

# Falabella Retail Reporte de Sostenibilidad ● 2024

Entrar →



# Índice

## 01

### ¿Quiénes Somos?

Sobre Falabella Retail	07
Gobierno corporativo	09
Principales lineamientos corporativos	13
Nuestra estrategia de sostenibilidad	16
Derechos humanos	20

## 02

### Lo que nos inspira

La mejor experiencia para nuestros clientes	23
Protegemos a nuestros clientes	28

## 03

### +Verde

Marcas conscientes	34
Economía Circular	39
Operaciones Sostenibles	50

## 04

### Talento Transformador

Nuestro equipo	65
Gestión del talento	67
Gestión de la cultura organizacional	75
Diversidad, equidad e inclusión	76
Remuneraciones y beneficios para nuestros colaboradores	84
Entornos seguros y saludables	86
Libertad de asociación	89

## 05

### Desarrollo Local

Talento local	91
Apoyo al emprendimiento local	93

## 06

### Aporte a las Comunidades

Programa Haciendo Escuela	98
Fuertes y Fantásticas	105
Voluntariado corporativo	107

## 07

### Cadena de valor responsable

Gestión de proveedores	110
Logística	112
Sellers	114

### Anexos

Acercas del Reporte de Sostenibilidad 2024	119
Grupos de Interés	122
Principales Reconocimientos	125
Índices GRI y SASB	130





# Bienvenida

2-22

## → Carta del Gerente General Corporativo de Falabella Francisco Irarrázaval

El 2024 fue, sin duda, un año de recuperación para Falabella. Y nada de esto habría sido posible sin la pasión, energía y compromiso de nuestros equipos en Chile, Perú y Colombia. Juntos, demostramos que cuando trabajamos unidos, no hay desafío que no podamos superar ni innovación que no podamos alcanzar.

Comenzamos el año con un gran paso: nos unificamos como un solo equipo. Hoy, somos un solo Falabella, con presencia física y digital, y en ambos espacios trabajamos día a día para entregar la mejor experiencia a nuestros clientes. Volvimos a nuestro centro, a lo que nos define; la búsqueda permanente e incansable por tener las mejores tendencias en productos y servicios para nuestros clientes.

Nuestra promesa de tener “lo último primero” no es solo un lema. Es lo que nos impulsa a mejorar cada punto de contacto con nuestros clientes, a adelantarnos a las tendencias, a actuar con rapidez y a empujar nuestras

iniciativas de sostenibilidad con fuerza y convicción.

En ese sentido, para potenciar aún más la experiencia, concretamos inversiones clave. En Colombia, inauguramos un nuevo centro de distribución con 93.000 m<sup>2</sup>, uno de los más innovadores de América Latina en tecnología logística, que nos permitirá llegar aún más rápido a todos nuestros clientes. Por otro lado, nos enfocamos en una agenda de velocidad, logrando enviar durante los últimos tres meses del año 25 millones de paquetes 51% de ellos en menos de 48 horas.

Asimismo, continuamos avanzando en la implementación y desarrollo de nuestra estrategia de sostenibilidad junto al plan de metas establecidas al 2030 en sus principales pilares: **+Verde, Talento Transformador y Desarrollo local**.

En el pilar **+Verde** logramos importantes avances. Nuestro programa “Segunda Vida a la Moda”, que se lanzó hace tres años,

sigue creciendo. Feria Trueque, ya es una iniciativa consolidada en los 3 países donde operamos. En 2024 tuvimos 13 ferias, con 7.718 participantes y con más de 26.000 prendas intercambiadas. A esto, se suma el lanzamiento de una feria permanente en Chile en nuestra tienda Falabella Los Dominicos, permitiendo a nuestros clientes intercambiar las prendas que ya no usan durante todo el año.

Nuestros Taller F, que ya suman 18 en la región, intervinieron, recuperaron o repararon más de 66.000 prendas. Este año también dimos un nuevo paso con el lanzamiento del primer Taller F móvil en Chile, acercando aún más la circularidad a las personas.

En Chile y Perú fue todo un éxito el piloto de Segunda vida a tus zapatillas, con el cual logramos recolectar y reciclar casi 16 toneladas de zapatos y zapatillas en desuso, convirtiéndonos en el primer retail local en realizar este tipo de iniciativa.





Continuamos potenciando fuertemente la circularidad, ya no solo en moda, sino también dándole una segunda vida a otras categorías, como electrónica. Nuestro programa de *trade in*, “Exchange” fue un éxito entre nuestros clientes, quienes nos sorprendieron con la venta de 6.608 dispositivos, los cuales fueron reacondicionados y vendidos posteriormente.

En nuestras operaciones, gracias a nuestra estrategia de descarbonización, estamos poniendo nuestras fuerzas para entregar una experiencia que genere cada vez menos impactos ambientales. En Chile, Perú y Colombia fuimos reconocidos por las autoridades correspondientes en materia de reducción de huella de carbono. Un gran logro colectivo.

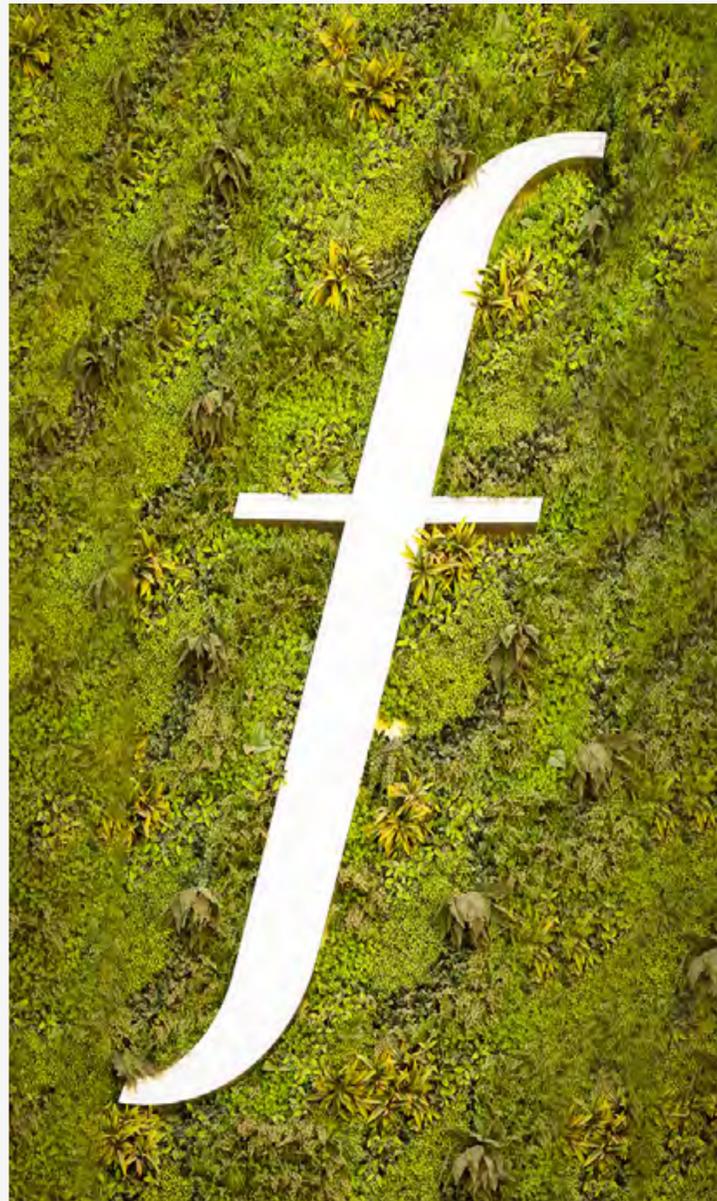
Por otra parte, en el **Talento Transformador**, en 2024, aumentamos la participación de mujeres que ocupan cargos de nivel ejecutivo, elevándose a nivel consolidado de 25% a 42%, un paso importante hacia la equidad de género que nos enorgullece profundamente, ya que potenciar el talento femenino es algo que nos importa y preocupa.

En Falabella promovemos equipos diversos, equitativos e inclusivos, ayudándolos a mejorar día a día y preocupándonos de su desarrollo profesional, pero, por sobre todo, que ellos sean protagonistas de su propio desarrollo. En esa línea, en Chile avanzamos en la implementación de la Norma Chilena 3262, que establece un sistema de gestión para la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de nuestras colaboradoras y colaboradores.

Apostamos por el crecimiento profesional y personal de todos, y por eso impulsamos programas como Mentoring, Banco de Talento, Escuela F, Coaching, Escuela de Producto y Programa de Liderazgo, entre muchos otros. Cada uno de ellos busca empoderar y desarrollar al máximo las capacidades de quienes hacen Falabella día a día.

Por otra parte, potenciamos el talento joven, donde 39 % de los colaboradores pertenecen a la generación Z y 41 % son millenials, quienes aportan una mirada fresca e innovadora que nos permite siempre estar a la vanguardia cumpliendo nuestra promesa de “*lo último primero*”.





Seguimos impulsando el **Desarrollo Local**. Gracias a Mavesa, empresa del grupo con presencia en los tres países, desarrollamos parte de nuestras colecciones de forma local. En 2024, lanzamos 24 colecciones colaborativas junto a 17 artistas locales, dándole valor y autenticidad a cada prenda. Asimismo, contamos con un equipo de diseñadores que aportan con la creatividad, tanto a los diseños de las marcas propias como a las colaboraciones con otras marcas.

Pero eso no es todo. En Chile, contamos con bazares dentro de nuestras tiendas para apoyar el emprendimiento local. Es así como el año pasado tuvimos tres bazares logrando ayudar a más de 40 emprendedores.

Por último, debo destacar el trabajo realizado en nuestras Comunidades, pilar fundamental para Falabella, el cual rescata la esencia de nuestro compromiso con distintos programas emblemáticos.

Nuestro Programa Haciendo Escuela tiene 55 años de historia y se consagra como una de nuestras iniciativas clave en el desarrollo comunitario. A nivel regional hemos

beneficiado a más de 78.500 estudiantes en 91 establecimientos.

En Chile, celebramos una nueva edición de Escuela de Talentos en el Teatro Municipal de Santiago, regalando a miles de niños una experiencia inolvidable.

Nuestro programa Fuertes y Fantásticas, benefició a 212 mujeres que pudieron recibir asesoría de imagen y de recursos humanos gracias a los equipos de trabajo. Pero más importante aún, es que un 31% de ellas obtuvo un empleo, cifra que nos tiene contentos, pero para los próximos años, aspiramos a más.

Finalmente, gracias al compromiso de nuestros equipos, logramos 15.383 horas de voluntariado en 2024. Un número que habla de personas dispuestas a dar tiempo, energía y corazón para generar impacto real.

Sin duda, estos resultados fueron posibles gracias a la entrega y compromiso de cada una de las 25 mil personas que forman parte del equipo de Falabella en Chile, Perú y Colombia.

Este 2024, demostramos que el trabajo colaborativo y el propósito compartido de ofrecer siempre “*lo último primero*” a nuestros clientes y comunidades, puede generar un impacto positivo real. Un impacto que trasciende nuestras operaciones y contribuye activamente a construir un futuro más sostenible.

**Francisco Irarrázaval**

Gerente General Corporativo de Falabella.





Cap. 1

# ¿Quiénes somos?

2-1 / 2-6 / CG-MR-000.A / 2-22 / CG-EC-000.A

Sobre Falabella Retail	07
Gobierno corporativo	09
Principales lineamientos corporativos	13
Nuestra estrategia de sostenibilidad	16
Derechos humanos	20



# Sobre Falabella Retail

## → Principales cifras

Somos un espacio físico y digital que por más de 135 años ha inspirado y enriquecido la vida de nuestros clientes. Trabajamos con las mejores marcas del mundo para brindar una experiencia especialista omnicanal en vestuario, belleza, calzado, tecnología y hogar. Buscamos ser un espacio de encuentro entre nuestros clientes y las últimas tendencias del mundo.

Más de 25 mil colaboradores en Chile, Perú y Colombia, atienden cada año a más de 16 millones de clientes en distintos puntos de contacto físico y digital entre tiendas de especialidad, sitios web y operaciones, donde se expresan y viven las mejores marcas del mundo.





→ **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



**Nos apasionamos por el cliente**

Con empatía conocimiento y simplicidad



**Cuidamos el futuro**

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





# 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.
- Sesiona cada 2 meses.
- Es elegido por la Junta Anual de Accionistas.
- Está compuesto por nueve miembros, sin suplentes.
- Los directores ejercen el cargo por un período de tres años, con la posibilidad de ser reelegidos en forma indefinida.
- Ninguno de ellos ocupa cargos ejecutivos.
- La cuantía de sus remuneraciones es definida en la Junta Anual de Accionistas.
- En 2024, 22% de los puestos del Directorio eran ocupados por mujeres.
- La antigüedad promedio de los Directores en el cargo es de 7,2 años.

### Composición del Directorio\*

#### Carlos Heller Solari

Presidente  
Ingeniero Agrónomo  
16 años

#### Juan Pablo Montero Schepeler

Vicepresidente del Directorio  
Ingeniero Civil Industrial  
9 años

#### Sebastián Arispe Karlezi

Director  
Empresario  
3 años

#### Sergio Cardone Solari

Director  
Ingeniero comercial  
15 años

#### Giorgianna Cúneo Queirolo

Directora  
Publicista  
6 años

#### Rodrigo Debesa Gatica

Director  
Ingeniero Civil Industrial  
2 años

#### Sandro Solari Donaggio

Director  
Ingeniero Civil Industrial  
5 años

#### Sebastián del Río Goudie

Director  
Bachiller en Lingüística  
2 años

#### Catalina del Río Silva

Directora  
Ingeniero Comercial  
1 año

En 2024:

- 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 digitales en materias relacionadas con

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

\* En la Junta Ordinaria de Accionistas del 17 de abril de 2024, Catalina Del Río Silva se incorporó como nuevo miembro del directorio, y dejó su cargo Carolina Del Río Goudie. Los demás directores fueron reelegidos para un nuevo período estatutario.





## → Unificación de los equipos de Falabella Retail y falabella.com

En línea con la evolución de nuestra estrategia de e-commerce, en febrero el Grupo Falabella anunció la reestructuración de su primera línea ejecutiva, unificando los equipos de Falabella Retail y falabella.com bajo nuestro gerente general corporativo, Francisco Irarrázaval.

Esta iniciativa nos permite fortalecer la propuesta omnicanal para nuestros clientes, con un e-commerce enfocado en entregar las mejores marcas y una experiencia inspiradora.





## → Comité ejecutivo

2-13 / 2-16

- Grupo encabezado por el Gerente General Corporativo, Francisco Irarrázaval de acuerdo con la designación del Directorio.
- Los Gerentes Generales de Chile, Perú y Colombia reportan al Gerente General Corporativo.
- Rinde cuentas al Directorio sobre el desempeño económico-financiero, la gestión comercial, la gestión de riesgos y los avances en la implementación de la estrategia de Falabella.
- Al Directorio se presenta una vez al año los avances en la implementación de la estrategia de sostenibilidad.
- La Gerencia de Ética presenta anualmente los avances en la implementación y funcionamiento del Programa de Ética y los principales casos y temáticas relevadas. La Gerencia de personas da cuenta de los resultados de los programas implementados, así como de las encuestas a colaboradores.

### Composición equipo corporativo



**Francisco Irarrázaval**  
Gerente General Corporativo



**Rodrigo Fajardo**  
Gerente General Colombia



**Tomás Platovsky**  
Gerente General Chile



**Alex Zimmermann**  
Gerente General Perú



**Miguel Arrau**  
Gerente de Negocios Corporativo



**Karim Hodali**  
Gerente Comercial Corporativo



**Juan Diego Valdés**  
Gerente de Marketing y Sostenibilidad Corporativo



**Cristian Carvajal**  
Gerente de Personas Corporativo



**Ricardo Mebus**  
Gerente de Finanzas Corporativo



**Santiago Tula**  
Gerente de Planificación y Merchandasing Corporativo



**Andrés Robatel**  
Gerente de Sell in Ecommerce



**Juan Cristóbal López**  
Gerente de Sell Out Ecommerce Regional y Chile





Los gerentes participan en comités semanales enfocados en los pilares estratégicos de la compañía, instancias que facilitan la toma de decisiones desde una perspectiva multidisciplinaria. Entre estos, destacan los comités orientados a mejorar la experiencia de los clientes, la rentabilidad, el negocio e-commerce y la gestión de inversiones. Asimismo, se desarrollan espacios específicos para impulsar la excelencia operacional y la gestión de personas. A partir de la unión con falabella.com, se crearon ocho comités adicionales.

La gerencia de Marketing y Sostenibilidad rinde cuentas sobre los principales resultados de la gestión y los avances en la implementación de la estrategia de sostenibilidad al comité de comunidad y medioambiente, integrado por 14 miembros. En 2024 sesionó en 2 ocasiones.





# Principales lineamientos corporativos

2-15 / 2-23 / 2-24 / 2-25 / 2-26

Nuestro sistema de gobernanza, ética y cumplimiento se compone de distintos tipos de políticas y procedimientos, así como de áreas especializadas en el control de los principales riesgos a los que se puede exponer la compañía.

El Área de Cumplimiento Retail, es la encargada de monitorear los programas de cumplimiento y de realizar el seguimiento de las acciones de prevención, comunicación y monitoreo para fortalecer los controles para Falabella Retail y sus Sociedades Filiales.

## ÉTICA EMPRESARIAL

Principales directrices o iniciativas	Principales avances 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de integridad.</li> <li>• Política de regalos.</li> <li>• Política de invitaciones.</li> <li>• Protocolo para la revisión de casos.</li> <li>• Protocolo de investigación de denuncias éticas calificadas.</li> <li>• Política de compras y contratación de bienes y servicios.</li> <li>• Guía práctica de cumplimiento para proveedores y para colaboradores.</li> <li>• Guía práctica de cumplimiento para Sellers.</li> <li>• Canal de integridad*.</li> <li>• Comité de ética.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualización del material de formación de acuerdo con cambios normativos.</li> <li>• Envío de la guía práctica de cumplimiento al 100% de los proveedores.</li> <li>• Capacitación al 100% de los colaboradores de cargos expuestos (2.018 colaboradores) en ética.</li> <li>• Política de acoso sexual.</li> </ul>



## PREVENCIÓN DE DELITOS

Principales directrices o iniciativas	Principales avances 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo de prevención de delitos (MPD).</li> <li>• Política de prevención de delitos.</li> <li>• Instructivo de controles para la prevención de delitos (donaciones, muestras, pagos a proveedores, membresías, invitaciones, regalos, etc.).</li> <li>• Procedimiento de aportes / Due diligence de las instituciones con quienes nos vinculamos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualización del MPD de Chile y Perú de acuerdo con la nueva legislación de delitos económicos.</li> <li>• Recertificación del MPD para Falabella Retail Chile y sus filiales, Saga Falabella y Saga Falabella Oriente en Perú.</li> <li>• Capacitación al 100% de cargos expuestos de Falabella (2.018 colaboradores).</li> <li>• Auditoría interna del MPD (máxima calificación).</li> </ul>



## SOBORNO

Principales directrices o iniciativas	Principales avances 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política antisoborno corporativo.</li> <li>• Campaña “Yo Juego Limpio”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación al 100% de los cargos expuestos (2.018 colaboradores).</li> </ul>



\* Disponible para colaboradores y grupos de interés externos que deseen hacer consultas o denuncias 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.





## LIBRE COMPETENCIA

Principales directrices o iniciativas	Principales avances 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>Política de libre competencia.</li> <li>Instructivos para la negociación con proveedores, la protección de la información comercialmente sensible, la participación en asociaciones gremiales y el protocolo ante medidas intrusivas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión del 100% de los proveedores nacionales.</li> <li>Capacitación al 100% de los cargos expuestos (2.018 colaboradores).</li> </ul>



## CUMPLIMIENTO AMBIENTAL

Principales directrices o iniciativas	Principales avances 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>Política de medio ambiente y cambio climático.</li> <li>Programa ambiental.</li> <li>Protocolo sobre el reporte de información a la autoridad.</li> <li>Protocolo de cumplimiento de la responsabilidad extendida del productor.</li> <li>Política de sostenibilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación al 100% de los cargos expuestos en materias ambientales (243 colaboradores).</li> <li>Seguimiento por parte del oficial de cumplimiento ambiental.</li> <li>Actualización de controles ambientales de acuerdo con cambios en la legislación de delitos económicos (Chile).</li> </ul>



## CONFLICTOS DE INTERÉS

Principales directrices o iniciativas	Principales avances 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>Política de gestión de conflictos de intereses.</li> <li>Procedimiento de aportes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión del 100% de los potenciales conflictos de interés de colaboradores y directores.</li> <li>Evaluación del 100% de proveedores de acuerdo con su exposición política (PEP).</li> <li>Incorporación de procedimientos de contratos a licitaciones de mayor envergadura para la prevención de conflictos de interés.</li> </ul>



## DERECHOS HUMANOS

Principales directrices o iniciativas	Principales avances 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>Política de derechos humanos y empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Finalización de la etapa de diseño e implementación de planes de acción en Derechos Humanos para Chile.</li> <li>Creación de matrices de riesgos en Derechos Humanos.</li> <li>Avances en el diseño e implementación de planes de acción en Derechos Humanos para Perú y Colombia.</li> <li>Publicación de Grupo Falabella del primer reporte voluntario en Derechos Humanos*.</li> </ul>



\* [https://s22.q4cdn.com/351912490/files/doc\\_downloads/sustainability/2024/Reporte-DDHH-2024.pdf](https://s22.q4cdn.com/351912490/files/doc_downloads/sustainability/2024/Reporte-DDHH-2024.pdf)





## PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN

### Principales directrices o iniciativas

- Política de Protección de Datos Personales.
- Sistema corporativo de gestión de consentimientos de protección de datos de clientes.

### Principales avances 2024

- Capacitación al 100% de los cargos expuestos (2.131 colaboradores).



## DERECHOS DEL CLIENTE

### Principales directrices o iniciativas

- Política de protección de los derechos del cliente.

### Principales avances 2024

- Monitoreo del cumplimiento del programa de derecho del cliente.
- Auditoría interna de los controles (máxima calificación).
- Cumplimiento de legislación vinculada con la entrega a clientes de información de proveedores\*.
- Capacitación al 100% de los cargos expuestos (1.871 Colaboradores).
- Desarrollo del plan de comunicación anual.



\* 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.



# Nuestra estrategia de sostenibilidad

La estrategia de sostenibilidad de Falabella Retail a nivel regional, fue desarrollada por el Comité Ejecutivo y aprobada por el Directorio. Las Gerencias de Sostenibilidad y de Medioambiente de cada país, son las encargadas de la ejecución y monitoreo de la implementación de los KPI's de la estrategia en las distintas áreas de la compañía.

En 2025 se actualizará la política de sostenibilidad de Falabella Retail a nivel regional.





## → Visión al 2030 de Sostenibilidad en Falabella Retail

Las metas publicadas en 2023 fueron revisadas y actualizadas de acuerdo con el contexto y la proyección del negocio.

### + Verde

LINEA ESTRATÉGICA	INICIATIVAS	META 2030 - FALABELLA RETAIL	CIFRAS REGIONALES 2024
PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA CIRCULAR	Taller F	Implementar Taller F en el 30% de nuestras tiendas	18%
		Incrementar un 50% de servicios brindados por Taller F vs 2022	+4%
	Resale	Instalar corners de segunda mano en el 10% de nuestras tiendas	5%
		Contar con servicios de recuperación textil en cada una de nuestras tiendas	72%
	Segunda vida	Contar con servicios de recuperación de otros productos (no textiles) en cada una de nuestras tiendas	61%
Ferias Trueque		Desarrollar 20 Ferias Trueque por año	13 ferias
IMPULSO DE MARCAS CONSCIENTES	Portafolio de productos sostenibles	30% de las unidades vendidas poseen materiales más sostenibles	19,3%
		30% de modelos con certificaciones asociadas con la gestión de químicos nocivos para la salud humana y ambiental	Levantamiento línea base
	Cadena responsable	Evaluar al 100% de las fábricas de marcas propias en ciclos de 3 años	94%
REDUCCIÓN DE LA HUELLA AMBIENTAL DE NUESTRAS OPERACIONES	Compromiso climático	100% de tiendas y centros de distribución con acciones de eficiencia energética	74%
		Abastecer al 100% de las instalaciones con energía renovable*	79%
		Somos parte de la meta del Grupo Falabella de ser Net zero (2035) en emisiones (Alcances 1 y 2) a nivel conglomerado	+29% vs 2023
	Residuos Zero	100% de tiendas con programas de reciclaje interno	97%
		90% de residuos no peligrosos desviados de vertedero	67%
		50% de unidades de envases con material reciclado o de origen sostenible del total de envases utilizados (última milla)	Levantamiento línea base

\* Existen limitantes técnicas estructurales para ciertas tiendas que nos impiden abastecerlas con energía renovable.





## Talento transformador

LINEA ESTRATÉGICA	INICIATIVAS	META 2030 - FALABELLA RETAIL	CIFRAS REGIONALES 2024
PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN	Arriba Mujeres	40% de mujeres ocupando cargos de Top y Middle Management	49,2%
		30% de mujeres ocupando cargos de Top Management	32,6%
		1,5% de PcD en la dotación total anual	1,79%
	Vivamos + la inclusión	NPS>50 de las personas que se identifican con algún grupo de inclusión	<b>Equidad de género:</b> eNPS mujeres: 56 eNPS hombres: 55  <b>Comunidad LGBTQ+:</b> eNPS Comunidad: 51 eNPS NO Comunidad: 58  <b>PcD:</b> eNPS PcD: 51 eNPS NO PcD: 53
		Engagement>70% de las personas que se identifican con algún grupo de inclusión	<b>Comunidad LGBTQ+:</b> Engagement Comunidad: 71% Engagement NO Comunidad: 75%  <b>PcD:</b> Engagement PcD: 76% Engagement NO PcD: 74%
		80% de las personas target capacitadas en DEI	Definición de criterios de cargos críticos y desarrollo de capacidades internas para las capacitaciones





## Desarrollo Local

LINEA ESTRATÉGICA	INICIATIVAS	META 2030 - FALABELLA RETAIL	CIFRAS REGIONALES 2024
APOORTE A LA EDUCACIÓN	Programa Haciendo Escuela	Lograr un aumento estadísticamente significativo en las pruebas nacionales de educación	<p><b>Chile:</b> Aumentó en 28,6 puntos en prueba Dialect* Aumentó en 27,4 puntos en prueba Cepa**</p> <p><b>Colombia:</b> Incremento de 8 puntos en las pruebas ICFES vs año anterior Incremento de 2 puntos en los resultados de lectura crítica y matemáticas</p> <p><b>Perú:</b> 35 puntos porcentuales de incremento de estudiantes de 2º grado en el nivel satisfactorio y 12 puntos porcentuales de incremento de estudiantes de 4º grado, en el nivel satisfactorio de la Prueba estandarizada de logro de aprendizajes</p>
	APOYO A LAS COMUNIDADES ALEDAÑAS	Comunidades F	Al menos 1 participación anual del 50% de los colaboradores de Falabella
FOMENTO DEL TALENTO LOCAL	Empréndete	Sellers pequeños y medianos capacitados	En proceso de definición
	Talento Local	>90% colaboraciones de talento local	88% de las colaboraciones
	Fuertes y Fantásticas***	Asesorar anualmente a 330 mujeres para su inserción laboral	212
		Inserir laboralmente a un 32% anual de las participantes	31%

\* El porcentaje de estudiantes que pertenece al nivel deseable en habilidades de lectoescritura (prueba Dialect) aumentó en 28,6 puntos porcentuales, entre antes de la intervención de PHE y después de la intervención de PHE.

\*\* El porcentaje de estudiantes que pertenece al nivel deseable en habilidades de matemáticas (prueba SEPA) aumentó en 27,4 puntos porcentuales, entre antes de la intervención de PHE y después de la intervención de PHE.

\*\*\* Sólo en Chile está presente el programa Fuertes y Fantásticas.





# Derechos humanos



## Política

Nuestra Política de Derechos Humanos y Empresa\* 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 lineamientos 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.

\* Aprobada a nivel de Directorio de Falabella Retail S.A.



## 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 2024 se publicó el primer reporte voluntario en Derechos Humanos a nivel de Grupo Falabella.



## 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.

En 2024 culminó la etapa de Diseño e Implementación del plan de acción para Chile y se avanzó en el diseño para Perú y Colombia.

En el capítulo “Cadena de Valor Sostenible” se presentan algunas de las iniciativas implementadas para mitigar potenciales riesgos a los Derechos Humanos en las actividades de abastecimiento.



## Comunicación

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.

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

En 2024 se incorporaron aspectos de Derechos Humanos al programa “Yo Juego Limpio”. Además, se determinó que estas materias son parte de la malla obligatoria de formación para cargos expuestos.

En el marco de la jornada anual de proveedores se incorporaron aspectos de Derechos Humanos.





Grupo Falabella lideró el Tercer Diagnóstico sobre Empresas y Derechos Humanos elaborado por el programa de sostenibilidad corporativa de la Pontificia Universidad Católica (UC) con el apoyo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). El estudio midió el desempeño de las compañías del índice bursátil IPSA y de las empresas públicas del país.

La empresa obtuvo 21,5 puntos de un máximo posible de 24 y se ubicó en lo más alto de la tabla por segundo año consecutivo, logrando un 90% de cumplimiento del marco metodológico.





Cap. 2

# Lo que nos inspira

La mejor experiencia para nuestros clientes **23**

Protegemos a nuestros clientes **28**



→ Lo que nos inspira:  
**Lo último  
primero en  
Falabella**



→ **La mejor experiencia para  
nuestros clientes**

Nuestro principal objetivo es conquistar la confianza de nuestros clientes cada día teniendo siempre primero, #lo último en tendencias.





Buscamos entregarles a nuestros clientes una experiencia memorable a través de una propuesta diferenciadora. Para ello, 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.

