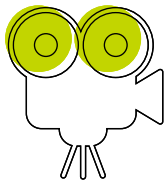
Desarrollamos 5 colaboraciones con “talentos nacionales”:

- **Laura Pantoja:** maquilladora profesional con quien desarrollamos productos pensados para todo tipo de mujer.
- **Sacré:** moda juvenil pensada principalmente en festivales de música.
- **Pepita & me:** colección para niños y niñas inspirada en la flora y fauna del pacífico, con estampados que representan los paisajes desde Colombia hasta Chile.



18. <https://papeldepunto.com/es/inicio/>

- **Atelier 17.56:** colección de ropa con la que además, tuvimos una pasarela en Colombiamoda en Medellín.
- **Papel de punto:** nos unimos a p a p e l (de Punto)¹⁸, compañía dirigida por la artista Laura Acevedo, para promover la diversidad que caracteriza a la sociedad colombiana a través de prendas genderless, que reflejan diseños innovadores y diferenciadores mediante la exaltación a lo único.
- Inauguramos dos nuevos corners de “Colombia Diseña” para exponer nueve marcas de diseñadores colombianos (Mercedes Campusano, Lavi, Sixxta, Aranea, Mangoline, Sacre, Casa Laena, Laetitia y Juliana Sanchez).
- Dispusimos espacios exclusivos en siete de nuestras tiendas para exponer marcas de joyería colombiana.



Ver video
Manos a la Moda

Manos a la moda: A través de esta apuesta Falabella busca beneficiar a emprendimientos y empresas que pertenecen a la industria de la moda en el país, a través de un laboratorio educativo online y gratuito desarrollado de la mano de expertos de negocios en moda, quienes brindan información y herramientas sobre el

fortalecimiento de negocios de esta industria, moda sostenible y marketing digital. En el 2023 disponibilizamos 3 episodios.

De esta manera, como Falabella y al cierre de 2023, nos hemos convertido en una vitrina para 43 artistas de diferentes países de Latinoamérica.

Contamos con una estrategia de inversión social de carácter regional, desplegando nuestros programas de desarrollo en beneficio de escuelas y comunidades aledañas a nuestras operaciones en Chile, Perú y Colombia. Buscamos apoyar y trabajar en favor 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 a convertir a Falabella en un actor relevante en la sociedad.



Programa Haciendo Escuela

Cifras regionales:

105

establecimientos beneficiados

USD
1,87 M

aportados a nivel regional

+94 K
estudiantes beneficiados



www.haciendoescuela.com



Uno de los pilares clave de nuestra estrategia de sostenibilidad es el compromiso con las comunidades donde estamos presentes. Así, y como parte del grupo Falabella, desplegamos

en Chile, Perú y Colombia el Programa Haciendo Escuela, espacio que nos permite generar impactos positivos desde cuatro ámbitos:

CHILE - PERÚ - COLOMBIA



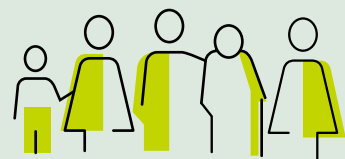
**ASESORÍA
ACADÉMICA**



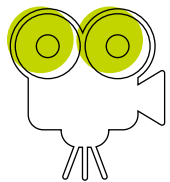
**AMPLIANDO
HORIZONTES**



**INFRAESTRUCTURA
Y ACCESIBILIDAD DIGITAL**



**RELACIONAMIENTO
COMUNITARIO**



Ver video
Haciendo Escuela

Asesoría académica

Propósito

Potenciar habilidades de lectoescritura a alumnos de Pre- Kinder a 3° básico y apoyar la gestión de colegios a través de actividades de reforzamiento y capacitaciones dirigidas a los docentes.

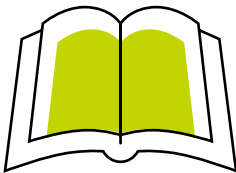


19. Junto a la Fundación Educacional Barnechea, Aptus y Crecer con Todos
20. Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación

Avances 2023

CHILE

- **Asesorías a docentes** para reforzar la lectoescritura de más de 5.000 alumnos de Pre- Kinder a 3° básico.¹⁹
- **Club de la Lectura:** 1.992 alumnos de 1° y 2° básico de Chile recibieron cuentos para leer junto a sus padres, y luego completar actividades y desafíos asociados a éstos.
- **Cuentacuentos:** Más de 3.600 alumnos de Pre-Kínder y Kinder de 41 colegios participaron de actividades realizadas por voluntarios de Falabella en Chile.



PERÚ

- Al cierre del 2023, también se alcanzó a 4.600 estudiantes beneficiados por el programa.
- Y 194 docentes fueron capacitados en estrategias basadas en la comunicación.



COLOMBIA

- Más de 4.600 niños, niñas y adolescentes participaron en actividades como cuenta cuentos y talleres de matemáticas.
- **Apoyo en la preparación de ICFES²⁰:** Colaboración con 18 Instituciones Educativas Públicas, de las cuales la mayoría mejoraron sus resultados versus el año anterior.

Ampliando horizontes

Propósito

Potenciar el futuro y despertar interés de los estudiantes en temas que van más allá del día a día, promoviendo además valores como el respeto, disciplina, compañerismo y confianza.



Avances 2023

CHILE

- **Becas universitarias:** desde 2016 el Programa Haciendo Escuela ha entregado 20 becas universitarias. Estas consisten en el financiamiento del 100% de las matrículas y aranceles de sus carreras profesionales. Dos becas fueron entregadas en 2023.
- **Becas de la Escuela Digital de Falabella:** capacitación en habilidades digitales, conocimientos de innovación, experimentación, adaptabilidad y de aprendizaje continuo. En 2023 se entregó 1 beca.
- **Educación Financiera:** concurso online, Eddu City, desarrollado en conjunto con Falabella Financiero donde jugaron 407 estudiantes. Torneo de Educación Financiera “Aprende con Eddu”, para alumnos de 7° básico. En la gran final participaron 86 alumnos de 22 colegios.

- **Tercera versión de Capitanes del Futuro:** iniciativa que busca entregar conocimientos de ahorro, necesidades básicas, uso del dinero, intereses y compra informada. Participaron 800 alumnos.
- **Orientación vocacional:** Nuestros voluntarios dictaron charlas a más de 300 alumnos.
- **Escuelas activas:** desarrollo de jornadas deportivas en 33 colegios, con la participación de casi 10.000 alumnos de Prekínder a 3° medio. Caben destacar los talleres de fútbol (donde participaron más de 5.700 alumnos de 12 colegios) y talleres de hip-hop (que contó con más de 2.800 alumnos de 8 colegios).
- **Acompañamiento musical:** junto a la Fundación Barnechea, se desarrollaron clases de música en 20 colegios. En la octava versión de la competencia de coros participaron 151 estudiantes de ocho colegios de Chile.



- **Aprende a Programar:** en Chile y con el apoyo de Coding Dojo, uno de los principales impartidores de programas de desarrollo de software del mundo, desarrollamos talleres de programación para 25 alumnos de 3° y 4° medio.

COLOMBIA

- **Talleres:** en Colombia se realizaron talleres de empoderamiento femenino, desarrollo de ideas, talleres antibullying y celebraciones especiales como día del niño. En 2023 beneficiamos a casi 6.800 niños, niñas y adolescentes.
- **Desarrolladores Web junior:** en Colombia, apoyamos a siete estudiantes en su formación como desarrolladores web junior.

Infraestructura y accesibilidad digital

Propósito

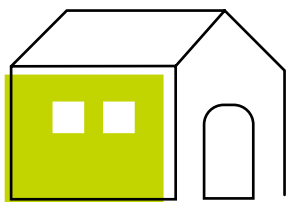
Mejorar la infraestructura e instalaciones y mejorar la conectividad a internet de los colegios.



Avances 2023

CHILE

- **Escuelas Conectadas:** instalación de seis antenas satelitales de internet de alta velocidad en seis colegios de Chile. Además, se entregaron 1.145 tablet en 34 colegios



PERÚ

- **Escuelas digitales:** se instalaron 82 aulas digitales en Perú, beneficiando a 11.700 alumnos de 8 colegios.

COLOMBIA

- **En Colombia se realizaron 12 obras de infraestructura:** pintura de espacios, reparación de cubiertas, pisos y muros.



Relacionamiento comunitario

Propósito

Llegar al resto de la comunidad escolar y a su entorno socio-territorial, potenciando así el vínculo con los colaboradores de Falabella. Entregar insumos escolares para reconocer el esfuerzo y responsabilidad de los alumnos, lo que significa un apoyo tanto para ellos como para sus familias.



Avances 2023

CHILE

- **Murales para Chile:** intervención de fachadas de 4 establecimientos del programa.

La iniciativa impulsada desde 2021 por Falabella Retail, Sodimac y Fundación Antenna²¹, busca acercar el arte y dejar un legado patrimonial en los colegios apoyados por nuestro Programa Haciendo Escuela, además de visibilizar el talento y trabajo de artistas emergentes a lo largo del país. Desde el inicio de esta actividad hemos desarrollado 14 murales.

El programa cuenta con el apoyo del Museo a Cielo Abierto de San Miguel y la Unesco. Además, está acogido a la Ley de Donaciones Culturales.

En cada recinto se desarrolla un trabajo integral; por un lado, el artista realiza una obra monumental en la fachada del colegio, inspirándose en su diálogo y

convivencia con la comunidad escolar. Paralelamente, los alumnos del recinto desarrollan talleres de arte urbano junto al especialista, cuyo broche final es la intervención colectiva en una pared interna del establecimiento, por parte de estudiantes, profesores y nuestros voluntarios.

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 purificadores de aire, utilizando como única fuente de energía la radiación solar.



En 2023:

4

murales inaugurados: Iquique, Antofagasta, Atacama y Punta Arenas

4

artistas involucrados

30

voluntarios de Falabella Retail colaboraron en el proyecto

+300 M²
intervenidos

²¹ <https://www.antenna.cl/>

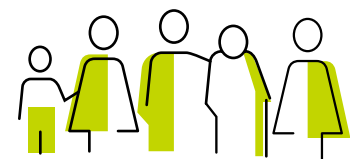
- **Primer Contrato de Impacto Social en Educación:** desde 2019 un grupo de fundaciones, y luego Falabella en 2022, se unieron para realizar un proyecto piloto para crear el primer Contrato de Impacto Social en Educación. Estos contratos operan con un sistema de pago contra resultados; las organizaciones que financian los proyectos realizan los pagos según los resultados logrados, lo que les permite asegurar que su gasto social genera un impacto positivo. En esta oportunidad el proyecto de lecto escritura del Programa Haciendo Escuela contó con pagadores de resultados tanto del sector público (municipalidad de Puente Alto y colegios que administran fondos públicos) como privados (Falabella Retail S.A.) y también del sector filantrópico (Fundación San Carlos de Maipo, Olivo, Angelini y Reinaldo Solari).

Con el objetivo de comprobar el impacto de las intervenciones realizadas en los establecimientos escolares en Chile y en el marco del proyecto “Desafío para la Promoción de Habilidades para la Lectoescritura” liderado por la Corporación Bien Público, se realizó en 2023 una evaluación independiente

confirmándose el cumplimiento en un 100% de la meta establecida para 24 escuelas del Programa Haciendo Escuela, y los óptimos resultados de la iniciativa.

Una de las conclusiones del estudio afirma que los estudiantes de estas escuelas se encuentran en mejores condiciones para enfrentar su trayectoria educativa.

