

# Reporte\_ **Sostenibilidad** /2019



Falabella Retail . *Contigo Siempre*



# Índice



01\_

/ Falabella  
contigo siempre



02\_

/ Estrategia de  
sostenibilidad



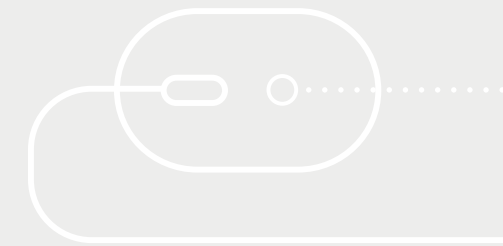
03\_

/ Pasión por  
la integridad



04\_

/ Experiencia  
significativa



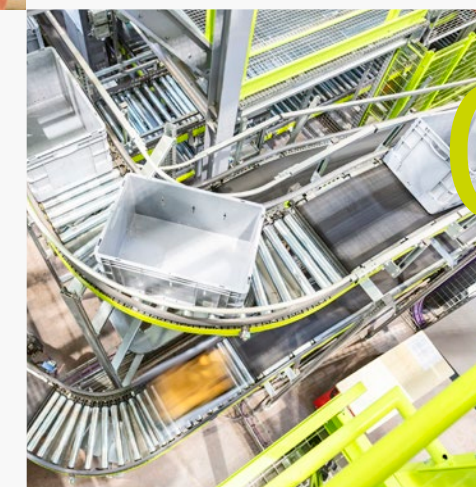
05\_

/ + Valor social



06\_

/ Acción climática  
y circularidad



07\_

/ Anexos



# → Carta Gerente General Corporativo



En 2019, como desde hace 130 años, seguimos apasionados por generar un impacto positivo en la vida de millones de personas en América Latina. Continuamos innovando y adelantándonos para **ofrecer experiencias únicas que combinan la cercanía y dedicación de nuestra gente, con la comodidad y eficiencia de la tecnología.**

Una profunda transformación digital está cambiando nuestras vidas. Nuestros clientes tienen nuevas expectativas, nuevos intereses y nuevas motivaciones. En Falabella Retail buscamos liderar los desafíos de esta era en los cuatro países donde operamos: Chile, Perú, Argentina y Colombia. Hoy podemos afirmar con orgullo que **contamos con uno de los ecosistemas físico-digitales más relevantes de la región.**

La sostenibilidad es uno de los componentes clave del ecosistema Falabella. Por eso, junto a especialistas, líderes de nuestra comunidad, clientes, proveedores y colaboradores, acordamos un **nuevo plan estratégico para la gestión sostenible**, que se articula en los siguientes ejes:



## PASIÓN POR LA INTEGRIDAD

Nuestro Modelo de Cultura de Integridad promueve la transparencia en las relaciones y decisiones de nuestros equipos. Nos comprometemos con nuestros proveedores, a cuya disposición ponemos una Línea Transparente, y con nuestros colaboradores, a quienes capacitamos en buenas prácticas comerciales.

La integridad se traduce también en relaciones colaborativas con los trabajadores y mesas de diálogo permanentes con nuestros sindicatos.

*“La sostenibilidad es uno de los componentes clave del ecosistema Falabella”.*

*“Buscamos avanzar hacia una organización más ágil, emprendedora y colaborativa que lidere la transformación digital del retail.”*

### EXPERIENCIA SIGNIFICATIVA PARA NUESTROS CLIENTES

Buscamos sorprender a nuestros clientes con una experiencia única, dinámica y personal.

Seguimos invirtiendo en tecnología para ofrecer experiencias de compra memorables. En 2019, las descargas de la App Falabella se quintuplicaron. Para seguir sorprendiendo a los consumidores, incorporamos nuevas funcionalidades, como el buscador inteligente que permite encontrar productos a partir de una fotografía de un producto similar.

Falabella.com permite a nuestros 2,3 millones de clientes la posibilidad de elegir cuándo y dónde comprar y recibir sus productos. El 60% de nuestras ventas online se entregan en los puntos de



retiro Click&Collect de Falabella, Sodimac y Tottus. Avanzando en nuestra estrategia, lanzamos en algunas tiendas piloto el primer sistema de retiro 100% automatizado que permite entregas solo en segundos.

Asimismo, nuestras tiendas se han transformado en centros de experiencia omnicanal con más productos y servicios que nunca, en un ambiente amigable y con el trato personalizado de nuestra gente.

Los logros de Falabella en la nueva economía nos han permitido obtener el **eCommerce Award Latam 2019, en la categoría ‘Líderes del eCommerce en el retail’**; otorgado por el eCommerce Institute a los mejores negocios online de América Latina.

### EXPERIENCIA SIGNIFICATIVA PARA NUESTROS COLABORADORES

En Falabella creemos que el crecimiento profesional y personal potencia el desarrollo sostenible del negocio. Especialmente, **buscamos avanzar hacia una organización más ágil, emprendedora y colaborativa que lidere la transformación digital del retail.** Así en 2019, nos enfocamos especialmente en brindar capacitación en experiencia de cliente, transformación digital y cambio cultural de los líderes.

Hemos trabajado en diversas iniciativas para movilizar una organización aún más orientada al logro, abierta a desafíos y nuevas ideas, veloz, colaborativa y empoderada. Así, conformamos equipos de embajadores horizontales que lideran a través del ejemplo y la comunicación entre pares. Además, conformamos “equipos ágiles”: células multidisciplinarias para el desarrollo rápido, colaborativo e innovador de proyectos de alto impacto en nuestros clientes.

Con el fin de captar y retener el mejor talento digital, en 2019, rediseñamos

el proceso de selección de perfiles digitales. Asimismo, creamos un manual de reclutamiento TI y nuevos planes de desarrollo para nuestros talentos, con iniciativas como la e-hackaton. También nos enfocamos en **reconvertir las habilidades de nuestros actuales colaboradores con capacitaciones que mejoren su desempeño para la era digital.**

Buscamos y fomentamos la diversidad e individualidad, claves para la innovación y creatividad. En 2019, lanzamos nuestra Política de Diversidad e Inclusión, con comités en los cuatro países y establecimos la diversidad sexual como foco prioritario 2020, con un plan que considera medidas activas y difusión de nuestros compromisos. Casi dos terceras partes de los trabajadores de Falabella son mujeres. Para ellas, generamos instancias que promuevan su liderazgo y erradiquen estereotipos.



 **MÁS VALOR  
SOCIAL**

El compromiso de Falabella se extiende a sus proveedores y la comunidad. **Falabella integra a casi 17 mil proveedores y 1.500 sellers** que comercializan sus productos a través de nuestra plataforma Falabella.com. El desarrollo de la cadena productiva de nuestros países forma parte de nuestra estrategia de negocio. **En Chile y Perú, 90% de nuestros proveedores son nacionales y en Colombia, casi 60%.** Con ellos, compartimos capacitación y otorgamos condiciones preferentes de pago a pymes.

En 2019, afianzamos nuestro marketplace, poniendo al servicio de miles de empresas independientes todo el ecosistema de Falabella. Con estos sellers, trabajamos para mejorar sus capacidades de venta en e-commerce, con el soporte de nuestros expertos. Este plan, que comenzó con capacitación a emprendedores de la categoría +Verde, seguirá creciendo en 2020.

También buscamos asegurar **que nuestros proveedores alcancen estándares similares a los de Falabella Retail en lo que respecta a las condiciones**



**laborales.** A través del Protocolo de Auditorías SMETA, les ofrecemos capacitación y establecemos objetivos claros, buscando que sólo aquellos que logren ir mejorando su desempeño continúen su relación comercial con Falabella.

Uno de los pilares de relacionamiento de Falabella con sus comunidades es el **Programa Haciendo Escuela, que en 2019 cumplió 50 años y beneficia a 85.792 niños y sus familias en cuatro países.** Sus iniciativas son diversas e incluyen deporte, fomento de la lectura, informática, además de soporte docente y colaboración en infraestructura. Uno de los aspectos más destacables del programa es que promueve el **voluntariado de nuestros colaboradores, quienes en 2019 entregaron más de 28 mil horas de ayuda.**

 **ACCIÓN POR EL CLIMA  
Y CIRCULARIDAD**

En nuestras tiendas y centros de distribución desarrollamos un sólido sistema de gestión y ahorro de consumo eléctrico, usando energías renovables, tecnología LED, control en línea de los circuitos y optimización

de equipos de clima. **Más del 40% de nuestro consumo energético en Chile proviene de ERNC.**