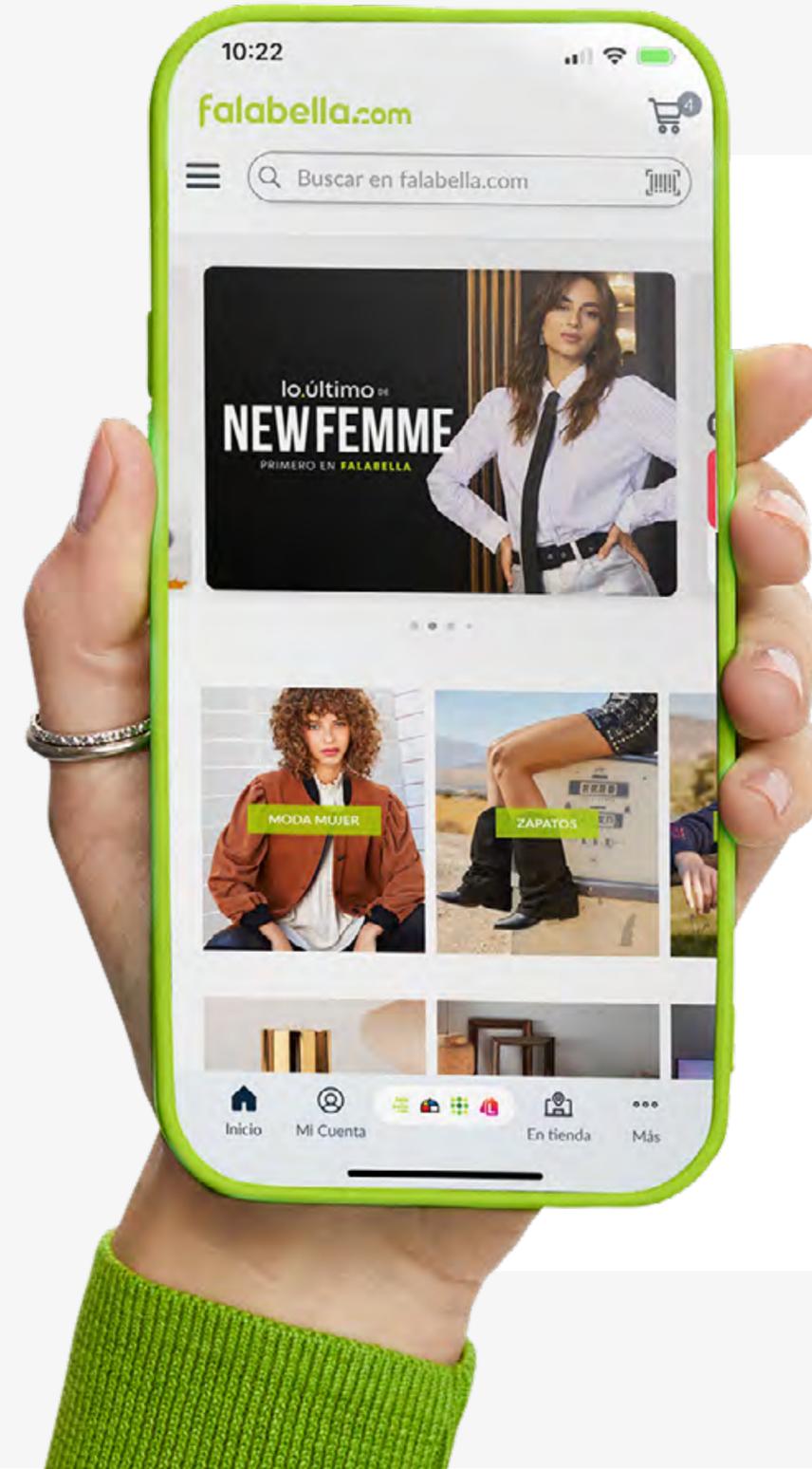
Año a año, seguimos avanzando en la implementación de iniciativas que facilitan el proceso de compra:

- **Kioskos digitales:** Pantallas tipo tablet instaladas en nuestras tiendas para que los clientes puedan revisar toda la oferta.
- **Cajas de autoatención:** 1.311 cajas de pago implementadas en 91 tiendas a lo largo de Chile, Perú y Colombia, se han transformado en el canal de pago preferido por nuestros clientes.

En 2024, 1 de cada 4 transacciones en Chile y en Perú se realizó a través del servicio Self Checkout. Y en Colombia, 1 de cada 5 transacciones.

- **Puntos Click & Collect:** contamos con 24 centros de retiro automatizados que entregan en segundos los productos comprados en falabella.com, con solo escanear un código QR.

Nuestra política de satisfacción garantizada, que entrega a los clientes 30 días para cambiar de opinión sobre sus compras (en condiciones específicas, y frente a los 10 días dispuestos por ley) y la implementación de procesos de devolución de productos no solo en tiendas Falabella, sino también en sucursales de los negocios del grupo y en sucursales Chilexpress, forman parte de un conjunto de iniciativas que implementamos para asegurar la satisfacción de los clientes.



### Nivel de satisfacción de clientes en puntos Click & Collect

93%

Chile

18 tiendas

94%

Colombia

2 tiendas

91%

Perú

4 tiendas



### Innovación en la experiencia de nuestros clientes

Buscamos innovar en la oferta de servicios y experiencias en las tiendas, con el objetivo de entregar soluciones completas, cercanas y que respondan a las necesidades de nuestros clientes. Contamos con comunidades que brindan beneficios exclusivos, acompañando a los clientes en las etapas y fechas más importantes de sus vidas.

#### Servicios en moda

- Personal Shopper
- Taller F
- Sastrería a la medida
- Reparación de ropa
- Arriendo de vestidos de fiesta
- Reciclaje de zapatillas
- Limpieza de zapatillas



Conoce más [aquí](#)

#### Servicios de hogar

- Armado a domicilio
- Instalación a domicilio
- Limpieza industrial
- Retiro y reciclaje a domicilio



Conoce más [aquí](#)

#### Comunidades

- Club de novios
- Club Bebé
- Club Mascotas F
- Comunidad F





## ¿Cómo nos perciben los clientes?

Cada punto de contacto es para Falabella una oportunidad de ofrecer la mejor propuesta a nuestros clientes. El ecosistema omnicanal propone un viaje del cliente integrado, en el que cada persona transita del mundo digital al mundo físico, y resuelve todas sus necesidades en nuestra plataforma.

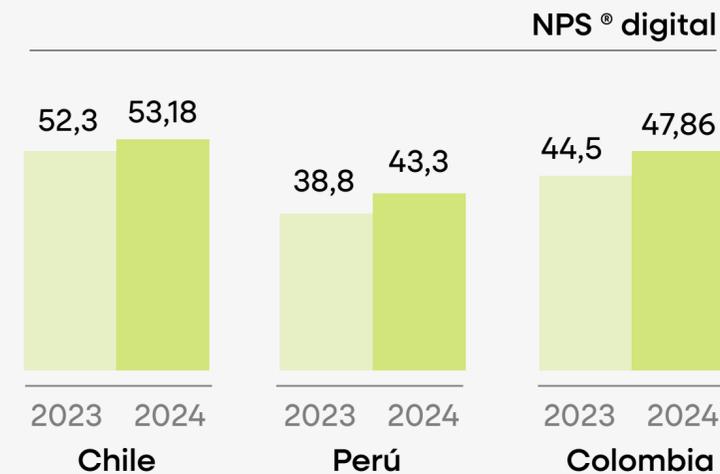
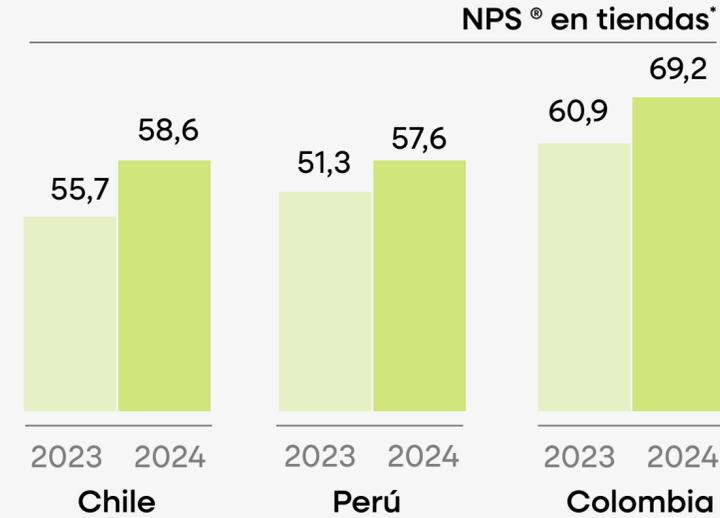
### Recomendación de nuestros clientes y reclamos

Para la medición de la experiencia de nuestros clientes utilizamos la metodología Net Promoter Score (NPS®), que mide la recomendación de la marca luego de cada una de las transacciones. Los resultados nos permiten gestionar la experiencia de los clientes en cada interacción, información que complementamos con otras métricas recolectadas a lo largo del journey del cliente y de mediciones del mercado y de la competencia.

Durante 2024, en los tres países, mejoramos el desempeño en el índice de recomendación y se superaron las metas establecidas.

La mejora en 2024 en el NPS® en Chile responde principalmente al incremento en las entregas a tiempo y a las reducciones en cancelaciones involuntarias y reclamos de clientes. El aumento de entregas en 48 horas y la positiva experiencia en el retiro en tiendas, favorecen el crecimiento de los clientes promotores.

En Perú, el NPS® digital mejoró gracias a la experiencia de retiro en tienda. En cuanto a la experiencia presencial, el aumento se atribuye principalmente a la implementación del Plan EPA (Empatía, Proactividad y Amabilidad) en los equipos de tienda, junto con el trabajo enfocado en seis tiendas clave.



De forma general, las iniciativas como la implementación de más cajas de auto atención, el incremento de dotación en días clave gracias al programa Flexit, la instalación de más probadores, la habilitación del canje de puntos +pesos como medio de pago, son algunos de los esfuerzos que ayudan a mejorar la experiencia de compra en tiendas.

Además, el seguimiento diario de las encuestas respondidas por parte de las tiendas contribuye a comprender y mejorar la experiencia del cliente. Este trabajo es continuo e implica leer los comentarios de los clientes, analizar los indicadores por temas, contactar a los clientes cuando lo solicitan y, posteriormente, desarrollar planes de acción enfocados en abordar sus necesidades y preocupaciones.

\* NPS® Tienda: Se mide la recomendación a partir de la compra física. NPS® digital: Se mide la recomendación del cliente a partir del journey completo incluyendo la atención postventa.





### Gestión de reclamos

Contamos con diversos canales de atención que buscan acercarnos aún más a nuestros clientes y acelerar los procesos de resolución.

A nivel regional, durante 2024 tuvimos 10 reclamos por cada 10.000 transacciones realizadas en tiendas físicas y 29 en compras a través de nuestra plataforma falabella.com.

Se redujeron en 9% los reclamos en tienda respecto del año anterior. En tanto, en el mundo digital el volumen de reclamos se redujo en 21% como resultado de mejoras en el cumplimiento de la promesa de entrega y efectividad, producto de las eficiencias en procesos realizados por los equipos de logística, tiendas y e-commerce, así como de las mejoras en el reembolso de dinero a clientes.

### Tasa de reclamos 2024



	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Físico	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
Digital*	3,3%	1,9%	3,3%	2,9%

\* Incluye ventas de Sellers o de Falabella Retail



Asimismo, se redujo en 1 punto porcentual la tasa de reclamos por órdenes, y gracias al despliegue de mayores funcionalidades de autogestión y al incremento en la capacidad resolutoria del centro de servicio regional, se redujo significativamente la cantidad de contactos de clientes digitales.

La experiencia en nuestros clientes digitales mejora año a año. En Chile, los reclamos por ventas de falabella.com disminuyeron en 32% gracias al trabajo sinérgico entre los equipos de ventas físicas y digital. Asimismo, un 80% de los reclamos presentados fueron solucionados en menos de 10 días.





## → Protegemos a nuestros clientes

CG-MR-230a.1 / CG-MR-230a.2 / 418-1 / 2-27 / CG-EC-220a.2 / CG-EC-230a.1 / CG-EC-230a.2

Los esfuerzos que realizamos para darles a nuestros clientes experiencias gratificantes son complementados con políticas e iniciativas específicas que buscan proteger, cuidar y garantizar el cumplimiento de sus derechos.

En 2024, Falabella Retail recibió 18 sanciones y multas ejecutoriadas vinculadas a derechos del consumidor y 5 por garantías.

### Programa Mi Cliente



Mi Cliente, es un programa implementado a nivel corporativo para guiar las conductas esperadas de los colaboradores para resguardar los derechos de los clientes. Algunos de los componentes de este programa son la Política de Protección de los Derechos de los Clientes, la Política y el Procedimiento de Elaboración de Material Publicitario y Promocional, el Procedimiento de Reclamos Sensibles, entre otros.

Contamos con un Canal de Atención específico para consultas y reclamos sobre Derechos de los Clientes y anualmente, para asegurar el cumplimiento del programa realizamos actividades de difusión y entrenamiento, 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.





## ¿Cuáles son las iniciativas que hemos implementado para resguardar los datos y la información de nuestros clientes?

Algunas de las iniciativas implementadas son:

1. Política de Privacidad Transparente\*: Solicitud expresa del consentimiento de los clientes para el tratamiento de sus datos personales.
2. Delegado de Protección de Datos (DPO): Es el encargado de servir como punto de contacto entre los clientes y Falabella para atender inquietudes y consultas relacionadas con la protección de sus datos personales.
3. Capacitación constante a colaboradores en medidas de protección de datos personales de los clientes.
4. Capacitación periódica y monitoreo de proveedores para garantizar que apliquen, en los servicios que nos prestan, un estándar de protección de datos personales equivalente al de Falabella.

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



5. Programa de Cumplimiento en Protección de Datos: análisis continuo de riesgos y estructuras para la gobernanza de datos.
6. Políticas, normas y procedimientos que regulan los procesos críticos para proteger la información en tiendas, como lo son la restricción de acceso e identificación de personal autorizado, escalamiento de incidentes y actividades sospechosas, y la revisión periódica de dispositivos de pago.
7. Certificación bajo la norma PCI DSS (norma seguridad de datos para la industria de tarjetas de pago) renovada de forma anual.
8. En materia de ciberseguridad, contamos con diferentes herramientas para asegurar la protección de información tanto propia como de clientes, por ejemplo, monitoreo y detección constante de alertas y amenazas.

Durante el 2024 tuvimos una denuncia asociada con la privacidad de los datos de un cliente, la cual fue desestimada y sin sanciones para Falabella.





## ¿Cuáles son las iniciativas que hemos implementado para resguardar la seguridad física de nuestros clientes en las tiendas?

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, así como del desarrollo de políticas, protocolos y procedimientos para prevenir y mitigar sus consecuencias. Su principal responsabilidad es estudiar los riesgos a la seguridad física en las instalaciones, tales como actividades o tendencias delictuales y desórdenes públicos, así como desarrollar políticas, protocolos y procedimientos para prevenir y mitigar sus consecuencias.

Los protocolos de interacción con los clientes, permiten estandarizar el comportamiento de nuestros equipos en caso de hurto, agresión física, o agresión verbal.



En tanto, en 2024, se realizaron diversas capacitaciones a colaboradores internos vinculadas con los protocolos ante situaciones de agresión verbal o física y el buen trato a clientes y visitantes.

Durante 2024 no tuvimos multas ni sanciones por accidentes de clientes ni por robos en las tiendas. Al cierre del reporte, existía un proceso judicial pendiente de resolución con motivo de un accidente en una tienda.





## ¿Cuáles son las iniciativas que hemos implementado para resguardar la seguridad de nuestros clientes en el uso de los productos que comercializamos?

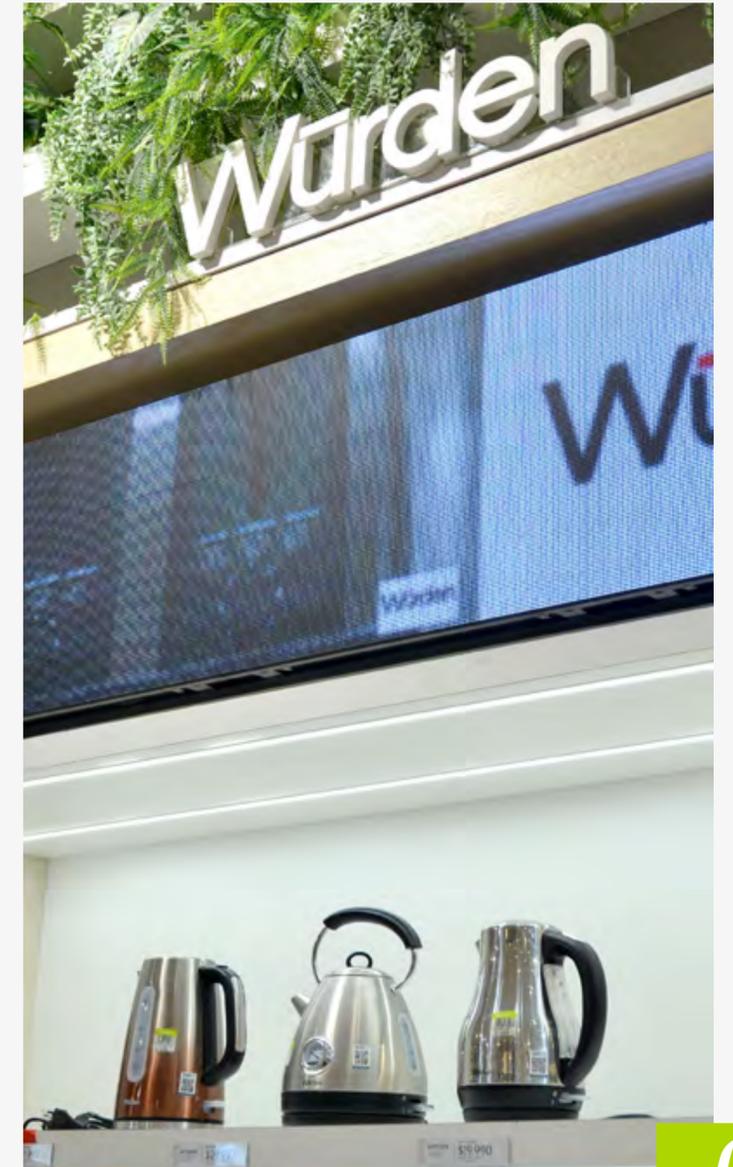
416-1 / 416-2 / 417-1

En relación con el uso de los productos que comercializamos, damos cumplimiento irrestricto a la normativa vigente en cada uno de los países donde estamos presentes. En determinadas categorías y de acuerdo con el riesgo que impliquen para los consumidores, se implementan medidas adicionales que van más allá de la regulación.

- Constantemente se evalúan las condiciones de nuestros productos y se asegura la trazabilidad de nuestro inventario a lo largo de toda la cadena de valor. De esta manera, podemos responder ágilmente ante advertencias de nuestros proveedores, así como identificar problemas en nuestros artículos antes de que lleguen a las manos de los compradores.

- Nuestros Sellers deben asegurarse de que sus productos vendidos en nuestras plataformas cumplan con lo establecido en el Instructivo de cumplimiento de productos, el cual estipula las certificaciones y/o los requerimientos según cada categoría, además de indicar qué productos están prohibidos.
- Gestión de productos químicos: La compañía ha desarrollado lineamientos sobre el manejo y tratamiento de sustancias químicas peligrosas en nuestros productos, ya sean de consumo interno o disponibles para la venta. Los equipos son capacitados para el manejo de estas sustancias, sus propiedades, peligros, y su correcto uso y manipulación.
- Electrodomésticos de marca propia: Todos nuestros productos de marca propia son inspeccionados por un laboratorio externo, donde se realizan pruebas de seguridad y eficiencia, para posteriormente certificarlos bajo la norma chilena y/o colombiana según corresponda. En Perú, si bien no se requiere certificación, Falabella somete sus productos a inspecciones externas de calidad.
- En Chile, para ciertos productos se requieren certificados de aprobación, donde se comprueba que este es seguro para ser usado y que tanto el producto como el manual incluyen las advertencias de seguridad.
- Algunos productos, tales como refrigeradores, microondas, aspiradoras, etc. requieren una certificación de eficiencia de consumo eléctrico del producto (A+, A, B, C, D, E).
- Adicionalmente, y de manera voluntaria, se realizan pruebas de usabilidad, seguridad y resistencia en laboratorios propios para asegurar el cumplimiento de estándares de seguridad y calidad específicos de Falabella.

Durante 2024, Falabella recibió una multa asociada con prácticas de publicidad.





# Cap. 3 +Verde



Marcas conscientes	34
Economía Circular	39
Operaciones Sostenibles	50



## + Verde

Somos parte de una cadena de valor internacional donde confluyen la experiencia y el conocimiento de cientos de proveedores, colaboradores, y diversas organizaciones, que nos permiten ofrecer productos con atributos sostenibles y la más amplia gama de servicios de economía circular.

A través de lo que llamamos “+Verde”, consolidamos las estrategias y planes de acción que hemos definido para avanzar con responsabilidad y compromiso hacia los desafíos y oportunidades que representan los impactos que genera nuestro negocio a lo largo de la cadena de valor.



### Marcas conscientes

Nos enfocamos en las actividades de las primeras etapas de la cadena de valor, asociadas con los impactos de la extracción de materias primas, su procesamiento y la confección de productos finales, incluyendo el etiquetado y su comunicación.



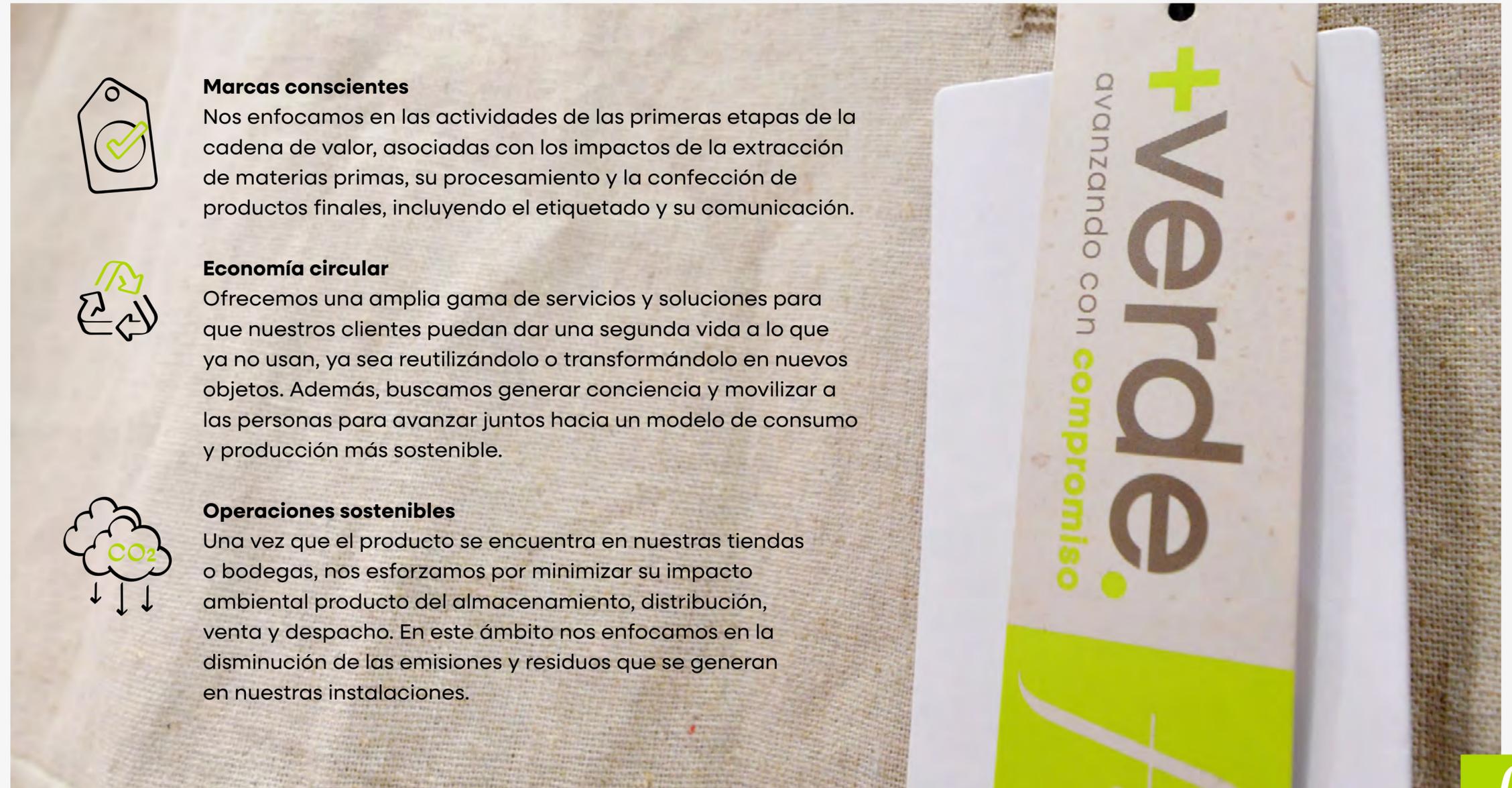
### Economía circular

Ofrecemos una amplia gama de servicios y soluciones para que nuestros clientes puedan dar una segunda vida a lo que ya no usan, ya sea reutilizándolo o transformándolo en nuevos objetos. Además, buscamos generar conciencia y movilizar a las personas para avanzar juntos hacia un modelo de consumo y producción más sostenible.



### Operaciones sostenibles

Una vez que el producto se encuentra en nuestras tiendas o bodegas, nos esforzamos por minimizar su impacto ambiental producto del almacenamiento, distribución, venta y despacho. En este ámbito nos enfocamos en la disminución de las emisiones y residuos que se generan en nuestras instalaciones.





# Marcas conscientes

CG-MR-410a.1 / CG-MR-410a.2 / 302-5

Diseñamos productos con atributos sostenibles, desde la elección de materias primas de origen renovable o reciclado, hasta el etiquetado. Desde 2021, en Falabella Retail, contamos con el programa +Verde, a través del cual se definieron “reglas de negocio” para distintas categorías. Esto significa que los productos de cada categoría, deben cumplir con ciertos requerimientos para ser considerados como productos con “atributos sostenibles”.

En 2023, de la mano de la facultad de diseño de la Universidad del Desarrollo en Chile, reformulamos las reglas de negocio de las categorías asociadas a la moda (vestuario, calzado y accesorios). En tanto, para la reformulación de las reglas en la categoría de mueblería y la creación de nuevas reglas para la categoría de electro, contamos con la asesoría de las consultoras Acción Circular y Proyecta Impacto. De la mano de estas organizaciones expertas, realizamos el análisis de ciclo de vida (desde la extracción de las materias primas y hasta que el

producto es descartado por el cliente). Este estudio nos permitió identificar cuáles son los puntos críticos y a partir de allí, definir los atributos sostenibles que permitan mitigar o minimizar la significatividad de los impactos.

Actualmente las reglas se aplican en las categorías de vestuario, calzado, accesorios y mueblería, siendo el impacto de la extracción de las materias primas uno de los puntos críticos más relevantes en todas las categorías de producto.

Para garantizar la veracidad de la información, nuestros proveedores someten su producción a certificaciones, realizadas por entes externos y autorizados. Además, desde Falabella contamos con procesos de verificación interna para asegurar la validez y veracidad de tales atributos de sostenibilidad de los productos.

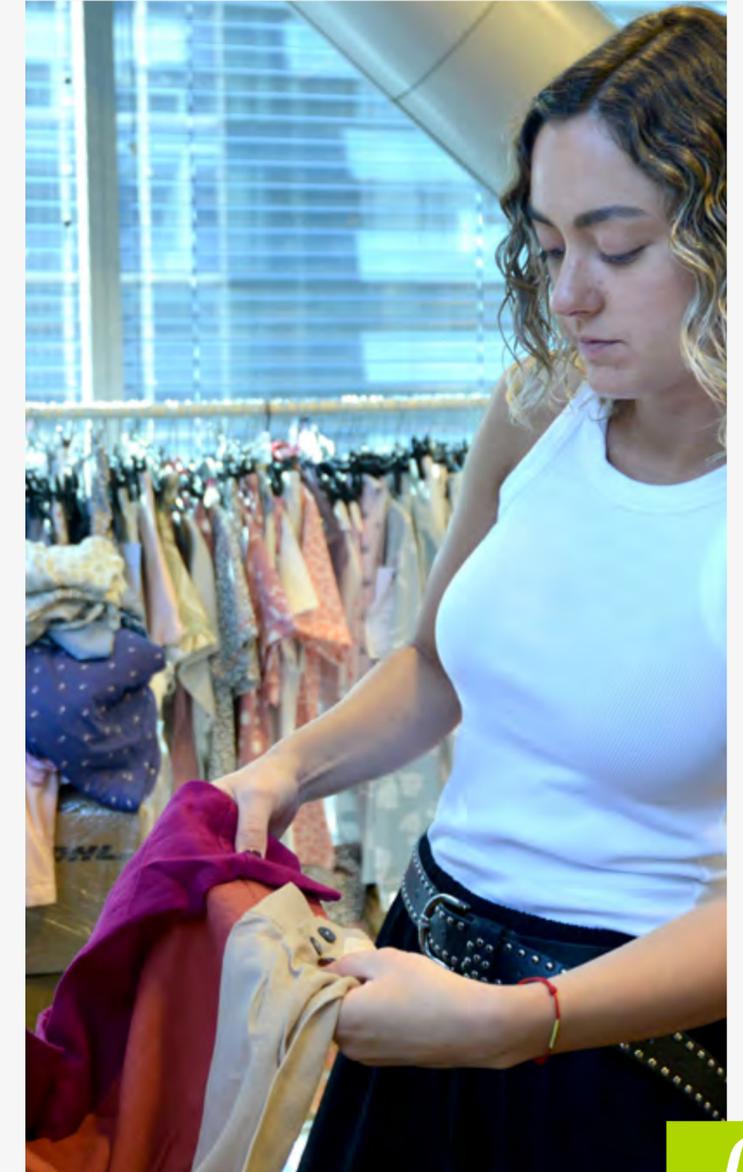
## → Reglas de negocios

### Categoría de vestuario, calzado y accesorios

Se toman en consideración los siguientes criterios:

#### 1. Origen de materialidad

Para poder afirmar que nuestros productos cuentan con un atributo sostenible, se definió que, en su composición, los artículos deben contar con un porcentaje mínimo de materias primas de origen renovable o reciclado. Por ejemplo, que provenga de otras materias primas recicladas o de fibras obtenidas a través de cultivos orgánicos, para el caso de las fibras vegetales. Los productos deben contener como mínimo un 50% de fibras de origen reciclado o renovable en su composición. En el caso de los productos de “denim” permitimos un 25% de este material, debido principalmente a que las fibras recicladas suelen ser más cortas, lo que afecta la calidad y suavidad de la prenda.