La evaluación y análisis de resultados, llevado a cabo en colaboración con Colegium, como evaluador independiente, permitió validar que las intervenciones académicas impartidas en el contexto del Programa Haciendo Escuela efectivamente generan resultados positivos en los estudiantes en cuanto a su comprensión lectora. Esto permite asegurar -objetivamente- que se logró mejorar las habilidades necesarias para comprender lo que leen los niños y niñas de 1° básico de colegios de alto índice de vulnerabilidad escolar.



Los estudiantes de estas escuelas se encuentran en mejores condiciones para enfrentar su trayectoria educativa.

Fuertes y Fantásticas

Desde Falabella Retail queremos apoyar a las mujeres a insertarse en el mundo laboral y cambiar así la trayectoria de sus vidas. De esta forma surge el proyecto Fuertes y Fantásticas, en Chile y luego en Colombia, en asociación con organizaciones de la sociedad civil.

En Chile, lo implementamos en conjunto con la Fundación Emplea y Banco de Ropa:

1 A través de Fundación Emplea nos ponemos en contacto con mujeres que necesitan insertarse en el mundo laboral y pronto tendrán una entrevista de trabajo. Las beneficiarias son mujeres que participan en los programas de capacitación, apresto y formación de esta Fundación.



Ir a Fuertes y Fantásticas



2 Las candidatas son recibidas por voluntarias de Falabella, quienes les brindan asesoría personalizada de imagen y les entregan vestuario y calzado para asistir a las entrevistas laborales. Asimismo, especialistas en recursos humanos les aportan herramientas para abordar exitosamente los procesos de selección.

3 A través de Fundación Emplea, se realiza un acompañamiento en todo el proceso hasta que las beneficiarias consiguen trabajo.

4 Por su parte, Banco de Ropa es la entidad que capacita a las colaboradoras voluntarias de Falabella que interactúan con las beneficiarias, aportándoles información sobre la importancia del vestuario en la dignidad de las personas, la autoestima personal y la búsqueda de nuevas oportunidades.

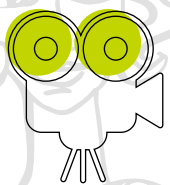


fuertes & fantásticas

Durante 2023, ampliamos nuestra apuesta y sumamos a Generation Chile²², entidad que capacita a jóvenes en temáticas de digitalización y tecnología para potenciar aún más el impacto de Fuertes y Fantásticas.

De esta manera, y de la mano de Fundación Emplea, nos ponemos en contacto con mujeres que participan en programas de Generation, entregándoles las herramientas necesarias para que se sientan seguras de sí mismas y logren dar una buena entrevista laboral, en particular en empresas del rubro de las tecnologías de la información.

En Colombia, y en el marco del programa Fuertes y Fantásticas, nos unimos con Benefit y Educamás, en la jornada Bold is Beautiful. En las charlas y capacitaciones impartidas se abordaron temas como autoimagen, finanzas personales, preparación para entrevistas y elaboración de hojas de vida, además de realizar actividades prácticas y sesiones de fotografía personal.



Ver video
Fuertes y Fantásticas

²² Generation Chile es una ONG dedicada a la educación para el empleo, fundada en 2014 en Estados Unidos y que lleva un año en nuestro país. Su labor es capacitar a jóvenes para que aprendan de digitalización y tecnología. <https://chile.generation.org/>



Cifras de Fuertes y Fantásticas 2023

CHILE

112

participantes

100%

de las participantes recomienda el proyecto (ENPS)

224

asesorías realizadas

50%

de las participantes obtuvieron empleo

120

voluntarias (os)

645

horas de voluntariado

99%

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

99%

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

COLOMBIA

26

mujeres participaron de la jornada Bold is Beautiful

100%

de las participantes recomienda el proyecto (ENPS)

18

mujeres asesoradas de manera integral

100%

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

48%

de las mujeres que recibieron asesoría integral en las jornadas mensuales obtuvo empleo



Voluntariado corporativo

Como política corporativa, en Chile nuestros colaboradores cuentan con 10 horas al año dentro de su jornada laboral, para realizar labores de voluntariado. En Colombia, los trabajadores cuentan con 4 horas al año y en Perú 5 horas.



2023

Horas de voluntariado

6.602
CHILE

3.187
PERÚ

5.256
COLOMBIA

15.045
Total 2023

Voluntarios participantes

1.509
CHILE

791
PERÚ

1.662
COLOMBIA

3.962
Total 2023

CHILE

Además de las actividades del Programa Haciendo Escuela, también trabajamos con distintas fundaciones en los siguientes 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 15 menores.
- En alianza con Fundación Reforestemos generamos dos instancias de voluntariado: En Parque Valle de los Reyes en Maipú (Santiago) y en Cerro Caracol (Concepción).
- Junto a Rembre, voluntarios recogieron y separaron residuos de un microbasural en San Bernardo.
- A través del proyecto Fuertes & Fantásticas²³ de Falabella junto con Fundación Emplea y Banco de Ropa, 120 colaboradoras de la oficina central participaron como voluntarias prestando asesoría y apoyo a mujeres en proceso de inserción en el mercado laboral en el mercado laboral.



- Desde las tiendas se organizaron actividades específicas tales como la participación 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 la implementación de acciones con el Hogar de Cristo, entre otras.

23. Más información en la sección “Fuertes y Fantásticas” de este capítulo.

PERÚ

- Colaboramos con 13 organizaciones: Liga contra el Cáncer, Allinllam, Casa Ronald, REMAR, PROA y Fe y Alegría. Además, cabe destacar las acciones para limpieza de las playas en colaboración con AIESEC, asociación que trabaja en iniciativas sociales y ambientales para el desarrollo del país.



COLOMBIA

- En el marco del Día Mundial del Agua, junto con Banco Falabella y Linio, desde Falabella Retail Colombia, llevamos a cabo una jornada de limpieza en la ronda del río Melendez de Cali. En esta jornada se recogieron alrededor de 150 z de residuos y se sembraron 20 árboles.





04 TALENTO Y CULTURA ÁGIL

Nuestro equipo	75
Gestión de talento	77
Prevención de la discriminación	93
Beneficios	94
Entornos seguros y saludables	96
Libertad de asociación	99



Nuestro equipo

2-7 / 2-8

Estamos comprometidos con el desarrollo profesional y el bienestar de nuestros equipos de trabajo. Para ello, hemos diseñado una atractiva propuesta de valor que les permita demostrar sus potencialidades, tener sentido de pertenencia y aportar al logro de objetivos.

En línea con esta filosofía, nuestra empresa también se esfuerza por garantizar a nuestros contratistas un entorno laboral óptimo y equitativo. Esto implica proporcionar un entorno seguro y saludable, así como garantizar el cumplimiento de sus derechos laborales y condiciones justas. Además, nos comprometemos a fomentar un ambiente inclusivo y de respeto, donde cada contratista se sienta valorado y escuchado. Facilitamos el acceso a recursos y herramientas necesarias para realizar su trabajo de manera efectiva y promovemos una comunicación abierta y transparente sobre las expectativas, proyectos y cambios dentro de la empresa.

Al cierre de 2023, nuestro equipo estaba compuesto por

24.170
personas²⁴

Los puestos ocupados

65%   **35%**
por mujeres por hombres

La dotación trabaja

53% **32%** **15%**
en Chile en Perú en Colombia



77%
con contrato indefinido
y **23%** con contrato a
plazo fijo

8%
trabaja bajo
modalidad
de teletrabajo

78%
de la dotación
trabaja
en tiendas

24. Cifra 1,5% menor al cierre de 2022.



Dotación

	Mujeres		Hombres	
	2022	2023	2022	2023
CHILE	7.268	8.826	5.683	4.057
PERÚ	3.369	4.484	4.038	3.140
COLOMBIA	1.415	2.471	2.760	1.192
TOTAL	12.053	15.781	12.480	8.389



Dotación por tipo de cargo – 2023

	Ejecutivos principales	Gerentes, subgerentes y jefes	Administrativos, vendedores y especialistas	Total general
HOMBRE	33	1.214	7.142	8.389
MUJER	11	1.312	14.458	14.457
TOTAL	44	2.526	21.600	24.170
% MUJERES	25%	52%	67%	65%

Gestión del talento

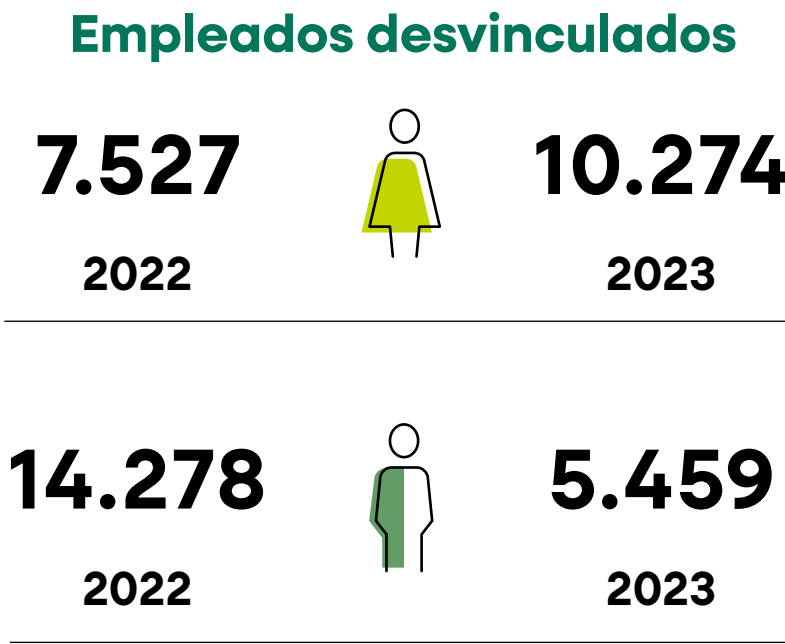
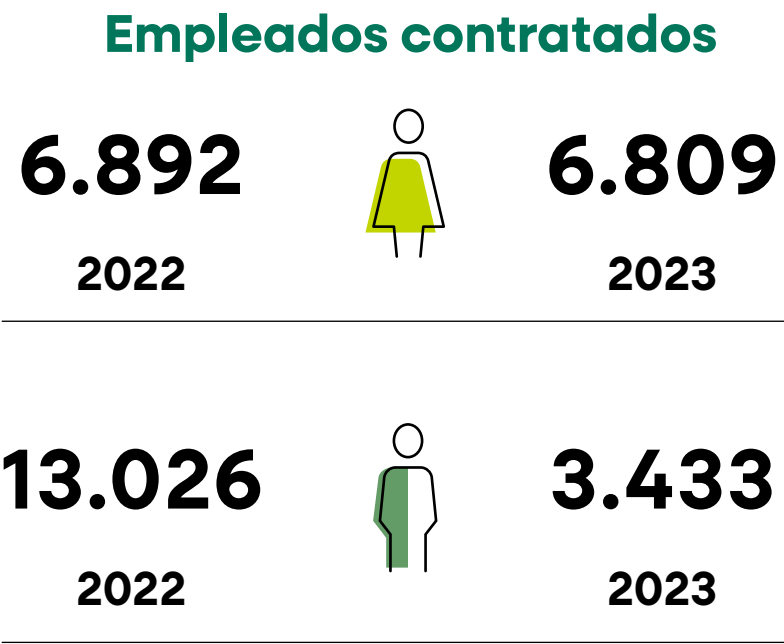
Atracción y retención de talento