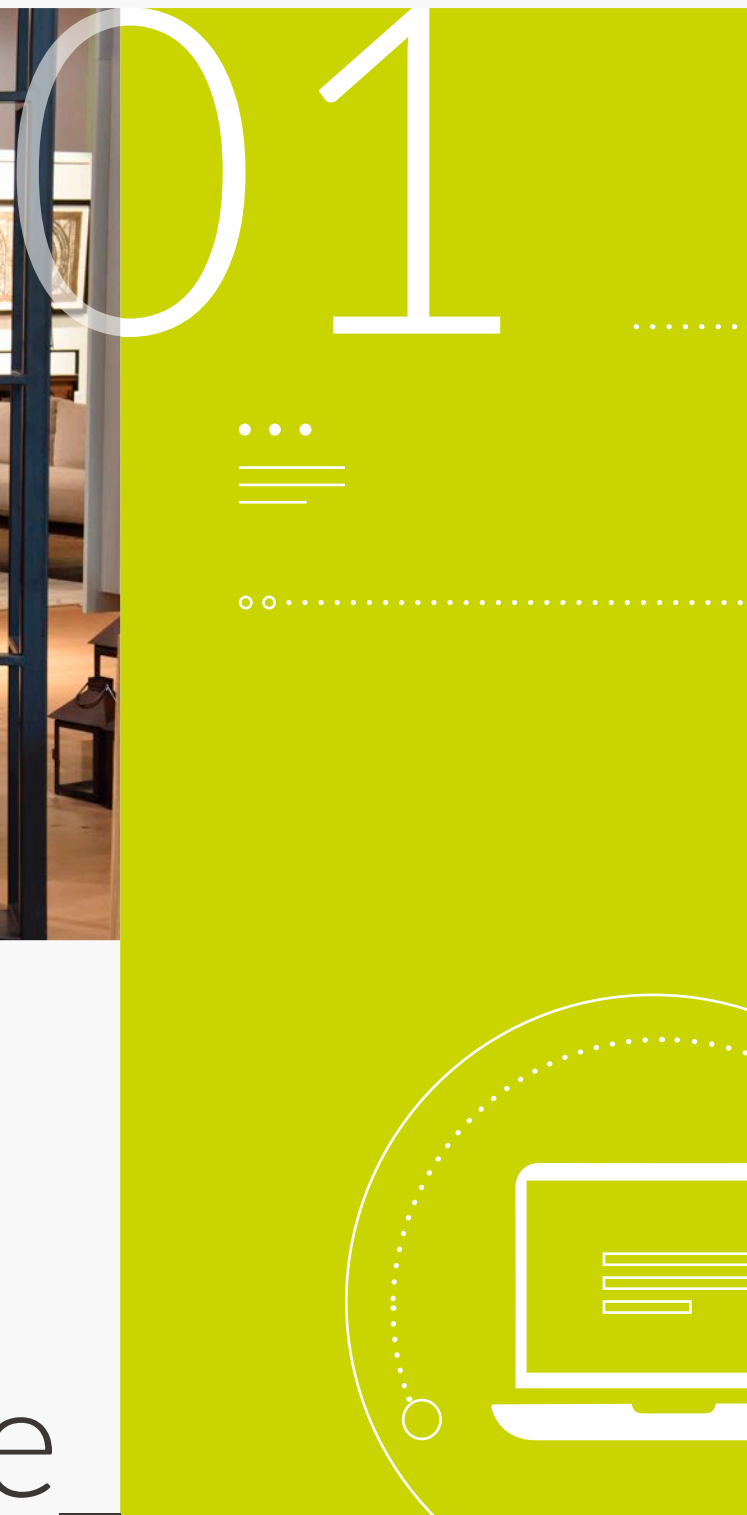
Nuestros esfuerzos por medir y mitigar la huella de carbono se acrecientan año a año. En 2019, por primera vez registamos Alcance 3 para todas las instalaciones en Chile, país donde fuimos reconocidos por el Programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente. **En Colombia fuimos certificados como el primer retailer Carbono Neutro en el 100% de su operación.**

**Ya contamos con 26 tiendas certificadas LEED en toda la región.** Los avances realizados en 2019 nos permitirán certificar LEED nueve tiendas y dos centros de distribución en 2020.

El cuidado del medio ambiente es un valor que compartimos con nuestros clientes. En 2019, **creamos la categoría de productos más sustentables: +Verde,** con marcas que se preocupan por el medio ambiente y la comunidad. Como parte de este propósito, destaca además el **acuerdo entre Falabella y FSC,** reconocida entidad internacional que certifica las buenas prácticas en el manejo de los recursos forestales.

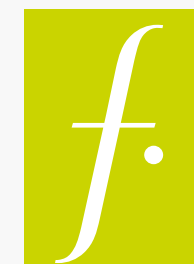
*Hacia delante, nuestro compromiso es seguir profundizando estos cuatro pilares definidos en 2019 a través de acciones concretas y en colaboración con nuestros trabajadores y comunidades, para poder seguir sorprendiendo y cumpliendo nuestra promesa de estar “Contigo Siempre”.*

Atentamente,  
**Gonzalo Somoza**  
Gerente General Corporativo  
Falabella Retail



# Falabella

contigo siempre\_



# → Nuestra cultura



## Propósito\_

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

## Misión\_

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

## Valores\_



Nos apasiona superar las expectativas de nuestros clientes.



Fomentamos la iniciativa propia, sin miedo a equivocarnos.



Enfrentamos los desafíos como un solo equipo.



Nos motiva el desafío, siempre vamos por más.



Buscamos generar oportunidades de crecimiento para nuestros talentos.

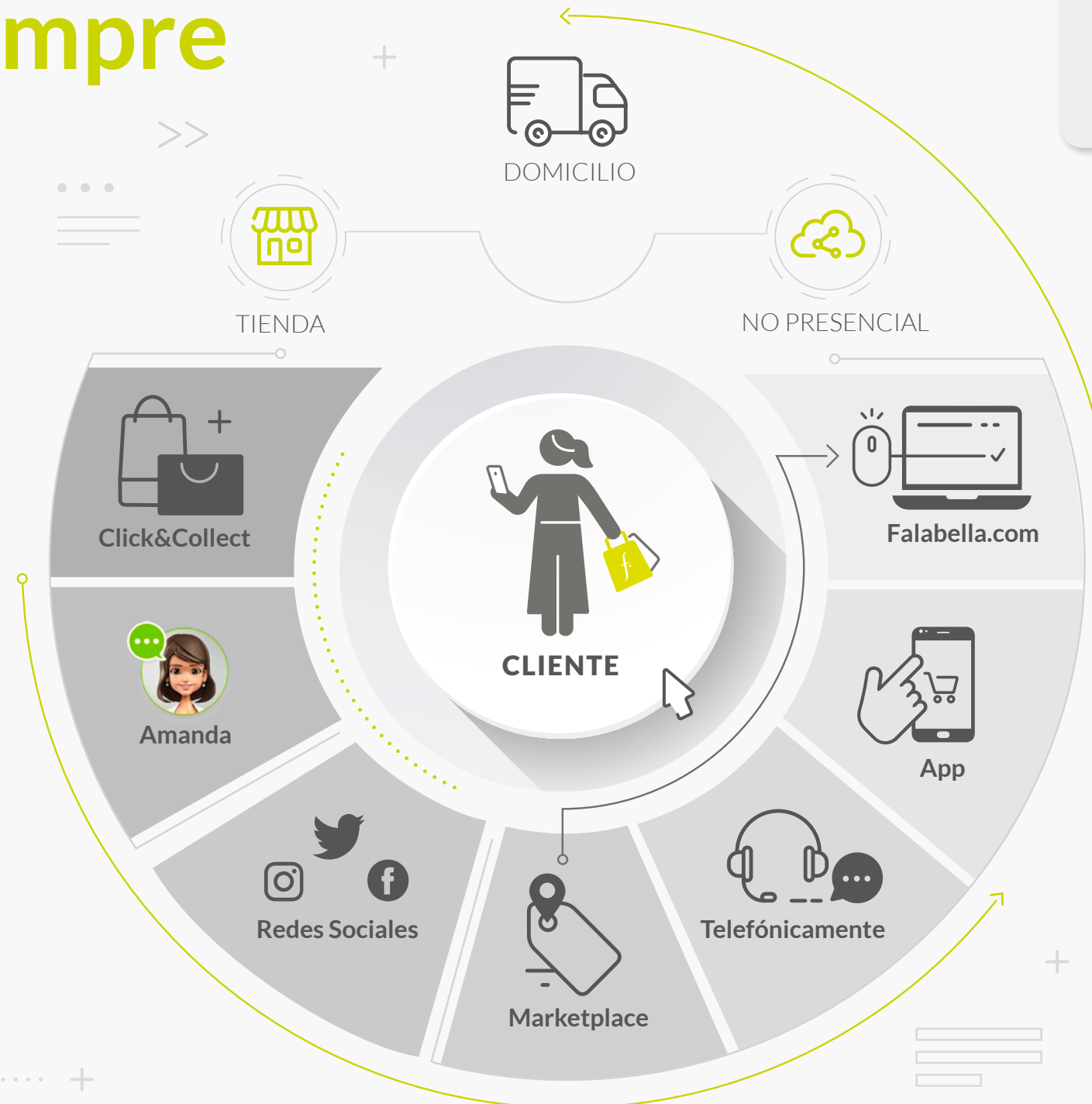


Disfrutamos lo que hacemos y celebramos nuestros logros.

# → Falabella contigo siempre

“Nuestro objetivo es sorprender a cada cliente con una experiencia única y personalizada”.