## 2. Certificación de terceros

El producto debe contar con un certificado válido emitido por una tercera parte, que respalde la trazabilidad del atributo sostenible.

## 3. Etiquetado o Comunicación

Se debe comunicar el atributo en el producto (etiqueta colgante y/o impresión en la prenda, en algunos casos) de acuerdo con los lineamientos entregados por el área de sostenibilidad.

## 4. Gestión de químicos

Definimos como meta avanzar en el control de los químicos que se utilizan en la fabricación de los productos que comercializamos, con el objetivo de asegurar la integridad física de todos aquellos que participan en la confección o de los consumidores que utilizan las prendas. En 2024 realizamos un levantamiento de línea de base de las fábricas con las que trabajamos y que cuentan con la certificación *Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)*.

A través de esta certificación, las empresas se comprometen a controlar y cumplir con porcentajes máximos de uso de sustancias químicas nocivas en la fabricación de calzados y vestuario, garantizando que los productos sean seguros para la salud humana y medioambiental. Nuestro objetivo es impulsar a que más fábricas puedan mejorar sus procesos, preferir insumos menos nocivos a través del programa ZDHC u otro similar.

## 5. Reciclabilidad

Uno de los desafíos de la industria del reciclaje textil es el reciclaje de hilo a hilo. Para este proceso, es recomendable la mono-materialidad, atributo que permite rescatar las materias primas de acuerdo con el tipo de fibra, considerando de forma aislada los dos grupos de componentes: telas e hilos y avíos (botones, cierres y otros). En este caso, se trata de una buena práctica para nuestros equipos de diseño y no una exigencia.

## 6. 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 a los equipos de diseño 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.
- **Atemporalidad:** se recomienda diseñar productos atemporales, que se mantengan relevantes y deseables por el usuario a lo largo del tiempo.



## Categoría mueblería

En la categoría de mueblería exigimos que los productos cuenten con materiales de origen reciclado o renovable y con las certificaciones que lo avalen. Dependiendo del tipo de material y la parte del mueble, se requiere la siguiente composición de material sostenible:

- Madera proveniente de fuentes gestionadas de forma sostenible: **100%**.
- Vidrio reciclado: más del **50%**.
- Tapizado (textil de origen reciclado o renovable): más del **50%**.

Además, recomendamos que los muebles sean desmontables para que puedan ser reparados fácilmente y prolongar así su vida útil.



## → Materialidades con atributos sostenibles y estándares internacionales

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

Las certificaciones que utilizamos corresponden a estándares internacionales que se encargan de trazar la cadena de suministro de las materias primas y asegurar el cumplimiento de criterios sociales y ambientales en su procesamiento, para corroborar que el atributo sostenible se mantiene desde el origen hasta la última etapa certificada. Las entidades encargadas de este proceso son terceras partes o casas auditoras autorizadas.

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

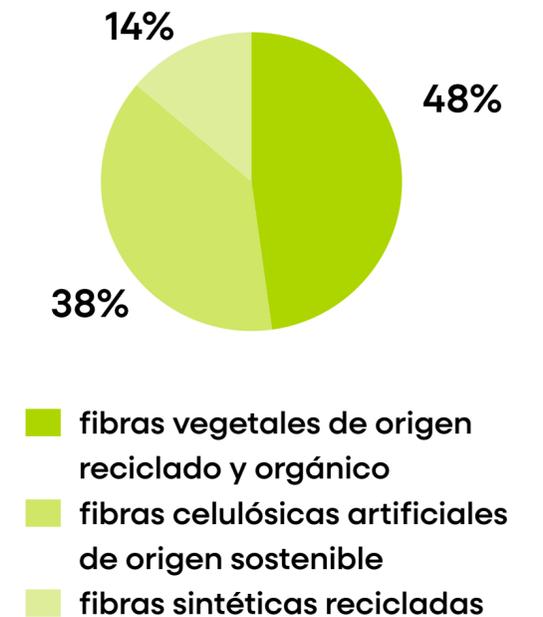
Las fábricas a cargo de la confección de los productos con este tipo de atributos, se abastecen con materias primas certificadas y deben proporcionarnos los certificados de respaldo para garantizar el atributo de sostenibilidad (certificado de alcance y certificado de transacción).

Contamos con equipos a cargo de la verificación de estos certificados para asegurar su veracidad y la completitud de la información, para respaldar el atributo del producto.

Las materias primas y certificaciones que utilizamos para respaldar la comunicación de atributos sostenibles son los siguientes:

Tipo de material	MATERIALIDAD	CERTIFICACIÓN
<b>Vegetales</b>	Algodón orgánico, Algodón Reciclado, Lino, Madera	GOTS y OCS, GRS y RCS European Flax, FSC
<b>Celulosa artificial</b>	Fibras celulósicas certificadas: Viscose/Lyocell/ Modal	Lenzing
<b>Sintéticos</b>	Poliéster reciclado, Poliamida reciclada, Nailon reciclado	GRS, RCS y Repreve GRS y RCS GRS y RCS

MATERIAS PRIMAS DE ORIGEN SOSTENIBLE UTILIZADAS EN 2024



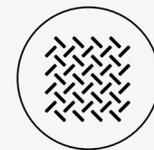
ALGODÓN ORGÁNICO



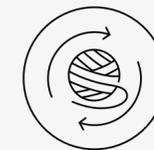
ALGODÓN REICLADO



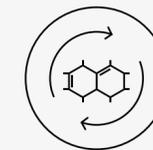
POLIÉSTER REICLADO



LINO CERTIFICADO



ACRÍLICO REICLADO



POLIAMIDA REICLADA



FIBRAS CELULÓSICAS





## → Marcas Conscientes en 2024

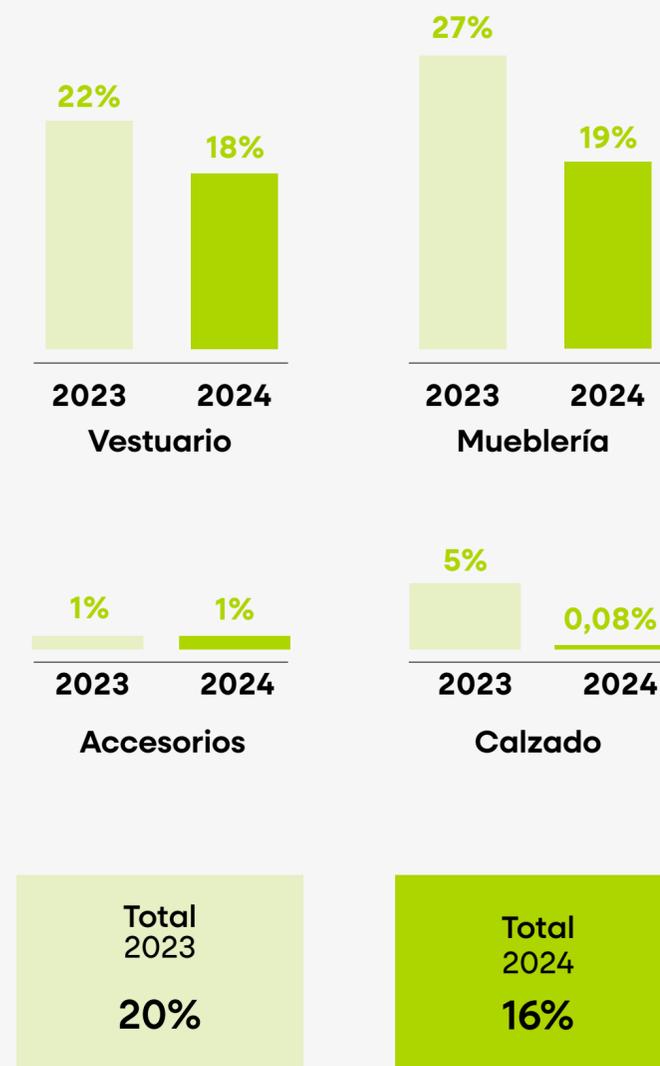
El 19% de las unidades vendidas en las categorías vestuario, calzado, accesorios y mueblería\* correspondió a productos +Verde. Nuestra meta al 2030 es lograr que el 30% de las unidades vendidas tengan algún atributo sostenible.

El 16% de la venta neta correspondió a productos +Verde. La baja respecto al año anterior refiere a una menor oferta de productos con atributos sostenibles, producto del incremento en el costo de las materias primas y a la escasez de opciones que cumplan con los requerimientos y que sean económicamente viables para nuestros consumidores. Estamos trabajando de la mano de nuestros proveedores para mejorar y optimizar nuestros procesos de compras, con el fin de entregarles a nuestros clientes una oferta más variada de productos con este tipo de materiales.

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

\* Categorías con reglas de negocio vigentes

% Ventas + Verde (en USD)





## → Etiquetado responsable

El “Manual de etiquetas”, establece los lineamientos a tomar en cuenta por parte de los equipos de diseño y de los proveedores. A través de este documento se busca:

- Reducir al máximo el número de etiquetas por producto. En 2024 trabajamos en la unificación de las etiquetas con el atributo +Verde. Asimismo, se realizaron mejoras a los contenidos y se unificó la información, con el propósito de hacer más clara y transparente los datos para el consumidor.
- Estandarizar la información y los aspectos técnicos de la información sobre atributos sostenibles con el objetivo de entregar información clara y transparente a nuestros clientes.
- Facilitar y orientar el proceso de compra de los clientes, entregando información clara y legible.
- Facilitar el proceso de inventario de los productos, gracias a la tecnología RFID (Identificación por Radiofrecuencia).
- Asegurarnos de que la materialidad de las etiquetas está certificada por FSC (Forest Stewardship Council).





# Economía Circular

306-1 / 306-2

Desde Falabella, promovemos e impulsamos la gestión de los productos que nuestros clientes ya no utilizan, con el fin de reinsertarlos en el mercado y alargar su vida útil. Para lograrlo, ponemos a disposición una variedad de servicios que facilitan prolongar la vida útil de estos productos, no solo mediante el reciclaje, sino también a través de su reparación y reutilización, evitando que terminen siendo desechados.

Un producto en buen estado, puede también perder el valor simbólico o la utilidad para una persona pero puede tener un valor agregado para otra; por ello, ofrecemos servicios de venta de artículos usados, (tales como computadores o celulares), de intercambio (por ejemplo de ropa y carteras) o de personalización, para que puedan volver a valorizar sus prendas, calzado y accesorios. Finalmente, existen productos a los que difícilmente se les puede dar un segundo dueño o repararlo, y para ello contamos con diversos servicios de reciclaje, en algunos casos gratuitos y en otros, de pago.

A las jornadas de reparación que implementamos desde 2023, sumamos este año la categoría de electrodomésticos, en donde nuestros clientes repararon sus secadoras de pelo, hervidoras, planchas y otros.

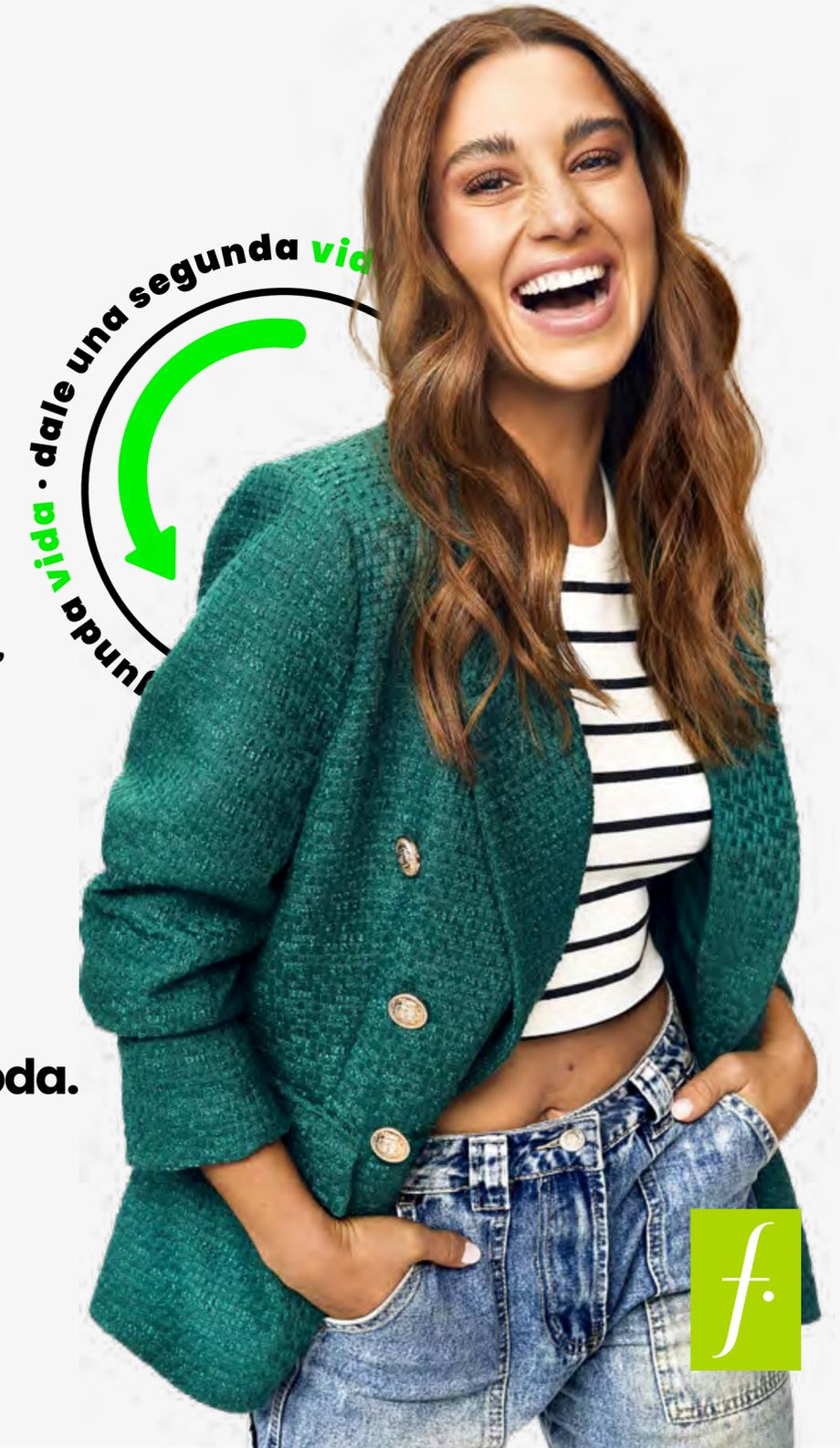
Para construir este ecosistema circular trabajamos en colaboración con fundaciones, empresas y ONGs expertas y en Chile somos parte del APL Textil desde 2023. Además, en 2024 compartimos información y participamos de la Consulta Ciudadana del Anteproyecto de la Estrategia de Economía Circular para textiles.

Nuestro desafío en 2025 es ampliar el alcance geográfico de estos servicios, mejorar la experiencia de nuestros clientes, avanzar en la concientización de los hábitos de consumo responsable y seguir colaborando con las organizaciones que se quieran sumar a la misión de aportar a la construcción de un futuro más sostenible y circular.

## → “Segunda Vida a la moda”

Es nuestro ecosistema de servicios de moda circular, presente en Chile, Perú y Colombia, a través del cual entregamos a nuestros clientes experiencias para que puedan extender la vida útil del vestuario, calzado y accesorios que no utilizan.

Las opciones consideran: **reparar, renovar, intercambiar, reciclar, donar o comprar productos de segunda mano.**



Segunda vida a (la) moda.



## Resultado de iniciativas a nivel regional en 2024



### Taller F

Renovación, reparación, personalización y limpieza.

Entregamos servicios con técnicas como estampado, bordado, aplicación de tachas, parches, brillos y más, con la asesoría de expertos. Además, ofrecen servicios de limpieza de zapatillas, limpieza de cueros y eliminación de motas en tejidos\*.

18

Taller F

66.372

prendas intervenidas

Lanzamiento de  
“Taller F Móvil”  
en Chile.



\* [https://www.falabella.com/falabella-cl/page/taller-f-falabella?mkid=LAN\\_M1\\_TAL\\_571](https://www.falabella.com/falabella-cl/page/taller-f-falabella?mkid=LAN_M1_TAL_571)





## Feria Trueque

### Intercambio de vestuario y accesorios

Iniciativa gratuita donde los participantes llevan ropa en desuso y en buen estado. A las prendas recibidas se les asigna un puntaje, de acuerdo a su materialidad, marca y categoría. Los participantes reciben estos puntos para canjearlos por las prendas que seleccionen dentro de la feria. Además, la ropa que no es intercambiada en las Ferias de Trueque es donada a Fundación Soymás.\*



Ver video

\* <https://www.falabella.com/falabella-cl/page/mas-verde>

13  
ferias Trueque

7.718  
participantes

33.314  
prendas recibidas

26.178  
prendas intercambiadas

1  
feria Trueque permanente en Chile



## Reciclaje de Ropa

### Reciclaje y donación de vestuario

Contamos con contenedores para el reciclaje de ropa y otros textiles.

En Chile, la ropa en buen estado es enviada a una lavandería y posteriormente donada a Fundación Soymás; y la ropa y otros productos textiles en mal estado son reciclados por Rembre.



Contenedores de reciclaje textil  
73  
tiendas

72%  
de tiendas con contenedores

38,2 t  
recolectados en nuestras tiendas.

12,4  
toneladas de ropa donada

25,8  
toneladas de ropa reciclada





second.  
market

VA VESTUÁ

market  
PEOPLE  
LUJO ACCESIBLE

## Compra de Segunda mano

Alianza donde promovemos la venta de prendas de segunda mano a través de espacios físicos en nuestras tiendas. La oferta incluye las categorías de vestuario mujer, hombre e infantil, accesorios y decoración de segunda mano, curadas por marcas expertas.

5

tiendas en Chile a través de  
Vestuá y Market People

26.178

prendas vendidas

El Atelier.  
-COSTURAS-

## Renovación de vestuario con el Atelier

En este espacio los clientes pueden acceder a servicios de reparación, transformación y costura de todo tipo de textiles. Asimismo, cuenta con servicios de arreglos express para el cambio de cierres, botones, zurcido y bastas\*\*.

1 tienda en  
Chile renovó  
**3.143**  
prendas



Chic Dress  
-PROJECT-

## Arriendo de vestuario, calzado y accesorios

En Chile y de la mano de Chic Dress se ofrece un servicio de arriendo de vestidos, kimonos, zapatos y accesorios para eventos especiales.

En Perú se ofreció el servicio de alquiler de las marcas de Nefertari, El Armario y Traversina\*.

2

tiendas

1.286

servicios contratados

\* [https://agendador.falabella.com/mas/service-detail/prod6744321?mkid=LAN\\_M4\\_ARR\\_574](https://agendador.falabella.com/mas/service-detail/prod6744321?mkid=LAN_M4_ARR_574)

\*\* <https://agendador.falabella.com/mas/service-detail/prod3433956>



## reciclaje de zapatillas

Transforma.

### Reciclaje de calzado

En Chile y en Perú se desplegó un piloto de reciclaje de calzado de 7 y 10 días respectivamente, en 14 tiendas. Los clientes llevaron sus zapatillas en desuso y recibieron un cupón de 30% de descuento para la compra de nuevas zapatillas.\*

En Chile, se realizó una alianza con Naturalplas quienes se hicieron cargo del reciclaje del calzado para ser utilizado en la fabricación de productos de hormigón. En Perú, la alianza se firmó con Ambipar quienes se hicieron cargo de la valorización del calzado recolectado convirtiéndolo en ecoladrillos.

Presencia en **14** tiendas

Recolección de **15,8** toneladas



 Ver video

\* [https://www.instagram.com/reel/C\\_tz71HyiIM/?mkid=LAN\\_M3\\_SEG\\_573&igsh=MWlidmlyM2czenN5OA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/C_tz71HyiIM/?mkid=LAN_M3_SEG_573&igsh=MWlidmlyM2czenN5OA%3D%3D)

\*\*[https://www.instagram.com/reel/C-8p1SwxBFI/?mkid=LAN\\_M2\\_SNE\\_572&igsh=MThwYWE1dHZmOXpuMQ%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/C-8p1SwxBFI/?mkid=LAN_M2_SNE_572&igsh=MThwYWE1dHZmOXpuMQ%3D%3D)

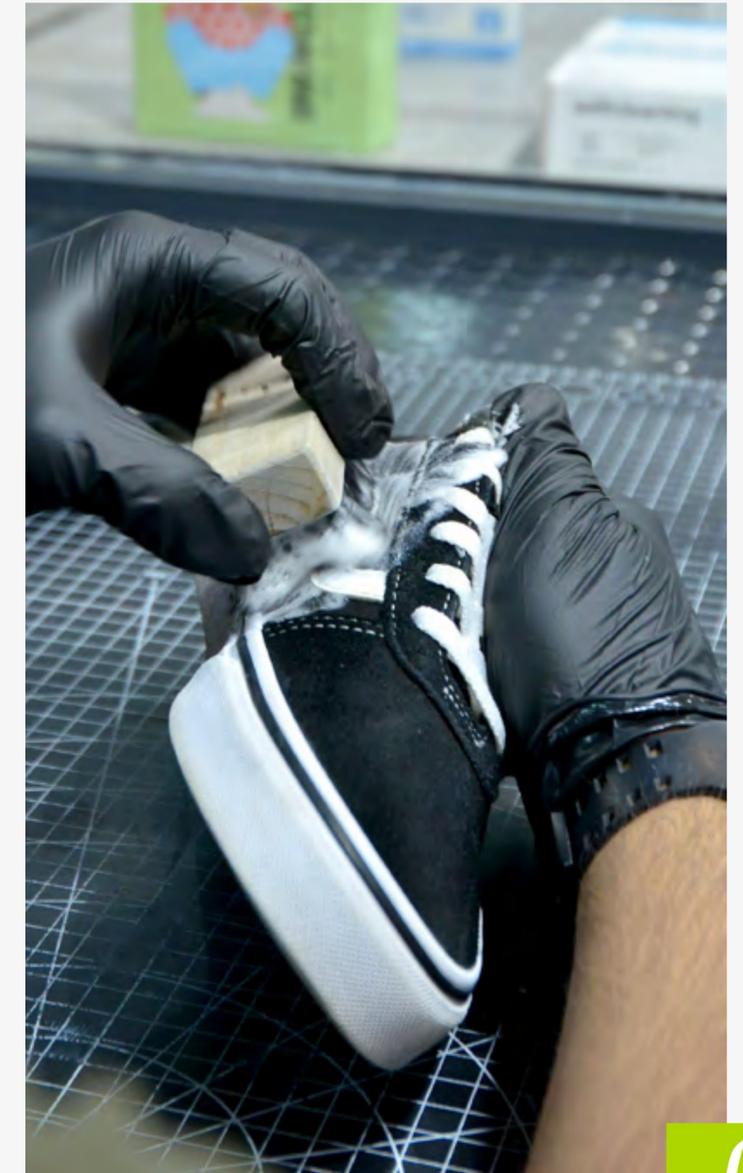


### Limpieza de zapatillas con Sneak Clean

A partir de una alianza con Sneak Clean firmada en Chile en julio de 2024, ofrecemos el servicio de segunda vida a las zapatillas a partir de servicios como la lavandería profunda y express y la restauración de colores y de horma\*\*.

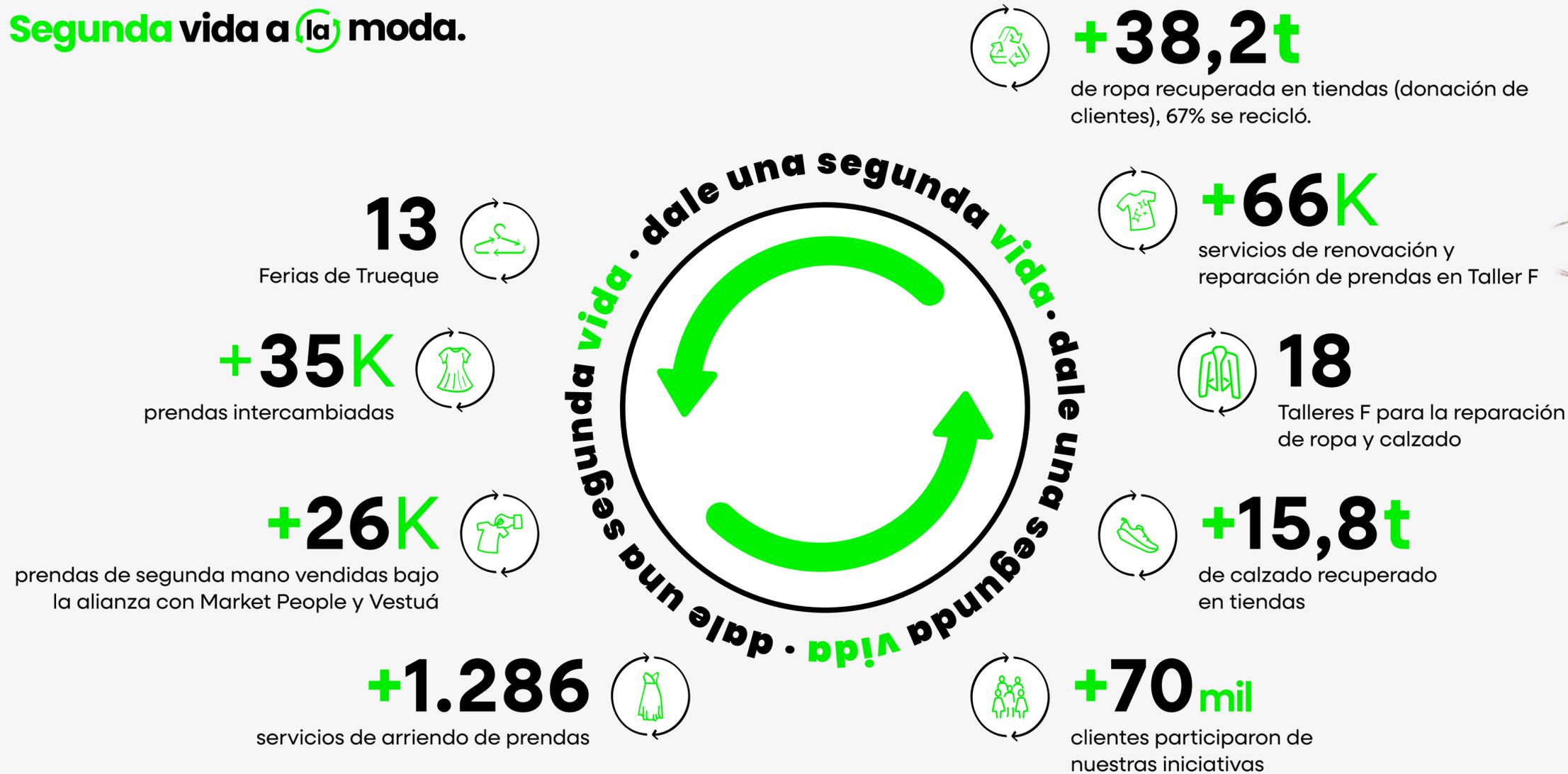
**1**  
tienda

**924**  
servicios realizados



## Resultados regionales 2024

### Segunda vida a la moda.



feria.  
trueque

reciclaje  
de ropa.

second.  
market

reciclaje de  
zapatillas

taller.f

Atelier  
market  
PEOPLE

VESTUÁ

Chic Dress  
PROJECT

SNEAK  
CLEAN

soy más  
rembre  
FUNDACION



## → Segunda vida en otras categorías

### Trade In Tecnología

En octubre, en Chile y junto a la empresa Reuse, se relanzó Exchange\*, iniciativa que permite a los clientes vender sus equipos tecnológicos antiguos (tablets, computadores, smartwatch y celulares). Los equipos son evaluados por expertos (según su estado, marca y categoría) para asignar el monto que recibirá el cliente a través de una gift card, que puede ser canjeada en cualquier departamento de las tiendas Falabella o falabella.com.

Reuse es la encargada de reacondicionar estos equipos y venderlos para darles una segunda vida.

Con el mismo objetivo, se implementó la campaña Cámbialo\*\* en Perú, donde la empresa Reuse también se hace cargo del reacondicionamiento de celulares. En tanto, en Colombia, la iniciativa fue denominada Cambiatón\*\*\* y está a cargo de la empresa Refurbi.

Presente en  
**40**  
tiendas

**6.608**  
dispositivos tecnológicos  
reacondicionados



\* [https://www.falabella.com/falabella-cl/page/exchange?mkid=LA\\_B5\\_VER\\_4479](https://www.falabella.com/falabella-cl/page/exchange?mkid=LA_B5_VER_4479)  
\*\* <https://www.falabella.com.pe/falabella-pe/page/cambialo>  
\*\*\* <https://www.falabella.com.co/falabella-co/page/cambiaton-falabella>





## Servicios de retiro y reciclaje de electrodomésticos y muebles

Al momento de comprar electrodomésticos o muebles, los clientes pueden contratar en falabella.com o en nuestras tiendas, el servicio de retiro y reciclaje de un producto antiguo homólogo a su producto nuevo. Este servicio es ofrecido en cuatro regiones de Chile\*.

**2.606**

servicios realizados

**66,3**

toneladas de electrodomésticos y muebles reciclados



## Reparación de electrodomésticos, vestuario, calzado y accesorios

Alianza con Reparalab para brindar gratuitamente servicios de reparación para los productos de nuestros clientes.