401-1 / CG-MR-310a.2

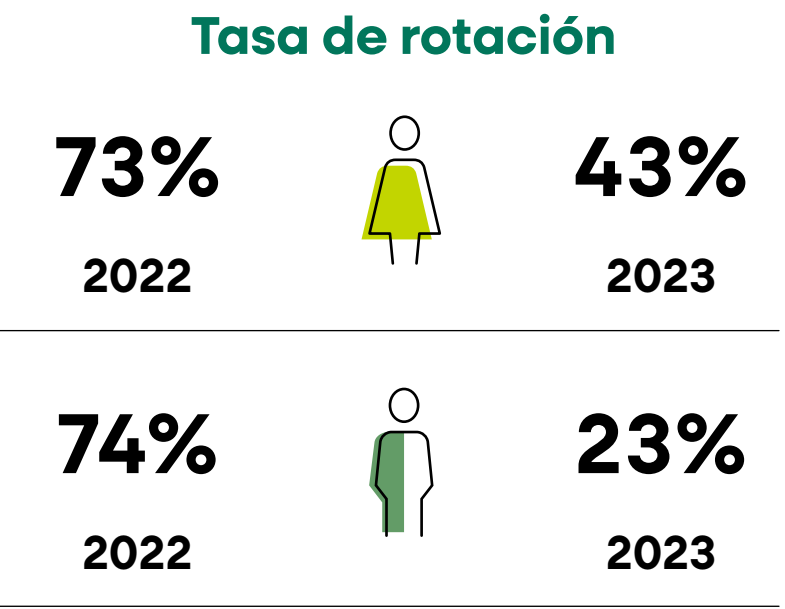
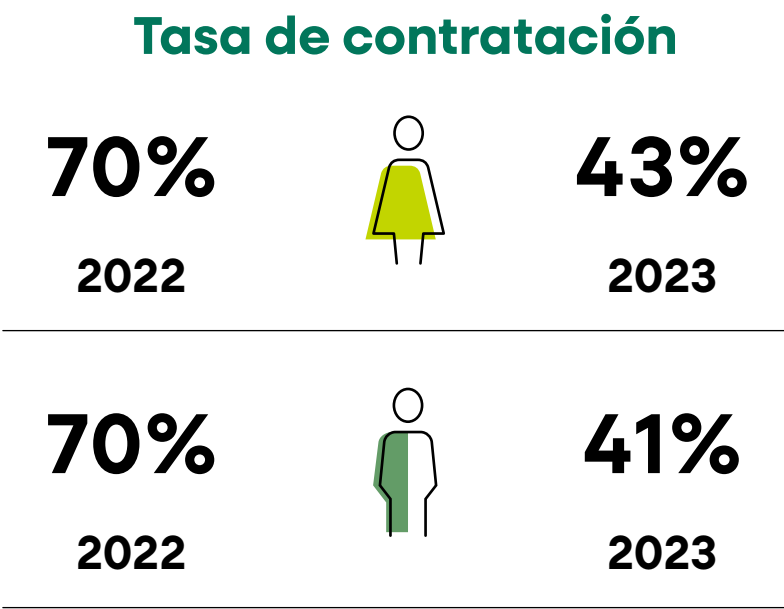
Nuestro objetivo es formar equipos multidisciplinarios, creativos, motivados, capaces de innovar y aportar valor a Falabella Retail. Para ello nos enfocamos en atraer al mejor talento, ofrecerles oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional, poner a su disposición entornos de trabajo que nos permitan retenerlos, desarrollar todo su potencial y reforzar su compromiso.

Para garantizar el cumplimiento de este objetivo, es fundamental monitorear de cerca nuestras tasas de contratación y rotación, indicadores que nos brindan información valiosa sobre la efectividad de nuestra estrategia de atracción y retención de talento.

A nivel regional



(salidas voluntarias o no voluntarias o finalización de contrato)



La Tasa de rotación a nivel regional fue de 65%. Un 15% de los egresos de colaboradores en 2023 fueron salidas no voluntarias; un 19% voluntarias y un 31% correspondió a la finalización de contratos.

Una proporción importante de las desvinculaciones responden a un plan de eficiencia operacional que, entre otras medidas, incluyó la revisión y simplificación de las estructuras en todos los países donde operamos.

Por otro lado, en 2023 desarrollamos distintas acciones para seguir enriqueciendo nuestros equipos, tales como el dictado de charlas y conferencias por parte de nuestros ejecutivos en universidades de la región, la participación en ferias universitarias, los programas de pasantías y de trainee.

Iniciativas



Banco de Talentos – Chile

Programa de desarrollo en tienda, que busca entregar conocimientos técnicos, habilidades de atención al cliente y propiciar la movilidad interna. En 2023 benefició a 51 colaboradores.



Programa Trainee – Chile

Se trata de un programa dirigido a profesionales con menos de dos años de trayectoria laboral, brindándoles oportunidades de crecimientos en puestos digitales, de innovación y de tecnología.

Formación y Desarrollo

404-1/ 404-2 /404-3

Cada uno de nuestros trabajadores es apoyado para desarrollar su potencial y para ello, contamos con procesos específicos para cada puesto, en función de sus responsabilidades, capacidades y objetivos, que incluyen cursos presenciales y de e-learning, visitas a terreno, así como procesos de evaluación de su desempeño, cultura y de reconocimiento por sus avances.

Horas promedio de formación (2023)

CHILE			
	2,55		2,95 
PERÚ			
	5,07		4,41 
COLOMBIA			
	9,16		9,63 



CHILE

CICLOS DE LIDERAZGO

A través de charlas de liderazgo, se trabajan temas asociados a la cultura y a los focos estratégicos de la compañía. El objetivo es implementar prácticas que fomenten un liderazgo positivo en Falabella Retail.

Participantes:
más de
100
personas



MENTORING MUJERES

Impulsamos el desarrollo de carrera del talento femenino con un acompañamiento personalizado que les permita potenciar sus fortalezas y disminuir brechas. Este acompañamiento es de parte de mentores, de la misma empresa, capacitados en temas de género y brecha laboral de las mujeres.

Participantes
60
personas

MENTORING + TALENTO

Programa de mentoría destinado a los mejores talentos de Falabella, con el fin de que el mentor y mentee se beneficien mutuamente de las habilidades y competencias del otro.

Participantes
30
personas

BANCO DE TALENTOS (nueva malla)

En 2023 lanzamos una nueva malla enfocada en los valores corporativos de la empresa.

- 1. **Somos un solo equipo:** se trabajó la temática de liderazgo.
- 2. **Nos apasionamos por el cliente:** con foco especial en ellos y el modelo de servicio.
- 3. **Nos movemos ágilmente:** se trabajaron nuevos desafíos.
- 4. **Cuidamos el futuro:** especial atención al ecosistema de Falabella Retail, la sostenibilidad y el liderazgo resiliente.

Participantes
53
personas



ESCUELA F

Programa destinado a capacitar y entregar herramientas a nuestros colaboradores de las áreas de diseño, productos y planificación. Cuenta con tres mallas de formación, con un periodo de implementación de aproximadamente seis meses y contemplan conocimientos generales y específicos para entregar los mejores productos a los clientes. El alcance de Escuela F es regional, ya que se desarrolla en Chile, Perú y Colombia.

Participantes:
más de
400
personas



PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO

Iniciativa para reconocer a los talentos destacados en cada valor que compartimos.

Reconocimientos
983

RUTA CLIENTE

Iniciativa dirigida a líderes del Top y Middle Management para que vivan la experiencia de los clientes en primera persona, participando de un día completo en dos tiendas y/o sucursales de distintas unidades de negocios. Este programa se realiza a nivel corporativo, logrando generar sinergias entre los distintos negocios.

Participantes:
408
personas



EVOLVERS

Grupo líderes culturales y referentes para Falabella Retail. Impulsores, promotores y ejemplos de buenas prácticas, convirtiéndose en personas clave respecto a procesos específicos, tales como, onboarding, cultura, encuentros de líderes, etc.

Participantes
38
personas

COACHING

Busca potenciar las habilidades y autoconocimiento de nuestros talentos internos, fomentar su crecimiento y entregar herramientas que le permitan desarrollarse.

Participantes
18
personas

CBC LIFE

Certificación dirigida para gerentes de tienda y de venta, 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.

Participantes
13
personas

DIPLOMADO RETAIL
CON LA UNIVERSIDAD DE CHILE

Diplomado 100% customizado dirigido a nuestros gerentes de tienda a nivel nacional.

Se enfoca en entregar herramientas y habilidades comerciales a nuestros líderes.

Participantes
643
personas

SPONSORSHIP

Apoyo económico en programas de Magister y MBA.

Participantes
1 persona
sponsoreada



PERÚ

BECAS

Programa de desarrollo profesional y laboral a través del financiamiento de carreras técnicas o universitarias por un año académico.

Participantes
30

trabajadores se beneficiaron del programa.
3 participantes lograron finalizar sus estudios.



ESCUELA DIGITAL

Busca acercar la tecnología y la transformación digital a nuestros equipos, entregándoles herramientas para 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 cinco generaciones de alumnos.

Participantes:
8
colaboradores



LÍDERES SAC

Programa que busca alinear a los colaboradores de SAC (Servicio de Atención a Clientes) con la visión y nuevas formas de trabajo, poner en valor el impacto de los valores organizacionales y potenciar las competencias de gestión requeridas en el equipo. Además, busca crear espacios colaborativos de reflexión y aprendizaje que permitan identificar las mejores prácticas y el surgimiento de nuevas posibilidades.

Participantes:
8
líderes

PROTAGONISTAS DEL CAMBIO

Programa orientado a reforzar habilidades blandas de liderazgo y de gestión por compromisos.

Participantes:
El impacto del programa alcanzó a
1.238
trabajadores

RUTA DE APRENDIZAJE

Experiencia de autoaprendizaje enfocada en desarrollar y potenciar el talento de cada colaborador y dar a conocer temas de tendencia.

Participantes:
66
personas

PILARES DE SERVICIO DE EXCELENCIA

Iniciativa que promueve el servicio de excelencia en la atención de nuestros clientes a través de 3 pilares: **empatía, productividad y amabilidad**. Se dictaron talleres al personal de piso de venta, como parte de la bajada de información. Como resultado se incrementó en 9.6 puntos porcentuales en el nivel de satisfacción (Amabilidad) respecto del año anterior.

Participantes:
se capacitaron a todos los colaboradores de tienda



COLOMBIA

ESCUELAS DE ESPECIALIZACIÓN

Mallas de aprendizaje dirigidas a todo el personal comercial en formato e-learning, en temas estratégicos de la compañía como: experiencia en medios de pago, servicio al cliente, omnicanalidad, visual merchandising logística y jefatura de ventas.

Participantes:
2.784

ESCUELA DE HABILIDADES INFORMÁTICAS

Programa enfocado en desarrollar competencias que permitan la gestión de información usando Office 365.

Participantes:
60

SOMOS UNO

Tiene por objetivo crear sinergias entre diferentes equipos de la compañía, a través del trabajo colaborativo. Los equipos visitan las tiendas y centros de distribución, con el fin de entender de manera vivencial, los retos y desafíos que tiene cada área, y encontrar puntos de sinergia para mejorar procesos.

Participantes:
172



“Muévete”, es el portal de empleo de Falabella a nivel corporativo para fomentar la movilidad interna en el grupo. Se trata de una herramienta unificada entre todos los negocios y países que unifica las vacantes y hace más eficiente los procesos de reclutamiento y selección, tanto internos como externos. Solo en 2023, 4.766 colaboradores tuvieron oportunidades de movilidad interna, cifra equivalente al 28% de la dotación al cierre del año.