Gonzalo Somoza, Gerente General Corporativo Falabella Retail.



Puedo seguir y controlar mis compras. ✓

Empiezo y termino mis compras como prefiero.

Compro donde quiero, me lo traen donde necesito.

Encuentro lo que busco y siempre me sorprenden con algo nuevo. ✓

Cambiar y devolver es cada vez más fácil.

Aquí hay de todo, y más.

Están conmigo, **siempre.** ✓





# → 2019

## Falabella en cifras

**+1.500** **marcas registradas** en Marketplace

**4** **alternativas** de compra



**+370** **millones** de visitas a Falabella.com



**1,6**

**millones** de clientes utilizan la App Falabella

**135** **puntos de retiro** Click & Collect multiformato

**114** **tiendas** por departamento:

10 ARGENTINA  
49 CHILE  
26 COLOMBIA  
29 PERÚ

**91** **tiendas** especializadas:

65 CHILE  
21 PERÚ  
5 COLOMBIA

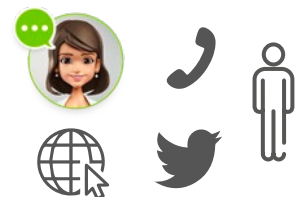
**14** **Centros** de distribución y transferencia



**+31** >>  
**mil** trabajadores

**+16** >>  
**mil** proveedores

**5** **opciones** de atención al cliente



**+14** **millones** de seguidores en RRSS

# → Reconocimientos 2019

## 1ER LUGAR / REPUTACIÓN CORPORATIVA\_

Ranking Merco Empresas Categoría Retail.



## RETAILER MÁS INNOVADOR DE LATINOAMÉRICA\_

Edición Latam Retail CongresShop.



## 5TO LUGAR / RESPONSABILIDAD DEL GOBIERNO CORPORATIVO\_

Ranking Merco Empresas Categoría Retail.



## LÍDERES DEL ECOMMERCE EN EL RETAIL\_

Institute eCommerce Award Latam.



## 1ER LUGAR / TIENDA DEPARTAMENTAL\_

Premiación Anual Mejores Empresas de  
la Cámara de Comercio de Lima.



## 23 LUGAR ENTRE LAS MEJORES MULTINACIONALES PARA TRABAJAR A NIVEL LATINOAMERICANO\_

Ranking Great Place to Work (GPTW).



# Hitos 2019

## > EL PROGRAMA "HACIENDO ESCUELA" CUMPLIÓ 50 AÑOS

El Programa Haciendo Escuela, en 2019 brindó apoyo a 109 establecimientos educacionales en todos los países donde operamos en temas académicos, de infraestructura y valóricos (3 más que en 2018).



## > ROBOTS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA

En 2019, mejoramos la experiencia de compra de nuestros clientes sumando un sistema robotizado de entrega automática de productos en algunos de nuestros Centros de Retiro, que puede atender hasta 4 clientes a la vez. Además, gracias a inteligencia artificial, los clientes pueden tomar imágenes de los productos que les gustan y subirlos a la APP Falabella para encontrar el mismo o uno similar.



## > PRODUCTOS +VERDE

Acercamos la sostenibilidad a nuestros clientes ofreciéndoles una amplia opción de productos "+Verde", los que contribuyen a la comunidad, son confeccionados con materiales reciclados, reutilizados o tienen un bajo impacto ambiental.

+verde **f.**  
más sustentable

## > PRIMER RETAILER DE AMÉRICA LATINA EN CONVENIO CON FSC®

Nuestras bolsas de papel, catálogos y algunas líneas de muebles están avaladas por Forest Stewardship Council (FSC®), el principal sistema de certificación mundial para manejo forestal responsable.

## > E-HACKATÓN Y GENERACIÓN F: SUMANDO TALENTO DIGITAL

Consolidamos nuestra apuesta por el talento digital, con la realización durante dos años en Chile y por primera vez en Perú, de la E-Hackatón, y con el lanzamiento del Programa Generación F, en colaboración con Laboratoria, para que nuestros trabajadores puedan formarse durante seis meses en áreas digitales.



 **BOSQUES PARA TODOS PARA SIEMPRE**



# Estrategia de sostenibilidad



# → Estrategia de sostenibilidad

En 2019 actualizamos nuestra **Estrategia de Sostenibilidad** para alinearla a los avances que vive el sector retail y enfrentar los nuevos desafíos, enfocándonos en 4 pilares: Pasión por la Integridad, Experiencia Significativa, +Valor Social y Acción Climática y Circularidad.

**Objetivo**  
Ser líderes en crecimiento sostenible, viviendo la sostenibilidad en cada una de nuestras decisiones.



## Pasión por la Integridad

Construimos nuestro negocio basado en la ética y transparencia.

> INTEGRIDAD



## Experiencia Significativa

Buscamos tener un impacto positivo en nuestros clientes y trabajadores.

### CLIENTES:

- > EXPERIENCIA ÚNICA
- > SEGURIDAD DE NUESTROS CLIENTES

### TRABAJADORES:

- > INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD
- > GESTIÓN DE TALENTO
- > EQUITAD DE GÉNERO

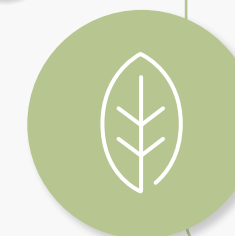


## + Valor Social

Queremos maximizar nuestra contribución a los proveedores y comunidades.

> DESARROLLO DE PROVEEDORES

> INVERSIÓN SOCIAL EN LA COMUNIDAD



## Acción Climática y Circularidad

Utilizamos los recursos de forma eficiente y minimizamos nuestro impacto en el medioambiente.

> ACCIÓN CLIMÁTICA

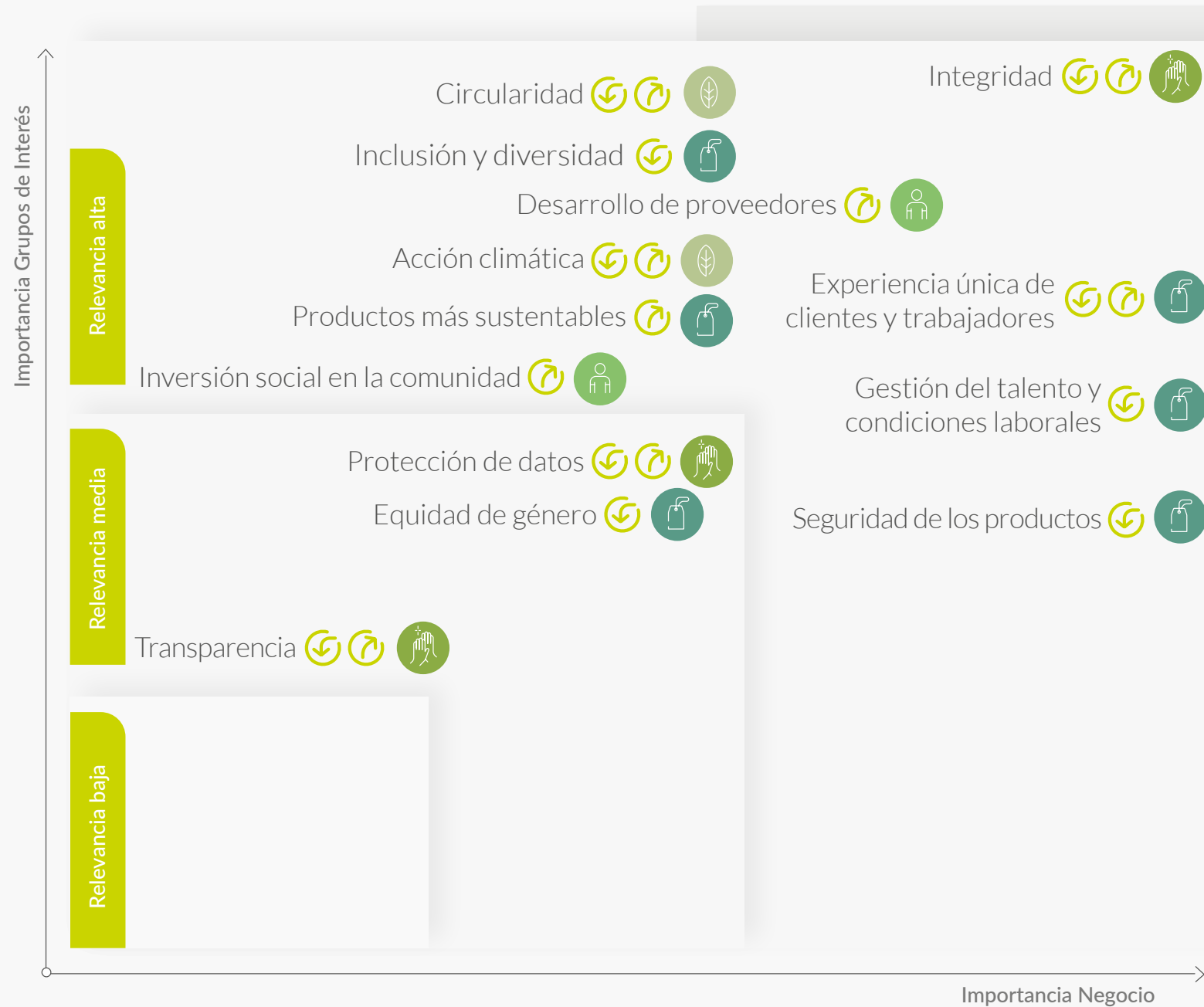
> CIRCULARIDAD

> PRODUCTOS MÁS SUSTENTABLES



# Proceso estratégico

## Matriz temas materiales



### Pilares de la estrategia de sostenibilidad

- Pasión por la integridad
- +Valor social
- Experiencia significativa
- Acción climática y circularidad