**8**

jornadas de reparación

**380**

productos recibidos



\* [https://www.falabella.com/falabella-cl/page/servicios-falabella?mkid=LA\\_B6\\_VER\\_4479](https://www.falabella.com/falabella-cl/page/servicios-falabella?mkid=LA_B6_VER_4479)





## Campañas de reciclaje en tiendas

En conjunto con Samsung se desplegó la campaña de reciclaje de línea blanca en Chile “Reciclaje Samsung a \$1 peso” que entregó un servicio gratuito de reciclaje a domicilio por la compra de nuevos productos de línea blanca (Refrigeración, Lavado y Cocina). La campaña duró dos semanas.

**101** productos de línea blanca reciclados



Se entregaron cupones de descuento para la compra de nuevas impresoras Epson a clientes que reciclaron equipos antiguos, sin importar la marca. La compra de nuevas impresoras Epson, a clientes que entregaron impresoras antiguas de

cualquier marca, para su reciclaje de impresoras. La campaña se realizó en alianza con Epson.

En Perú se desarrollaron dos reciclación, activaciones desarrolladas para el reciclaje de residuos electrónicos.

Presente en  
**4**  
tiendas

Duración de  
**2**  
semanas



**54**  
impresoras recicladas



**43 kg**  
de residuos electrónicos  
recolectados



## Reciclaje de colchones

A través de la campaña “Green Friday de CIC junto a Falabella” se brindó un servicio complementario de reciclaje de camas y colchones de forma gratuita, para todas aquellas compras de camas o colchones de la marca “CIC” que sean realizadas a través de falabella.com y vendidos por Falabella, en cuatro regiones de Chile.

**254**  
camas y colchones  
reciclados





## → Acuerdo de Producción Limpia (APL) textil

En noviembre de 2023 se dio inicio al Acuerdo de Producción Limpia “Economía Circular en prendas de vestir de primera mano” que tiene una duración de dos años. Este acuerdo reúne a 13 empresas asociadas a la Cámara de Diseño Sustentable, gremio del cual Falabella forma parte desde sus inicios como empresa socia. Además el APL cuenta con la participación del Ministerio del Medio Ambiente y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático.

El objetivo del APL es avanzar en acciones que faciliten la futura incorporación de los residuos textiles en los esquemas de responsabilidad extendida del productor (más conocido como REP), y en la incorporación de prácticas de economía circular en la industria textil a lo largo de toda su cadena de valor. En 2024 se avanzó en las siguientes acciones:

1. Se generó un reporte de aduanas sobre códigos arancelarios de importaciones textiles.
2. Se elaboró una guía técnica de categorías y metodología de cálculo de cantidad de prendas puestas en el mercado.
3. Se desarrollaron dos campañas de recolección y valorización de textiles en Santiago y Puerto Montt.
4. Se elaboró la primera estimación de la cantidad de prendas de primera mano que comercializa Falabella por año.
5. Se confeccionó un diagnóstico sobre la realidad de la gestión de residuos textiles post-consumo.
6. Se creó la marca INNOVATEXIL como el nombre de un futuro Sistema de Gestión de recuperación y valorización de textiles, liderado por la Cámara de Diseño Sustentable.

7. Se realizaron acciones de difusión y comunicación interna respecto a la importancia de dar prioridad a los textiles como un residuo crítico de ser gestionado con un foco de economía circular.

La participación temprana en estos acuerdos permite trabajar no solo aspectos técnicos respecto a los desafíos y la realidad de la gestión de residuos textiles en Chile, sino que también sirve para crear instancias de diálogo dentro de la industria que permiten un accionar público-privado virtuoso y coherente. En el caso de Falabella, se destacaron las distintas iniciativas para disminuir y aumentar la vida de los textiles de sus clientes, así como las acciones para facilitar la recolección de textiles fuera de uso.

Para 2025 se espera poder avanzar a través de campañas de recolección y valorización de textiles, de estimaciones de metas de valorización, y de sensibilización a los integrantes de la cadena de valor.





## → +Verde talks

Con el objetivo de sensibilizar a la sociedad en acciones cotidianas que se pueden implementar en favor del cuidado ambiental, lanzamos +Verde Talks, cápsulas audiovisuales que en 2024, se asociaron a los servicios de moda circular que tiene Falabella disponible para sus clientes. A través de un ciclo de tres charlas y de la mano de 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 puede ver, revivir y compartir a través de las cuentas de YouTube y LinkedIn de Falabella Retail. En 2024, se lograron los siguientes resultados:

**+ 13 millones**  
de visualizaciones en Instagram.

**+ 8 millones**  
de visualizaciones en Youtube.

**+ 9 millones**  
de visualizaciones en TikTok.



### Cápsula 1: Transformar y personalizar la ropa - Taller F

En esta cápsula nos acompañó la creadora de contenido de diseño de moda, Celine Schumann, quien hizo un tutorial de cómo transformar un pantalón en falda en simples pasos. Además se incorporaron consejos para personalizar las prendas.



Ver video



### Cápsula 2: Upcycling y reciclaje - Taller F

Cápsula a cargo de Cris Miranda, un diseñador y un académico destacado en el mundo de la moda circular que mostraron cómo funciona la técnica del upcycling. Se diseñó y confeccionó un Kimono a partir de retazos de tela y se destacó la importancia del reciclaje textil.



Ver video



### Cápsula 3: Cómo tener un closet más sustentable - Feria Trueque y Market People

Ale Cuevas es una diseñadora gráfica y comunicadora en el mundo de sostenibilidad. En esta cápsula dio consejos para mantener un clóset con la ropa que realmente necesitamos y utilizamos, y enseñó a elegir prendas de acuerdo con tipos de materialidad, tipos de prenda, colores, etc.



Ver video





# Operaciones sostenibles

CG-EC-410a.1

La Política Ambiental y de Cambio Climático (aplicable a colaboradores y proveedores), los protocolos específicos y el Programa Ambiental son la base de nuestro sistema de gestión ambiental. Dicho sistema fue diseñado contemplando los estándares de la norma ISO 14001 y la matriz de riesgos ambientales. Es una herramienta fundamental para dar cabal cumplimiento a las exigencias normativas.

En 2024, en Chile, la matriz de riesgos ambientales se actualizó de acuerdo con los lineamientos de la Ley Marco de Cambio Climático (Ley 21.455). Paralelamente se incorporaron las actividades de falabella.com al sistema de gestión.

## → Cambio Climático

305-1/ 305-2/305-3/305-5

Desde 2023, Grupo Falabella se comprometió con la meta de ser “Cero Neto al año 2035” en alcances 1 y 2 a nivel regional (alineado con el Greenhouse Gas Protocol (GHG))\* y, con dicho horizonte, estamos trabajando.

En concreto, esto significa:

- Al 2030 reducir en un 65% las emisiones en los alcances 1 y 2 (en comparación con 2021) en suma total de todos los negocios del grupo.
- Ser Net Zero al 2035 (alcances 1 y 2) a nivel consolidado.

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

Como Grupo, en 2024, publicamos nuestro primer Reporte Climático, donde damos cuenta de nuestros compromisos, progreso y visión frente a los desafíos que abordamos.

**Ver [Reporte Climático](#)**



\* Alineada con los criterios de Science Based Targets Initiative para limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C, para Alcances 1 y 2.





## → Huella de Carbono

Hitos en la huella de Carbono de Falabella Retail - 2024

### Chile

Obtuvimos el reconocimiento del Ministerio de Medio Ambiente, a 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.

Internamente se dio inicio a un proyecto de levantamiento de potenciales iniciativas en tienda que pudieran generar eficiencias a partir del cambio de equipamiento de climatización.

falabella.com obtuvo el reconocimiento del Ministerio de Medio Ambiente por la cuantificación, y compensación de las emisiones del evento “Everything Machine”.

Comenzamos a evaluar el potencial de incluir nuevas tiendas en los acuerdos de abastecimiento a partir de energía renovable.

### Perú

Participamos en la “Plataforma Huella de Carbono Perú” administrada por el Ministerio del Ambiente (MINAM), obteniendo el tercer nivel de reconocimiento (3° estrella) por la reducción de emisiones.

### Colombia

Por sexto año consecutivo el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) certificó a Falabella 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.





La medición de la huella de carbono 2024 fue verificada por GeoInvest en marzo de 2025 e incorpora las emisiones de la actividad de falabella.com.

La huella de carbono total se redujo en 5% respecto del año anterior, principalmente por una reducción en el alcance 3 de nuestras emisiones en Chile.

En el caso de Colombia, se generaron mayores emisiones debido a episodios de fuga de refrigerante que se presentaron durante el año en ciertos equipos de climatización de tiendas.

## Huella de carbono Falabella Retail (en tonCO<sub>2</sub>eq)

	Alcance 1		Alcance 2		Alcance 3		Emisiones totales	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
<b>CHILE</b>	2.284	2.974	6.813	6.674	1.757.088	1.566.459	<b>1.766.185</b>	<b>1.576.108</b>
<b>PERÚ</b>	5.204	10.786	4.969	4.437	675.171	715.910	<b>685.344</b>	<b>731.133</b>
<b>COLOMBIA</b>	585	667	-	-	432.109	444.610	<b>432.694</b>	<b>445.277</b>
<b>REGIONAL</b>	8.073	14.427	11.782	11.111	2.864.368	2.726.979	<b>2.884.223</b>	<b>2.752.493</b>

### Alcance 1

#### Emisiones Directas

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

### Alcance 2

#### Emisiones Indirectas

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

### Alcance 3

#### Otras emisiones

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.





## → Consumo de energía

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

### Sistema de Gestión de Energía

El Sistema de Gestión de Energía (SGE) fue implementado en todas las instalaciones de Chile con el fin de optimizar nuestro desempeño energético. En 2024 se desarrolló un proceso de planificación energética de manera de identificar las principales fuentes de consumo, se implementaron medidas para tener control de manera centralizada y se incorporaron nuevos equipamientos, con menos nivel de consumo.

Durante este periodo el equipo a cargo dio los primeros pasos para lograr la certificación en periodo 2025-2026, de acuerdo con la norma ISO 50001. Asimismo, se realizaron auditorías energéticas, con el objetivo de identificar patrones de consumo de energía y oportunidades de mejora, y desarrollar a partir de ello, planes de acción.

Con miras a fortalecer la cultura de eficiencia energética en nuestras operaciones se dictaron capacitaciones presenciales y en línea a los distintos equipos y se incorporaron aspectos de uso eficiente de la energía en las inducciones de nuevos colaboradores.

### Política Energética

A nivel de Grupo Falabella, contamos con una nueva Política Energética, que tiene por objetivo establecer los principios generales que deben guiar el comportamiento de nuestro ecosistema y nuestros colaboradores para impulsar una cultura de eficiencia energética, con el fin de reducir progresivamente las emisiones directas por uso de combustibles fósiles e indirectas por uso de energía eléctrica.

INTENSIDAD ENERGÉTICA	2024
GWh ERNC	0,000111
GWh ENERGÍA CONVENCIONAL	0,000032
<b>GWh TOTAL</b>	<b>0,000143</b>





En nuestra hoja de ruta para reducir la huella de carbono y contribuir a la descarbonización de la matriz energética a nivel regional, contamos con acuerdos de compraventa con proveedores que suministran electricidad certificada y trazable de fuentes renovables a nuestras instalaciones.

En Chile, el acuerdo de suministro firmado con Enel nos permitió cubrir el 76% de nuestro consumo con energías renovables, mientras que, en Perú el contrato con Statkraft nos permitió abastecer el 65% de nuestro consumo total con energía procedente de fuentes renovables.

En Colombia, que abastece sus instalaciones en un 100% de energía renovable, se incrementó el consumo de energía debido a la apertura del nuevo centro de distribución.

A nivel consolidado el consumo de energía total disminuyó en 4% y el consumo de energía de fuentes renovables un 3%. La baja se explica principalmente por el cierre de tiendas en Perú y Chile.

### Consumo de energía eléctrica (en GWh)

	Electricidad Convencional (red)		Energía renovable*		Total Consumo de energía		% Energía renovable		Total tiendas con ERNC**	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
CHILE	18,7	20,1	68,8	64,6	87,5	84,7	79%	76%	30	35
PERÚ	26,2	24,3	49,5	46,0	75,7	70,3	65%	65%	26	24
COLOMBIA	0	0	39,2	41,2	39,2	41,2	100%	100%	18	26
<b>TOTAL</b>	<b>44,9</b>	<b>44,4</b>	<b>157,5</b>	<b>151,8</b>	<b>202,4</b>	<b>196,2</b>	<b>78%</b>	<b>77%</b>	<b>74</b>	<b>85</b>

\* ERNC: Energía Renovable No Convencional – 100% certificada como renovable.

\*\* Los consumos de energía reportados corresponden a todas las tiendas y Centros de distribución de cada país. Se excluyen los "Stand Alone".





## → Infraestructura

La minimización de los impactos ambientales es un factor relevante en el diseño y construcción de nuestras tiendas y centros de distribución. Ejemplo de ello fue la inauguración en 2024 del nuevo centro logístico en Cota, Colombia, diseñado bajo los más altos estándares medioambientales, obteniendo la certificación LEED para su bodega y en proceso de certificación para su centro administrativo. En la misma locación se están implementando paneles solares para apoyar el consumo energético.

Por su parte, 40 tiendas de Chile, Perú y Colombia contaban con la certificación LEED® (Liderazgo en Energía y Diseño Medioambiental), acreditación que busca mejorar la forma de diseñar y construir nuestras tiendas reduciendo los impactos ambientales y creando espacios más saludables y seguros. Este programa, basado en estándares rigurosos y verificado por terceros, garantiza un desempeño ambiental

superior y refuerza nuestro compromiso con la sostenibilidad y la excelencia desde la construcción de nuestras instalaciones.

En Chile, desde 2022 y de la mano de Chile Green Building Council desarrollamos el Sello +Verde, un sistema integral de evaluación del desempeño ambiental, económico y social aplicable a cada una de nuestras tiendas. Desde 2023, todas las tiendas del país cuentan con el sello.

## → Agua

CG-EC-130a.2

A continuación, se indica el consumo hídrico de las instalaciones de Falabella Retail Chile.



### Consumo de agua (en miles de m<sup>3</sup>)\*

2021	2022	2023	2024
240	211	208	196

\* Se estiman los meses sin información (por ejemplo, datos de diciembre no facturados a la fecha).





## → Residuos de la operación

306-1 / 306-2 / 306-3/ 306-4 / 306-5

Producto de nuestras actividades en tiendas y centros de distribución se generan residuos, tanto peligrosos como no peligrosos.

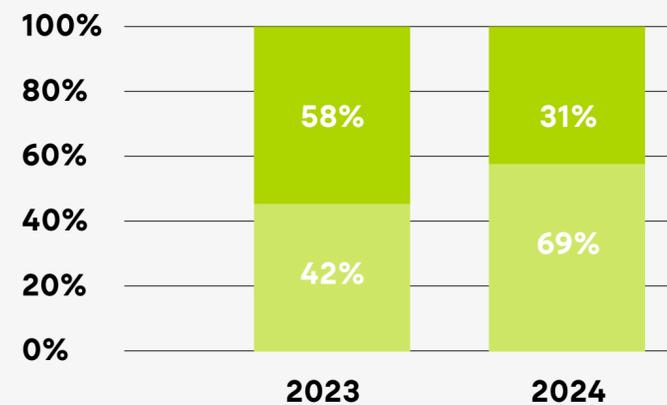
### Residuos peligrosos

Los residuos peligrosos son todos aquellos que tienen alguna característica de potencial daño para las personas y el medioambiente. De esta manera, en nuestras tiendas, se producen algunos residuos que definimos como peligrosos tales como: tubos fluorescentes, restos de pintura, solventes, aparatos eléctricos y electrónicos dañados, entre otros. Para este tipo de residuos, y de acuerdo con la normativa de cada país, contamos con gestores autorizados que realizan las tareas de recolección, almacenamiento, transporte y disposición final en depósitos de seguridad, todo lo cual, se realiza de acuerdo con la normativa vigente en cada país.

Falabella Colombia desarrolló diversos proyectos que le permitieron, de la mano de proveedores, aprovechar ciertos residuos peligrosos y valorizarlos tanto para aprovechamiento energético como para reciclaje.

Se logró incrementar el porcentaje de residuos peligrosos valorizados a nivel regional, desde un 42% en 2023 al 69% en 2024, y disminuir por tanto, los residuos enviados a depósitos de seguridad.

### Residuos peligrosos generados - por destino



■ Valorizados  
■ Destinados a eliminación

\* Corrección de datos publicados en Reporte Sostenibilidad 2023.

### Residuos peligrosos generados (en toneladas)

	Destinados a eliminación		Valorizados		Total de residuos peligrosos generados	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
CHILE	60,30	59,02	5,20	-	65,50	59,02
PERÚ	40,40*	7,97	97,26*	114,25	137,66*	122,22
COLOMBIA	40,40	0,94	40,8*	34,70	137,70	35,64
TOTAL	141,10*	67,93	143,26	148,95	340,86*	216,88





### Residuos no peligrosos

Los principales residuos no peligrosos generados en nuestras tiendas y centros de distribución son papeles, cartones, maderas, plásticos, vidrios y textiles. En cada uno de los países, contamos con estrategias y procedimientos para maximizar su valorización.

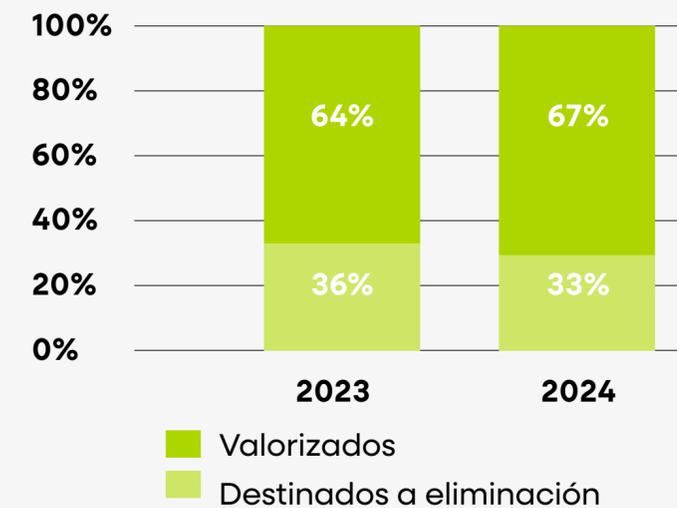
Iniciativas para la valorización y reducción de residuos no peligrosos en los centros de distribución:

- Para la protección de productos, se reemplazó el rollo burbuja y el papel Kraft por cartón trozado con troqueladora, material que es obtenido de cajas en desuso. Esta iniciativa permitió evitar el consumo de 0,6 toneladas de rollo burbuja y papel Kraft.
- En el transporte de vestuario, se utilizan carros especiales. En este proceso se reemplazaron los films plásticos utilizados por amarras del mismo material, evitando el consumo de 4,8 toneladas de film (se consumieron aproximadamente 0,06 toneladas de amarras).

En 2024, se produjo un incremento de 8% en el total de residuos no peligrosos generados. En Colombia, esta tendencia se explica principalmente por el incremento en la actividad comercial, el cierre de dos instalaciones y la apertura del nuevo centro de distribución.

Sin embargo, en los tres países donde operamos se incrementó la tasa de valorización y a nivel consolidado se alcanzó una tasa de 67%, es decir, 3 puntos porcentuales más que el año anterior.

### Residuos no peligrosos - por destino



### Residuos no peligrosos generados (en toneladas)

	Destinados a eliminación		Valorizados		Total de residuos no peligrosos generados	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
CHILE	3.277	3.372	4.796	4.999	8.073	8.371
PERÚ	719	646	1.346	1.392	2.065	2.038
COLOMBIA	214	232	1.489	2.165	1.703	2.397
TOTAL	4.210	4.250	7.631	8.556	11.841	12.806

#### Tipo de residuos no peligrosos generados - 2024





### Aplicación de la Ley REP (Chile)

Falabella Retail Chile es socio fundador del sistema de gestión Resimple desde 2022. Desde entonces gestionamos el cumplimiento de nuestras obligaciones normativas de la Ley REP, a través de ellos.

### Certificación Basura Cero

Durante 2024, Falabella Retail Colombia recibió la certificación “Basura Cero” categoría “Oro”, acreditando que su sistema de gestión de residuos cumple los más altos estándares de economía circular, implementando iniciativas de reciclaje, reutilización, reducción, remanufactura y reparación.

Esta certificación es otorgada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) y reconocida por la entidad Global Zero Waste, y considera un alcance al 100% de las tiendas y al centro de distribución.





## → Packaging

CG-MR-410a.3 / CG-EC-410a.2

El objetivo de nuestra estrategia de packaging es la reducción, reutilización y reciclaje de los empaques. Por ello, seguimos trabajando en dos líneas: materialidad y eficiencia de empaque. En este sentido, la principal iniciativa implementada en 2024 fue el diseño, implementación y difusión del manual de buenas prácticas ambientales, aplicable a nivel regional.

Se trata de un documento que busca entregar herramientas que permitan diseñar y seleccionar los envases y embalajes (E&E) más sostenibles. En el manual se comparten también buenas prácticas ambientales, de cara a las normativas de responsabilidad extendida del productor para Chile, Perú y Colombia.

### Acuerdo de Producción Limpia para embalajes del comercio electrónico

El packaging juega un rol fundamental tanto en la experiencia de compra y consumo de nuestros clientes, como en las ventas

realizadas a través del e-commerce. Es por ello que buscamos reducir la huella ambiental de los envases y embalajes de los paquetes que enviamos. En Chile, en enero de 2024, Falabella Retail y falabella.com adhirieron a un **Acuerdo de Producción Limpia (APL) para la Sostenibilidad de los Embalajes usados en Comercio Electrónico**.

Esta iniciativa, impulsada por la Cámara de Comercio de Santiago y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático del Ministerio de Medioambiente de Chile, tiene como objetivo detectar oportunidades para minimizar el impacto ambiental de los embalajes empleados en todo el ciclo de vida del comercio electrónico e implementar acciones colaborativas para promover una mayor circularidad. Esta es una alianza público-privada, con alcance nacional y su duración es de dos años.

Como parte de las obligaciones del APL, las empresas adherentes se comprometen a cumplir con un mínimo de dos de las siguientes condiciones:

- (a) reducir en al menos un 5% el peso de sus embalajes de comercio electrónico;
- (b) incorporar materiales con menor impacto ambiental en los empaques, en línea con las normativas ambientales; y
- (c) adoptar estrategias de economía circular en los embalajes de ecommerce.

En 2024 realizamos un estudio interno con el objetivo principal de recopilar información y comprender en detalle nuestro empaque actual, así como los procesos operativos y administrativos asociados.

Durante 2025, avanzaremos en el desarrollo e implementación de un “Plan de Acción para reducir el impacto ambiental de nuestros embalajes de comercio electrónico”, buscando cumplir con los objetivos del APL y adoptar al mismo tiempo, estrategias de economía circular que permitan mejorar la materialidad, reducir el peso y buscar la eficiencia operacional, disminuyendo el volumen innecesario de nuestro packaging.





### Piloto nuevos formatos de empaques

Desde el punto de vista operacional, en Chile durante 2024 trabajamos en desarrollar y pilotear nuevos formatos de packaging. En el evento Cyber Monday de Chile, se pusieron a prueba nuevos formatos, con el objetivo de reducir la sobredimensión asociada al envío de productos en formato cajas.

Durante el ejercicio, se testeó el envío de más de 47 mil paquetes, reemplazando las cajas por bolsas fabricadas a partir de bioplásticos. Los resultados demostraron que es factible generar eficiencias operacionales y reducir el impacto ambiental al reducir la sobredimensión y gramaje de nuestro packaging.

### Estudio de eficiencia en packaging

En Chile junto al DICTUC\*, se inició un estudio que busca fortalecer nuestra estrategia de packaging, enfocado en identificar oportunidades de eficiencia.

Los resultados preliminares nos permiten concluir que en ciertas categorías críticas, el empaque se encuentra considerablemente sobredimensionado en relación con el tamaño del producto y que se requiere avanzar en el ecodiseño integrando criterios relevantes identificados en el análisis de ciclo de vida. Este estudio continuará en 2025.

### Bolsas de tiendas

Las bolsas de papel que vendemos en nuestras tiendas de Chile son elaborados con material mixto, certificado por FSC. Parte de la recaudación se aporta a Fundación Reforestemos Chile para apoyar a su misión de protección y restauración de bosques nativos.



\* Departamento de Ingeniería y Gestión de la Construcción de Universidad Católica de Chile.





## → Recicladores de base

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

A través de CEMPRE, en 2024 colaboramos con la implementación de la cooperativa de RB de Valparaíso mediante el aporte para la compra de contenedores PET y la reparación de un vehículo para la cooperativa Recicla Vida. Además, colaboramos en el programa de fortalecimiento de la cooperativa de Puerto Montt, a través de aportes para el dictado de talleres de formación, coaching y acompañamiento. Esta iniciativa fue realizada por el Centro de Formación Técnica del Medio Ambiente IDMA a la cooperativa Responde Verde, conformada por 5 socios.

\* CEMPRE: Compromiso Empresarial por el Reciclaje

### ¿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 denominados “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).

### ¿Cómo Falabella apoya a los recicladores de base?

Con el apoyo de las becas de Falabella Retail y desde el inicio de esta iniciativa, 91 recicladores lograron certificar sus competencias laborales y son invitados a participaron de los procesos de valorización en 14 tiendas del país. En 2024, 19 recicladores de la Región Metropolitana de Santiago y 2 de la región

de Valparaíso fueron evaluados por la entidad certificadora.

Desde 2023, con la colaboración de nuestros equipos técnicos se creó RECI-GO, la primera cooperativa de Recicladores de Base que fue incorporada en los Sistemas de Gestión en el marco de la implementación de la Ley 20.920, Responsabilidad Extendida del Productor (REP).





## → Reciclaje de sensores, ganchos y colgadores

Los sensores, colgadores y ganchos que se utilizan en nuestras tiendas son residuos a los cuales buscamos darles una segunda vida.

### Colgadores y ganchos

En Chile en 2024, logramos reutilizar el 28% de las 255 toneladas de colgadores y ganchos que recuperamos, los cuales

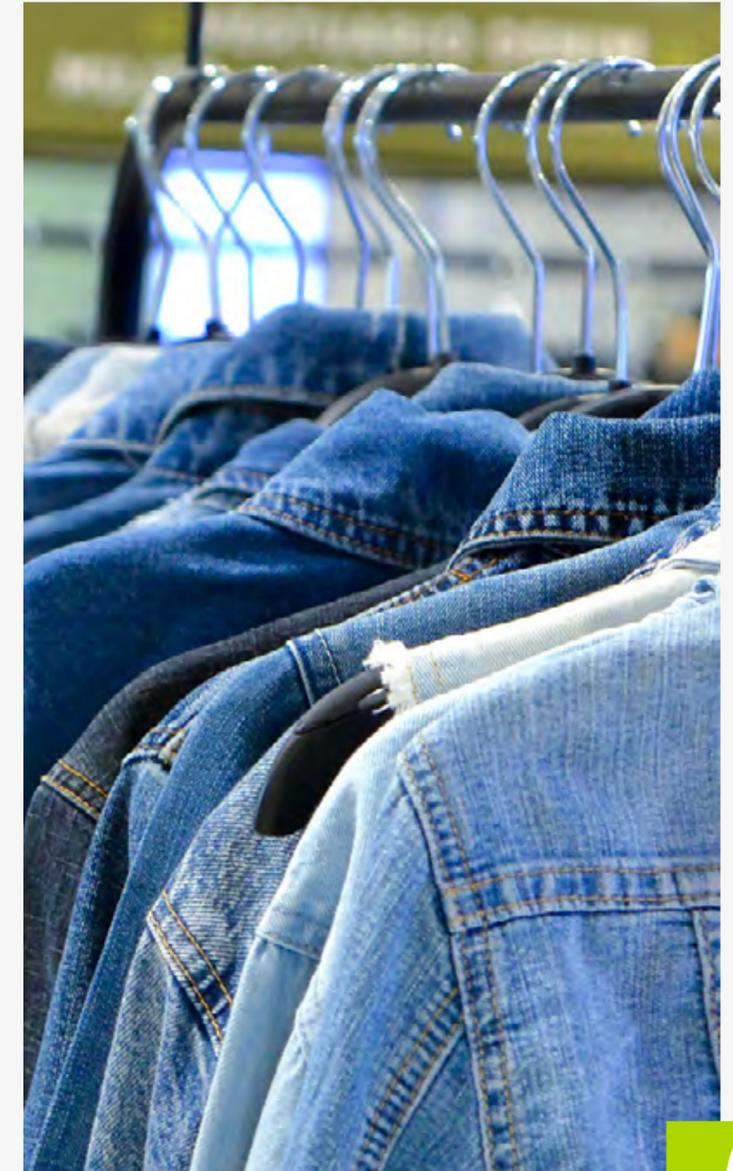
se enviaron a talleres de confección nacional para reinsertarlos en nuestras tiendas. El porcentaje restante se recicla, transformándolo en materias primas para la elaboración de nuevos colgadores, bolsas plásticas, entre otros.

En Perú y Colombia, se recolectaron 43 y 94 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.

### Sensores

Los sensores son gestionados por proveedores, que ordenan, limpian y despachan a las fábricas para que sean reutilizados en nuevos productos.



### Colgadores y ganchos recuperados (en toneladas)

	2022	2023	2024
CHILE	251	278	255
PERÚ	117	86	43
COLOMBIA	94	77	94
<b>TOTAL</b>	<b>462</b>	<b>441</b>	<b>392</b>

### Sensores recuperados (en toneladas)

	2022	2023	2024
CHILE	357	130	261
PERÚ	53	60	79
COLOMBIA	75	33	28
<b>TOTAL</b>	<b>485</b>	<b>223</b>	<b>368</b>





## → Gestión de muestras

Los equipos de diseño regionales generan residuos operacionales en sus procesos creativos y de confección. Se busca reducir al máximo el número de residuos y se prioriza siempre la reutilización y reparación de los mismos.

Para ello, mantenemos alianzas con organizaciones sin fines de lucro que reciben estos productos y los donan o venden para apoyar a sus beneficiarios.

En 2024, donamos 12.416 kilos de productos beneficiando a más de 7.700 personas.