Oportunidades de movilidad interna

	2023	% de la dotación
CHILE	3.755	29%
PERÚ	589	8%
COLOMBIA	422	12%
TOTAL	4.766	28%

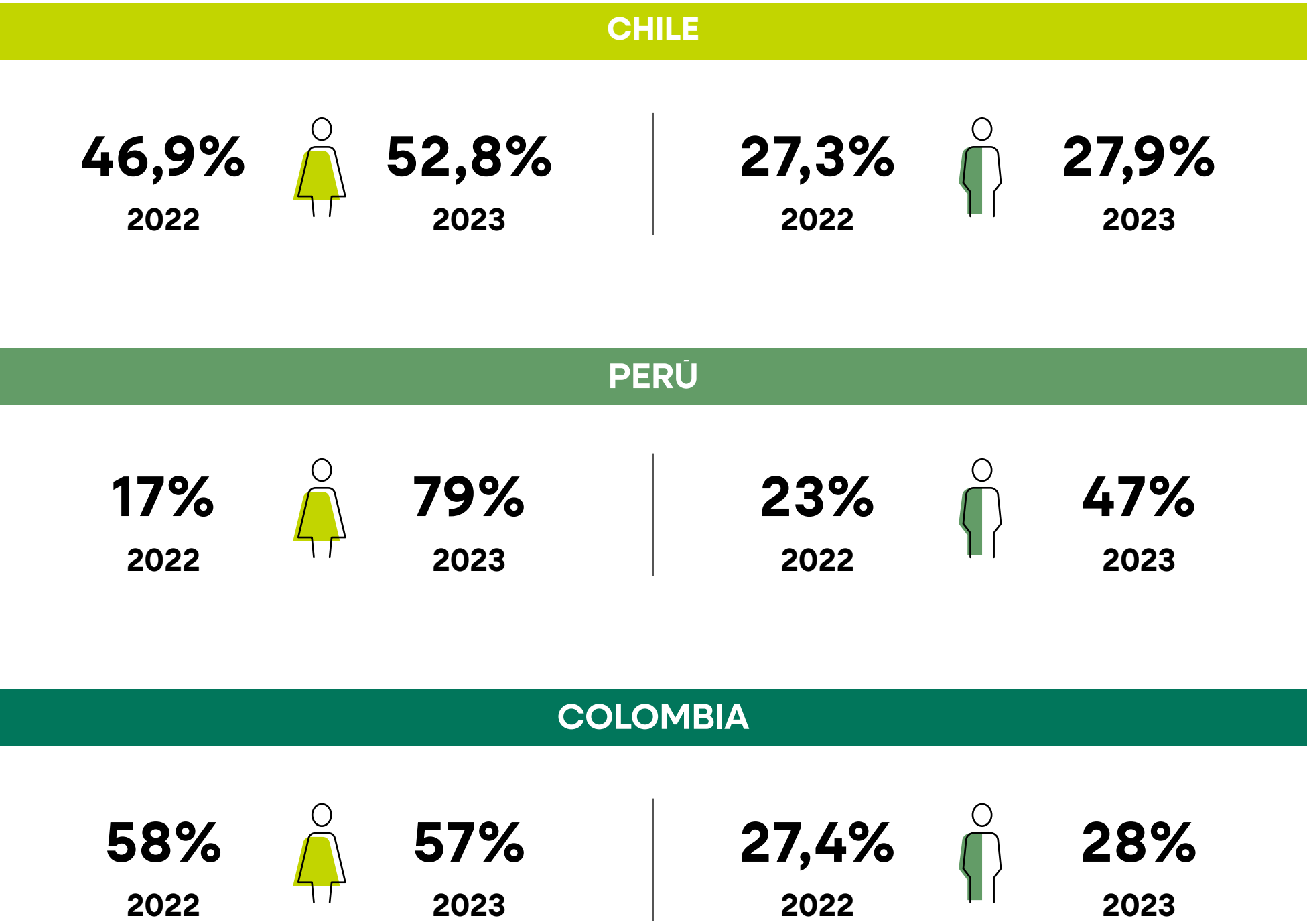
Evaluación del desempeño

Todos los colaboradores 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.

La evaluación ejecutiva aplica para el Top y Middle Management; y las evaluaciones de desempeño 360°, 180°, 45° u otras, para los demás colaboradores.



% Dotación que recibió evaluación del desempeño



Diversidad, equidad e inclusión

CG-MR-330a.1

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

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

- La Política de Diversidad e Inclusión tiene como principios generales el respeto a la dignidad, la inclusión, la no discriminación arbitraria y la diversidad.
- El Comité de Diversidad e Inclusión gestiona 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.



1,09%
de nuestro equipo está conformado por **personas con discapacidad**

4,6%
de la dotación es **migrante**

63%
de la dotación tiene menos de **5 años** de antigüedad y

42%
de los colaboradores pertenecen a la generación Z y

73%
de la dotación tiene **menos de 40 años**

8%
tiene más de **15 años** en Falabella

36,67%
son millenials

La diversidad en cifras de 2023

Diversidad Sexual

880
personas que participan en comunidad LGBTI+ ALIAD@S

Número de nacionalidades de nuestra dotación

25
Chile

7
Perú

10
Colombia

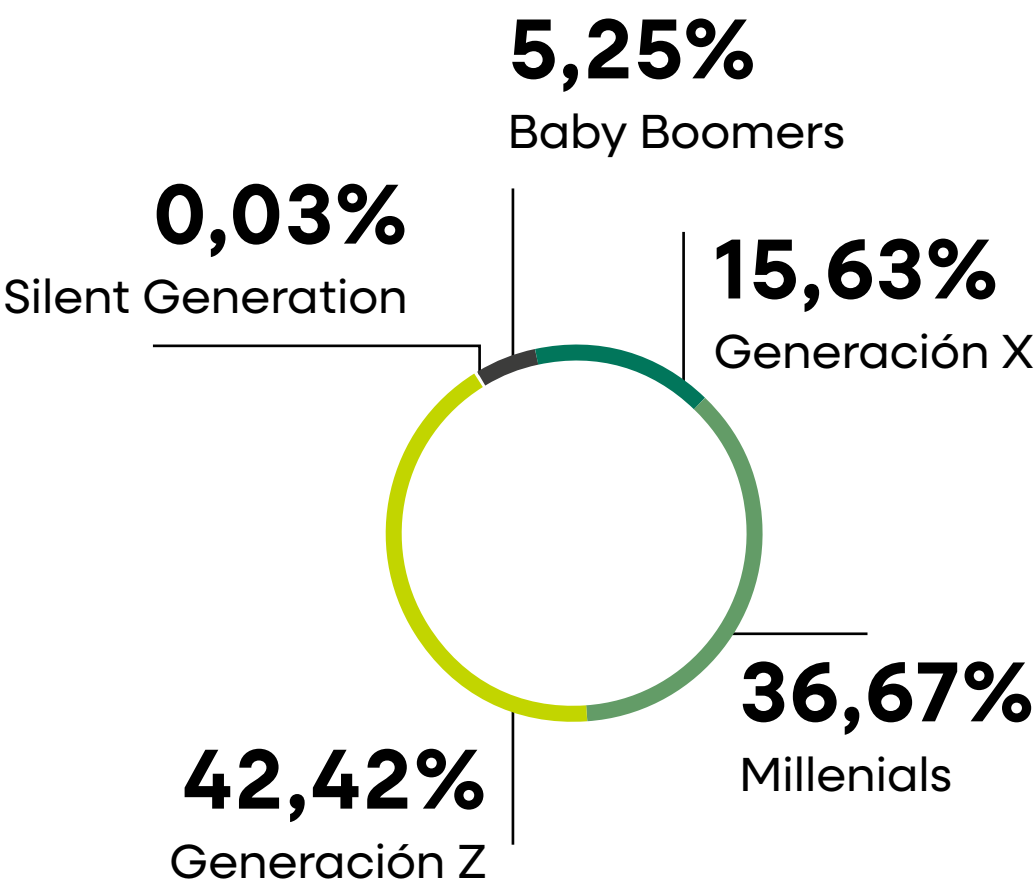
% Migrantes

Chile
8,7 8,2
2022 2023

Perú
0,1 1,01
2022 2023

Colombia
0,3 0,4
2022 2023

Dotación a nivel regional por generación



Iniciativas

Protocolo para la transición de género

- Apoyo y flexibilidad en el proceso.
- Reconocimiento e identificación de acuerdo con su nombre social.

Comunidad LGBTI+ Y ALIAD@S

- Red interna donde difundimos actividades y charlas de interés.
- Embajadores de la comunidad en cada país.

Programa de beneficios

- Igualdad de beneficios para todas las familias y sus hijos más allá de lo legal.
- Asesoría psicológica de manera gratuita a nuestros trabajadores.
- Seguro complementario de salud que considera financiamiento de acompañamiento psicológico, tratamiento hormonal y cirugía de reasignación de sexo. (En Chile).

Alianza con Pride Connection

- Miembro activo de la red empresarial.
- En Chile nos medimos por el Ranking Equidad CL.
- En Perú nos medimos con la certificación Presente y el Ranking Par por Aequales.



Cursos y charlas

- Programas de formación para difundir contenido relacionado a la diversidad.



del personal fue capacitado en diversidad sexual durante 2023.

Alianzas y Reconocimientos en materia de diversidad sexual

- En Chile y por tercer año consecutivo 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.
- En Perú obtuvimos la certificación de la ONG Presente como los mejores lugares para el Talento LGBTIQ+. Además, obtuvimos la posición 9 en el Ranking Par por Aequales +2022.



Personas con discapacidad

% dotación con discapacidad

Chile	
1,0	1,03
2022	2023

Perú	
1,0	1,03
2022	2023

Colombia	
1,27	1,27
2022	2023



Principales iniciativas

Protocolo de inclusión laboral

- Promoción de ofertas laborales inclusivas y una selección de acuerdo con criterios de accesibilidad.
- Inducción y capacitación para los nuevos ingresos.

Red de Accesibilidad en Viva Engage

- Creada por Falabella S.A., tiene como objetivo difundir contenido y contribuir al desarrollo personal en el entorno laboral.
- Embajadores en cada país.
- 4.265 usuarios en Chile, Perú y Colombia en 2023.

Semana de la discapacidad

- Charlas y comunicados en conmemoración del Día Internacional de Personas con Discapacidad.

Yo soy Falabella

- Iniciativa implementada en Colombia para la inclusión de personas con discapacidad auditiva. Involucra el seguimiento, formación y desarrollo para personal con discapacidad cognitiva y física. Programa de inclusión laboral, a través del cual vinculamos personas en situación de discapacidad en roles de nuestra operación, con el fin de

entregarles alternativas laborales estables y dignas. Contamos con diferentes poblaciones, principalmente personas sordas, pero también personas con discapacidad cognitiva y física. A través de este programa, contamos con procesos de selección, formación y desarrollo, pensados y diseñados para ellos.





Gestores de Inclusión Laboral

- En Chile, y de acuerdo con la normativa vigente, se formaron 3 gestores de inclusión laboral encargados de promover la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad dentro de la empresa.

Alianzas con entidades especializadas

- 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 senso-emocionales y poder entregarles herramientas que les otorguen oportunidades de crecimiento dentro de la organización.



Equidad de Género

401-3 / 405-1

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.

Iniciativas

Política de equidad de género

Directriz que promueve el equilibrio en la participación de mujeres y hombres, una correcta igualdad salarial, gestión en la prevención de la violencia de género y promoción de una comunicación sin sesgos. En Colombia fue aprobada en 2023 y obtuvimos el “Sello Distrital Igualdad de Género” entregado por la Secretaría de la Mujer de Bogotá.

Protocolo contra violencia de género

Busca prevenir situaciones de violencia y brindar apoyo a presuntos trabajadores afectados.

Alianza WWB Colombia

Hicimos capacitaciones en prevención de violencia de género a nivel nacional llamadas “Ofelia no estás sola”. Asistieron 469 colaboradores.

Semana de la no violencia

Charlas y encuentros virtuales para concientizar sobre este tema.

Medición en Ranking PAR

Permite conocer el estado de avance de nuestras políticas y procesos en pro de la equidad de género y diversidad. (en Chile y Perú). En Colombia, la participación es cada dos años.