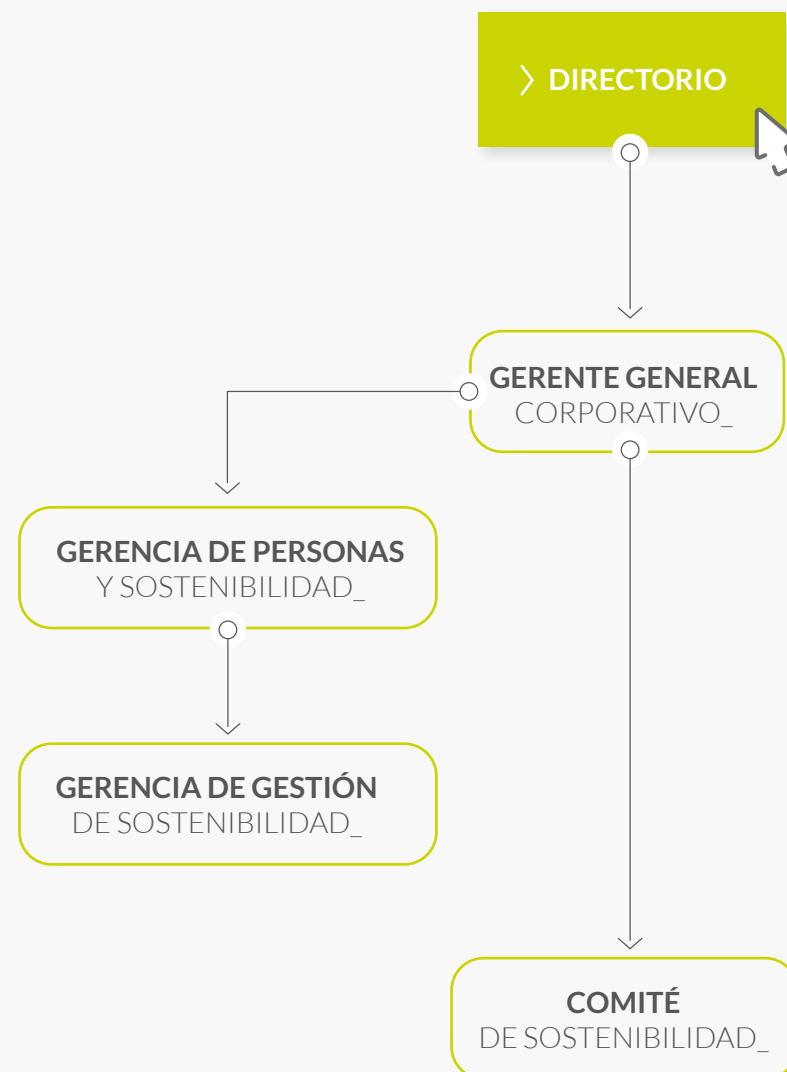
Los ejes estratégicos de Sostenibilidad se definieron a partir de los intereses de los distintos grupos de interés: proveedores (38 encuestas), comunidad (20 encuestas) y clientes (1.607 encuestas) y entrevistas a los principales ejecutivos de la empresa. Todo el desarrollo contó con el asesoramiento de expertos externos en estrategias para una gestión sostenible.

Como resultado, se llegó a esta Matriz de Temas Materiales.

COBERTURA: Interna / Externa



# → Gestión de la sostenibilidad



*La sostenibilidad es una de las herramientas estratégicas definidas por el Directorio como pilares de la compañía: crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad.*

La Gerencia de Gestión de Sostenibilidad planifica y ejecuta la Estrategia de Sostenibilidad y monitorea el cumplimiento de los objetivos, en concordancia con los pilares de negocio.

El Comité de Sostenibilidad, que sesiona cuatro veces al año, es responsable de dar seguimiento a los avances de la estrategia y comunicarlos.



# 03

...  
Cada una de nuestras  
decisiones y acciones  
se basan en la ética y  
transparencia.

# Pasión por la Integridad





# → Nuestro gobierno corporativo

Nuestro directorio se compone de 9 integrantes, 22% mujeres y 78% hombres, un 33% con edad entre 30 y 50 años y el 67% restante mayores de 50 años, todos de nacionalidad chilena.

## > DIRECTORIO

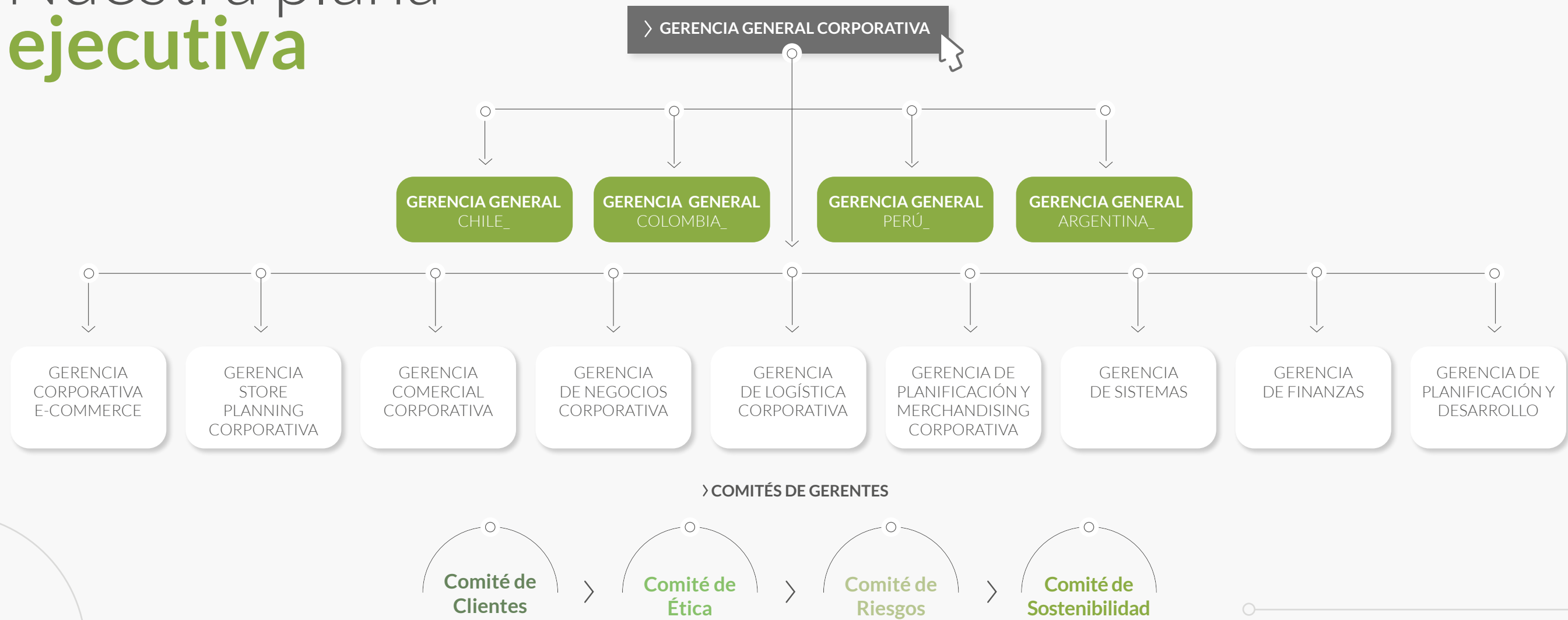
- **Carlos Heller Solari**  
Presidente / Ingeniero en Ejecución Agrícola  
11 años de antigüedad
- **Sergio Cardone Solari**  
Ingeniero Comercial  
11 años de antigüedad
- **Carlo Solari Donaggio**  
Ingeniero Civil  
8 años de antigüedad
- **Juan Pablo Montero Schepeler**  
Ingeniero Civil  
5 años de antigüedad
- **Julio Fernández Taladriz**  
Ingeniero Comercial  
3 años de antigüedad
- **Carolina del Río Goudie**  
Máster en Comunicación y Desarrollo  
3 años de antigüedad
- **Sebastián del Río Goudie**  
Ingeniero Civil  
3 años de antigüedad
- **Giorgianna Cuneo Queirolo**  
Publicista  
2 años de antigüedad
- **Sandro Solari Donnagio**  
Ingeniero Civil  
2 años de antigüedad

### > Principales funciones del directorio:

1. *Garantizar el crecimiento, la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio.*
2. *Entregar lineamientos estratégicos que guían nuestra empresa.*
3. *Velar por el cumplimiento de la normativa vigente y el enfoque de largo plazo de nuestra actividad.*

*Con el objetivo de dar la debida independencia a su labor, ninguno de los miembros del directorio de Falabella forma parte de la plana ejecutiva.*

# → Nuestra plana ejecutiva



*En Falabella promovemos el desarrollo y crecimiento de nuestros talentos. En promedio, nuestra plana ejecutiva lleva 13 años colaborando con Falabella.*



# → Gestión de la integridad corporativa



- Canal de Integridad**  
<https://canaldeintegridad.ines.cl/falabella/>
- Consultas y denuncias de colaboradores\* y terceros\*\***
- Diversos medios de contacto:**
- Sitio web
  - Correo electrónico
  - Teléfono 800
  - Directamente en Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento



\* Trabajadores, ejecutivos y directores de la compañía. \*\* Clientes, proveedores y accionistas.