### Banco de Ropa

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.

- **7.558 kilos** de muestras de vestuario en buen estado donados, es decir, más de 28 mil prendas.
- **7.282 personas** beneficiadas con kits de vestuario.

### Corpalliv

El apoyo a la fundación Corpalliv, 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.

- **1.865 kilos** de productos donados.
- **2.627 horas** de terapia financiada.

### Coaniquem

En julio de 2023 firmamos 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 solidarias Coaniquem Store.
2. Muestras de deco y calzado en buen estado que son vendidos en sus tiendas de Coaniquem Store.

- **2.740 kilos** de productos donados.
- **216 curaciones** financiadas.

### Rembre

Las muestras de productos de vestuario que no pueden ser reutilizados las entregamos a Rembre, Empresa B, gestora de residuos con capacidad instalada para el reciclaje textil.

- **1.736 kilos** de muestras de vestuario reciclado.

### Ciudad del niño

Desde 2022 aportamos a la fundación Ciudad del Niño, a través de la entrega de muestras de productos de juguetería, vestuario escolar, calzado y accesorios.

- **253 kilos** de producto donados.
- **293 niños**, niñas y adolescentes beneficiados.

### Naturalplas

En septiembre de 2024 iniciamos el reciclaje de calzado que no es posible donar junto a Naturalplas, quienes se encargan de procesar estos productos y convertirlos en productos de hormigón.

- **659 kilos** de calzado reciclado.



Cap. 4

# Talento transformador



Nuestro equipo	65
Gestión del talento	67
Gestión de la cultura organizacional	75
Diversidad, equidad e inclusión	76
Remuneraciones y beneficios para nuestros colaboradores	84
Entornos seguros y saludables	86
Libertad de asociación	89



# Nuestro equipo

2-7

En Falabella nos comprometemos con el desarrollo y calidad de vida de nuestros equipos. Para ello, hemos diseñado una atractiva propuesta de valor que impulsa a cada colaborador a demostrar sus potencialidades, sentirse parte de Falabella y aportar al logro de los objetivos corporativos.

Trabajamos para fomentar el desarrollo de ambientes inclusivos y de respeto, donde cada uno se sienta valorado y escuchado.

Además, extendemos este compromiso a nuestros colaboradores contratistas, garantizando un entorno laboral seguro, saludable y equitativo, con pleno respeto a sus derechos laborales.

Nuestro equipo en 2024 son:

- 25.166 personas, 4% más que el año anterior.
- 64% eran mujeres y 36% hombres.
- 52% de la dotación trabaja en Chile, 33% en Perú y 15% en Colombia.
- 75% cuenta con contrato indefinido y 25% con contrato a plazo fijo.
- 75% de la dotación trabaja jornada completa y 25% en jornada parcial.
- 77% de la dotación trabaja en tiendas.
- 49,2% de mujeres en el top y middle management.
- 32,6% de mujeres en el top management.





Dotación

	MUJERES		HOMBRES	
	2023	2024	2023	2024
	CHILE	8.826	8.839	4.057
PERÚ	4.484	4.887	3.140	3.452
COLOMBIA	2.471	2.359	1.192	1.279
<b>TOTAL</b>	<b>15.781</b>	<b>16.085</b>	<b>8.389</b>	<b>9.081</b>



Dotación por tipo de cargo – 2024

	Ejecutivos principales	Gerentes, subgerentes y jefes	Administrativos, vendedores y especialistas	Total general
HOMBRE	27	1.128	7.926	<b>9.081</b>
MUJER	17	1.181	14.887	<b>16.085</b>
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>2.309</b>	<b>22.813</b>	<b>25.166</b>
<b>% MUJERES</b>	<b>39%</b>	<b>51%</b>	<b>65%</b>	<b>64%</b>





# Gestión del talento

2-7 / 2-8 / CG-EC-330a.2

## → Atracción de talentos

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

En Falabella buscamos conformar equipos multidisciplinarios, creativos y motivados, que aporten innovación y valor. Atraemos talento a través de iniciativas diseñadas para identificar, seleccionar y dar la bienvenida a los mejores profesionales. Nuestra sólida propuesta de valor y procesos transversales nos permiten sumar a más personas a nuestro equipo.

El área de Atracción de Talento Regional tiene como objetivo alinear, estandarizar y fortalecer las políticas y procedimientos de selección. Para ello, se definieron competencias corporativas comunes para los distintos negocios del grupo, lo que permitió hacer los procesos más eficientes, ágiles y centrados en una mejor experiencia tanto para los candidatos como para los líderes involucrados. Además, se trabajó con foco en mejorar los niveles de servicios, potenciar la movilidad interna y la productividad.

### Iniciativas 2024

#### Muevete.falabella.com



Contamos con un portal de movilidad laboral entre las distintas empresas del Grupo, que no solo les permite a nuestros colaboradores crecer o escalar posiciones, sino que también interactuar, aprender y colaborar entre negocios, propiciando así su empleabilidad. En 2024 2.095 trabajadores de Falabella Retail a nivel regional participaron de este programa, lo que representa un 15% del total.

#### Día del practicante



En enero y febrero, como grupo, celebramos a los más de 600 practicantes activos. La iniciativa tuvo como objetivo que estos grupos de jóvenes profesionales pudieran generar redes de contacto e inspirarse con la experiencia de distintos talentos de la compañía. Algunos de ellos comenzaron su carrera como practicantes y hoy ocupan posiciones de liderazgo, mientras que otros son ejecutivos que forman parte de los diversos negocios del Grupo en la región.

## Ferias laborales y charlas universitarias



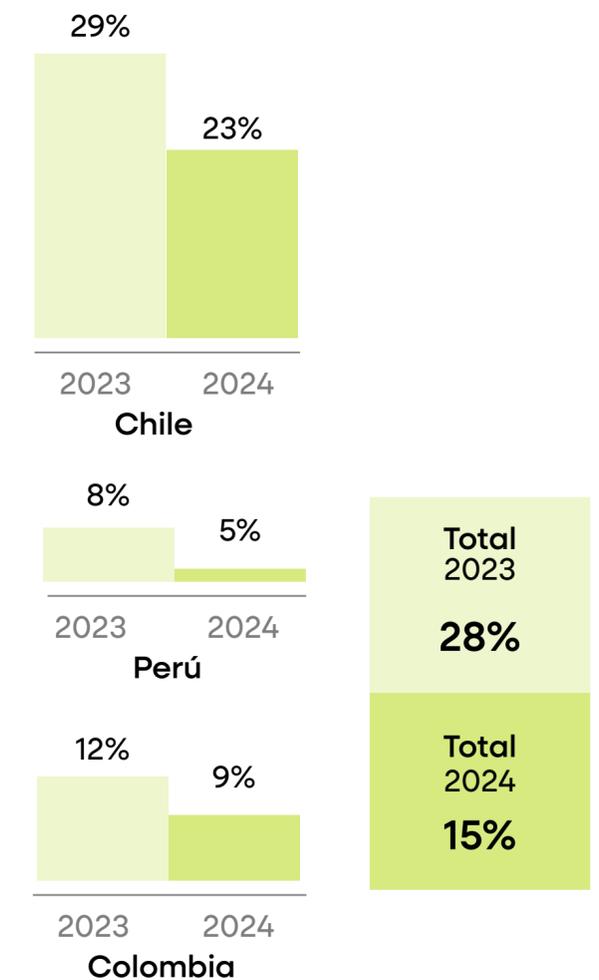
Como Grupo, estuvimos presentes en más de 43 ferias laborales realizadas en Chile, Perú y Colombia para atraer a profesionales jóvenes que puedan dar sus primeros pasos en nuestra compañía.

## Formación en LinkedIn Recruiter



A nivel corporativo preparamos a los líderes de nuestros negocios y a los equipos de Atracción de Talento para generar mayor impacto con sus acciones utilizando LinkedIn Recruiter. Reforzamos nuevas funcionalidades, recomendaciones de uso y flujos de procesos, así como también la integración de inteligencia artificial con LinkedIn para hacer búsquedas más eficientes.

### Tasa de movilidad interna regional





Falabella Retail Perú se posicionó en el lugar 24 del Ranking Top of Mind 2024 de la plataforma de empleos FirstJob. El estudio identifica a las 100 empresas más recordadas y preferidas por profesionales menores de 35 años en cada país.

Falabella Retail Chile fue incluida en el ranking Top of Mind alcanzando el puesto n°10 de la misma plataforma.

Monitoreamos de cerca nuestras tasas de contratación y rotación, indicadores que nos brindan información valiosa sobre la efectividad de nuestra estrategia de atracción y fidelización de talento.

La tasa de rotación a nivel regional fue de 39%. Del total de egresos el 12% fueron salidas voluntarias; un 25% no voluntarias y un 63% correspondió a la de finalización de contratos. El 78% de las salidas correspondieron a colaboradores de tienda.

En 2024 se continuó con el plan de eficiencia operacional que, entre otras medidas, incluyó la revisión y simplificación de las estructuras en todos los países donde operamos. En tiendas, la tasa de rotación involuntaria en tiendas aumentó en Chile en un punto porcentual y disminuyó significativamente en Perú y Colombia.



\* Salidas (voluntarias o no voluntarias o finalización de contrato) anuales/ Dotación al cierre del año.  
\*\* Promedio de las salidas mensuales en tienda / dotación mensual en tienda.

## Cifras gestión de talentos

A NIVEL REGIONAL	2023		2024	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Empleados contratados	6.809	3.140	4.887	3.452
Tasa de contratación	43%	41%	34%	39%
Empleados desvinculados*	10.274	5.459	6.005	3.770
Tasa de rotación	43%	23%	37%	42%

## Tasa de rotación en tiendas\*\*

PAÍS	TASA ACUMULADA DE ROTACIÓN VOLUNTARIA - 2024	TASA ACUMULADA DE ROTACIÓN INVOLUNTARIA - 2024
Chile	15,3%	16,2%
Perú	19,1%	8,7%
Colombia	20,5%	10,6%





## → Desarrollo de talentos

404-1/ 404-2 /404-3

Una vez incorporados los nuevos colaboradores buscamos ofrecerles oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional, poner a su disposición entornos de trabajo que nos permitan fidelizarlos, desarrollar todo su potencial y reforzar su compromiso.

En Falabella, estamos convencidos de que ser protagonistas de nuestro propio desarrollo es esencial para impulsar el talento. Por ello, ofrecemos herramientas de aprendizaje que nos permiten atraer, formar y fidelizar a nuestros colaboradores, conformando equipos multidisciplinarios, creativos e innovadores, capaces de desplegar todo su potencial. Para lograr este propósito, utilizamos los resultados de la evaluación de desempeño anual, lo que nos permite planificar y definir las herramientas más adecuadas según las necesidades de los colaboradores de la empresa.

Apoyamos a nuestros colaboradores para que desarrollen su máximo potencial a través de procesos específicos adaptados a cada cargo, considerando sus responsabilidades, capacidades y objetivos. Estos procesos incluyen cursos

presenciales y en línea, procesos de coaching y mentoría en donde talentos referentes o expertos comparten sus experiencias para potenciar el aprendizaje de otros colaboradores. Disponemos también de procesos de formación diseñados y co-construidos con áreas expertas de la organización.

La Academia Falabella es una plataforma digital de alcance transversal para todos los negocios del Grupo y que ofrece un catálogo de 13.000 cursos internos y externos, en diversas áreas temáticas, adaptados a distintas necesidades y preferencias. Algunos de los contenidos fueron desarrollados en alianza con proveedores especializados en áreas clave como roles digitales, tecnología y análisis de datos.

La experiencia online se complementa con espacios de formación presencial, alcanzando un promedio de 9,5 horas de formación promedio por colaborador en 2024 y llegando a casi 240.000 horas a nivel regional.



### Horas promedio de formación

TIPO DE CARGO	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Ejecutivos principales	21,94	10,07	14,66
Gerentes, subgerentes y jefes	12,27	9,31	10,82
Administrativos, vendedores y especialistas	8,94	10,21	9,38
Horas promedio de capacitación	9,20	10,10	9,52

### Horas promedio de capacitación

PAÍS	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Chile	3,66	5,65	4,32
Perú	6,57	7,01	6,75
Colombia	35,43	33,65	34,80
Regional	9,20	10,10	9,52





## Principales iniciativas enfocadas en el desarrollo de colaboradores

### CHILE

#### FORMACIÓN EN MARCAS Y PRODUCTO

Busca potenciar el conocimiento de productos y marcas clave en nuestros equipos para que desarrollen estrategias de venta efectivas.

Participantes durante 2024:

**45**

colaboradores

#### FORMACIÓN EN PUESTOS DE TRABAJO

Su propósito es fortalecer las habilidades técnicas, comerciales y operativas de los colaboradores de tienda, con el fin de que puedan destacarse y brindar un servicio de excelencia. Un equipo de 27 facilitadores los guía y acompaña en su gestión diaria.

Se impartieron un total de

**22.206**

capacitaciones a casi 8.000 colaboradores

#### FORMACIÓN EN LIDERAZGO

A través de distintas jornadas de trabajo, hemos fortalecido la estrategia del negocio y reforzado el sentido de responsabilidad (accountability) de nuestros líderes, contribuyendo así a la construcción de la cultura que aspiramos a consolidar. Estas instancias se desarrollaron en conjunto a 35 líderes corporativos y 15 líderes de Chile.

Participantes durante 2024:

**50**

líderes



#### MENTORING GENERAL

Programa de mentoría diseñado para potenciar la adquisición de habilidades y competencias de nuestros talentos internos. El objetivo es promover el desarrollo e impulsar un aprendizaje mutuo que beneficie tanto al mentor como al mentee.

Participantes durante 2024:

**30**

colaboradores (15 duplas)

#### GESTIÓN DIFERENCIAL

Generamos instancias de acercamiento con el Gerente General Corporativo y Gerente General Chile para visibilizar y fidelizar al talento.

Resultados 2024:

**13**

desayunos

#### COACHING

Plan de desarrollo con objetivos focalizados para potenciar las fortalezas y disminuir brechas de los colaboradores. Se trabajan temas de liderazgo, desarrollo de equipo, comunicación efectiva, entre otros.

Participantes durante 2024:

**17**

Colaboradores

#### CERTIFICACIÓN RETAIL

Formación 100% customizada y profesionalizada, dirigida a jefaturas en tiendas a nivel nacional. Se enfoca en entregar herramientas y habilidades comerciales.

Participantes durante 2024:

**160**

colaboradores





### TALLER DE MANEJO DE CLIENTES DIFÍCILES

Taller práctico donde se identifican situaciones difíciles experimentadas en tienda y se entregan herramientas interpersonales y personales para resolverlas con mayor habilidad.

Resultados 2024:

En 44 tiendas se capacitó a

**+1.000**  
colaboradores

### BANCO DE TALENTOS

Programa de desarrollo en tienda, que busca entregar conocimientos técnicos, habilidades de atención al cliente y propiciar la movilidad interna. En 2024 se incorporó una certificación y actividades de acompañamiento de mentores como parte del programa.

Participantes durante 2024:

**78**  
colaboradores

### ESCUELA F

Programa destinado a capacitar y entregar herramientas a nuestros colaboradores de las áreas de diseño, productos y planificación. Los relatores son colaboradores internos de Falabella, que transmiten su conocimiento. Tiene impacto regional en Chile, Perú y Colombia.

Participantes durante 2024:

**398**  
colaboradores

### PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO

Es un programa que busca impulsar que los colaboradores se sientan valorados, inspirados y comprometidos con la empresa. Para hacerlo, impulsamos el uso de la Plataforma de Reconocimiento, que permite reconocer a colaboradores de otros equipos, negocios y países.

Resultados 2024:

**+9.000**  
reconocimientos.

### LENGUA DE SEÑAS

El taller de lengua de señas, reafirma nuestro compromiso con la inclusión y el respeto a la diversidad, entregando herramientas a nuestros colaboradores para relacionarse con distintas personas en su operación diaria. A través de esta iniciativa, se fortalece la empatía, la comunicación efectiva y se empodera a nuestros equipos para brindar una mejor experiencia a personas con discapacidad auditiva.

Participantes durante 2024:

**80**  
colaboradores





## PERÚ

### BECAS

Busca apoyar e incentivar el desarrollo profesional de los trabajadores a través del financiamiento de un año de estudio en carreras universitarias y técnicas.

Participantes durante 2024:

**33**

colaboradores

### YO ME HAGO CARGO: ACCOUNTABILITY

Dirigido a líderes. Abordó el desarrollo de accountability de forma individual y en equipos, superando barreras y fomentando prácticas para una cultura de responsabilidad compartida. Asimismo, promovió la colaboración y el cumplimiento de objetivos organizacionales a través de herramientas y casos prácticos.

Participantes durante 2024:

**395**

líderes

### BANCO DE TALENTOS

Impulsa el desarrollo y la movilidad interna de nuestros colaboradores.

Participantes durante 2024:

**14**

graduados

### TRAINERS

Líderes de distintas áreas dictan talleres prácticos basados en su experiencia y conocimientos. En 2024, las sesiones abordaron temas como inteligencia artificial aplicada al retail, liderazgo abrazador, conocimiento del cliente Falabella y el rol del personal shopper.

Participantes durante 2024:

**236**

colaboradores

### BUSINESS & DATA STORYTELLING

Programa de formación en análisis de datos, con el objetivo de descubrir insights con estadísticas descriptivas y estructurar presentaciones impactantes que permitan transformar datos en decisiones estratégicas.

Participantes durante 2024:

**16**

colaboradores

### PROGRAMA INTERNACIONAL DE RETAIL MANAGEMENT

Tiene como propósito dar a conocer estrategias para la gestión de clientes híbridos, integrar canales online y físicos.

Participantes durante 2024:

**25**

colaboradores

### DIGITAL PRODUCT MANAGEMENT

Se trata de una iniciativa enfocada en aplicar frameworks centrados en el cliente, evaluar oportunidades de negocio, definir el Producto Mínimo Viable (MVP) y utilizar prácticas ágiles para el desarrollo exitoso de productos.

Participantes durante 2024:

**21**

colaboradores





## COLOMBIA

### ESCUELA DE PRODUCTO

Busca potenciar el conocimiento de productos y marcas clave en nuestros equipos para que desarrollen estrategias de venta efectivas.

Participantes durante 2024:

**433**

colaboradores

### BANCO DE TALENTO

Impulsa el desarrollo y la movilidad interna de nuestros colaboradores.

Participantes durante 2024:

**52**

graduados

### LABORATORIO DE VENTAS

Talleres prácticos sobre estrategias de venta para tiendas.

Participantes durante 2024:

**161**

colaboradores capacitados

### LABORATORIO DE POS

Talleres prácticos sobre manejo de caja en tiendas.

Participantes durante 2024:

**186**

colaboradores nuevos

### VISUALIZADORES DE DATOS

Formación en temas de data science y business intelligence impulsando la productividad del negocio a través de herramientas como Looker y Power BI.

Participantes durante 2024:

**105**

colaboradores certificadas

### INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Cursos destinados a maximizar la eficiencia en cada rol a través de la IA.

Participantes durante 2024:

**148**

colaboradores certificados

### ESCUELA DE LOGÍSTICA

Sesiones formativas dirigidas al 100% del equipo operativo del centro de distribución

Participantes durante 2024:

**185**

colaboradores

### INDUCCIÓN Y FORMACIÓN AL NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

Formación en competencias técnicas de la nueva operación logística a todos colaboradores.

Participantes durante 2024:

**334**

colaboradores

### LENGUAJE DE SEÑAS

Todas las semanas, antes del inicio de los turnos laborales, se dictan charlas de lenguaje de señas colombiano.

Participantes durante 2024:

**Todo el personal**  
de tiendas





## → Evaluación del desempeño

Es una herramienta que permite evaluar el desempeño y el potencial de crecimiento de nuestros colaboradores, con el fin de impulsar su desarrollo profesional. El objetivo es identificar, reconocer y potenciar el talento, a partir de una mirada integral y consensuada. Participan todos los colaboradores activos con contrato indefinido y una antigüedad superior a tres meses en la compañía.

Contamos con una herramienta transversal de evaluación con la que medimos ocho competencias asociadas a los cuatro valores corporativos (**Somos un sólo equipo, Nos movemos ágilmente, Nos apasionamos por el cliente y Cuidamos el futuro**), el potencial de cada persona, el cumplimiento y avances de las metas predefinidas, así como los objetivos cuantitativos y cualitativos del colaborador.

Realizamos procesos de medición segmentados, ajustando las competencias a los distintos niveles organizacionales Ejecutivo, OverHead y Operación, lo que nos permite identificar las necesidades de cada grupo de la organización.

La última parte de la evaluación de desempeño es la retroalimentación, etapa en la que cada líder debe reunirse con las personas de su equipo para tener la reunión de retroalimentación de desempeño del año anterior, y definir los planes de desarrollo de cara al año en curso.

De acuerdo con los resultados de estas mediciones se despliegan diversos programas que buscan potenciar el desarrollo y hacerse cargo de las brechas identificadas. Ejemplo de ellos son Mentoring Mujer, Mentoring General, Coaching y Gestión Diferencial.



### % dotación que recibió evaluación del desempeño

PAÍS	2024	
	MUJERES	HOMBRES
Chile	83%	87%
Perú	84%	91%
Colombia	98%	99%





# Gestión de la cultura organizacional

CG-EC-330a.1

Con el objetivo de alinear cultura organizacional con la estrategia del negocio, es fundamental conocer la percepción de los equipos, para así impulsar acciones de fortalecimiento de la gestión de personas y mejora del clima laboral de nuestros equipos. La principal fuente de escucha a nuestros colaboradores es la Encuesta de Cultura que aplicamos desde 2022 y que permite medir cuatro indicadores clave:



## Qué medimos a través de la encuesta de cultura:

### 1.- Engagement

Mide el nivel de compromiso y motivación de los colaboradores hacia su trabajo y la empresa.



### 2.- eNPS

Mide la disposición de los empleados a recomendar a la empresa como lugar para trabajar.



### 3.- Liderazgo

Mide la percepción sobre la efectividad y apoyo de los líderes.



### 4.- Emoción

¿Cómo se sienten nuestros colaboradores?



De acuerdo con las fortalezas y oportunidades identificadas, se construyen planes de acción transversales a la empresa y focalizados por gerencia/área/tiendas específicas.

**En 2024 fue respondida por 88%** de los colaboradores a nivel regional.

Otra fuente de escucha relevante son las visitas a tiendas, instancia que permite entender las necesidades específicas de los colaboradores en terreno. En cada visita, se dicta un taller con líderes, basado en los resultados de la Encuesta de Pulso 2024, ofreciendo herramientas prácticas para crear un entorno psicológica y emocionalmente saludable. Con esta iniciativa impactamos en 2024 a más de 460 líderes.

## Resultados Encuesta Cultura - 2024

PAÍS	ENPS	ENGAGEMENT	LIDERAZGO	EMOCIONES
Chile	61	79%	82%	36%
Perú	67	83%	85%	39%
Colombia	72	82%	84%	40%





# Diversidad, equidad e inclusión

CG-MR-330a.1 / 401-3 / 405-1 / CG-EC-330a.3

En Falabella, creemos que una empresa diversa, pluralista e inclusiva no solo enriquece nuestra cultura organizacional, sino que también impulsa la innovación y nos permite comprender mejor las necesidades de nuestros clientes y comunidades.

Nuestra Política de Diversidad, Equidad e Inclusión establece principios fundamentales que guían nuestra relación con colaboradores, clientes y proveedores. Su objetivo es crear un ambiente laboral donde todas las personas, sin distinción, puedan aportar su talento y desarrollarse plenamente.

- **Respeto a la dignidad de las personas:** Nos comprometemos a garantizar un entorno de trabajo seguro, libre de discriminación y que valore a cada individuo.

- **Inclusión y acceso equitativo:** Eliminamos barreras que dificulten la participación y el crecimiento de los Grupos de Inclusión, que incluyen mujeres, personas en situación de discapacidad, migrantes y la diversidad sexual.
- **No discriminación arbitraria:** Priorizamos la meritocracia y rechazamos cualquier acto de exclusión basado en características personales.

El Comité de Diversidad e Inclusión es responsable de implementar acciones concretas alineadas con esta política, asegurando su cumplimiento y promoviendo la equidad en todos los niveles de la organización. A través de esta iniciativa, reafirmamos nuestro compromiso con un futuro más inclusivo y sostenible.

## La diversidad en cifras (2024):

**1,8%** de nuestro equipo está conformado por personas con discapacidad.

**4,3%** de la dotación es migrante.

**74,5%** de la dotación tiene menos de 40 años.

**46%** de la dotación tiene menos de 5 años de antigüedad y **8,8%** tiene más de 15 años

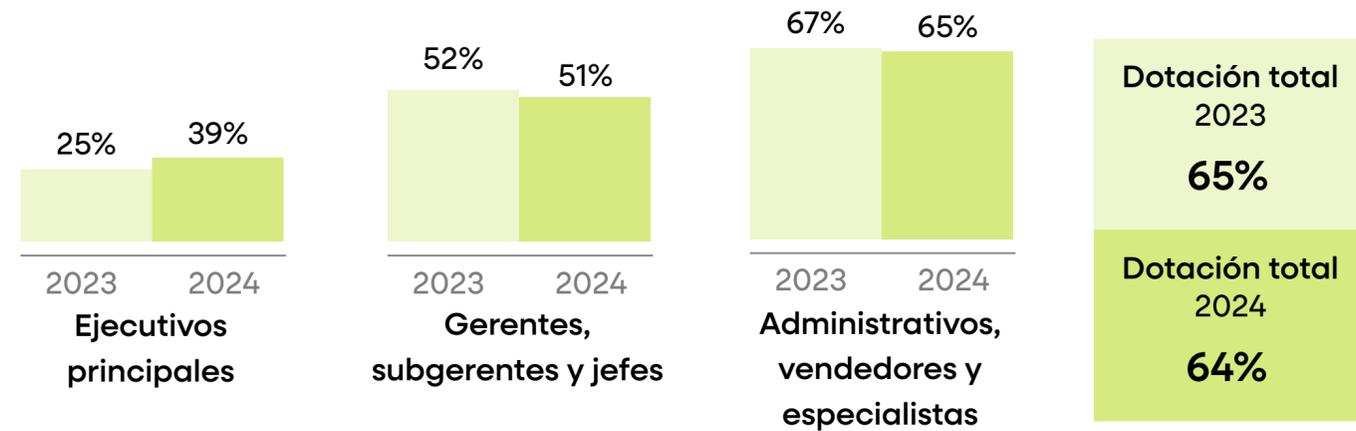
**39,2%** de los colaboradores pertenecen a la generación Z y **41%** son millenials.

En los 3 países, durante 2024, se incrementó el porcentaje de mujeres que ocupan cargos de nivel ejecutivo. A nivel consolidado, se elevó de 25% a **49,2%**.

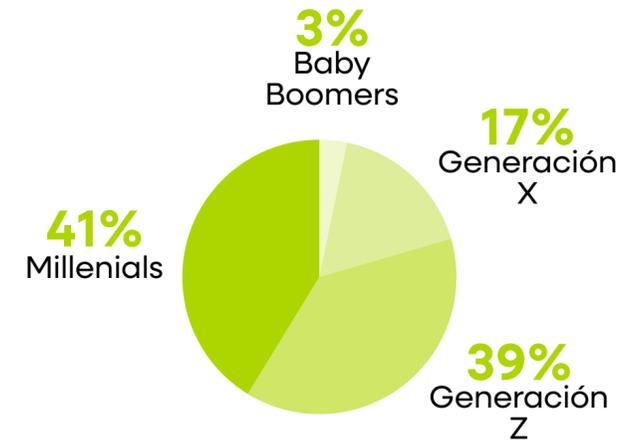




### Mujeres de nuestra dotación



### Dotación a nivel regional por generación



### % Migrantes

PAÍS	2022	2023	2024
Chile	8,7%	8,2%	8,0%
Perú	0,1%	1,0%	0,2%
Colombia	0,3%	0,4%	1,0%

### Número de nacionalidades de nuestra dotación



### Personas con discapacidad

**1,8%**  
de nuestro equipo





## → Diversidad Sexual

### PROTOCOLO PARA LA TRANSICIÓN DE GÉNERO

- **Respeto y reconocimiento:** Falabella garantiza un ambiente inclusivo, respetando la identidad y expresión de género del colaborador.
- **Comunicación voluntaria:** El colaborador (a) puede informar su proceso de transición de manera confidencial a su superior/a y a Gestión de Personas.
- **Plan de trabajo personalizado:** Se elabora un plan de trabajo con plazos, necesidades y medidas de apoyo específicas para la transición.
- **Uso del nombre social:** Se reconoce el nombre social en credenciales, correo corporativo y registros internos, incluso antes del cambio legal.

- **Acceso a baños y vestidores:** Se facilita el uso de baños y camarines de acuerdo con la identidad de género del colaborador (a).
- **Vestimenta:** El/la colaborador/a puede adoptar vestimenta y accesorios alineados con su identidad de género, respetando normas de seguridad y atención al público.
- **Capacitación y sensibilización:** Se realizan actividades para educar al equipo y fomentar un ambiente de respeto y comprensión.
- **Confidencialidad:** Toda la información es tratada con estricta reserva y solo se compartirá con quienes tengan “Necesidad de Saber”.
- **Acompañamiento y canal de denuncias:** Recursos Humanos brinda apoyo continuo y el colaborador (a) podrá reportar cualquier acto discriminatorio a través del Canal de Integridad.

### COMUNIDAD LGBTI+ Y ALIAD@S

- Más de 820 colaboradores del Grupo Falabella en los tres países, son miembros de la Comunidad LGBTQ+ y Aliad@s.
- **Red interna de comunicación y sensibilización:** Contamos con una plataforma interna donde difundimos actividades, charlas y contenido educativo sobre diversidad, equidad e inclusión. A través de esta red, nuestros colaboradores pueden acceder a información clave, participar en eventos y ampliar su conocimiento sobre temas que promueven un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso.
- **Embajadores de la comunidad:** En cada uno de los países donde operamos, se designaron embajadores de diversidad e inclusión que actúan como referentes y facilitadores de nuestra estrategia. Su rol es clave para impulsar iniciativas locales, generar conciencia, brindar apoyo a colaboradores y fomentar una cultura organizacional inclusiva alineada con nuestra Política de Diversidad e Inclusión.