Comunidad Mujeres Conectadas en Viva Engage

Plataforma en red de Falabella S.A. donde participan ejecutivas de todos los países para promover una cultura de liderazgo y de empoderamiento femenino.

#JuntosPorLaEquidad

Campaña corporativa para conmemorar el Mes de la Mujer y visibilizar aquellas historias de éxito de mujeres que están transformando a la sociedad desde su liderazgo y empoderamiento.



Mentoring

Iniciativa de Chile y Perú para impulsar el desarrollo profesional de las mujeres mediante un proceso de mentoría, entregando 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.

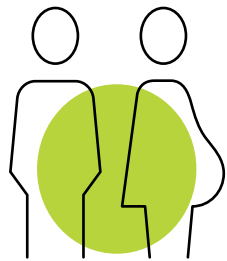
Tipo de permiso posnatal

Periodo de descanso posnatal superior al legal

A nivel regional y durante 2023, 733 colaboradores hicieron uso de sus licencias posnatales. Al cierre del reporte, el 76% de ellos, continuaba trabajando en la compañía.

En Colombia, el beneficio permite optar a trabajar medio tiempo durante los tres meses siguientes a la finalización de la licencia posnatal. En tanto, Falabella Chile cancela el 100% de la remuneración sin tope de los padres y madres. En Perú se otorgan cinco días adicionales a los legales de permiso posnatal para los padres y a las madres se les da una hora más de lactancia.

POSNATAL - MATERNAL	POSNATAL – PARENTAL	POSNATAL – PATERNAL
Permiso de 12 semanas en Chile, al que tiene derecho la colaboradora una vez que da a luz a un hijo/a, y que implica el pago de un subsidio en reemplaz4o de su remuneración. En el caso de Perú son 14 semanas, y en Colombia 17.	Permiso traspasado desde el posnatal maternal, hacia el padre. En el caso de Chile es de 6 a 12 semanas. En el caso de Colombia se pueden traspasar las últimas 5 semanas.	Permiso que se entrega a los hombres una vez que nace su hijo/a. En el caso de Chile son 5 días legales obligatorios. En el caso de Perú son 10 días y en Colombia 14.
322 personas	319 personas	92 personas

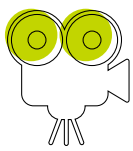


Cuidémonos, nuestro bienestar es primero

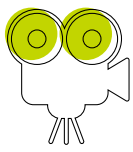
En alianza con la Fundación Arturo López Pérez (FALP), en nuestras tiendas de Chile se organizaron a lo largo de todo el año, diversos operativos móviles para realizar exámenes de detección precoz de cáncer de mama. Más de 1.600 colaboradoras mayores de 40 años pudieron realizarse mamografías de forma gratuita.

Esta iniciativa se complementó con campañas comunicacionales internas para concientizar sobre la importancia de una detección temprana y del autocuidado y charlas testimoniales.

Estas acciones se realizan bajo el lema “Arriba Mujeres”, donde se impulsan iniciativas para potenciar el empoderamiento femenino y la equidad de género, tanto para colaboradoras de la empresa, como para la comunidad.



Ver video #ArribaMujeres



Ver video #LaBellezaEmpiezaPorTi



En Chile, durante 2023, nos convertimos en la primera tienda en implementar la NCh: 3262:2021 “Sistema de Gestión en Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal” del Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género (SernamEG), que promueve la equidad de género.

En esta primera etapa, la implementación contempló nuestras oficinas centrales y cinco tiendas de la Región Metropolitana: Los Dominicos, Parque Arauco, Costanera Center, Ahumada y Plaza Vespucio.

Para ello, se constituyó un Comité de Género, se realizó un diagnóstico organizacional y se diseñó un plan de trabajo específico que involucra a colaboradores de distintas áreas. Ello nos permitió obtener la Certificación Sello Iguala-Conciliación.



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. El plan de acción que desarrollamos comenzará a ser implementado en 2024.

Estamos comprometidos a medir nuestro progreso a través del "Compromiso Migrante". Este reconocimiento es otorgado por el Estado de Chile, en colaboración con el Servicio Nacional de Migraciones (SERMIG) y la Dirección del Trabajo (DT), a aquellas instituciones, empresas y gremios que se distinguen por su enfoque inclusivo, intercultural y no discriminatorio en su composición interna, gestión y relaciones con el entorno.

Nuestro objetivo es contribuir a un negocio y país inclusivo, intercultural y sin discriminación mediante la promoción de buenas prácticas en el ámbito laboral para personas chilenas y extranjeras.



Prevención de la 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.

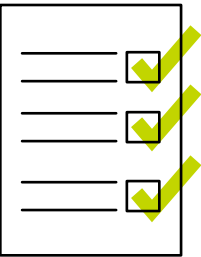
Todas las personas que trabajan en Falabella Retail y nuestros socios comerciales cuentan con el Canal de Integridad para denunciar cualquier situación de discriminación. Cuando se acredita un caso, se aplican las sanciones que corresponden de acuerdo con la gravedad del hecho.

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.

En 2023 se registraron 14 denuncias de casos de discriminación. Sin embargo, ninguno de ellos se acreditó según los procesos de gestión internos.

En Colombia se registró en el Canal de Integridad un caso de discriminación por orientación sexual que no se comprobó.

Por otra parte, en procesos disciplinarios no hubo casos de discriminación y en el Comité de Convivencia Laboral tampoco hubo casos que tuvieran relación con una presunta discriminación en el trabajo.



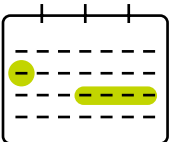


Beneficios

401-2 / 403-6

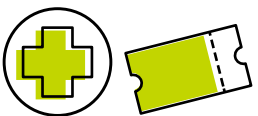
Llevamos nuestro propósito “simplificar y disfrutar más la vida” a toda la compañía, y esta misma filosofía la extendemos a nuestros equipos: cuidamos a nuestros equipos de trabajo con una propuesta de valor que promueve un balance positivo

de vida personal y laboral, respetamos sus derechos y construimos una cultura de salud y seguridad que alcanza a todas las personas de la organización. Trabajamos en la difusión de estos beneficios y nos preocupamos por su correcta implementación día a día.



Tiempo

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
• Permisos para ocasiones especiales. • Postnatal extendido. • Días libres (Beneflex). • Programa de flexibilidad (modalidad de jornadas, horario flexible, teletrabajo, etc.).	• Permisos por ocasiones especiales. • Postnatal extendido. • Programa de flexibilidad (modalidad de jornadas, horario flexible, teletrabajo, etc.).	• Permisos por ocasiones especiales.



Salud / entretención

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
• Salud: seguro de salud complementario, programa comunícate, vacunación, convenios para clínicas dentales, oftalmológico, atención psicológica, exámenes preventivos, entre otros. Campañas de salud preventiva y servicios de vacunación. - Mamografías gratuitas para colaboradoras. • Entretención: Convenio cine, Kidzania, zoológico, gimnasios, celular, hoteles, APV, revisión técnica, funeraria.	• Salud: seguro oncológico para colaboradores y sus familiares directos, seguro médico EPS familiar, seguro de vida, campañas de vacunación y de prevención en salud, asistencia psicológica gratuita, programa de acompañamiento para nuevos padres y madres y ante el deceso de familiares.	• Salud: seguro de Vida, atención psicológica, campañas de pausas activas, entrega de snack saludables, iniciativas de bienestar nutricional. • Entretención: actividades deportivas y comité de deporte. Celebración de fechas especiales, actividades de maratones de recreación.



Apoyo económico

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
• Préstamos de hasta dos sueldos brutos anuales. • Aguinaldo, descuentos cruzados con otras empresas del grupo y gift cards. • Protocolo de apoyo para casos de emergencia.	• Préstamos: por salud, por obligaciones escolares, por estudios técnicos o universitarios, por fallecimiento de familiar directo, por mejoramiento del hogar. • Aguinaldo navideño, bonos por fallecimiento de familiar directo y por escolaridad.	• Préstamos para vivienda, vacaciones, calamidad doméstica, estudios y movilidad. • Gift cards, descuento de manejo cuota CMR.



Educación

CHILE	PERÚ	COLOMBIA
• Convenio con universidades. • Becas con sentido. • Premios rendimiento académico. • Convenio sala cuna.	• Convenios educativos del 5% al 50% en diversas instituciones y programas de estudio (universidades, institutos, centro de idiomas)	• Convenio con universidades.



Entornos seguros y saludables

403-1 / 403-2/ 403-3 / 403-4/ 403-5 / 403-7 / 403-8 / 403-9 / 403-10



Nos esforzamos por construir espacios de trabajo seguros y saludables.

- Contamos con sistemas de gestión integral de salud y seguridad en el trabajo² que cubren a todos nuestros colaboradores y sus actividades y establecen normas sobre prevención de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.
- En cada país y de acuerdo con la legislación vigente, se implementan Comités Paritarios de Seguridad y Salud. 2 en Perú, 1 en Colombia y 51 en Chile. Estos comités son representados en forma bipartita por representantes de los trabajadores y de nuestro equipo directivo.

- Existen matrices de riesgos y peligros de salud y seguridad ocupacional para cada locación, procedimientos y protocolos para investigar accidentes, inspecciones y observaciones de conducta, y la notificación y atención si hay incidentes o accidentes.
- Además, contamos con planes de formación anual específicos para trabajadores de oficina, de tiendas y de centros de distribución, además de iniciativas de comunicación e información para el reforzamiento de la cultura de seguridad. Durante el año, se realizaron capacitaciones en el uso de implementos de seguridad, planes de emergencia y evacuación, procedimientos en caso de asaltos o robos en la empresa, formación de brigadas de emergencia, entre otros.

- 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.
- 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.
- En 2023 las situaciones de riesgo más comunes para nuestros equipos fueron los trabajos con uso de escalas manuales, escaleras internas, 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, pausas activas para colaboradores y contratistas, y programas de rehabilitación laboral, entre otros.
- En los tres países donde estamos presentes, los colaboradores, por ley, están afiliados a una entidad promotora de salud y a una administradora de riesgos laborales.

351

	Número de accidentes	Tasa de accidentabilidad	Tasa de frecuencia de lesiones con tiempo perdido (LTIFR)	Tasa de enfermedades profesionales	Fatalidades
CHILE	229	1,45%	6,72	0,03%	0
PERÚ	44	0,59%	907,49	0,00%	0
COLOMBIA	78	1,96%	274,69	0,13%	0
CONSOLIDADO	351	1,29%	598,23	0,04%	0



Promoción de la salud mental

Una de las prioridades en materia de prevención de riesgos laborales ha sido el trabajo para la promoción de la salud mental. A los beneficios de salud mencionados, se suman iniciativas específicas orientadas a este fin:

CHILE

- **Programa Comunícate**
Ofrece orientación psicológica, social y legal a nuestros colaboradores (as) y sus familiares directos (cónyuges, parejas, hij@s mayores de 18 años y padres). Es un servicio gratuito y confidencial, a cargo de profesionales de la Fundación Chile Unido.
- **Talleres presenciales “manejo de situaciones difíciles”**
En nuestras tiendas, se implementaron instancias para compartir herramientas para el manejo de situaciones estresantes, especialmente con nuestros clientes. Participaron más de 800 colaboradores (as) en todas las tiendas a lo largo de Chile.

PERÚ

- **Acompañándote**
Programa de asistencia psicológica gratuita para trabajadores y familiares directos.

COLOMBIA

- **Falabella Contigo**
Programa enfocado en desarrollar los ejes psicológico, físico y psicosocial de los colaboradores. En 2023 el programa apoyó a 117 trabajadores a través de asesorías psicológicas.
- Talleres de primeros auxilios psicológicos y comunicación asertiva con padres e hijos con 160 personas.