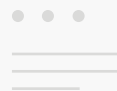




## → Políticas de **integridad**

Una serie de Políticas y Procedimientos, sumados a la capacitación permanente, asegura que nuestros trabajadores actúen con integridad, guiados por la ética empresarial.

*Cada trabajador que ingresa a Falabella es capacitado en nuestro **Código de Integridad**, el cual suscribe al momento de incorporarse a la empresa y es firmado en los anexos de contrato.*



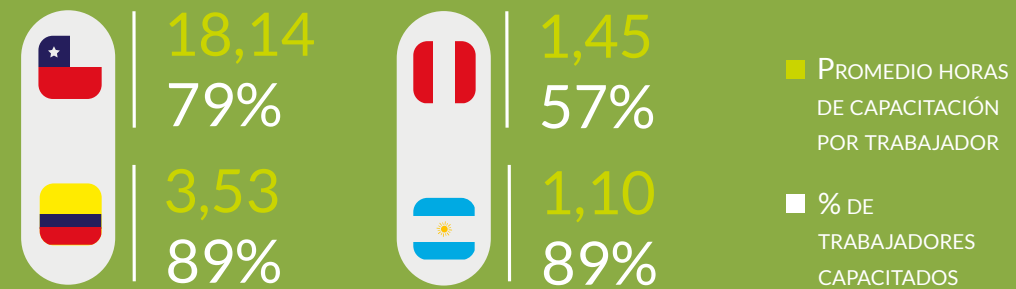


## → Canal de integridad

En Falabella Retail no se permiten conductas que atenten contra los derechos de las personas. Cualquier denuncia por discriminación o acoso, o cualquier situación que atente contra nuestros valores es investigada por el Comité de Ética, conllevando una sanción, en caso de ser comprobada.

**76% de nuestros trabajadores a nivel regional fueron capacitados en integridad y prevención de delitos.**

### ➤ HORAS DE CAPACITACIÓN EN INTEGRIDAD Y PREVENCIÓN DE DELITOS:



### CONSULTAS O DENUNCIAS RECIBIDAS EN CANAL DE INTEGRIDAD POR TIPO

	REALIZADA POR	RECIBIDAS**	ACEPTADAS	RESUELTAS	CON DESVINCULACIÓN O TÉRMINO DE CONTRATO
Discriminación	Trabajadores	6	3	1	100%
	Externos*	3	0	1	0%
Acoso	Trabajadores	51	14	8	63%
	Externos*	3	1	1	0%
Corrupción	Trabajadores	2	1	0	0%
	Externos*	2	1	0	0%

\* Proveedores y clientes.

\*\* Algunas de las denuncias recibidas son desestimadas luego de la investigación inicial por falta de antecedentes.

# → Integridad Avances 2019

Durante 2019, realizamos capacitaciones específicas a los Encargados de Prevención de Delitos -y sus equipos- mediante un programa llamado “Sinergia EPD”, cuyo objetivo fue entregar contenidos sobre los nuevos delitos incorporados a la Ley N°20.393, resolver interrogantes sobre su aplicación en el ámbito de nuestras operaciones y, al mismo tiempo, compartir buenas prácticas.

## > Políticas y procedimientos asociados\_



Modelo de Prevención de los Delitos auditado externamente por BH Compliance (MPD).



Programa anual de capacitaciones e-Learning.



Programa Antisoborno y Libre Competencia.



Campañas de difusión Yo juego limpio.



Instructivo para la participación en asociaciones gremiales.



Instructivo de negociación con proveedores para la libre competencia.



Modelo de cultura de Integridad.



Canal de Integridad.



Política de prevención de delitos.



Código de Integridad.



Procedimiento de gestión de riesgos de cumplimiento.





04

*Sorprendemos a  
nuestros clientes y  
trabajadores con una  
experiencia única  
y personalizada,  
dónde y cuándo nos  
necesitan.*



# Experiencia significativa



CLIENTES

# Experiencia única

La estrategia omnicanal de Falabella Retail nos permite cumplir cada vez mejor nuestra promesa de estar “Contigo Siempre”. Fomentamos la innovación para conectarnos y conocer a los consumidores y sorprenderlos con la mejor experiencia antes, durante y después de sus compras, las 24 horas, todos los días.

## Políticas y procedimientos asociados\_



(1) Estos mecanismos permiten realizar cambios o devoluciones sin problemas.





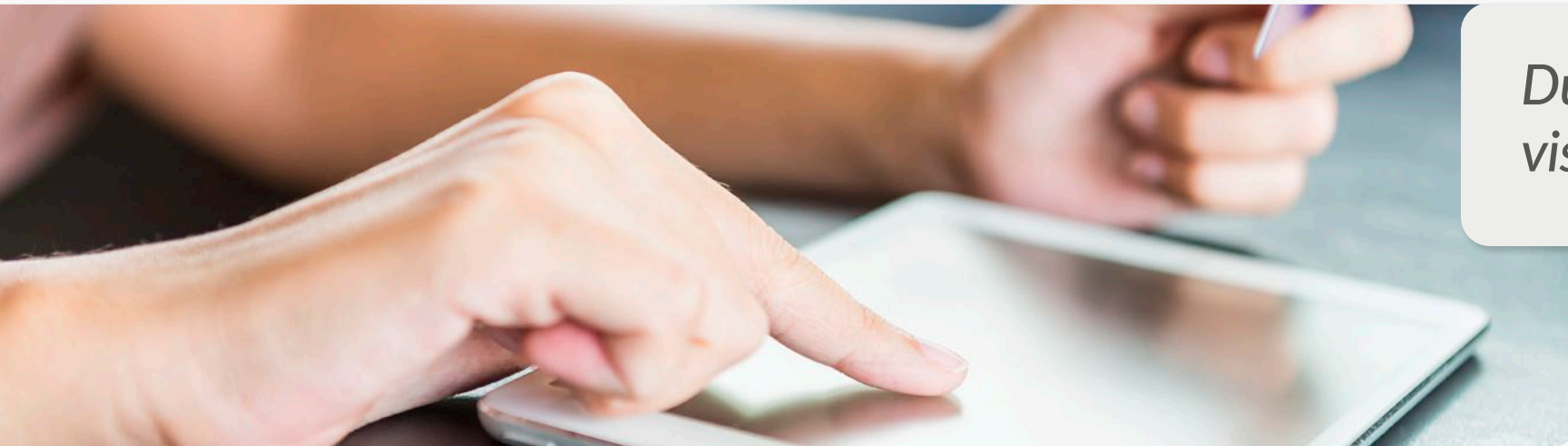
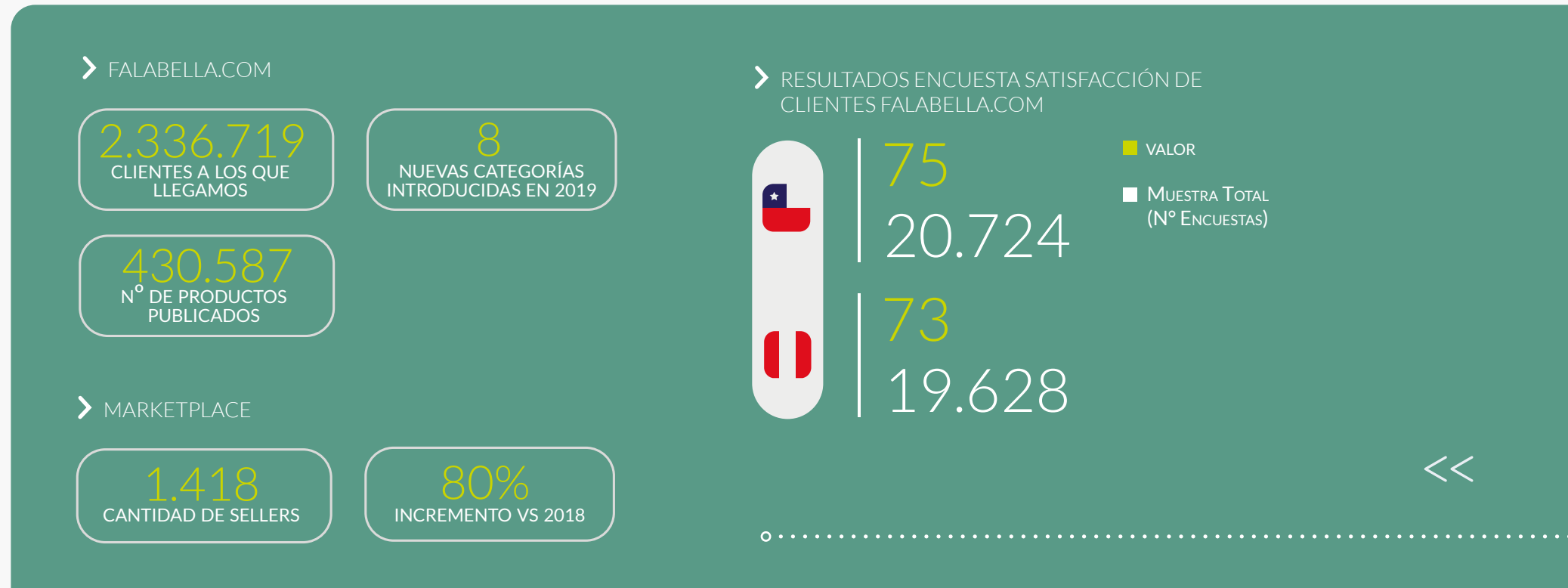