### PROGRAMA DE BENEFICIOS

- **Bono y permiso por nacimiento o adopción:** Asignación económica y 10 días de permiso pagados para celebrar el nacimiento o adopción homoparental.
- **Beneficios de sala cuna y jardín infantil,** extensibles a familias homoparentales.
- **Bono y permiso por matrimonio o Acuerdo de Unión Civil (AUC).**
- **Seguro Complementario de salud con cobertura para cambio de género:** Cubre hasta un 80% de los costos de transición de género, con tope de 300 UF anuales. *Incluye tratamiento psicológico, hormonal y cirugías.*
- **Atención psicológica y legal:** Programa “Me Importas” con asesoría psicológica, legal y social gratuita.
- **Convenios y redes de apoyo:** Alianzas con fundaciones para apoyo en casos de violencia de género y orientación en temas de diversidad.





## CURSO BUEN TRATO Y ATENCIÓN INCLUSIVA

- 7.135 personas a nivel regional fueron capacitadas en el curso *Buen trato y atención inclusiva*. El curso aborda temáticas de: diversidad sexual, equidad de género, diversidad funcional, inclusión intercultural, legislación sobre la no discriminación (solo Chile), política de DEI y trastorno del espectro autista.

## FERIA LABORAL PCP, PERÚ

- Participamos en dos ferias en 2024. Espacio donde diversas empresas comparten las posiciones que tienen disponibles para personas de la comunidad LGBTQ+.

## ALIANZAS

- Miembro activo de la red empresarial Pride Connection (Chile y Perú).
- Miembro activo Aequales, organización especializada en promover la equidad de género y la diversidad en el entorno corporativo (Perú).

## Alianzas y reconocimientos en materia de diversidad sexual

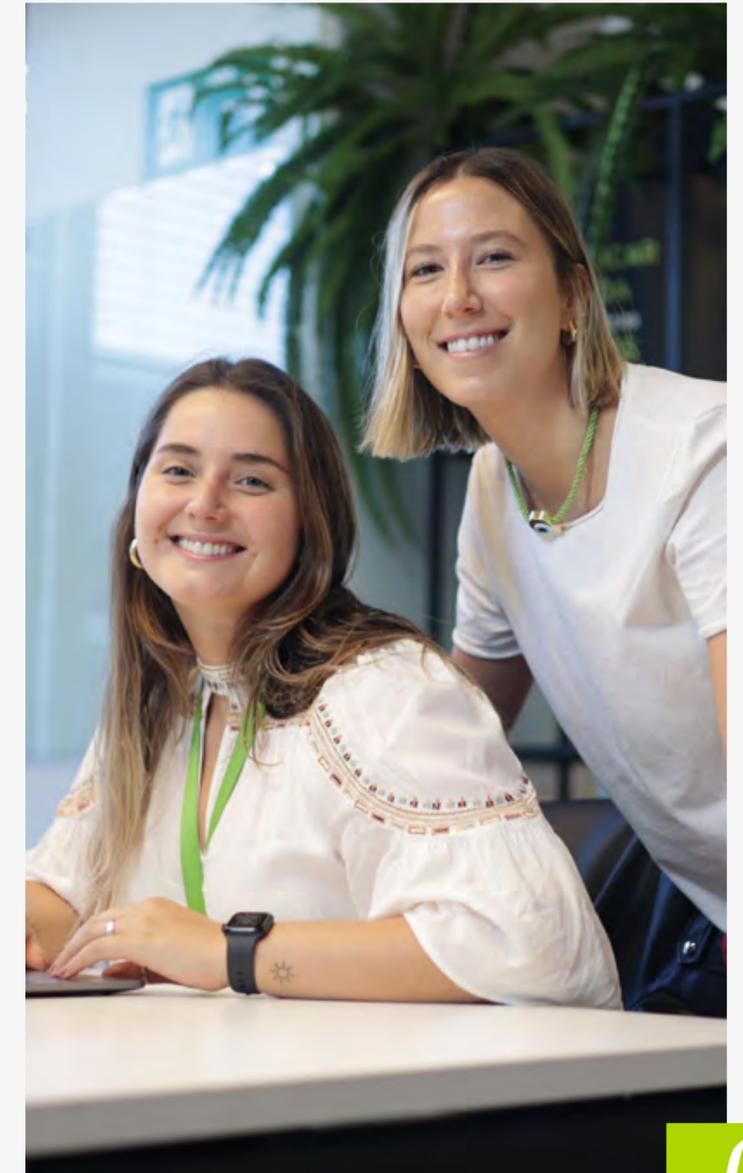
En Chile, por quinto año consecutivo fuimos reconocidos como uno de los mejores lugares para trabajar y atraer talento LGBTI+ por Pride Connection, Equidad CL y el Programa Global de Human Rights Campaign. Fuimos galardonados con la Categoría A en el ranking Equidad CL de Pride Connection (*Evaluación que busca medir el nivel de inclusión y equidad para la comunidad LGBTQ+ en las empresas que operan en Chile\**).

En Perú obtuvimos los siguientes reconocimientos:

- **Certificación Aequales:** Esta certificación valida y respalda las estrategias, políticas y acciones que

las organizaciones implementan en pro de la equidad de género y diversidad.

- **Certificación Presente:** Herramienta de evaluación y premiación dirigida a espacios laborales que buscan ser inclusivos y respetuosos con la comunidad LGBTQ+.
- **Empresas Integradoras:** Distinción otorgada a organizaciones que implementan políticas y prácticas inclusivas, promoviendo la diversidad y la equidad en el ámbito laboral. Este reconocimiento destaca a las empresas que se esfuerzan por integrar a personas de diversos orígenes y condiciones, fomentando un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso.





## → Personas con discapacidad

### PROTOCOLO DE INCLUSIÓN LABORAL

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

### % dotación con discapacidad

	2023	2024
Chile	1,03%	1,05%
Perú	2,75*	3,13%
Colombia	1,27%	1,43%
<b>Total</b>	<b>1,59%</b>	<b>1,79%</b>

\* Corrección de dato publicado en Reporte de sostenibilidad 2023.

### RED DE ACCESIBILIDAD EN VIVA ENGAGE

- Creada por Falabella a nivel corporativo, tiene como objetivo difundir contenido y contribuir al desarrollo personal en el entorno laboral.
- Embajadores en cada país.

### SEMANA DE LA DISCAPACIDAD

- Charlas y comunicados en conmemoración del Día Internacional de Personas con Discapacidad. En Perú y en Colombia se realizaron encuentros dirigidos a colaboradores con discapacidad, con el objetivo de reconocer su esfuerzo y visibilizar las prácticas y beneficios con los que cuentan. Se trató además de un espacio de conexión donde se dieron a conocer testimonios inspiradores para todos los asistentes.

### YO SOY FALABELLA

- 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 con discapacidad auditiva, con discapacidad cognitiva y física.

### ALIANZAS CON ENTIDADES ESPECIALIZADAS

- En Colombia trabajamos de la mano de Compensar, SENA, Concueros y Best Buddies, organizaciones que nos apoyan en la integración laboral de personas con discapacidad auditiva.





## → Equidad de Género

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

### POLÍTICA DE EQUIDAD DE GÉNERO

Directriz que promueve el equilibrio en la participación de mujeres y hombres, una correcta igualdad salarial, gestión para la prevención de la violencia de género y promoción de una comunicación sin sesgos.

### PROTOCOLO CONTRA VIOLENCIA DE GÉNERO

Lineamiento que busca prevenir situaciones de violencia y brindar apoyo a presuntos trabajadores afectados.

### MENTORING MUJERES: YO ME ATREVO

Impulsamos el crecimiento profesional del talento femenino a través de un acompañamiento personalizado, enfocado en fortalecer las habilidades de cada participante, reducir las brechas de género y seguir construyendo una red de mujeres líderes con un rol activo en su desarrollo de carrera. Durante 2024 participaron 32 colaboradoras y colaboradores (16 duplas).

### SALAS DE LACTANCIA

En Chile y como parte de nuestro compromiso con el bienestar de nuestras colaboradoras, en Falabella Retail hemos implementado **Salas de extracción de leche materna** en nuestras instalaciones, proporcionando un espacio seguro y cómodo. Estas salas cuentan con un sistema de agendamiento que garantiza privacidad y un acceso ordenado, además de un espacio exclusivo de refrigeración para el almacenamiento seguro.

A la fecha, hemos habilitado **30 salas en nuestras tiendas, avanzando hacia la meta de cubrir nuestras 44 tiendas** a nivel nacional, reafirmando nuestro compromiso con la conciliación laboral y el apoyo a la maternidad.

### MUJERES CONECTADAS

Espacio dedicado al liderazgo femenino y creado para apoyar y empoderar a las mujeres en el ámbito profesional y personal. Su enfoque principal es generar espacios de conexión, aprendizaje y crecimiento para mujeres en el mundo laboral.

El programa busca brindar herramientas y recursos para que puedan desarrollar

habilidades tanto en el ámbito profesional como en el personal, fomentando el liderazgo y la inclusión.

### COMUNIDAD MUJERES CONECTADAS EN VIVA ENGAGE

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





## PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE MAMA

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 de manera gratuita. Logramos realizar 51 operativos, emplazando clínicas de mamografías cercanas a las tiendas donde 1.697 mujeres se realizaron su examen (96% de asistencia en nuestras clínicas).

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**

Campaña prevención cáncer de mama

## PERIODO DE DESCANSO POSNATAL SUPERIOR AL LEGAL

A nivel regional y durante 2024, 889 colaboradores hicieron uso de sus licencias posnatales. Al cierre del reporte, el 92% de ellos, continuaba trabajando en la compañía. En Colombia, el beneficio permite optar a trabajar medio tiempo durante los tres meses siguientes. Además, se otorga a las madres lactantes, durante los primeros seis (6) meses de vida del (a) hijo (a), una (1) hora adicional diaria a la legal establecida, no acumulable. Este beneficio se otorga en iguales condiciones a las madres adoptantes.

## Ratio de la remuneración promedio de mujeres frente a hombres\*

405-2

TIPO DE CARGO	CHILE	PERÚ	COLOMBIA
Gerentes y subgerentes	95%	84%	100,3%
Jefes	102%	98%	98,3%
Administrativos y otros cargos	95%	91%	99,5%
Dotación general	97%	84%	85,4%

\* Considera solamente salario fijo.

## Tipo de permiso posnatal

### POSNATAL – MATERNAL

Permiso de 12 semanas en Chile, 14 en Perú y 17 en Colombia 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 reemplazo de su remuneración.

425 personas usaron el permiso.

### POSNATAL – PARENTAL

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. 254 personas usaron el permiso.

### POSNATAL – PATERNAL

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.

136 personas usaron el permiso.





CG-MR-330a.2

## COMPROMISO CON LA IGUALDAD DE GÉNERO Y CONCILIACIÓN (NCh3262)

En línea con nuestro compromiso con la equidad de género, hemos avanzado en la implementación de la Norma Chilena NCh3262, que establece un sistema de gestión orientado a promover la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral, familiar y personal en Falabella. La NCh3262 entrega lineamientos para identificar y abordar brechas de género, promover la participación equitativa de mujeres y hombres, y generar condiciones que permitan a las personas compatibilizar sus responsabilidades laborales con su vida personal y familiar.

Durante el período reportado, realizamos las siguientes acciones en el marco de esta norma:

- Actualización de políticas y objetivos de igualdad de género.

- Capacitación en sesgos inconscientes y corresponsabilidad.
- Diseño de indicadores de seguimiento y mejora continua.
- Incorporación de criterios de conciliación en nuestros procesos.

Este trabajo ha involucrado la gestión articulada con diversas áreas de la organización, siendo liderado principalmente por el área de Personas, junto con el apoyo clave de Sostenibilidad, Legal, Comunicaciones Internas y Relaciones Laborales, entre otras.

Como hito relevante, cerramos el 2024 con la realización de auditorías internas y externas que permitieron evaluar el grado de avance e identificar oportunidades de mejora en el sistema de gestión. Para 2025, nuestro principal objetivo es obtener la certificación oficial de la NCh3262, consolidando así nuestro compromiso con una cultura organizacional más equitativa, corresponsable y sostenible.

## → Interculturalidad

En Chile somos parte de la Red de Empresas Interculturales de la Fundación Servicio Jesuita a Migrantes con quienes desarrollamos variadas iniciativas.

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.

En 2024 alcanzamos la categoría Sobresaliente, con un 70% de cumplimiento ubicándonos en la tercera posición en el ranking y reafirmando nuestro compromiso con la promoción de un entorno laboral intercultural, inclusivo y libre de discriminación, tanto en su gestión interna como en sus relaciones con el entorno.

## → 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 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 a nivel corporativo puede proponer planes de acción para ser implementados en determinadas áreas o equipos donde se haya observado alguna conducta contraria a lo dispuesto en el Código. En 2024 se registraron cuatro denuncias de casos de discriminación en Chile y tres en Colombia.

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.





# Remuneraciones y beneficios para nuestros colaboradores

401-2 / 403-6 / CG-MR-310a.1

Llevamos nuestro propósito “simplificar y disfrutar más la vida” a toda la compañía, y esta misma filosofía la extendemos a nuestros equipos: los cuidamos 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

- Permisos para ocasiones especiales.
- Postnatal extendido.
- Días libres (Beneflex).
- Programa de flexibilidad (modalidad de jornadas, horario flexible, teletrabajo, etc.).

### Perú

- Permisos por ocasiones especiales.
- Postnatal extendido.
- Programa de flexibilidad
- (modalidad de jornadas, horario flexible, teletrabajo, etc.).

### Colombia

- Permisos por ocasiones especiales.

## Salud / entretenimiento

### Chile

- Salud: seguro de salud complementario, programa comunícate de atención psicológica, vacunación, convenios para clínicas dentales y oftalmológicas, exámenes preventivos, entre otros. Campañas de salud preventiva.

Programa “Me importas” de asesoría en salud reproductiva y contención psicológica.

Mamografías gratuitas para colaboradoras.

- Entretenimiento: Convenio cine, parques de entretenimiento, zoológico, gimnasios, celular, hoteles, APV, revisión técnica, funeraria.

### Perú

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.

### Colombia

- Salud: seguro de vida, atención psicológica, campañas de pausas activas, entrega de snack saludables, iniciativas de bienestar nutricional.
- Entretenimiento: actividades deportivas y comité de deporte. Celebración de fechas especiales, actividades de maratones de recreación.





## Apoyo económico

### Chile

- Préstamos de hasta dos sueldos brutos anuales por emergencias, salud o educación.
- Aguinaldo, descuentos cruzados con otras empresas del grupo y gift cards.
- Protocolo de apoyo para casos de emergencia.

### Perú

- 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.

### Colombia

- Préstamos para vivienda, vacaciones, calamidad doméstica, estudios y movilidad.
- Gift cards, descuento de manejo cuota CMR.

## Educación

### Chile

- Convenio con universidades.
- Becas con sentido.
- Premios rendimiento académico.
- Convenio sala cuna.
- Convenios con institutos de idioma

### Perú

Convenios educativos del 5% al 50% en diversas instituciones y programas de estudio (universidades, institutos, centro de idiomas).

### Colombia

- Convenio con universidades
- Diversos tipos de apoyo educativos no salariales para colaboradores y sus hijos.



## Remuneraciones en tienda

	CHILE	PERÚ	COLOMBIA
Salario medio por hora para trabajadores de tienda (USD)	7,2	2,8	3,1
% de empleados de tienda que ganan el salario mínimo*	11%	7%	0%

\* Corresponde al salario mínimo nacional en 2024 en cada país. No incluye remuneraciones extras, ni variables.





# Entornos seguros y saludables

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

Falabella Retail Chile es la única empresa del sector en contar con un sistema de gestión certificado por un tercero bajo la norma ISO 45.001- Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.

Nos esforzamos por construir espacios de trabajo seguros y saludables.

- En cada uno de los países, contamos con sistemas de gestión de salud y seguridad en el trabajo, para proporcionar espacios seguros y saludables para todos nuestros colaboradores y clientes. En Chile el 100% de las tiendas están certificadas bajo el estándar ISO 45001: 2023\*. El desafío para 2025 es la implementación y certificación de las operaciones logísticas bajo el mismo estándar.

- En cada país y de acuerdo con la legislación vigente, existen Comités Paritarios de Seguridad y Salud, conformados por representantes de los colaboradores y de la empresa. Su rol es supervisar y orientar las operaciones para asegurar que se cumplan los estándares de seguridad y salud en el trabajo. En Chile se conformaron 50 comités, 2 en Perú y 1 en Colombia.
- Para cada locación existen matrices de riesgos y peligros de salud y seguridad ocupacional, además de procedimientos y protocolos para investigar accidentes, inspecciones y observaciones de conducta, y para notificar y responder en caso de incidentes o accidentes. En los tres países nuestros colaboradores pueden notificar situaciones de peligro laboral a través del Canal de Integridad, mediante la participación en comités paritarios o a través de sus jefaturas. En Chile, utilizamos los criterios de la norma internacional ISO 45.002: 2023 para la identificación de peligros, evaluación de riesgos y determinación de controles.

- Anualmente se diseñan planes de formación para trabajadores de oficina, de tiendas y centros de distribución, iniciativas que se complementan con campañas de comunicación e información para el reforzamiento de la cultura de seguridad. En 2024 se realizaron simulacros en tiendas sobre rescate en ascensores, reanimación cardiovascular, asaltos y robos, evacuación total, entre otros. Además, durante 2024 más de 700 trabajadores participaron en la capacitación práctica sobre uso y manejo de extintores y más 300 trabajadores fueron formados en reanimación cardiovascular y uso de desfibriladores.

## Horas promedio de formación en Salud y Seguridad a colaboradores propios

3,85  
Chile

1,00  
Perú

0,33  
Colombia



\* Norma internacional para la gestión de la seguridad y salud en el trabajo





- En 2024 las situaciones de riesgo más comunes para nuestros equipos fueron los golpes y caídas, los trabajos con uso de escalas manuales, escaleras internas, hechos delictivos realizados por terceras partes y actividades en proceso de descarga de camión.
- En Chile, y para prevenir y controlar los factores de riesgo ambientales y laborales asociados a las enfermedades musculoesqueléticas, implementamos protocolos específicos del Ministerio de Salud como el protocolo TMERT. Esta iniciativa fue complementada con capacitaciones específicas, ejercicios compensatorios, pausas activas para colaboradores y contratistas, y programas de rehabilitación laboral, entre otros.
- De acuerdo con la legislación laboral, en los tres países donde estamos presentes, los colaboradores están cubiertos por un seguro social contra riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.



### Indicadores de Salud y Seguridad – 2023 – Colaboradores

INDICADOR	CHILE	PERÚ	COLOMBIA
Número de accidentes con lesión o días de reposo	222	44	78
Tasa de accidentabilidad	1,4	0,59	1,96
Tasa de frecuencia de lesiones con tiempo perdido (LTIFR)	0,00001	3,06	274,69
Tasa de enfermedades profesionales	0,00	0,00	0,13
Fatalidades	0	0	0

### Indicadores de Salud y Seguridad – 2024 – Colaboradores

INDICADOR	CHILE	PERÚ	COLOMBIA
Números de accidentes con lesión o días de reposo	193	56	144
Tasa de accidentabilidad	1,24	0,76	2,9
Tasa de frecuencia de lesiones con tiempo perdido (LTIFR)	11	3,89	274,69
Tasa de enfermedades profesionales	0,03	0,00	0,13
Fatalidades	0	0	0





## → Promoción de la salud mental

En la prevención de riesgos laborales, uno de los focos de trabajo es la promoción de la salud mental de nuestros equipos.

Durante 2024 en todas las tiendas y centros logísticos de Chile se identificaron y evaluaron los riesgos psicosociales a través del Cuestionario de Evaluación del Ambiente Laboral – Salud Mental/ SUSESO (CEAL-SM / SUSESO). Gracias a las actividades implementadas, todos los centros de trabajo obtuvieron como resultado riesgo bajo.

### Otras iniciativas vinculadas con la promoción de la salud mental

#### CHILE

##### PROGRAMA COMUNÍCATE

Ofrece orientación psicológica, social y legal a nuestros colaboradores 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 PARA EL “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 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 2024 se apoyó a colaboradores a través de asesorías psicológicas.

Además, se desarrollaron talleres de primeros auxilios psicológicos y comunicación asertiva con padres e hijos donde participaron 160 personas.





# Libertad de asociación

2-30

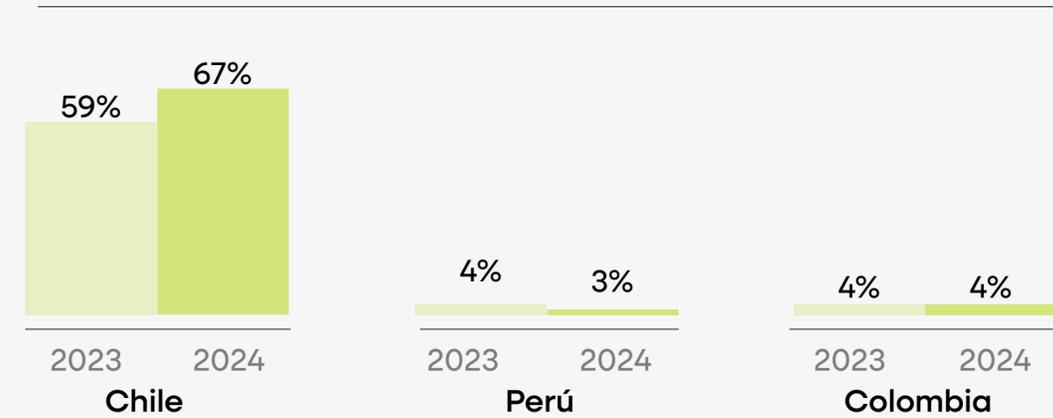
- En Falabella Retail, valoramos la libertad de asociación y fomentamos el diálogo transparente en todas nuestras relaciones. Reconocemos y respetamos los derechos laborales, la libertad de asociación y la negociación colectiva, tanto de los sindicatos como de sus miembros.
- Buscamos dar cumplimiento irrestricto a la normativa laboral local y diseñamos procedimientos internos para llevar adelante, de forma óptima y colaborativa, las gestiones sindicales. Contamos con áreas especializadas en relaciones laborales, quienes velan por el diálogo cordial y oportuno con los representantes de las organizaciones sindicales. En cada uno de los procesos de negociación colectiva participan activamente representantes de la empresa y de los trabajadores.

- Contamos con más de 9.200 personas sindicalizadas en la región, cifra que equivale al 37% de la dotación, y que representan un alza de cuatro puntos porcentuales respecto del año anterior. En Chile, el porcentaje de sindicalización alcanza al 67%.
- La tasa de cobertura por convenios colectivos es superior al 82% en todas las líneas de operación: tiendas, centros de distribución y call centers.

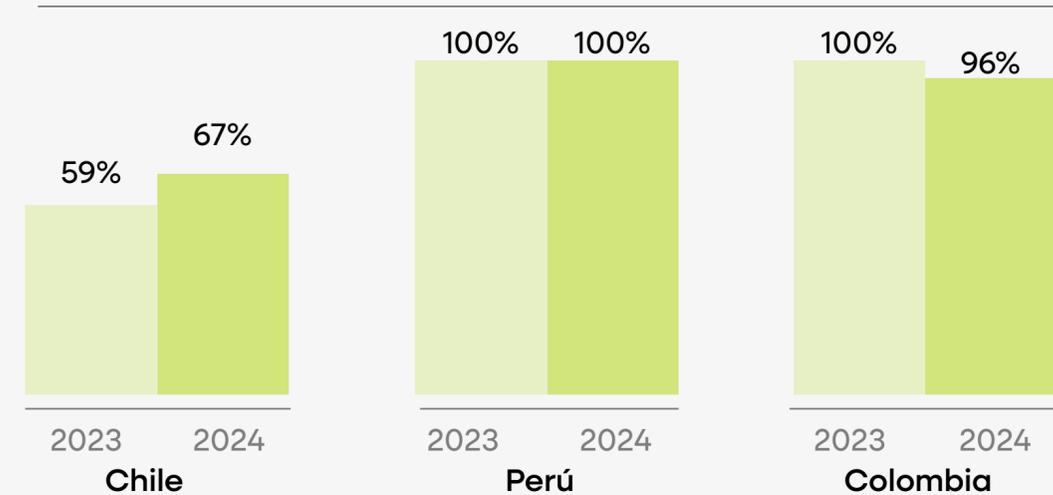
### En Chile en 2024:

- Se concluyó la negociación colectiva con el sindicato que agrupa a los trabajadores de los centros de distribución.
- Se cerró la negociación colectiva con 12 sindicatos que agrupan a trabajadores de tiendas del país.

Tasa de sindicalización



Tasa de cobertura por convenios colectivos





Cap. 5

# Desarrollo Local



Talento local **91**

Apoyo al emprendimiento local **93**



# Talento local

Buscamos dejar una huella positiva en cada comunidad donde estamos presentes, contribuyendo de manera significativa a su desarrollo. Para ello, impulsamos diversas iniciativas que fomentan el emprendimiento y fortalecen el crecimiento de pequeñas y medianas empresas en Chile, Perú y Colombia. Asimismo, promovemos el talento local brindando oportunidades para su desarrollo y proyección.

Uno 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 para así impulsar la industria creativa de la región, fusionando las últimas tendencias de la moda con su labor.

En este ámbito, organizamos nuestros esfuerzos en dos tipos de proyectos: El despliegue de colaboraciones con artistas y marcas nacionales y la disposición de nuestra plataforma física y digital para exponer sus productos a miles de personas, tanto a nivel nacional como regional.

Las colaboraciones que impulsamos, así como las marcas y diseñadores disponibles en nuestras tiendas, están alineados con los valores y compromisos que promovemos en Falabella.

## → Talento local



**24** colecciones colaborativas

**5** marcas propias involucradas



**17** artistas locales convocados

Colaboraciones 2024 con diseñadores locales:

CHILE	PERÚ
<b>Fran Larrain</b> Basement	<b>Luana Barron</b> Mossimo
<b>Paula Mekis</b> Sybilla	<b>Viviana Rivasplata</b> Apology
<b>Cranberry Chic</b> Basement	<b>Ecu</b> Sybilla
<b>Paula Mekis</b> <b>Verano</b> Sybilla	<b>Mulata</b> Basement
<b>Fran Larrain Night</b> Basement	<b>Jorge Luis Salinas</b> Falabella
<b>Fran Larrain Lino</b> Basement	<b>Tana Rendón</b> Basement
<b>Ropero Paula</b> Falabella	COLOMBIA
<b>Sofía Mekis</b> Sybilla	<b>Pluvo</b> Falabella
<b>Fran Larrain</b> <b>Accesorios</b> Basement	<b>Goretty Medina</b> Falabella
<b>Surf (Coa)</b> Doo Australia	<b>Tutantú</b> Benefit
<b>1Ko</b> Cris Miranda	<b>Waimari</b> Falabella





## Colecciones con impacto social

### 1. Coa x Doo Australia:

En marzo de 2024, para promover el talento local chileno realizamos una alianza con la marca Coa, que además de fabricar tablas e implementos de surf, busca entregarle nuevas oportunidades laborales a personas privadas de libertad, a quienes se les ofrecen espacios de trabajo remunerado.

### 2. Cris Miranda x 1ko:

1Ko es una mezcla de empresa y cooperativa. Se trata de la primera marca social del retail en Chile, y que tiene como objetivo potenciar el talento de los vecinos de Bajos de Mena, uno de los barrios más vulnerables de Santiago. Los artistas del sector y sus seres queridos se unieron en una cooperativa de emprendedores que, a través del arte, cautiva al mercado chileno con sus piezas de diseño y arte urbano (polaras estampadas, papelería, cuadros, entre otros). En 2024, junto al reconocido diseñador de moda Cris Miranda desarrollaron para Falabella “Talento



Local Cris Miranda x 1ko”, colección 100% hecha en Chile, a partir de pulpa de celulosa textil, e inspirada en la estética occidental y la creatividad de los artistas de la comunidad.

### 3. Uniforme del TeamChile y Team ParaChile x Basement:

El diseño del uniforme que vistieron los más de 70 representantes de la delegación chilena en la ceremonia inaugural de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París

2024, estuvo a cargo de Falabella a través de nuestra marca Basement. Las diseñadoras de la empresa, Paula Breve y Catalina Undurraga, fueron las encargadas del proceso creativo, donde desarrollaron un estilo único, cómodo y elegante, inspirado en las últimas tendencias en moda. Dentro de las características de los trajes destacaron sus terminaciones hechas a mano, materiales nobles como el lino, fibras naturales y el uso de colores de la bandera chilena.



Ver video

TeamChile  
X Basement  
Falabella

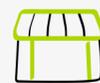




## → Apoyo al emprendimiento local

En nuestra continua labor de apoyo al emprendimiento local, en Chile se desarrollan durante todo el año bazares, que tienen como objetivo brindar un espacio de exposición y venta a pequeñas marcas locales.

Los emprendedores son seleccionados de manera de entregar en ciertos eventos, una oferta variada a los visitantes, o en otros, promover una categoría de productos en específico. Los productos ofrecidos, en su gran mayoría son confeccionados en el país.

 **4** bazares

**2** tiendas



 **+40** emprendedores



### BAZAR MAMÁ

- 13 emprendimientos creados y liderados por mujeres.
- En alianza con Fundadoras.

### BAZAR DIA DEL PADRE

- 2 emprendimientos creados y liderados por mujeres.

### EXPO PATAGONIA

- 20 emprendedores del extremo sur de Chile expusieron una variedad de productos originarios de la Patagonia chilena.
- Versión N°21 de la Expo Patagonia, y por primera vez en Santiago
- En alianza con la Municipalidad de Coyhaique.

### BAZAR NAVIDAD

- 8 marcas nacionales.



En tanto en Colombia prestamos apoyo a marcas de emprendedores locales dándoles mayor visibilidad, destinando para ellos, un espacio único en las tiendas Falabella. En 2024 participaron 45 emprendedores locales.