Libertad de asociación

2-30

En Falabella Retail respetamos la libertad de asociación. Contamos con 8.094 sindicalizadas en la región, cifra que equivale al 33% de la dotación y tenemos una tasa de cobertura por convenios colectivos superior al 78% 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 periódicamente distintos grupos representando a la empresa.



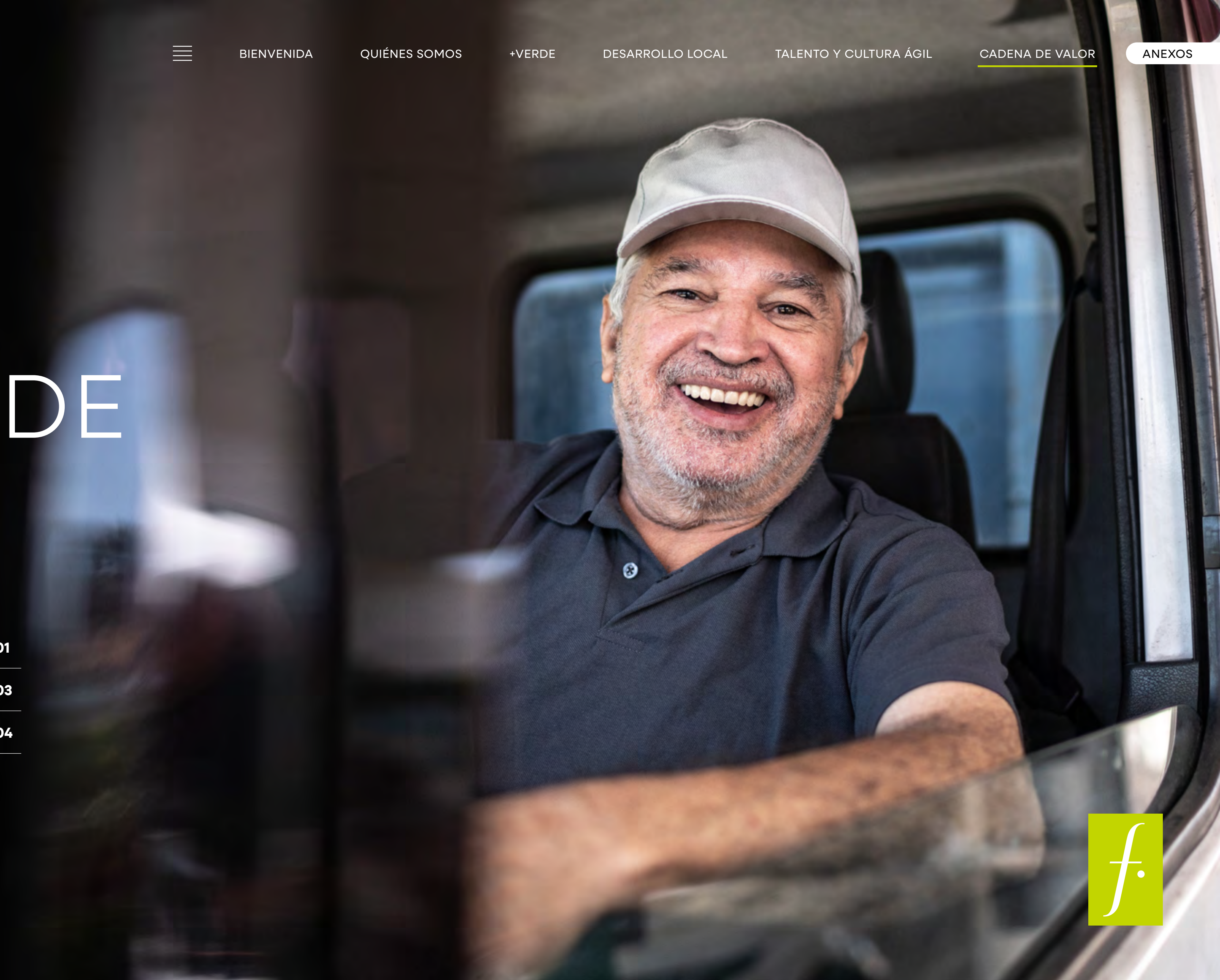
	Tasa de sindicalización		Tasa de cobertura por convenios colectivos	
	2022	2023	2022	2023
CHILE	62%	59%	56%	59%
PERÚ	5%	4%	100%	100%
COLOMBIA	3%	4%	100%	100%



05

NUESTRA CADENA DE VALOR

Nuestra cadena de valor	101
Logística	103
Experiencia de clientes	104



Nuestra cadena de valor

Cadena de abastecimiento

2-6 / 308-1 / 308-2 / 414-1 / 414-2

Los proveedores forman parte crucial de nuestro negocio. Con ellos, buscamos establecer relaciones de permanente beneficio y de crecimiento mutuo.

- Los proveedores, previo al inicio de la relación comercial, firman la cláusula de cumplimiento y la declaración de conflicto de intereses y toman conocimiento de nuestro Código de Integridad.
- 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 y se firma un Acuerdo de proveedores.

- Promovemos su desarrollo, incentivándolos a elevar sus estándares de calidad a través de auditorías sociales como SMETA, BSCI (Business Social Compliance Initiative) y WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production), entre otras.
- Realizamos auditorías continuas a sus operaciones, calificando los hallazgos como Acción Inmediata (IA), Alto Riesgo (HR), Riesgo Medio (MR) y Bajo Riesgo (LR), según la Guía de No Cumplimiento de SMETA.
- Ponemos foco en aquellos proveedores que obtienen resultados desfavorables a quienes se les plantea un plan de acción correctivo. Si en la siguiente auditoría los hallazgos no fueron corregidos se cancelan las relaciones comerciales.
- En 2023, ninguna fábrica finalizó el año con resultado “Immediate Action”. Mientras que en 2022, el 47% de los proveedores evaluados en Asia, fueron calificados como “High Risk”, ese porcentaje disminuyó a 18% en 2023.
- Estos incumplimientos estuvieron relacionados con temáticas como: condiciones de higiene y seguridad, horas de trabajo, sueldos y beneficios, libertad de asociación, comité paritario, entre otros factores.
- Velamos porque los proveedores que comercializan productos de las categorías “+Verde” obtengan certificaciones de terceros que verifiquen la trazabilidad de la materia prima que emplean.



Falabella Retail tiene como objetivo auditar el 100% de los proveedores de Marcas Propias.

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). Todos estos estándares permiten proteger a los trabajadores de condiciones inseguras, exceso de cargas laborales, discriminación, bajos salarios y trabajo forzoso.



Cifras de nuestra cadena de abastecimiento

8.252

Total de Proveedores Directos

36

proveedores evaluados con impactos negativos significativos (reales o potenciales)

69%

proveedores de la región

4.641

proveedores directos críticos (Criterios ASG)

100%

proveedores con impactos negativos significativos con planes de acción correctivos

75%

gasto en proveedores de la región

754

evaluaciones a proveedores en sostenibilidad

Logística

Hitos 2023 de la gestión logística

- Inauguración de un nuevo centro de distribución de 26.000 m² destinado al big-ticket, consolidando así nuestra logística omnicanal en tres operaciones, especializadas de acuerdo con el tipo de producto. La infraestructura busca continuar robusteciendo la operación logística e incrementar la capacidad de almacenamiento, principalmente para línea blanca y muebles. A su vez, eficientiza la operación al consolidar distintas categorías en una sola bodega.
- Con una inversión de US\$1,2 millones, que se inició en 2022, el recinto permite acopiar más de 70.000 unidades y cuenta con una velocidad de despacho de más de 45.000 unidades mensuales, lo que optimizará los envíos de productos big ticket.
- Puesta en marcha del autostore, tipo de almacenamiento automático y de alta densidad, destinado al e-commerce, que funciona con robots de última generación.
- Falabella Perú concentra toda su operación en 2 bodegas, una de big ticket, compartida con las otras empresas del Grupo, y otra de mini ticket, la cual es una operación automatizada, que ha traído mejoras en productividad y permite entregar en forma rápida a nuestros clientes.
- Colombia prepara la mudanza al nuevo centro de distribución, el cual comienza sus primeras operaciones en el primer trimestre del 2024, centralizando toda la operación en un solo lugar.

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

3

CHILE

2

PERÚ

2

COLOMBIA



Experiencia de clientes

Buscamos entregarles a nuestros clientes una experiencia gratificante a través de una propuesta de servicios diferenciadora. Para ellos, ponemos a su disposición un ecosistema físico-digital con un catálogo completo de más de 500.000 productos disponibles en nuestras tiendas físicas, en Falabella.com y en la APP Falabella. Diariamente nos esforzamos por incrementar la oferta de productos y garantizar una compra satisfactoria tanto en nuestras tiendas físicas como en Falabella.com.

Asimismo, en las tiendas contamos con kioscos digitales (pantallas tipo tablet) para que los clientes puedan revisar toda la oferta.

Algunas de las soluciones en tiendas que nos permiten mejorar la experiencia con los clientes:

- **Monitoreo de inventarios por radiofrecuencia:** tecnología que permite responder rápidamente a los clientes cuál es el stock disponible de cada producto.
- **Escanea y Paga (en Chile y Perú):** sistema por el cual los clientes pueden comprar escaneando los productos y pagando desde su celular sin necesidad de pasar por una caja.



- **Agendamiento online de servicios virtuales y presenciales:** el cliente puede reservar su hora de atención para servicios de asesoría en decoración, novios o compra, Taller F o contar con un Personal Shopper.
- **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.
- **Self Checkout:** cajas de autoatención disponibles en 36 tiendas para los clientes, lo que equivale a una cobertura del 82%. En 2023, 1 de cada 4 transacciones se realizó a través del servicio Self Checkout.
- **Click & Collect:** 104 puntos de retiro automatizado que entregan en segundos los productos comprados en Falabella.com, con solo escanear un código QR.