CLIENTES

# Experiencia web

Con más de 370 millones de visitas al año, tenemos por propósito entregar una experiencia memorable de compra y servicio post venta a través de Falabella.com, lo cual se ve reflejado en los indicadores de la encuesta de satisfacción a los clientes 2019.

Hemos ampliado la variedad de productos, alcanzando más de 430 mil y estamos orgullosos con el incremento de los sellers en nuestro Marketplace, creciendo 80% más que en 2018.



*Durante el 2019 se recibieron 376.153.025 visitas a nuestro sitio Falabella.com*

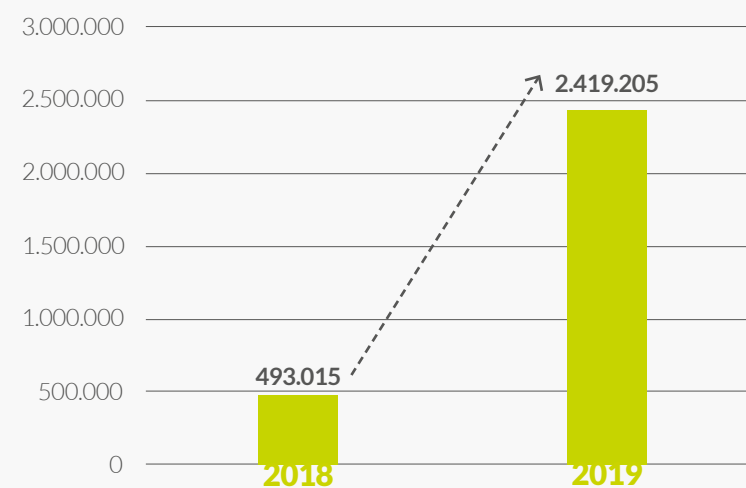


## CLIENTES

# Experiencia app

Disponible desde 2014, la APP Falabella, pone en la palma de la mano de nuestros clientes todos los productos de Falabella y la posibilidad de seguir sus compras y obtener servicio post-venta.

APP FALABELLA INSTALADA EN 2018 Y 2019

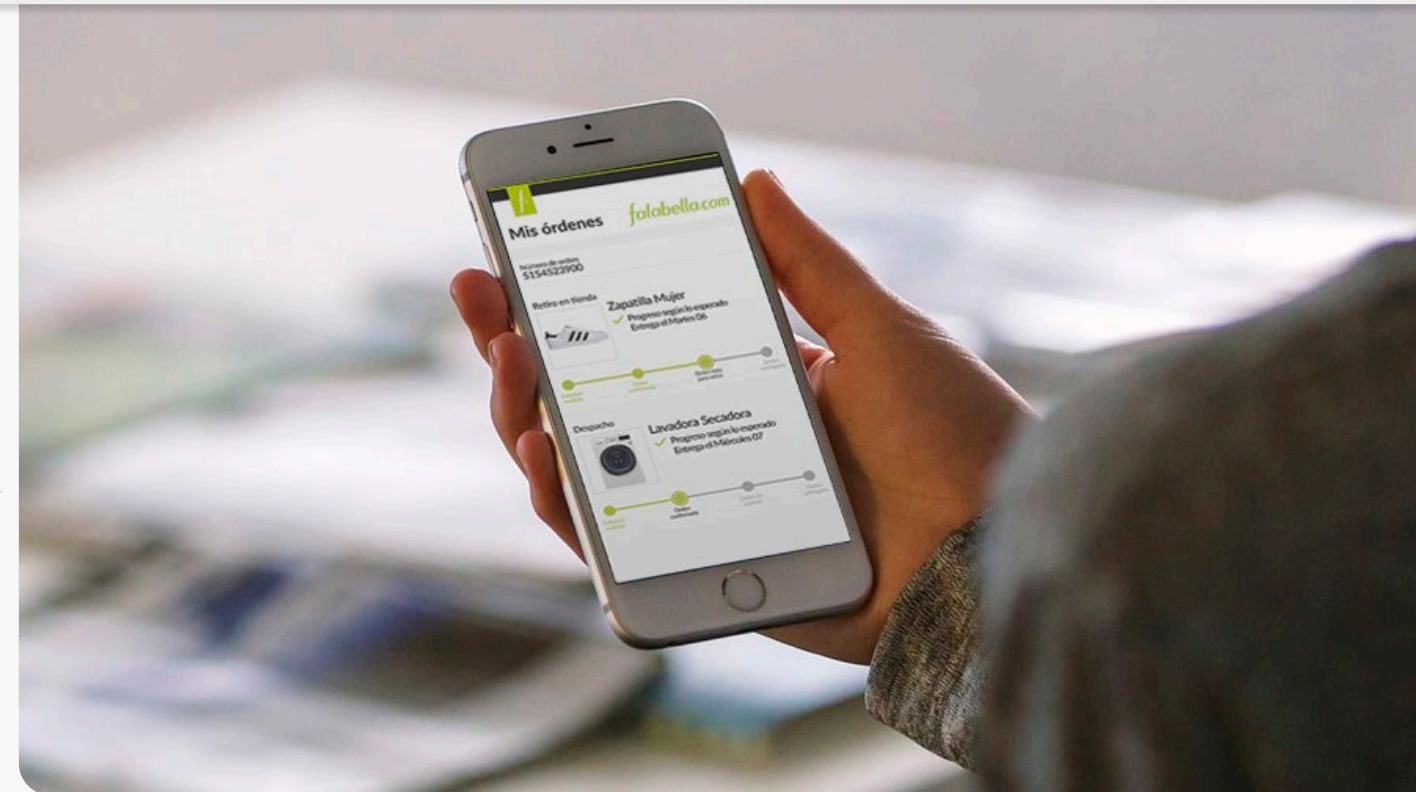


En 2019, casi quintuplicamos las descargas versus año anterior.

*En 2019, la APP Falabella incorporó un nuevo servicio: búsqueda de productos a través de imágenes captadas por el cliente. Con esta innovación de inteligencia artificial, el cliente toma una foto a un producto que le interesa y la APP Falabella le presenta artículos similares para comprar.*

&gt;&gt;

1,6   
millones de clientes  
usan la APP Falabella.





## ● CLIENTES

→ Experiencia  
en tiendas

Nuestras tiendas son centros de experiencias donde nuestros clientes encuentran mucho más que productos.

Para que todos puedan vivir una gran experiencia, desplegamos distintos mecanismos de acogida y servicios inclusivos en nuestras tiendas por departamento y especializadas.

*Organizamos talleres, cursos y actividades recreativas y de encuentro, buscando una experiencia que va mucho más allá de la compra.*

› Políticas y procedimientos  
asociados\_



Política pet friendly  
en las tiendas de todo  
Chile y Colombia.