En esta línea, se realizó la colección “Falabella por Manos Colombianas”, compuesta por 68 productos para el hogar (tales como individuales, canastos y cerámicas), desarrollados por 12 artesanos y 8 talleres. En esta campaña se destacó la riqueza cultural de Colombia, con productos únicos que conectan con las historias y saberes ancestrales de 23 pueblos de cuatro regiones del país: Andina, Caribe, Pacífica y Amazónica.



### MAVESA: diseño y confección local

Con el objetivo de contar con espacios creativos y áreas de desarrollo y al mismo tiempo, promover la producción nacional, se creó Mavesa. Se trata de una empresa del grupo que en cada uno de los países donde está presente Falabella, cuenta con un equipo de diseñadores y patronistas que aportan su creatividad tanto a los diseños de las marcas propias como a las colaboraciones con otras marcas.

- Presente en Chile desde 1949, cuenta con un taller de confección propio donde trabajan 230 personas, además del apoyo de 20 talleres externos, donde se emplea a más de 400 personas.
- En el caso de Perú se trabaja con cerca de 25 talleres para la fabricación de nueve marcas de prendas (damas, caballeros y niños), siendo también importantes fuentes de empleo local.
- Por su parte, en Colombia la organización genera un impacto relevante en materia de empleo local: trabaja con 28 confeccionistas, 4 lavanderías, 4 estampadoras, 2 bordadores, 6 proveedores de insumos y más de 20 agencias textiles y textileras en el país. En 2024, en los talleres de Mavesa en Colombia se fabricaron 10 marcas propias y se desarrollaron 3 colecciones de talento local y desde su origen, ha creado 850 colecciones en colaboración con más de 180 confeccionistas locales, impulsando el desarrollo de nuestras marcas propias.





A través de nuestro Marketplace generamos un impacto significativo en el desarrollo de emprendedores locales.

Al cierre de 2024 contábamos con cerca de **+20.000 sellers** vendiendo activamente en el marketplace de Falabella en la región: 9.200 en Chile; 6.400 en Perú y 3.800 en Colombia.

De ellos, más de un 60% corresponde a empresas pequeñas. Para ellos, ponemos a disposición nuestra Sellers Academy, plataforma de formación exclusiva para Sellers, donde sólo en 2024 se impartieron más de 350 cursos, que contaron con la participación de 5.000 sellers de toda la región\*

\* Más información de la relación con nuestros Sellers en capítulo: "Cadena de valor responsable"





## Cap. 6

# Aporte a las comunidades



Programa Haciendo Escuela **98**

Fuertes y Fantásticas **105**

Voluntariado corporativo **107**



413-1 / 413-2

En cada uno de los lugares donde estamos presentes, buscamos generar un impacto positivo que va más allá de nuestra operación. De esta manera, y además de las colaboraciones específicas que realizamos a nivel local, la estrategia de inversión social desplegada a nivel regional se compone de tres programas emblemáticos que alcanzan a diferentes públicos objetivos:

- Programa Haciendo Escuela
- Fuertes y Fantásticas
- Voluntariado corporativo





# Programa Haciendo Escuela\*



Con 55 años de antigüedad, el Programa Haciendo Escuela (PHE) se consagra como una iniciativa clave del compromiso de Falabella Retail con el desarrollo local de las comunidades en las cuales se inserta. Mientras que en Perú y Colombia se mantiene un enfoque de intervención basado en 4 pilares (asesoría académica, ampliando horizontes, infraestructura y accesibilidad digital y relacionamiento comunitario) en Chile, durante 2024 se comenzó una transición para focalizar la inversión principalmente en el ámbito de la asesoría académica.

En esta nueva versión los trabajadores de cada tienda Falabella, en conjunto con distintas fundaciones y entidades, apoyan de manera integral a los alumnos y la comunidad escolar de un establecimiento educacional en habilidades de lectoescritura, matemáticas, habilidades socioemocionales y actividades orientadas a apoderados y la comunidad escolar.



## Cifras regionales en 2024

**+78,5K**  
estudiantes beneficiados

**91**  
establecimientos beneficiados

**USD 1,48**  
millones aportados

**USD 8,7**  
millones aportados en los últimos 5 años

\* <https://www.haciendoescuela.com/>





## → Enfoque de intervención del Programa Haciendo Escuela a nivel regional





## Asesoría académica

Este pilar contempla la intervención a partir de cinco ejes de trabajo: lectoescritura, matemáticas, socioemocional, liderazgo directivo, y voluntariado.

### LECTOESCRITURA



#### ¿Qué comprende?

Asesorías pedagógicas, capacitaciones y asesorías a docentes, planificaciones y materiales para el desarrollo de clases y evaluaciones internas para la retroalimentación constante.

### CHILE

**Foco:** Programas destinados por un lado a estudiantes de segundo básico y por otro a estudiantes de primer ciclo básico no lectores a través del programa de rescate.

**Proveedores:** Aptus, Fundación Educacional Barnechea y Crecer Con Todos.

**Beneficiarios:** 1.493 estudiantes y 135 docentes y directivos.

**Resultados:** El porcentaje de estudiantes que pertenece al nivel deseable en habilidades de lectoescritura aumentó en 28,6 puntos porcentuales, entre antes y después de la intervención.

### PERÚ

**Foco:** Formación docente para el desarrollo de las competencias comunicativas.

**Beneficiarios:** 329 docentes y 9.870 estudiantes favorecidos en 20 colegios.

**Resultados:** En proceso de evaluación.

### COLOMBIA

**Foco:** Talleres de preparación al ICFES.

**Beneficiarios:** 4.110 estudiantes de 20 colegios.

**Resultados:** Las calificaciones ponderadas del examen mejoraron en 2 puntos con respecto a 2023 (lectura crítica y matemáticas).





## MATEMÁTICAS



### ¿Qué comprende?

Asesorías pedagógicas en matemáticas, incorporando capacitaciones y asesorías a docentes, planificaciones y materiales para el desarrollo de clases y evaluaciones internas para la retroalimentación constante.

### CHILE

**Foco:** Estudiantes de segundo año básico.

**Proveedores:** Aptus, Jump Math y Momento cero.

**Beneficiarios:** 2.172 estudiantes y 108 docentes.

**Resultados:** Progreso promedio de 31,8 puntos en prueba SEPA de los colegios PHE, considerado como progreso intermedio en base a resultados históricos.

## COLOMBIA

**Foco:** Talleres de preparación al ICFES.

**Beneficiarios:** 4.110 estudiantes de 20 colegios.

**Resultados:** Mejora en 2 puntos ponderados en los resultados del examen, con respecto al año anterior.



## SOCIOEMOCIONAL



### ¿Qué comprende?

Potenciar el aprendizaje socioemocional de los y las estudiantes. Se enfoca en 5 áreas de competencias interrelacionadas: autoconciencia, autocontrol, conciencia social, habilidades para relacionarse y toma de decisiones responsables.

### CHILE

**Proveedores:** Educa Switch y Trabün.

**Beneficiarios:** 24.992 estudiantes y 747 docentes y directivos.

**Resultados:** Los resultados del primer año de intervenciones no son concluyentes. Se observa que, de las escuelas intervenidas, 7 evidencian avances en el aprendizaje socioemocional.

## LIDERAZGO DIRECTIVO



### ¿Qué comprende?

Desarrollar prácticas específicas de liderazgo pedagógico en docentes. Promover una cultura de evidencias de aprendizaje, el desarrollo profesional docente y un ambiente para el aprendizaje de los estudiantes.

### CHILE

**Proveedor:** Aptus.

**Beneficiarios:** 39 docentes y directivos.





### Contrato de impacto social para la lectoescritura

Falabella Retail Chile forma parte de un Contrato de Impacto Social (CIS) para la lectoescritura, es decir, un programa donde se realizan los desembolsos monetarios de acuerdo con el logro de resultados, en este caso vinculados con la lectoescritura. Este fue uno de los primeros Contratos de Impacto Social en el país.

Esta iniciativa se implementó desde 2023 en 22 establecimientos del Programa Haciendo Escuela, realizando el seguimiento a más de 1.000 estudiantes de primero y segundo básico. El aprendizaje de los y las estudiantes fue medido a través de cada periodo y al cierre de cada año se evidenció el cumplimiento de los objetivos, sobre los cuales se desembolsó el pago correspondiente.



Disminuyó el porcentaje de estudiantes no lectores, de un **90%** a menos de un **40%**. Alcanzando así las metas definidas para 2023 y 2024.



## Ampliando Horizontes

### Principales iniciativas 2024

Bajo este pilar, Falabella busca potenciar el futuro y despertar el interés de los estudiantes en temas que van más allá del día a día, promoviendo además valores como el respeto, disciplina, compañerismo y confianza.

#### CHILE

- **Workshop Programa Haciendo Escuela:** “Conexiones que transforman”: Encuentro de equipos directivos de escuelas de la red PHE. Contó con exposiciones de expertos internacionales y nacionales y espacios participativos. Se sumaron 54 directivos de 31 establecimientos del país.

- **Escuela de Talentos:** Concurso artístico de canto, baile o actuación. Se inscribieron 20 establecimientos de la red PHE y participaron 270 estudiantes.
- **Becas universitarias:** Desde 2016 el PHE ha entregado 22 becas universitarias para que los estudiantes puedan financiar el 100% de las matrículas y aranceles de sus carreras profesionales. En 2024 fueron entregadas dos becas universitarias.
- **Educación financiera:** Concurso online para alumnos de quinto y sexto básico que convocó a 750 estudiantes de 25 establecimientos de la red PHE.
- **Torneo de educación financiera “Aprende con Eddu”:** Concurso para alumnos de séptimo básico donde participaron 977 estudiantes de 15 establecimientos de la Región Metropolitana de Santiago.

- **Educación financiera en el aula:** Adaptación de cápsulas sobre alfabetización y educación financiera para ser incluidas en las clases de matemáticas (de primero a cuarto básico).

#### COLOMBIA

- **Talleres antibullying:** Charlas a más de 11.800 estudiantes de la red PHE.
- Programa que entrega formación técnica y experiencia relacionada al funcionamiento del centro de distribución de Falabella, con el objetivo de prepararlos para el mundo laboral. En 2024, participaron 22 estudiantes de último año de educación secundaria. Esta instancia es crucial para la obtención del título de bachiller.





## Infraestructura y accesibilidad digital

Este pilar propone mejorar la infraestructura e instalaciones y mejorar la conectividad a internet de los colegios. En Chile, en 2024 se mantuvo el servicio de seis antenas satelitales de internet de alta velocidad en seis colegios y se incorporó una séptima institución. En tanto, en Perú se implementaron 107 aulas digitales en 13 colegios del país y en Colombia se llevaron a cabo actividades de infraestructura en 13 colegios.



## Relacionamiento comunitario

En este ámbito Falabella se propone llegar al resto de la comunidad escolar y a su entorno socio-territorial, potenciando así el vínculo con los colaboradores de Falabella y al mismo tiempo, entregar insumos escolares como reconocimiento al esfuerzo y responsabilidad de los alumnos.

En Chile, durante 2024 se cerró el ciclo de los “Murales para Chile” con el término del mural “Somos un jardín de sueños”, una obra de 50 metros cuadrados, realizada por el artista regional Gustavo Salazar en la Escuela Cooperativa Lircay de Talca.

Los dibujos diseñados por niños de la Escuela Fé y Alegría de Lima, se plasmaron en un mural del propio establecimiento.





# Fuertes y Fantásticas



En Falabella creemos en el poder transformador del empleo para cambiar vidas. Con esta convicción nació Fuertes y Fantásticas, un programa diseñado para acompañar y preparar a mujeres en su proceso de inserción laboral.

En Chile, trabajamos en conjunto con Fundación Emplea\*, brindando apoyo integral a mujeres que están en búsqueda activa de un empleo. A través de esta institución, identificamos a mujeres que están próximas a enfrentar entrevistas laborales y que han participado en sus programas de capacitación y formación. Ellas son derivadas al programa Fuertes y Fantásticas para recibir una capacitación adicional que les permita empoderarse.

Nuestras voluntarias reciben a las participantes y les entregan una asesoría de imagen personalizada, además de entregarles vestuario y calzado adecuados para sus entrevistas. La segunda etapa, consiste en una asesoría en recursos humanos que realizan voluntarias y voluntarios, quienes proporcionan herramientas clave para que las participantes puedan desenvolverse con confianza en sus futuros procesos de selección.

Fundación Emplea acompaña a las beneficiarias durante un proceso de seis meses, facilitando su proceso de inserción en el mercado laboral.

Nuestra meta al 2030 es  
anualmente superar las  
**300 mujeres**  
impactadas por el programa a  
nivel regional.



Ver video

## Cifras de Fuertes y Fantásticas 2024

**212**

participantes

**31%**

de mujeres  
que  
obtuvieron  
empleo

**99%**

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

**99%**

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

**99%**

de  
satisfacción  
de las  
participantes

**424**

asesorías realizadas

**404**

horas de  
voluntariado

**185**

voluntarios/as únicos del Falabella  
Retail y 16 de Grupo Falabella

\* <https://fundacionemplea.cl/>





## → Otras iniciativas de empoderamiento femenino

### • Estudio Etnográfico Mujeres 2024

En el marco de nuestro programa Arriba Mujeres, y con el propósito de comprender mejor a las mujeres desde diferentes perspectivas —considerando sus generaciones y contextos de vida—, realizamos en Chile el primer Estudio Etnográfico Mujeres 2024, en alianza con Kantar. Este estudio revela los diversos roles que las mujeres desempeñan actualmente, destacando aspectos positivos como el orgullo de ser mujer, el empoderamiento y la resiliencia, así como también sus principales preocupaciones.



### Principales conclusiones del Estudio Etnográfico Mujeres 2024

- 96% de las mujeres chilenas siente presión de lograr buen desempeño en todos sus roles.
- 88% siente que después de los 30 años se les presiona para ser madres.
- 94% dice no querer ser reconocida igual que los hombres, sino que tener igualdad de oportunidades.
- 91% afirma que se siente expuesta al peligro, lo que las limita a salir a ciertos sectores, de noche o en auto, entre otros, por temor a que les pueda pasar algo.

### • Apoyo a Fundación Soymás

Reafirmamos nuestro compromiso con la Fundación Soymás a través de diversas iniciativas formativas que impactaron positivamente a sus alumnas. Destacamos el Taller de Experiencia Cliente, donde 12 participantes aprendieron sobre motivación laboral, atención al cliente y la creación de experiencias memorables. Además, realizamos una visita a nuestra tienda en Parque Arauco, con la participación de 32 alumnas de las sedes La Pintana y Renca, quienes vivieron una experiencia enriquecedora al conocer testimonios de colaboradoras y asistir a una charla de liderazgo.

- Por último, realizamos el Talleres de POS (Sistema de Punto de Venta), donde 17 alumnas adquirieron conocimientos prácticos sobre manejo de cajas y pagos en dos jornadas intensivas. Estas actividades no solo fortalecieron las competencias de las alumnas, sino que también les acercaron al mundo laboral y al espíritu de servicio que promovemos.

### • Genias del Futuro

En 2024 auspiciamos “Genias del Futuro” un encuentro para niñas y adolescentes, que busca generar un impacto en la sociedad, motivándolas a soñar en grande y crear un mundo mejor. Nuestro auspicio estuvo enfocado en el área de la Sostenibilidad, donde escogimos a la reconocida influencer @juanagogreen, quien además dictó una charla en el evento.

### • 50 Genias del Año

Auspiciamos “50 Genias del Año” en la categoría Equidad y Empoderamiento. Se trata de un reconocimiento que celebra a mujeres destacadas por su impacto positivo. Nuestra participación reafirma el compromiso de Falabella con la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres, promoviendo la visibilidad de sus logros y contribuciones en la sociedad.



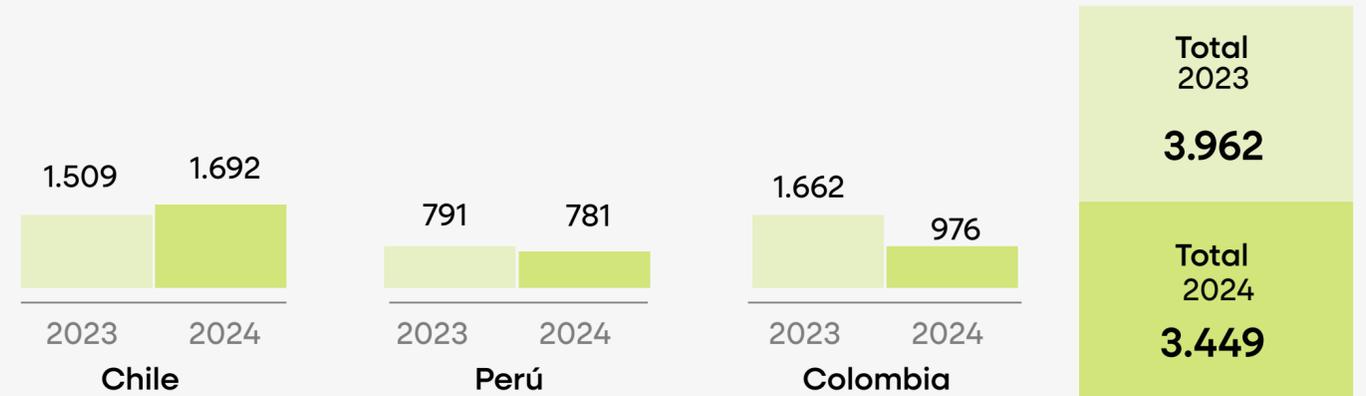


# Voluntariado corporativo

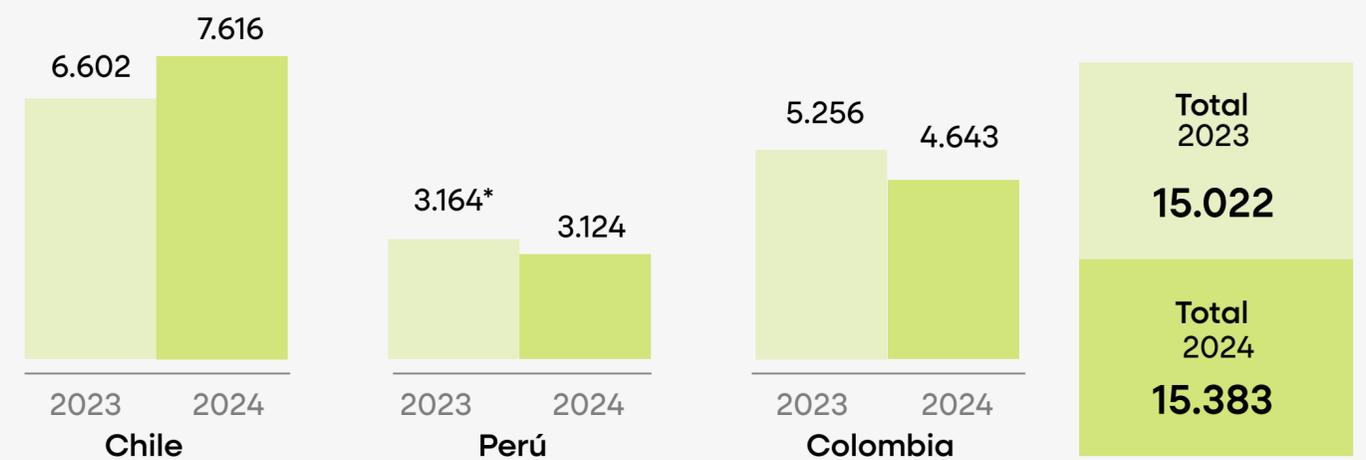
Como política corporativa, en Chile nuestros colaboradores cuentan con 10 horas al año dentro de su jornada laboral, para realizar labores de voluntariado. En Colombia, los trabajadores cuentan con 4 horas al año y en Perú, 5 horas.

En la **“Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad 2024”** realizada en Chile por Fundación Trascender, Falabella fue la primera empresa mencionada de forma espontánea como ejecutora de acciones de voluntariado.

## Nº de voluntarios



## Horas de voluntariado



\* Corrección del dato publicado en Reporte de sostenibilidad 2023.





## CHILE

Nuestros colaboradores y colaboradoras mantienen una relación muy cercana con los colegios de nuestro Programa Haciendo Escuela, donde realizan frecuentemente voluntariados para fortalecer las habilidades socioemocionales. Además, nos vinculamos a las siguientes fundaciones para ampliar el alcance de nuestro impacto:

- En alianza con Fundación Reforestemos, en el 2024 generamos dos instancias de voluntariado: En Bosque Santiago Parque MET y Jardín Botánico de Viña del Mar. Asimismo, aportamos para su campaña de prevención y combate de incendios, a través de aporte de equipamiento para las brigadas y bomberos a los que apoya la fundación.

Horas destinadas a voluntariados en 2024		
<b>+ 7.600</b>	<b>+ 3.100</b>	<b>+ 4.600</b>
Chile	Perú	Colombia

- A través del proyecto Fuertes & Fantásticas de Falabella junto con Fundación Emplea, 185 colaboradores y colaboradoras de oficina central y tiendas participaron como voluntarios prestando asesoría y apoyo a mujeres en proceso de inserción en el mercado laboral.
- En la Maratón de Santiago 2024 participaron voluntarias de Falabella entregando medallas a los corredores de la categoría 10k.
- Junto a la Fundación Banco de ropa realizamos jornadas de voluntariado, donde nuestros colaboradores ayudaron en la organización, pesaje y armado de bolsas de la ropa entregada a personas en condición de vulnerabilidad.
- Durante los meses de enero y febrero, se realizaron actividades de voluntariado para apoyar a los damnificados por los incendios, en particular realizando tareas en el centro de acopio de donaciones y armando kits de ropa para familias afectadas.

## PERÚ

- Programa Yo Soy Voluntario: 781 colaboradores de las tiendas de Falabella en Perú participaron en voluntariados de apoyo en albergues, colegios, personas con habilidades diferentes, ancianos, animales, limpieza de playas, superando las 3.900 horas de voluntariado y beneficiando a 20 organizaciones.
- Limpieza de playas: 50 voluntarios de Falabella y 60 voluntarios externos participaron de jornadas de limpieza de playas, en colaboración con la Municipalidad de Santa María del Mar y en provincia (Chimbote y Huaraz).



## COLOMBIA

- En el marco del Programa Haciendo Escuela, se realizaron diversas actividades a lo largo del año:
  1. Apoyo escolar y tutorías para mejorar el rendimiento académico.
  2. Entrega de materiales escolares y soportes tecnológicos.
  3. Talleres y actividades recreativas que fomentan el desarrollo integral.
  4. Mentoría para ofrecer orientación y apoyo emocional a los estudiantes.





Cap. 7

# Cadena de valor responsable

Gestión de proveedores 110

Logística 112

Sellers 114





# Gestión de proveedores

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

## → Modelo de relacionamiento

Un eslabón fundamental en nuestra cadena de valor son los proveedores. Por ello, nos esforzamos diariamente por desarrollar relaciones de permanente beneficio y de crecimiento mutuo, basadas en estándares éticos y de integridad.

### Principales lineamientos:

- El proceso de creación de nuevos proveedores se rige por la Política de Validación y Creación de Proveedores interna de Falabella y el proceso de compras por la Política de Compras y Contratación de Bienes y Servicios.
- Antes de comenzar el vínculo comercial, las empresas proveedoras firman una cláusula de cumplimiento y una declaración de conflicto de intereses. Además, deben confirmar haber tomado conocimiento de nuestro Código de Integridad.

Todas las compras que realiza Falabella Retail, directa o indirectamente, deben cumplir con la Política de Riesgos y Cumplimiento para los proveedores.

- Una vez iniciada la relación, se entrega a cada proveedor de productos, una Guía Práctica que contiene las expectativas de comportamiento en materia de integridad, medioambiente, prevención de delitos, libre competencia, derechos humanos, entre otras materias y se firma el Acuerdo de proveedores.

### Nuestros proveedores en 2024:

- Trabajamos con un total de 7.687 proveedores, de los cuales 3.681 nos proveen mercadería.
- En tanto, son 1.238 los proveedores directos que fueron responsables de fabricar los productos de nuestras marcas propias, los cuales se confeccionaron en 1.312 fábricas ubicadas en 44 países. Se estima que el 52% de los trabajadores son mujeres.

- Además, trabajamos con otros 2.443 proveedores de mercadería de marcas internacionales y exclusivas.

Cifras regionales	2023	2024
N° proveedores directos	8.252	7.687
% proveedores directos regionales*	69%	83%
% proveedores directos internacionales	31%	17%
% compras regionales	75%	77%

### Principales iniciativas 2024:

- Casi cinco mil proveedores de Falabella Retail Chile fueron invitados a participar de una instancia de **formación** en temáticas de cumplimiento normativo y legal tales como, modelo de prevención de delitos, libre competencia, derechos humanos, ética, medioambiente y derechos del cliente.

- Se dio inicio a un **proyecto de trazabilidad** de la cadena de suministro en dos marcas específicas, con el objetivo de reconocer los lazos e impactos que existen entre los proveedores y las fábricas. Se revisaron aspectos de cumplimiento, de prácticas sociales y ambientales de la cadena de valor, logrando identificar espacios de mejora replicables al resto de las marcas.
- Se consolidó el trabajo iniciado en 2023 para el desarrollo del **Validador de Proveedores Falabella**, un motor de búsqueda que permite asegurar la revisión exhaustiva de antecedentes de proveedores, previo a su alta en la plataforma de la compañía. En 2024 se incorporaron y validaron 103 nuevos proveedores que presentaban alguna observación normativa y/o legal.

\* Se considera proveedor regional a todos aquellos que entregan servicios y proveen productos a Falabella Retail desde Chile, Perú o Colombia.





## → Evaluación de proveedores

- Año a año, incentivamos a nuestros proveedores a elevar sus estándares de calidad a través de auditorías sociales como SMETA\*, BSCI (Business Social Compliance Initiative), entre otras.
- En estas auditorías, sometemos periódicamente a nuestros proveedores a evaluaciones de riesgo ASG mediante revisiones documentales que incluyen verificaciones de evidencias y visitas in situ a las fábricas de los proveedores, evaluando aspectos tales como: condiciones de higiene y seguridad, horas de trabajo, sueldos y beneficios, libertad de asociación, discriminación, trabajo infantil, trabajo forzoso, entre otros.
- Los hallazgos son calificados de acuerdo a la siguiente escala: Acción Inmediata (IA), Alto Riesgo (HR), Riesgo Medio (MR) y Bajo Riesgo (LR). A los proveedores que

obtienen resultados desfavorables, se les proponen planes correctivos. Los hallazgos que no fueron corregidos, si corresponden a casos de acción inmediata o riesgo alto, desencadenan la cancelación de las relaciones comerciales con el proveedor.

- Complementariamente, aquellos proveedores que comercializan productos de las categorías “+Verde”, son incentivados a obtener certificaciones de terceros que verifiquen la trazabilidad de las materialidades que emplean\*\*\*.

En 2024 cumplimos con nuestra meta de que el 100% de las fábricas de nuestros proveedores de Asia y Chile cuenten con auditorías sociales válidas al día.

INDICADOR	2023	2024
N° de fábricas evaluadas	1.716	1.164
% de proveedores evaluados	21%	40%
N° de fábricas evaluados en sostenibilidad**	1.716	1.164
% de fábricas críticas evaluadas	9%	94%
Número de proveedores evaluados con impactos negativos significativos reales o potenciales	36	568
N° de proveedores evaluados con impactos negativos significativos reales o potenciales cuyos contratos / relaciones comerciales se hayan terminado	0	53
N° de proveedores que recibieron apoyo en la implementación de un plan de acciones correctivas	36	13
% de proveedores con Evaluación de Auditorías Sociales	100%	100%

\* Somos miembros compradores de SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange), plataforma que nos da acceso al Protocolo de Auditorías Sociales SMETA y nos ayuda a verificar la autenticidad de los informes.

\*\* Cabe destacar que las Auditorías Sociales duran 2 años si no existen o no se identifican observaciones relevantes.

\*\*\* Más información en sección “Marcas Conscientes” – página 34.





# Logística

CG-EC-000.C

Nuestro compromiso es ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes, y ello nos desafía a seguir innovando, entre otros aspectos, para llegar a nuestros clientes de la manera más eficiente y segura. Para ello se realizaron importantes inversiones en los últimos años: integramos los activos logísticos de los negocios del grupo, organizamos la ruta logística de los pedidos de manera más eficiente, consolidamos el despacho de última milla a través de centros de transferencias y cross-docks, y ofrecemos entregas combinadas de productos, tanto de nuestros productos como de los sellers.

## Características de la red logística de Falabella a nivel regional al cierre 2024:

3



centros de distribución en Chile, 2 en Perú y 1 en Colombia.



290.000 m<sup>2</sup> de infraestructura logística en la región.



25,6 M

de paquetes e-commerce entregadas en la región (48% se entregaron directo en el domicilio de los clientes y 52% se entregó a través de nuestras tiendas).



51% de despachos en menos de 48 horas.



18% de paquetes se procesan en nuestras tiendas (el resto en los CD).





## → Hitos 2024 en la gestión logística

- Hasta 2024, la unidad de negocio Home Delivery Corporativo administraba el centro de distribución y centralizaba el transporte de todas las entregas de la compañía. En este año, Falabella Retail asumió esta responsabilidad, ofreciendo despachos a domicilio a través de instalaciones dedicadas a la consolidación y clasificación de pedidos. A partir de esta integración de funciones, se generaron eficiencias tanto en las rutas (kilómetros recorridos) como en la cantidad de camiones necesarios para cumplir con la promesa a los clientes.
- Same Day Delivery: Gracias a una alianza con la empresa Uber, Falabella Chile puso a disposición de sus clientes, para ciertos productos, la alternativa de contar con los productos adquiridos en el mismo día de la transacción, entregas realizadas con motos o automóviles. Al cierre de 2024, esta opción estaba disponible en el 72% de la región

metropolitana de Santiago. Gracias a las mejoras que vienen siendo implementadas en Perú, Falabella Perú también logró acelerar sus entregas: en un día en Lima y Callao y dos días en provincias.