Otros servicios disponibles en tienda:

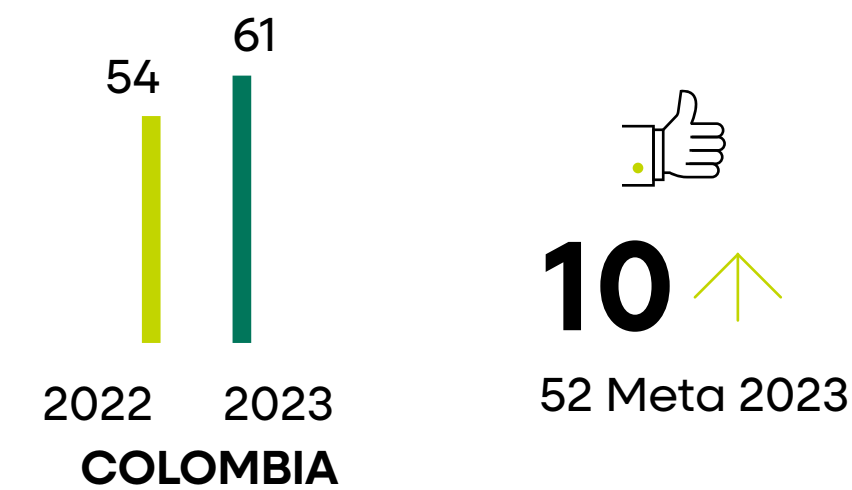
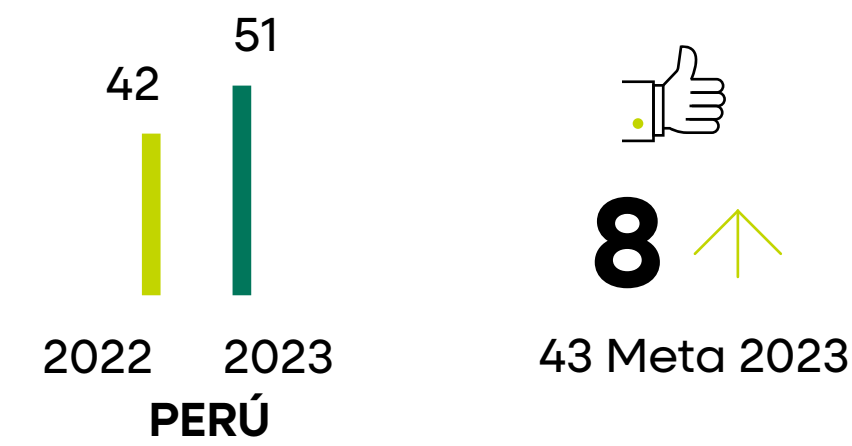
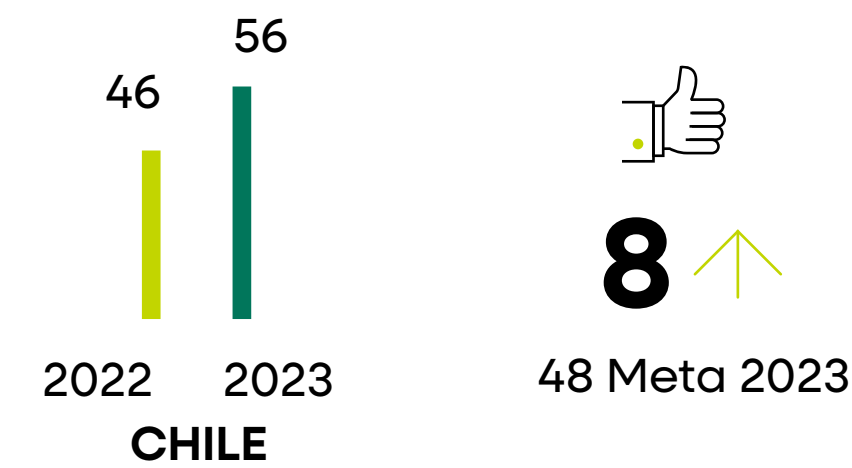
- Taller F
- Deco F
- Sastrería a medida
- Personal shopper
- Atelier de costuras
- Movistar game club





¿Cómo nos perciben los clientes?

NPS® 25 Desempeño



En los tres países, en 2023, mejoramos el desempeño en este indicador y superamos las metas establecida. Estos logros no fueron casualidad: Equipos especializados en cada uno de los países se encargan de proponer e implementar iniciativas para la mejora en la satisfacción de clientes.

- En Colombia se incorporó la evaluación del Customer Journey o viaje del cliente. A partir de los comentarios obtenidos en las encuestas, se analizan y proponen espacios de mejora en cada uno de los puntos de contacto con el cliente.
- En tanto, en Chile, uno de los principales motivos del incremento en el NPS fue la incorporación del FPT (Formación en el Puesto de Trabajo), equipo de recursos humanos que ayudó a capacitar a los trabajadores en procesos de venta, caja, atención que les permite a los colaboradores de las tiendas realizar mejor su trabajo. En segundo lugar, la incorporación de nuevas cajas de auto servicio ayudó mucho a poder descongestionar filas, creando una mejor experiencia para el cliente. En tercer lugar,



capitanes y gerentes de tienda pudieron utilizar herramientas específicas para analizar los dolores específicos de sus clientes.

- En Perú se incorporó el concepto EPA (Empatía, Productividad y Amabilidad), como mensaje principal de experiencia de servicio para compartir con los colaboradores y se premió a aquellos que destacaron por su amabilidad en las encuestas de clientes.

25. NPS® : Net Promoter Score

En la relación postventa, seguimos trabajando para mejorar la comunicación con los compradores, informando de los procesos y estado de las solicitudes, con el objetivo de disminuir los reclamos. La encuesta de satisfacción para el cierre de casos aporta información de relevancia para la mejora de los procesos operacionales.

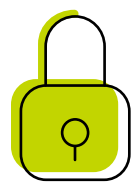
Contamos con canales de atención diversos que buscan acercarnos aun mas a los compradores y acelerar asi los procesos de resolución. “Yo te llamo” es una iniciativa implementada en 2022 en Colombia y que este año se extendió a Chile y que centraliza la atención de los clientes: Al acercarse el cliente la tienda, delega su atención en personal a un equipo especializado, el cual se contacta por teléfono en el plazo de unas horas. Esta solución nos permitió unificar la comunicación con los compradores, dar soluciones más expeditas y disminuir los plazos de respuesta.



Seguridad de los clientes

Queremos que todos quienes visitan nuestras instalaciones y los consumidores en sus hogares, puedan disfrutar de nuestros productos y servicios con seguridad y sin perjuicio para su bienestar personal.

Desde 2020 contamos con una Gerencia de Seguridad Corporativa (GSC) y mesas de seguridad en cada uno de los países, quienes se encargan de estudiar los principales riesgos a la seguridad física de las sucursales, asi como del desarrollo de políticas, protocolos y procedimientos para prevenir y mitigar sus consecuencias.



Seguridad de datos y resguardo de la información

CG-MR-230a.1 / CG-MR-230a.2

Consideramos la seguridad de la información y la protección de los datos personales de los clientes como parte de nuestra propuesta

de valor. Para ello, buscamos estar a la vanguardia en la implementación de las mejores prácticas disponibles: políticas, controles, monitoreos, capacitaciones constantes nos permiten mantener los sistemas actualizados y prevenir vulnerabilidades.



Principales lineamiento corporativos:

Política de Cumplimiento de Seguridad de la Información.

Procedimiento para Compartir Datos entre Compañías

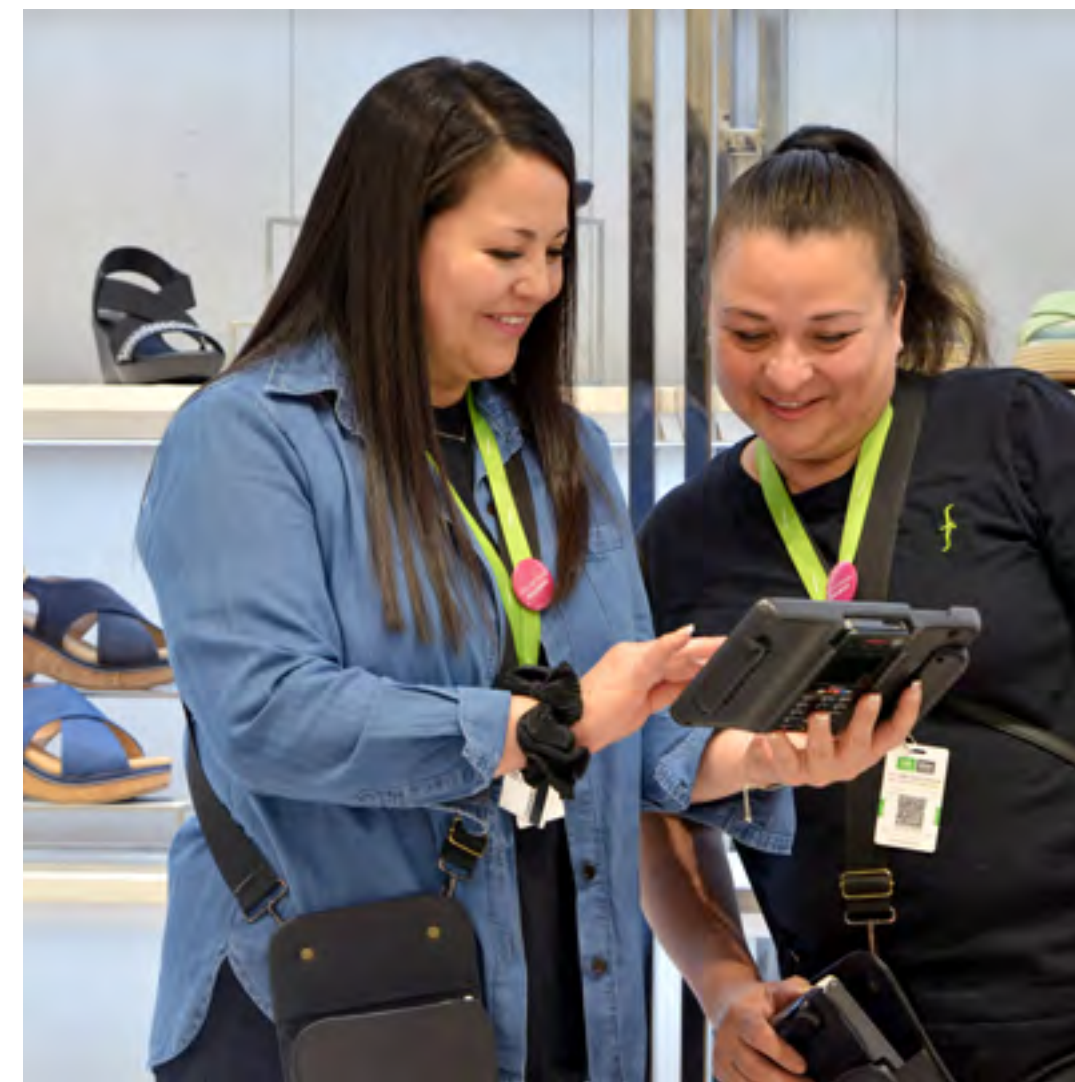
Política General de la Seguridad de la Información

Política de Tratamiento de Datos Personales, Programa de Cumplimiento de Protección de Datos Personales y gerencia de cumplimiento de protección de datos personales

Política de Privacidad²⁶

Contamos con procesos de análisis de riesgos de seguridad de la información, y de ellos derivan los principales controles tanto físicos como tecnológicos y administrativos, para mitigar la probabilidad de ocurrencia y la severidad de eventos que puedan afectar nuestra información y la de los clientes.

26. <https://falabellaretail.falabella.com/politica-de-privacidad/>



Disponemos de un esquema taxonómico de datos personales que permite clasificar los datos de carácter personal y los datos del negocio de acuerdo con sus niveles de confidencialidad. De esta manera, 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.

En nuestras páginas web, y de acuerdo con la normativa de cada país, se dejan explicitados los procedimientos y protocolos para resguardar la información de los clientes.

Durante el 2023 no tuvimos episodios de filtración de datos.

Protección de los derechos de los consumidores

El Programa de Cumplimiento Mi Cliente³ contiene los principales lineamientos y actividades enfocadas en la protección de los derechos de los clientes y en la prevención de conductas que podrían ser contrarias a la ley que regula la protección de los derechos de los consumidores.

La estructura de este Programa considera, dentro de otros elementos, entrenamiento y difusión que definen la conducta que esperamos de nuestros equipos de trabajo:

³ Conoce los detalles del programa aquí



- I) Política y Procedimiento de Elaboración de Material Publicitario y Promocional
- II) Procedimiento de Requerimientos de Garantía
- III) Procedimiento de Fiscalizaciones de la Autoridad
- IV) Procedimiento de Seguridad del Cliente
- V) Procedimiento para el Procesamiento y Respuesta de Reclamos de Clientes
- VI) Política de Protección de los Derechos del Cliente

Anualmente, para asegurar el cumplimiento del programa realizamos actividades de difusión y entrenamiento de manera permanente, poniendo especial énfasis en los cargos expuestos a los riesgos asociados.

El Programa Mi Cliente es liderado por el Oficial de Cumplimiento, cuya principal función es la de velar por la ejecución de todas las actividades contenidas en el Programa.