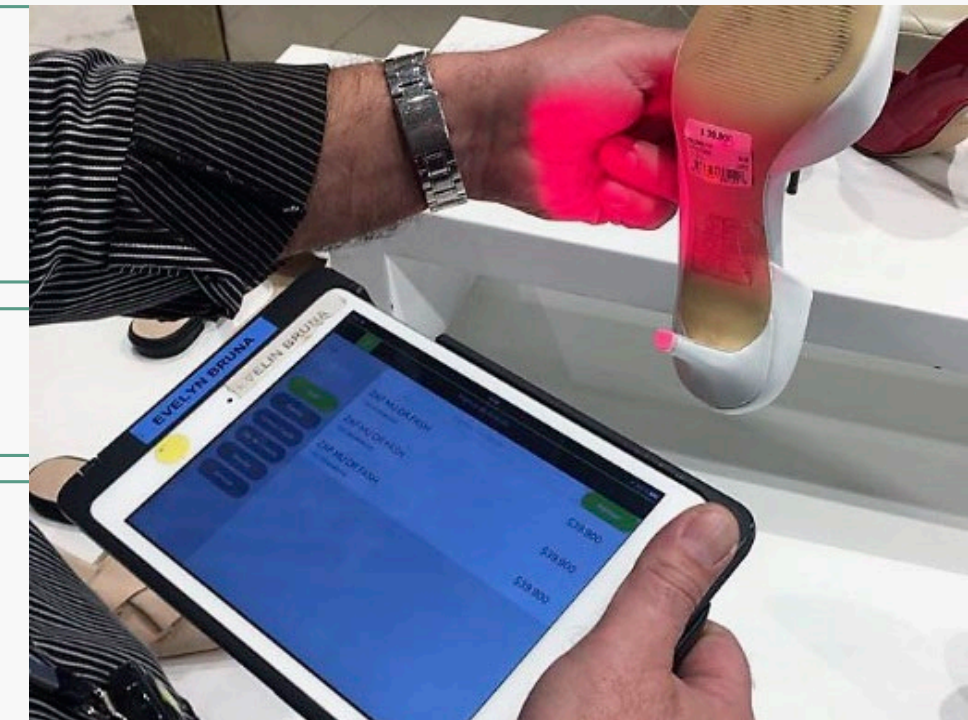


Manual de  
operaciones  
inclusivo.

Contamos con **probadores y cajas inclusivas en nuestras tiendas** para satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes.

Las **mascotas** también son bienvenidas en Falabella.

En 2019, el **nivel de satisfacción** de nuestros clientes en tienda creció 3 puntos promedio en los 4 países.



Venta guiada. Usando tablets, nuestros vendedores pueden dar más información y culminar la venta fuera de la línea de cajas.

## RESULTADOS NPS TIENDAS

	VALOR NPS	VARIACIÓN NPS 2018-2019
Chile	66	+ 2 %
Perú	67	+ 2 %
Colombia	75	+ 3 %
Argentina	70	+ 3 %

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

## CLIENTES

# → Experiencia de encuentro con el producto

Con la propuesta omnicanal de Falabella, los clientes deciden cómo, cuándo y dónde recibir sus productos, dándoles múltiples alternativas de envío y retiro, cambios y devoluciones.

*A través de indicadores NPS medimos constantemente la satisfacción de nuestros clientes con su experiencia de compra, atención, cambios y devoluciones.*

60%



de nuestras ventas online se entregan en alguno de los 135 puntos de retiro, Click&Collect de Falabella, Sodimac y Tottus.

*En 2019, simplificamos el proceso de cambios y devoluciones en todas nuestras tiendas, disponibilizando este servicio en todos nuestros centros de cajas y en atención con vendedores, incorporando el uso de boleta digital.*

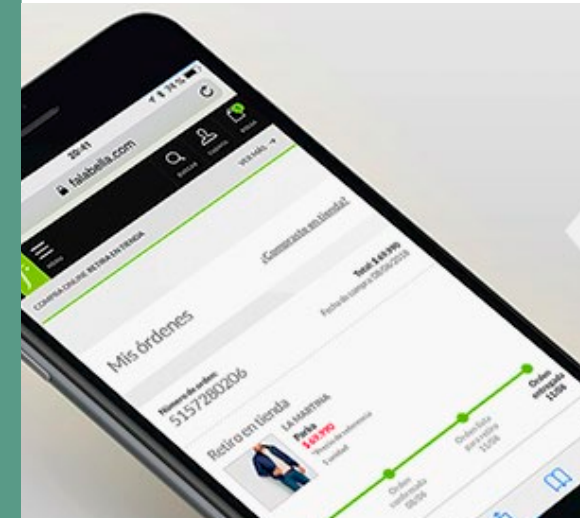
COMPRA, RECIBE, RETIRA Y AHORA

## trackea



Sigue en línea todos los estados de tu compra

De forma rápida, fácil y sencilla.





## ● CLIENTES

⇒ Experiencia  
de servicio

En Falabella, contamos con un equipo de servicio de atención integral, dando respuestas rápidas y efectivas a nuestros clientes. Durante el 2019, mejoramos en:

- **Automatización y mayor integración** con sistemas operativos internos para los servicios de anulación de compra y entregas del despacho.
- **Compensación a los clientes** por incumplimiento en stock de productos.
- **Creación del área de Servicios e Instalaciones** para productos de línea blanca y muebles, y opción de reciclaje de productos de línea blanca con posibilidad de auto-agendamiento.
- **Mejoras en el módulo de Servicios Técnico** de nuestras tiendas, que incluyó la creación de un cargo capacitado en este tema.



**Más de 20 mil atenciones recibidas en nuestras redes sociales y 1.538.248 a través de Amanda, nuestra Asistente virtual.**

## N° DE CONVERSACIONES POR CANAL 2019

PAÍSES	AMANDA (ASISTENTE VIRTUAL)	CALL CENTER	FALABELLA.COM	SAC EN TIENDA	REDES SOCIALES
Chile	376.255	171.414	419.520	258.790	8.639
Perú	120.046	730.584	45.045	50.670	1.776
Colombia	262.415	638.781	39.315	466.477	8.671
Argentina	779.532	741.532	68.224	183.575	1.239
<b>Total</b>	<b>1.538.248</b>	<b>2.282.311</b>	<b>572.104</b>	<b>959.512</b>	<b>20.325</b>



**5,4 mill.**

**de visitas a nuestros  
centros de servicio  
al cliente.**

## ● CLIENTES

# → Experiencia segura

La seguridad de nuestros clientes y trabajadores es una prioridad en Falabella Retail. Por eso, ejercemos un estricto control de calidad sobre los productos que vendemos.

Durante 2019, recibimos 58 casos a través de un sistema de alertas internacionales, las cuales fueron evaluadas por Equipo de Control Interno para decidir retiros o reparaciones de productos, según fuera el caso.

De la misma manera, invertimos constantemente en tecnología e innovación para asegurar la confidencialidad y seguridad de los datos personales de nuestros clientes.

+ 57% 

>> **de nuestros trabajadores en la región fueron capacitados en seguridad de la información.**

## > Políticas y procedimientos asociados\_



Centro permanente de monitoreo de ciberseguridad.



Instructivo sobre protección de la información comercialmente sensible.



Manual de manejo de información y marketing responsable y etiquetado.



Herramientas tecnológicas de seguridad.



Diagnósticos de ciclos de vida del producto.



Política y programa sobre protección de los derechos del cliente.



Infraestructura informática de primer nivel.



Verificación de calidad y seguridad tanto en centro de distribución como en tienda.



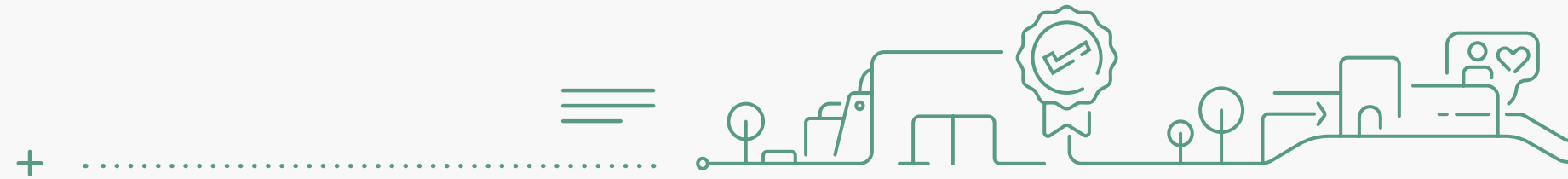
Plan director de seguridad de la información.



Certificaciones de calidad a nuestros proveedores.

## CLIENTES

# Reconocimientos 2019



Fuimos reconocidos como *el retail más innovador de Latinoamérica*, en la novena edición del Latam Retail CongresShop, donde se dieron a conocer las 10 empresas premiadas por el Retail Hall of Fame 2019. Esta premiación -organizada por América Retail y Diario Financiero- se hizo por primera vez a nivel Latinoamericano en 2019.



En 2019 fuimos reconocidos como *ganadores del eCommerce Award Latam, en la categoría 'Líderes del eCommerce en el retail'*. El galardón, otorgado por el eCommerce Institute, destaca a los mejores negocios online de América Latina, que contribuyen con su innovación y desarrollo a potenciar el mercado en la red y economía digital.



En Chile obtuvimos el primer lugar en la categoría multitiendas del *"Premio Lealtad del Consumidor"*. Este reconocimiento es uno de los indicadores más importantes para medir la experiencia cliente, basado en la metodología NPS, demostrando que existe una correlación entre la lealtad y el crecimiento orgánico de una compañía.



En Chile fuimos distinguidos nuevamente con el premio *PROCALIDAD*, en la categoría "Tiendas por departamento", siendo destacados por nuestro desempeño y dedicación en el ámbito de atención y servicios al cliente.





## ● CLIENTES

→ Avances  
2019

+

**CÉLULAS ÁGILES PARA EL  
DESARROLLO DIGITAL**

En 2019, 22 células de trabajo ágil y colaborativo en Colombia y Chile innovaron con métodos que permiten mayor velocidad de ejecución de los proyectos digitales orientados a generar experiencias de cliente más memorables.