- Inauguración de un nuevo centro de distribución en Cota, Cundinamarca, Colombia: Con una inversión de 130 millones de dólares y una extensión de 93.000 metros cuadrados, este centro tiene la capacidad de procesar hasta 350.000 artículos por día y representa un paso fundamental en la estrategia de Falabella para optimizar su logística y mejorar los tiempos de entrega en dicho país. Este centro logístico altamente automatizado, fue diseñado bajo los más altos estándares medioambientales, obteniendo la certificación LEED en su bodega y el equipo se encuentra trabajando para obtenerla en el edificio administrativo. Cuenta entre otras innovaciones, con un equipo dedicado a clasificar y reciclar los residuos, alcanzando hasta el 97% de los desechos generados.





# Sellers

La plataforma de e-commerce de falabella.com consolida un catálogo que combina lo mejor de nuestras marcas propias, marcas exclusivas y productos ofrecidos a través de sellers, cuidadosamente seleccionados. Este canal online de venta, presenta un catálogo que permite complementar la experiencia física de los clientes en cada país donde estamos presentes.

Nuestros sellers especialistas complementan el surtido propio de los retailers con sus propios productos. Esta vitrina, les ofrece oportunidades de desarrollo y contacto con un gran número de clientes.

- Previo a su incorporación, los Sellers son chequeados por el equipo de Inbound, con el objetivo de detectar incumplimientos en materia de delitos, publicidad engañosa, e incluso historiales previos con nuestro marketplace.
- Los Sellers son invitados a incorporarse a la plataforma a través de un proceso de *onboarding* (incorporación) rápido

y sencillo, y un equipo especializado les presta asistencia en todo momento, además de ofrecerles distintas herramientas de venta como publicidad, mensajería dirigida y servicios analíticos.

- Una vez aceptados para operar en la plataforma, se les entrega la Guía práctica de cumplimiento para sellers, herramienta práctica que ilustra los parámetros de integridad corporativa en los que deben basar sus acciones, y las expectativas de comportamiento que nuestros sellers deben observar en la relación comercial con Falabella. El equipo de Compliance de producto revisa permanentemente que las publicaciones estén dentro de los estándares definidos en esta guía.
- Asimismo, ponemos a disposición de los Sellers nuestro Canal de integridad a través del cual pueden realizar consultas, o denuncias de manera anónima, confidencial y sin represalias.
- Complementariamente, se entrega la política de cumplimiento de productos para Sellers. Este instructivo establece

algunas obligaciones que se deben cumplir en la comercialización de productos en la plataforma, de acuerdo con la legislación vigente en cada país. Asimismo, establece definiciones específicas por categoría y el procedimiento a seguir ante la solicitud

de certificaciones u otros respaldos requeridos.

- Cada uno de los productos a publicar, se evalúa de acuerdo con estas directrices, previo a su ingreso a falabella.com.

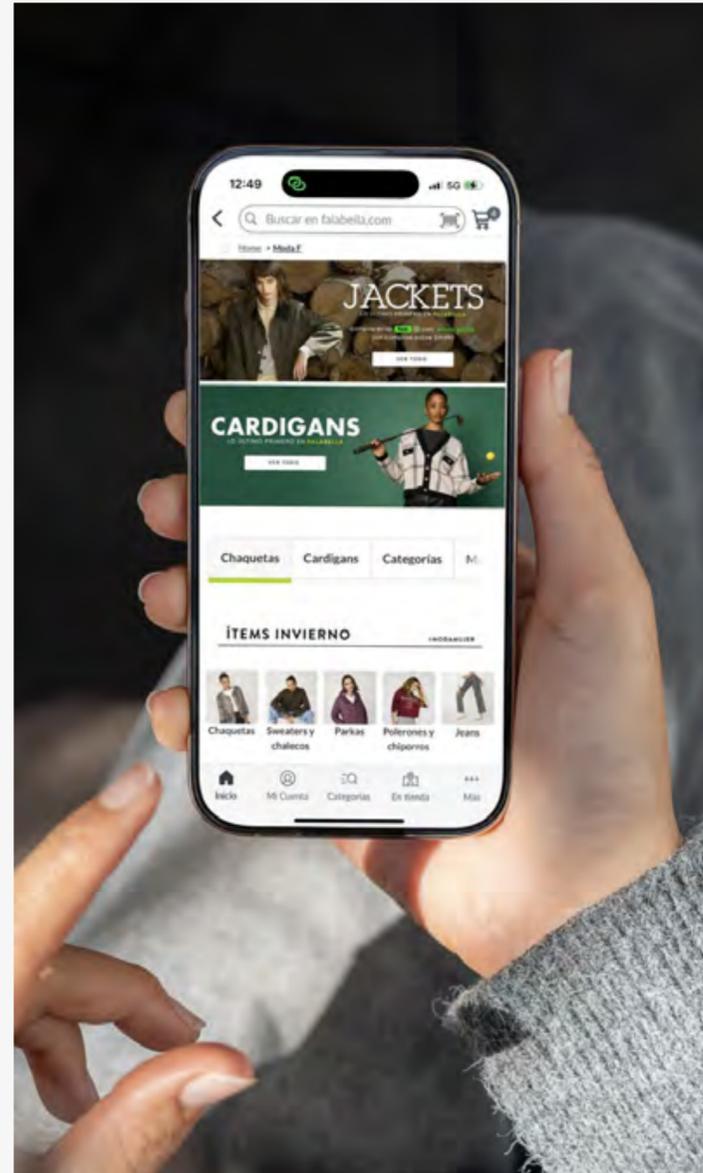




Aspectos regulados en la Guía práctica de cumplimiento para Sellers:



- Integridad corporativa
- Prevención de delitos
- Anticorrupción
- Libre competencia
- Gestión de conflicto de intereses
- Regalos e invitaciones
- Derechos del consumidor
- Medio ambiente
- Protección de datos personales
- Derechos humanos
- Diversidad e inclusión
- Cumplimiento de la normativa laboral



### Factores que se evalúan previo a su incorporación al marketplace:

- ¿El producto es comercializable o es un producto prohibido?
- ¿El producto contiene publicidad engañosa, atribuciones, garantías o afirmaciones que deben ser comprobadas?
- ¿La imagen tiene objetos, productos, logos, marcas de agua o contenido controversial y/o prohibido que deba ser gestionado?
- ¿El nombre o la descripción tiene palabras de contenido controversial y/o prohibido que deba ser gestionado?
- ¿El nombre del producto corresponde a la publicación?
- ¿La descripción del producto corresponde con la imagen?
- ¿La marca corresponde con la descripción?
- ¿La marca corresponde con la imagen?
- ¿La descripción del producto contiene alguna asociación con una marca reconocida la cual no corresponde al producto publicado?
- ¿La marca del producto requiere documentación para acreditar la autenticidad, es marca propia o con restricción?
- ¿El producto requiere certificación según su categoría o es una categoría automatizada?





- El Compliance Policy Rating (CPR) es un proceso complementario que tiene como objetivo evaluar los niveles de incumplimiento que pueden tener los sellers, asociados principalmente con la creación de productos que fueron previamente desautorizados y despublicados y que podrían presentar alertas por motivos de propiedad intelectual o industrial, productos no comercializables, productos asociados a marcas con restricción de venta por definición de negocio, reviews negativas, reclamos SAC, alertas por precios irregulares y productos pendientes de certificación, a fin de analizar su mantención en la plataforma de falabella.com para Chile, Colombia y Perú.
- Medimos mensualmente la satisfacción de nuestros Sellers a través de la metodología NPS®, aplicado en los tres países y a

partir de las conclusiones del estudio, se implementan mejoras específicas. Por ejemplo, a partir de la medición de 2024 se realizaron mejoras al Falabella Seller Center y se implementaron segmentaciones de sellers de acuerdo con las ventas y el valor agregado.

- En 2024, falabella.com comenzó a orientar su oferta de productos bajo una estrategia de mayor especialización. Por ello, se despublicaron cerca de 1.5 millones de SKUs, impactando en el resultado del NPS® consolidado de los sellers.
- Consultoría especializada: Durante 2024 se ofreció a un grupo de 15 sellers la posibilidad de ser asesorados por consultores externos especializados en desarrollo de negocios.

## Indicadores de Sellers 2024

Cerca de **20.000** sellers vendiendo en falabella.com a nivel regional



**2.449**

sellers evaluados con impactos negativos significativos reales o potenciales



**60%** de sellers que son pequeñas empresas



**352**

sellers recibieron apoyo para la implementación de un plan de acciones correctivas



**58** potenciales vendedores que fueron rechazados en el proceso de incorporación a falabella.com



**14%**

sellers con impactos negativos significativos reales o potenciales tienen un plan de acciones correctivas / mejoras acordado



**42** NPS® Sellers regional



**1.409**

sellers evaluados con impactos negativos significativos reales o potenciales cuyos contratos / relaciones comerciales se han terminado





## Sellers Academy

Ponemos a disposición de nuestros Sellers una serie de recursos, programas, capacitaciones, eventos y herramientas para ayudarlos a hacer crecer su negocio y asegurar que tengan una operación de excelencia en falabella.com. Durante 2024, se impartieron a través de esta academia más de 350 sesiones de capacitación en las que participaron cerca de 5.000 sellers de Chile, Perú y Colombia. Estos cursos se complementan con webinars, eventos, workshops, el canal de YouTube, el centro de ayuda para sellers y el sitio informativo sellers.falabella.com, especialmente diseñado para ellos.

## f.plus+

Programa de apoyo a los sellers para mejorar su nivel de servicio y donde se premia el desempeño operacional de excelencia a través de beneficios exclusivos, tales como mayor visibilidad de los productos, tarifas de envío diferenciadas, autogestión de las promociones, destaque de productos con la etiqueta de Oportunidad única.



[sellers.falabella.com](https://sellers.falabella.com) >





# Anexos



Acerca del Reporte de Sostenibilidad 2024	119
Grupos de Interés	122
Reconocimientos	125
Índices GRI y SASB	130



# Acerca del Reporte de Sostenibilidad 2024

## → Reporte de Sostenibilidad 2024 – Falabella Retail\*

2-2, 2-3, 2-4, 2-5, 2-14

Este informe consolida la información sobre el desempeño económico, social, ambiental y de gobernanza para el período cubierto entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024, de Falabella Retail en **Chile, Perú y Colombia**.

Como desde hace 14 años, a través de este documento, realizamos un ejercicio **voluntario de rendición de cuentas** a nuestros grupos de interés sobre cómo estamos avanzando en la implementación de la estrategia de sostenibilidad, y aportar cada vez más al desarrollo sostenible de la región.

- La Gerencia Corporativa 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, además del estándar Sustainability Accounting Standard Board (SASB) para los sectores “distribuidores y minoristas especializados y multilínea” y “comercio electrónico”.
- Las reexpresiones de información están debidamente señalizadas a lo largo del documento.
- A partir de 2024 se incorpora en el Reporte de Sostenibilidad la información vinculada con [falabella.com](https://www.falabella.com).

Para consultas o sugerencias, contactarse con:  
**Malena Marcalle**, Gerente de Sostenibilidad  
[mmarcalle@falabella.cl](mailto:mmarcalle@falabella.cl) →

\* Su fecha de publicación fue en mayo de 2025.





## → Selección de temas relevantes - Materialidad

3-1

Siguiendo los lineamientos del estándar GRI, se seleccionaron los temas e indicadores a presentar en este documento, es decir los “temas materiales” (aquellos que representan los impactos más significativos sobre la economía, el medio ambiente y las personas, incluidos los impactos sobre los derechos humanos).



Para la elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2024 de Falabella Retail se realizaron las siguientes actividades:

### 1. Comprensión del contexto

- a.** Identificación de temas y tendencias de la industria a partir del análisis bibliográfico y de los estándares SASB para los sectores “distribuidores y minoristas especializados y multilínea” y “comercio electrónico”.
- b.** Benchmark de reportes del sector Retail a nivel nacional e internacional.
- c.** Revisión de documentos internos de planificación, comunicaciones internas y externas.
- d.** Revisión de prensa.
- e.** Estrategia de Sostenibilidad de Falabella Retail.

### 2. Identificación de impactos

- a.** 22 entrevistas a ejecutivos para la compilación de hitos del negocio por país.
- b.** Incorporación de resultados de consultas realizadas durante el año: encuesta de clima organizacional, estudios de marca, y requerimientos de información de Grupo Falabella.
- c.** Incorporación de información vinculada con los principales riesgos identificados en la matriz de riesgos en derechos humanos de Falabella Retail.
- d.** Mesa de trabajo con expertos: en diciembre de 2024 se realizó una sesión de trabajo con 16 representantes de organizaciones vinculadas con Falabella Retail en Chile. En la sesión, representantes de las instituciones comentaron cuáles, en su opinión son las áreas de mayor impacto del negocio y realizaron un análisis crítico del Reporte de Sostenibilidad del año anterior.

### 3. Evaluación de impactos

- a.** Preparación de un listado de impactos reales y potenciales, positivos y negativos.
- b.** Taller de evaluación de impactos con dieciocho colaboradores de Falabella Retail.
- c.** Aplicación de herramienta de evaluación.

### 4. Priorización de temas materiales

- a.** Evaluación de impactos de acuerdo con su gravedad y probabilidad de ocurrencia.
- b.** Definición del umbral de la materialidad.
- c.** Agrupación de impactos en 14 temas materiales, de alta y mediana prioridad.
- d.** Aprobación de la materialidad por parte del Gerente General Corporativo.





### Lista de temas materiales

3-2

A continuación, se presenta el resultado del ejercicio de materialidad 2024.

1. Aporte comunitario

2. Apoyo al emprendimiento \*

3. Cambio climático y energía\*\*

4. Desarrollo de talentos

5. Diversidad e inclusión

6. Economía circular \*\*

7. Empleo y condiciones laborales

8. Envases y embalajes \*

9. Experiencia de clientes

10. Marcas conscientes \*\*

11. Residuos de la operación

12. Responsabilidad en la cadena de abastecimiento \*\*

13. Salud y seguridad de colaboradores

14. Seguridad de clientes

\* Temas nuevos que surgen en la materialidad 2024

\*\* Fusión o cambio de nombres de temáticas ya existentes en la materialidad 2023.



# Grupos de Interés

2-29

## → Involucramiento de los grupos de interés

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.

	PRINCIPALES MECANISMOS DE VINCULACIÓN
Colaboradores	Intranet, correo electrónico, voluntariado corporativo, encuesta y pulso de clima y cultura, comité paritario, reuniones informativas, eventos, canal de integridad, reporte de sostenibilidad.
Sindicatos	Reuniones periódicas y mesas de trabajo, canal de integridad, reporte de sostenibilidad.
Accionistas e inversionistas	Directorio, Junta anual de accionistas, conferencias, eventos, equipo de relación con inversionistas, comités, página web inversionistas, reporte de sostenibilidad.
Banco e instituciones financieras	Contratos de financiamiento, publicación de resultados, página web inversionistas. Comunicación directa, reuniones presenciales, reporte de sostenibilidad.
Clientes y visitantes	Redes sociales, estudios de mercado, falabella.com y aplicación, encuesta de satisfacción (NPS), tiendas físicas, prensa. Canal de integridad, newsletters mensuales, reporte de sostenibilidad.
Proveedores y contratistas	Encuentro anual con proveedores, reuniones de trabajo, líneas directas de atención, encuestas, auditoria a procesos y fábricas, licitaciones, capacitaciones y entrenamientos, reporte de sostenibilidad.
Comunidades vecinas	Relacionamiento en terreno, Instancias de escucha y diálogo, sitios webs institucionales y de iniciativas concretas, voluntariado corporativo, Prensa y newsletters mensuales, canal de integridad, reporte de sostenibilidad.
Asociaciones Gremiales	Mesas de trabajo, reuniones de colaboración, encuentros gremiales, reporte de sostenibilidad, retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa.
Reguladores y autoridades	Reuniones, fiscalizaciones, comunicados de prensa, participación en comités.
Sociedad civil y fundaciones	Membresías, comités, reuniones temáticas, alianzas y actividades conjuntas, donaciones, voluntariado corporativo, reporte de sostenibilidad, canal de integridad.
Socios Comerciales (Sellers)	Portal de socios comerciales, contacto directo ejecutivo comercial, canal de soporte, redes sociales, eventos para socios comerciales (Seller day, FMedia day y otros), canal de integridad.





## → Asociaciones y membresías

2-28

ASOCIACIÓN	ALCANCE
Acción Empresas	Chile
Aequales	Perú
Aperhu	Perú
Asociación Nacional de Anunciantes	Colombia
Asociación Nacional de Avisadores	Chile
Cámara Colombiana de Comercio Electrónico	Colombia
Cámara Comercio de Santiago	Chile
Cámara Colombiana LGBT	Colombia
CEMPRE	Chile

ASOCIACIÓN	ALCANCE
Federación Nacional de Comerciantes	Colombia
Forest Stewardships Council	Chile
Green Building Council	Chile, Perú y Colombia
IAB Perú	Perú
Pride Connection	Chile, Perú y Colombia
Pacto Global	Chile
Pro Humana	Chile
Red de Empresas Interculturales	Chile
Shift	Perú





## → Gestión de marca

¿Cómo monitoreamos la percepción de marca en tópicos de sostenibilidad en nuestros clientes?

Semanalmente se levantan 100 encuestas para medir la percepción del cliente, encuestas realizadas por Kantar con quienes realizamos el tracking de marca Brand Pulse, una de las principales herramientas de seguimiento de la reputación corporativa. En cada lectura trimestral se toma una muestra total de 1.300 casos.

En el tracking de marca, entre otros factores, se analizan diversos atributos marcarios y se agrupan en pilares. La “Sostenibilidad” es un pilar que incorpora preguntas sobre “Marca que aporta a la Comunidad”, el “Compromiso con el medio ambiente” y “Comparto los valores que la marca representa”. De manera consistente, la marca ha ido mejorando en cada uno de estos ámbitos. Se debe considerar que nos comparamos con un set competitivo de 10 marcas de la Industria “ Tiendas y sitios

web”, para entender nuestro posicionamiento en los diferentes atributos.

Además, a partir del segundo trimestre del 2024 se incorporó un módulo con la pregunta ¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones acerca de Falabella?

- En una marca que promueve la diversidad, equidad e inclusión.
- Es una marca que no discrimina por edad, etnia, género u orientación sexual.
- Es una marca que ofrece gran variedad de productos y servicios sustentables.
- Es una marca que promueve el talento local.

A esta herramienta se incorporan mediciones adicionales de los equipos de marketing y de estudios de Falabella, así como análisis específicos de la percepción de los participantes en las iniciativas implementadas. Estas instancias de retroalimentación, son insumos relevantes para la planificación estratégica y en particular, para la evaluación de los avances en la implementación de la estrategia de sostenibilidad de Falabella Retail.





# Principales Reconocimientos



## Experiencia de clientes

	CHILE	PERÚ		
Reconocimiento	e-commerce Awards en la categoría "Mobile & InStore" - reconoce a empresas y emprendimientos que contribuyen con su innovación y desarrollo a potenciar el mercado en la red y la economía digital.	Reconocimiento por el compromiso con la mejor experiencia para clientes- Categoría tiendas por departamento	Ranking CX Index - Empresas que brindan la mejor experiencia al cliente- - Categoría tiendas por departamento	Ranking CX Index - Empresas que brindan la mejor experiencia al cliente - Categoría ecommerce
Entregado por	E-COMMERCE INSTITUTE	CXI INDEX	DATUM INTERNACIONAL, CENTRUM PUCP Y CX LATAM GROUP	DATUM INTERNACIONAL, CENTRUM PUCP Y CX LATAM GROUP
Puesto	1° puesto	1° puesto	1° puesto	2° puesto



## Proveedores

	CHILE
Reconocimiento	Mejores Empresas Pagadoras
Entregado por	ASOCIACIÓN DE EMPRENDEDORES DE CHILE Y BOLSA DE PRODUCTOS
Puesto	-





## Medio ambiente

	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	
Reconocimiento	Sello de Cuantificación y Reducción del programa Huella Chile	Estrella por la medición, verificación y reducción de la Huella de Carbono	Carbono Neutro	Gestión de residuos, reducción de residuos a relleno sanitario
Entregado por	HUELLA CHILE - MINISTERIO DE MEDIOAMBIENTE	MINISTERIO DEL AMBIENTE (MINAM)	INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS - ICONTEC	BASURA CERO - ICONTEC
Puesto	-	<b>3° estrella</b>	-	<b>Categoría Oro</b>



## Sostenibilidad

	CHILE	PERÚ	
Reconocimiento	Empresa sostenible en el ranking	Empresa sostenible en el ranking	Empresa sostenible de categoría retail en el ranking
Entregado por	MERCO ESG	MERCO ESG	MERCO ESG
Puesto	<b>22° puesto</b>	<b>38° puesto</b>	<b>2° puesto</b>





## Reputación

	CHILE									PERÚ		
Reconocimiento	e-Líder del año: Francisco Irarrázaval	Empresas con mejor reputación corporativa	Empresas de categoría Retail con mejor reputación corporativa	Empresas con más confianza en los últimos 10 años – categoría retail	Mejores marcas ciudadanas – 1° semestre	Mejores marcas ciudadanas – 2° semestre	Top 30 Ranking Empatía	Top 30 Ranking Empatía– industria Retail	Top 100 empresas preferidas para trabajar por profesionales sub-35 en Chile	Empresas con mejor reputación corporativa	Empresas de categoría Retail con mejor reputación corporativa	Estudio de las empresas más queridas y valoradas por los clientes
Entregado por	ECOMMERCE AWARDS 2024	MERCO EMPRESAS	MERCO EMPRESAS	ICREO 10 AÑOS	CADEM	CADEM	BETTER BRANDS	BETTER BRANDS	TOP OF MIND INDEX	MERCO EMPRESAS	MERCO EMPRESAS	BBK GROUP E IMPRONTA RESEARCH
Puesto	1° puesto	18° puesto	2° puesto	1° puesto	34° puesto	22° puesto	5° puesto	2° puesto	14° puesto	24° puesto	2° puesto	13° puesto





## Talento / Diversidad

	CHILE						COLOMBIA
Reconocimiento	Top 100 empresas preferidas Top of Mind Chile	Top 100 empresas preferidas Top of Mind Tech Chile	Mejores empresas para atraer y fidelizar talento	Mejores empresas para trabajar según los universitarios	Top 10 mejores para trabajar	Mejores lugares para trabajar para el talento LGTBIQ+	Reconocimiento al compromiso con la inclusión, diversidad y equidad
Entregado por	FIRST JOB	FIRST JOB	MERCO TALENTO	MERCO TALENTO UNIVERSITARIO	COMPUTRABAJO	PRIDE CONNECTION Y EQUIDAD CL	PREMIO FRIENDLY BIZ – CÁMARA DE LA DIVERSIDAD
Puesto	10° puesto	7° puesto	23° puesto	14° puesto	Top 10	Categoría A	-





## Talento / Diversidad

	PERÚ				
Reconocimiento	«Mejor Panel del Sur 2024» por la Campaña “Arriba mujeres, tal como somos”	Mejores empresas para trabajar	Mejores empresas para trabajar – categoría Retail	Certificación Aequales en equidad de género y diversidad	Certificación como Empresa Integradora por la inclusión de poblaciones vulnerables, las buenas prácticas y los beneficios inclusivos
Entregado por	MERCADO NEGRO	MERCO TALENTO	MERCO TALENTO	AEQUALES	PADF, CONFIEP, CEDRO Y ACNUR
Puesto	1° puesto	12° puesto	1° puesto	-	-





# Índices GRI y SASB

## → 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 2024 y el 31 de diciembre de 2024.

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	119	
2-3	Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	119	
2-4	Actualización de la información	119	
2-5	Verificación externa	119	
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	6	
2-7	Empleados	65	
2-8	Trabajadores que no son empleados	--	Información no disponible

GRI 2: Contenidos Generales, 2021	Contenido	Página	Motivo para la omisión
2-9	Estructura de gobernanza y composición	9	
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	9	
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	9	
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	9	
2-13	Delegación de la responsabilidad de la gestión de impactos	11	
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	119	





GRI 2: Contenidos Generales, 2021	Contenido	Página	Motivo para la omisión
2-15	Conflictos de interés	13	
2-16	Comunicación de inquietudes críticas	11	
2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	9	
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	9	
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	13	
2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	13	

GRI 2: Contenidos Generales, 2021	Contenido	Página	Motivo para la omisión
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	13	
2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	13	
2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	28	
2-28	Afiliación a asociaciones	123	
2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	122	
2-30	Convenios de negociación colectiva	89	
3-1	Proceso para determinar los temas materiales	120	
3-2	Lista de temas materiales	121	
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	96	
Apoyo al emprendimiento	--	Indicadores propios	93	
Cambio climático y energía	GRI 305: Emisiones, 2016	305-1 Emisiones directas de GEI	50	
		305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía	50	
		305-3 Otras emisiones indirectas de GEI	50	
		305-4 Intensidad de las emisiones de GEI		Información no disponible
		305-5 Reducción de las emisiones de GEI	50	
		305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono		No procede
		305-7 Óxidos de nitrógeno (NO <sub>x</sub> ), óxidos de azufre (SO <sub>x</sub> ) y otras emisiones significativas al aire		No procede





Tema material	Estándares temáticos GRI	Contenidos temáticos GRI	Página	Motivo para la omisión
Cambio climático y energía	GRI 302: Energía, 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	53	
		302-2 Consumo de energía fuera de la organización		Información no disponible
		302-3 Intensidad energética	53	
		302-4 Reducción del consumo energético	53	
		302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	34	
Desarrollo de talentos	GRI 404: Formación y Enseñanza, 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	69	
		404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	69	
		404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	69	
Diversidad e inclusión	GRI 405: Diversidad e Inclusión, 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	76	
		405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	82	
Economía circular	--	Indicadores propios	39	





Tema material	Estándares temáticos GRI	Contenidos temáticos GRI	Página	Motivo para la omisión
Empleo y condiciones laborales	GRI 401: Empleo, 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	67	
		401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	84	
		401-3 Permiso parental	76	
Envases y embalajes			59	
Experiencia de clientes	--	Indicadores propios	26	
Marcas conscientes			34	
Residuos de la operación	GRI 306: Residuos, 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	39 y 56	
		306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	39 y 56	
		306-3 Residuos generados	56	
		306-4 Residuos no destinados a eliminación	56	
		306-5 Residuos destinados a eliminación	56	





Tema material	Estándares temáticos GRI	Contenidos temáticos GRI	Página	Motivo para la omisión
Responsabilidad en la cadena de abastecimiento	GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	110	
		308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	110	
	GRI 414: Evaluación social de proveedores	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	110	
		414-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	110	
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	86	
		403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	86	
		403-3 Servicios de salud en el trabajo	86	
		403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	86	
		403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	86	





Tema material	Estándares temáticos GRI	Contenidos temáticos GRI	Página	Motivo para la omisión
Salud y seguridad de colaboradores y trabajadores externos	GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo, 2018	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	84	
		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		Información no disponible
		403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	86	
		403-9 Lesiones por accidente laboral	86	
		403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	86	
Seguridad de clientes	416: Salud y Seguridad de Clientes, 2.016	416-1: Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	36	
		416-2: Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	36	
	GRI 418: Privacidad del Cliente, 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	28	
		--	Indicadores propios	28





## → 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	53
Seguridad de los datos	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	CG-MR-230a.1	28
	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal, (3) número de clientes afectados	CG-MR-230a.2	28
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	84
	Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	CG-MR-310a.2	67

Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Página / Respuesta
Prácticas laborales	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	76
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la discriminación en el empleo	CG-MR-330a.2	83
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de sostenibilidad ambiental o social	CG-MR-410a.1	34





## → Índice SASB – Comercio electrónico

Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Página / Respuesta
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Análisis de los procesos para evaluar y gestionar los riesgos o peligros asociados a las sustancias químicas en los productos	CG-MR-410a.2	34
	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes	CG-MR-410a.3	59
<b>Parametro de actividad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Código</b>	<b>Página</b>
Número de: (1) ubicaciones de venta al por menor y (2) centros de distribución	Número	CG-MR-000.A	6
Superficie total de: (1) espacio de venta al por menor y (2) centros de distribución	Metros cuadrados (m <sup>2</sup> )	CG-MR-000.B	8.422.163 m <sup>2</sup>

Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Página / Respuesta
Gestión de la energía y el agua	(1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	CG-EC-130a.1	53
	(1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	CG-EC-130a.2	55
	Análisis de la integración de las consideraciones ambientales en la planificación estratégica para las necesidades del centro de datos	CG-EC-130a.3	--
Estándares publicitarios y de protección de datos	Número de usuarios cuya información se utiliza con propósitos secundarios*	CG-EC-220a.1	--
	Descripción de las políticas y las prácticas relacionadas con la publicidad basada en el comportamiento y la privacidad del usuario	CG-EC-220a.2	28

\* Entre los ejemplos de propósitos secundarios figuran, entre otros, la venta de anuncios dirigidos a una audiencia específica, la mejora de la oferta de productos o servicios de la entidad y la transferencia de datos o información a un tercero mediante venta, alquiler o intercambio.





Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Página / Respuesta
Seguridad de los datos	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	CG-EC-230a.1	28
	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de usuarios afectados	CG-EC-230a.2	28
	Implicación de los empleados expresada en forma de porcentaje	CG-EC-330a.1	75
Contratación, inclusión y rendimiento de los empleados	Tasa de reemplazo (1) voluntaria e (2) involuntaria para todos los empleados	CG-EC-330a.2	67
	Porcentaje de representación de géneros y grupos raciales/étnicos en (1) la dirección, (2) el personal técnico y (3) todos los demás empleados	CG-EC-330a.3	76
	Porcentaje del personal técnico que son titulares de un visado H-1B	N/A	--

Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Página / Respuesta
Embalaje y distribución del producto	Huella total de gases de efecto invernadero (GEI) de los envíos de productos	CG-EC-410a.1	50
	Análisis de las estrategias para reducir el impacto ambiental de productos en la fase de entrega	CG-EC-410a.2	59
Parametro de actividad	Unidad de medida	Código	Página
Medida de la actividad de los usuarios definida por la entidad	Número	CG-EC-000.A	6
Capacidad de procesamiento de datos, porcentaje subcontratado	Número	CG-EC-000.B	--
Número de envíos	Número	CG-EC-000.C	112





# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD FALABELLA RETAIL **2024**

Inicio →