Anexos

Acerca de este reporte	109
Membresías	117

Acerca de este Reporte

Reporte de Sostenibilidad de Falabella Retail

2-2 / 2-3 / 2-4 / 2-5 / 2-14

A través de este informe, damos cuenta de nuestro desempeño económico, social, ambiental y de gobernanza para el período entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023, de nuestras operaciones en Chile, Perú y Colombia. Su fecha de publicación fue en mayo de 2024.

Para Falabella Retail, se trata de un ejercicio voluntario, que nos permite acercarnos y rendir cuentas a nuestros grupos de interés en relación con nuestros impactos, proyectos y desafíos a futuro.

La gerencia de Marketing y Sostenibilidad fue la encargada de dirigir el proceso de elaboración de este documento, instancia a la que contribuyeron miembros de los distintos equipos a nivel regional. Los

datos aquí expuestos fueron entregados y validados por cada una de las gerencias responsables. El documento no fue sometido a la verificación de un tercero.

Para su elaboración, se utilizó el estándar Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 2021, y por primera vez, se incorporaron los indicadores de la guía de la Sustainability Accounting Standard Board (SASB) para el sector “distribuidores y minoristas especializados y multilínea”.

Las reexpresiones de información están debidamente señalizadas a lo largo del documento.

Para consultas o sugerencias, contactarse con:

Malena Marcalles
Subgerente de Sostenibilidad
mmarcalles@falabella.cl



Proceso de definición de temas materiales

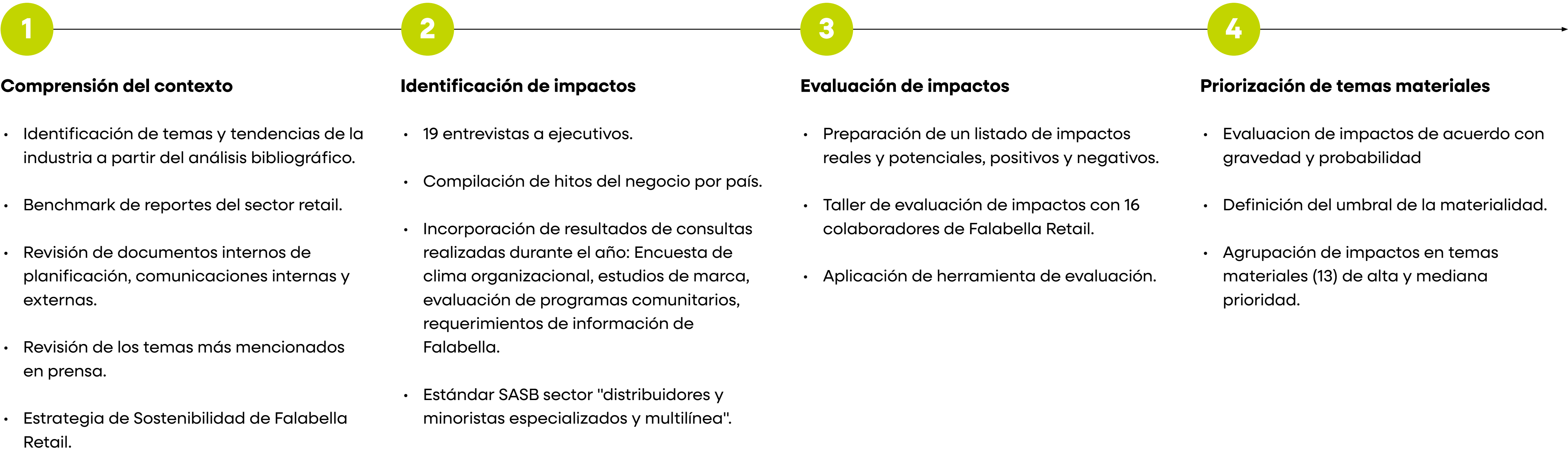
3-1

¿Qué son los temas materiales?
De acuerdo con el estándar GRI los temas materiales son aquellos que representan los impactos más significativos sobre la economía, el medio ambiente y las personas, incluidos los impactos sobre los derechos humanos.

La definición de los temas materiales es un proceso crucial, ya que permite clasificar aquellos aspectos que, por su relevancia, deben ser incluidos en el reporte y cuáles no.

¿Cómo se determinó la materialidad para este reporte?

El proceso de definición de los temas materiales de Falabella Retail se realizó de acuerdo con la metodología propuesta por el estándar GRI 3 y constó de las siguientes etapas:



Lista de temas materiales

3-2

A continuación, se presenta el resultado del ejercicio de materialidad 2023, ordenado alfabéticamente.

TEMA MATERIAL	
1. Aporte comunitario	8. Impacto ambiental en el uso del producto
2. Cambio climático	9. Impacto social y ambiental en la cadena de suministro
3. Desarrollo de talentos	10. Residuos
4. Diversidad e inclusión	11. Salud y seguridad de colaboradores y trabajadores externos
5. Empleo y condiciones laborales	12. Seguridad de clientes
6. Energía	13. Trato a proveedores
7. Experiencia de clientes	





Índice de contenidos GRI

Falabella Retail ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero de 2023 y el 31 de diciembre de 2023.

GRI 1: FUNDAMENTOS, 2021			
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES, 2021	CONTENIDO	PÁGINA	MOTIVO PARA LA OMISIÓN
2-1	Detalles Organizacionales	6	
2-2	Entidades incluidas en la presentación del informe	109	
2-3	Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	109	
2-4	Actualización de la información	109	
2-5	Verificación externa	109	
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	6, 101	
2-7	Empleados	75	
2-8	Trabajadores que no son empleados	75	
2-9	Estructura de gobernanza y composición	12	
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	12	
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	12	
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	12	

GRI 2: CONTENIDOS GENERALES, 2021	CONTENIDO	PÁGINA	MOTIVO PARA LA OMISIÓN
2-13	Delegación de la responsabilidad de la gestión de impactos	13	
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	109	
2-15	Conflictos de interés	13	
2-16	Comunicación de inquietudes críticas	13	
2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	12	
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	12	
2-19	Políticas de remuneración		Por motivos de confidencialidad
2-20	Proceso para determinar la remuneración		Por motivos de confidencialidad
2-21	Ratio de compensación total anual		Por motivos de confidencialidad
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	3	
2-23	Compromisos y políticas	20	
2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	14, 20	
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	20	



GRI 2: CONTENIDOS GENERALES, 2021		CONTENIDO	PÁGINA	MOTIVO PARA LA OMISIÓN
2-26		Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	14	
2-27		Cumplimiento de la legislación y las normativas	No se recibieron sanciones significativas	
2-28		Afiliación a asociaciones	117	
2-29		Enfoque para la participación de los grupos de interés	19	
2-30		Convenios de negociación colectiva	99	
3-1		Proceso para determinar los temas materiales	109	
3-2		Lista de temas materiales	111	
3-3		Gestión de temas materiales	En cada tema material	
TEMA MATERIAL	ESTÁNDARES TEMÁTICOS GRI	CONTENIDOS TEMÁTICOS GRI	PÁGINA	MOTIVO PARA LA OMISIÓN
Aporte Comunitario		Indicadores propios	62	
Cambio climático	GRI 305: Emisiones, 2016	305-1 Emisiones directas de GEI	44	
		305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía	44	
		305-3 Otras emisiones indirectas de GEI	44	
		305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	44	
		305-5 Reducción de las emisiones de GEI		No procede

TEMA MATERIAL	ESTÁNDARES TEMÁTICOS GRI	CONTENIDOS TEMÁTICOS GRI	PÁGINA	MOTIVO PARA LA OMISIÓN
Desarrollo de talentos	GRI 404: Formación y Enseñanza, 2016	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono		No procede
		305-7 Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire		No procede
		404-1 Media de horas de formación al año por empleado	78	
		404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	78	
		404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	78	
Diversidad e inclusión	GRI 405: Diversidad e Inclusión, 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	12, 85, 89	
		405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres		Información no disponible
Empleo y condiciones laborales (empleo, beneficios, clima)	GRI 401: Empleo, 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	77	
		401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	94	
		401-3 Permiso parental	89	



TEMA MATERIAL	ESTÁNDARES TEMÁTICOS GRI	CONTENIDOS TEMÁTICOS GRI	PÁGINA	MOTIVO PARA LA OMISIÓN
Energía	GRI 302: Energía, 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	47	Información no disponible
		302-2 Consumo de energía fuera de la organización		
		302-3 Intensidad energética	47	
		302-4 Reducción del consumo energético	47	
		302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	28	
Experiencia de clientes		Indicadores Propios	104	
Impacto ambiental en el uso del producto		Indicadores propios	21	
Impacto social y ambiental en la cadena de suministro	GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	101	
		308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	101	
	GRI 414: Evaluación social de proveedores	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	101	
		414-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	101	

TEMA MATERIAL	ESTÁNDARES TEMÁTICOS GRI	CONTENIDOS TEMÁTICOS GRI	PÁGINA	MOTIVO PARA LA OMISIÓN
Residuos	GRI 306: Residuos, 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	50	
		306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	50	
		306-3 Residuos generados	50	
		306-4 Residuos no destinados a eliminación	50	
		306-5 Residuos destinados a eliminación	50	
Salud y seguridad de colaboradores y trabajadores externos	GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo, 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	96	
		403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	96	
		403-3 Servicios de salud en el trabajo	96	
		403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	96	
		403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	96	
		403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	94	



TEMA MATERIAL	ESTÁNDARES TEMÁTICOS GRI	CONTENIDOS TEMÁTICOS GRI	PÁGINA	MOTIVO PARA LA OMISIÓN
		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	96	
		403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	96	
		403-9 Lesiones por accidente laboral	96	
		403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	96	
Seguridad de clientes		-	106	
Trato a proveedores		-	106	



Índice SASB – Distribuidores y minoristas especializados y multilínea

TEMA	PARÁMETRO DE CONTABILIDAD	CÓDIGO	PÁGINA / RESPUESTA
Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución	Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución	CG-MR-130a.1	47
Seguridad de los datos	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	CG-MR-230a.1	106
	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal, (3) número de clientes afectados	CG-MR-230a.2	106
Prácticas laborales	1) Salario medio por hora y 2) porcentaje de empleados de tienda que ganan el salario mínimo, por región	CG-MR-310a.1	-
	Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	CG-MR-310a.2	77
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las infracciones de la legislación laboral	CG-MR-310a.3	-
Diversidad e inclusión en la fuerza laboral	Porcentaje de representación de géneros y grupos raciales/étnicos en (1) la dirección y (2) todos los demás empleados	CG-MR-330a.1	12, 85
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la discriminación en el empleo	CG-MR-330a.2	No hubo
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de sostenibilidad ambiental o social	CG-MR-410a.1	23
	Análisis de los procesos para evaluar y gestionar los riesgos o peligros asociados a las sustancias químicas en los productos	CG-MR-410a.2	Información no disponible
	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes	CG-MR-410a.3	52
Número de: (1) ubicaciones de venta al por menor y (2) centros de distribución	Número	CG-MR-000.A	7
Superficie total de: (1) espacio de venta al por menor y (2) centros de distribución	Metros cuadrados (m²)	CG-MR-000.B	689.148 m²



Membresías

2-28

FALABELLA RETAIL CHILE	FALABELLA RETAIL PERÚ	FALABELLA RETAIL COLOMBIA
• 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). • Chile Green Building Council (Chile GBC). • Red de Empresas Interculturales - Fundación Servicio Jesuita Migrante. • 3xi - Hogar Acógeme, Sename. • Asociación Chilena de Seguridad (ACHS). • Forest Stewardship Council (FSC).	• 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).	• 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.



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD FALABELLA RETAIL **2023**

Inicio