- **2.401** personas recibieron 5.272 horas de formación digital.
- **509** líderes empoderados con capacitación.
- **80** personas formadas en metodología Scrum y Design Sprint.

**NUEVA GERENCIA DE  
EXPERIENCIA CLIENTE**

Enfocada en desarrollar “customer journeys” significativos y fluidos para nuestros clientes, la nueva gerencia implementó la estrategia “Estoy para Servirte”, para difundir:

- Cultura de servicio en toda la organización, a través de talleres de comunicación al equipo de Servicio Atención Clientes.
- Capacitación de trabajadores en procesos internos de atención.
- Campañas de sensibilización a toda la empresa.

**1ER SISTEMA 100% AUTOMATIZADO  
DE RETIRO EN TIENDA**

El plan piloto que comenzó con 3 tiendas en Chile, se suma como alternativa de atención del servicio Click & Collect. Cuenta con un sistema robotizado de entrega de productos y espacios interactivos para probar los productos. Esta innovación permite mayor capacidad de almacenamiento de hasta 2.100 productos. Puede atender a cuatro clientes al mismo tiempo, lo que incrementa un 300% nuestros niveles de eficiencia. En 2020, el plan irá implementándose en un número mayor de tiendas.

**1ER CONCURSO INTERNO DE  
INNOVACIÓN**

El concurso “Hecho en Falabella”, que abarcó a todas las empresas del grupo y todos los países, convocó a todos los trabajadores a presentar ideas innovadoras para optimizar experiencias y procesos. Los proyectos ganadores se implementarán en 2020.

**MEJOR INFORMACIÓN DE  
SEGUIMIENTO DE PEDIDOS**

Con las mejoras digitales implementadas en 2019, los clientes tienen mejor visibilidad del trayecto de sus productos hasta el punto de entrega o retiro, así como también pueden planificar en rangos de horarios más precisos las entregas de productos de línea blanca.







## ● TRABAJADORES

→ Diversidad  
e inclusión

Cada uno de nuestros trabajadores, con su individualidad, es un aporte al desarrollo sostenible de nuestro negocio. En 2019, lanzamos nuestra Política de Diversidad e Inclusión, con comités en los cuatro países, para fortalecer el desarrollo personal y profesional de nuestros trabajadores con propuestas que abarcan: mejoras en los procesos de atracción de talento, evaluaciones de desempeño, entre otros. Establecimos la diversidad sexual como uno de los focos prioritarios para 2020, con un plan que considera medidas activas y difusión de nuestros compromisos. Ya en 2019 comenzamos el trabajo con talleres de sensibilización junto a la Secretaria de Inclusión y Cámara de Comercio LGBTI de Colombia, y con el lanzamiento de la colección Proud to be Me en Perú.

+ ..... <<<  
**95%**

**de nuestros trabajadores considera que en Falabella la gente es tratada justamente sin importar su orientación sexual\***

(\* GPTW Chile, Perú, Colombia. Argentina no midió en 2018.



> Políticas y procedimientos  
asociados\_ >>



Política de  
Selección.



Política de  
diversidad  
e inclusión.



Comité de  
diversidad  
e inclusión.



Procedimiento  
de inclusión.



Programa  
Falabella  
Inclusivo.



## ● TRABAJADORES

→ Nuestra gestión en  
**diversidad e inclusión**

En Falabella, valoramos las diferencias y la contribución de cada persona, promoviendo una cultura que aporte al desarrollo sostenible de nuestro negocio, impulsando la innovación e incorporación de nuevas perspectivas de diversidad que se traduzcan en mejores soluciones para nuestros clientes.

+ .....  
**DIVERSIDAD & INCLUSIÓN**  
<<

**TRABAJADORES MENORES DE  
26 AÑOS**

PAÍS	2018	2019
Chile	26,4%	24,2%
Perú	31,1%	29,7%
Colombia	29,2%	28,8%
Argentina	11,6%	11,0%
<b>Consolidado</b>	<b>26,4%</b>	<b>25,1%</b>

**TRABAJADORES MAYORES DE  
60 AÑOS**

PAÍS	2018	2019
Chile	2,0%	2,6%
Perú	0,6%	0,7%
Colombia	0,3%	0,3%
Argentina	0,6%	0,6%
<b>Consolidado</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,5%</b>

**TRABAJADORES MIGRANTES**

PAÍS	2018	2019
Chile	2,8%	4,1%
Perú	0,3%	0,5%
Colombia	1,4%	1,0%
Argentina	4,5%	4,9%
<b>Consolidado</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,7%</b>

**TRABAJADORES EN SITUACIÓN  
DE DISCAPACIDAD**

PAÍS	2018	2019
Chile	1,0%	1,0%*
Perú	2,9%	2,7%
Colombia	0,5%	0,5%
Argentina	0,8%	0,9%
<b>Consolidado</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,3%</b>

\*No incluye tiendas especializadas



## ● TRABAJADORES

→ Equidad  
de género

Casi dos terceras partes de los trabajadores de Falabella son mujeres. Por eso, buscamos generar instancias que promuevan su liderazgo y erradiquen estereotipos.

En todos los países contamos con estrategias en la materia y a través del Ranking de Equidad de Género PAR, evaluamos nuestro desempeño en la materia para generar aprendizajes y nuevas soluciones:

1. Flexibilidad para compatibilizar la vida laboral y personal.
2. Monitoreo de presencia de mujeres en altos cargos.
3. Gestión equitativa de remuneraciones.
4. Beneficios de maternidad y paternidad sobre la normativa (días libres, sala cuna, posnatal masculino, bono por hijo, entre otros). En Falabella estamos orgullosos de que el 100% de las madres se reincorporen a su trabajo al culminar su licencia postnatal.

**PROGRAMA MENTORING**

La segunda versión del Programa de Mentoring Chile impulsó el liderazgo, participación y networking interno entre las mujeres líderes de Falabella. Además, en 2019 el programa comenzó a incluir mentores varones. Hoy contamos con 51 líderes preparados para intercambiar experiencias relevantes de desarrollo y delinear planes que potencien a las mujeres a asumir posiciones gerenciales en Falabella.

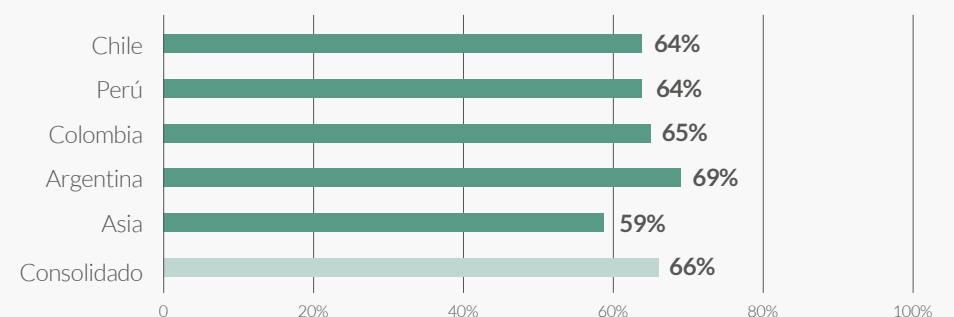
**PROGRAMA GENERACIÓN F**

Esta iniciativa promueve el desarrollo de nuestro talento femenino de tiendas, capacitándolas para desempeñarse en las áreas digitales de Falabella. En colaboración con el start-up social Laboratorio, las trabajadoras reciben 6 meses de capacitación en desarrollo web. La primera versión de Generación F recibió 113 postulantes, de las cuales 85 fueron preseleccionadas y 4 seleccionadas. En 2020, esta iniciativa nacida en Chile se replicará en otros países.

64% de nuestros  
trabajadores son  
mujeres.



PORCENTAJE DE MUJERES POR DOTACIÓN



● TRABAJADORES

# → Empleo para jóvenes

A través de programas internos y acuerdos con diversas organizaciones, en Falabella promovemos la inserción laboral de los jóvenes.

El programa de Trainees atrae talentos recién egresados que, con un plan de formación y mentoría, inician su desarrollo de carrera en tienda. La iniciativa de Prácticas, por su parte, invita a jóvenes estudiantes a llevar adelante su práctica profesional, desarrollando un proyecto de mejora en un área de su interés.

Desde 2017, Falabella forma parte del Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil de la Alianza del Pacífico, con quienes desarrollamos iniciativas que dan a los jóvenes una experiencia laboral significativa.

*320 jóvenes en 4 países participaron en nuestros programas de empleabilidad juvenil en 2019.*



2 Participantes del Programa en Alianza con Fundación Soy Más.



#### ALIANZA FUNDACIÓN RECIDUCA

Siete jóvenes de Argentina recibieron becas otorgadas por Falabella para sumarse a los programas de formación de la Fundación y acceder a un primer empleo de calidad. Asimismo, desde Gestión Humana, apoyamos con capacitación profesional sobre plataformas de empleo, currículum y servicio de atención al cliente.



#### ALIANZA FUNDACIÓN SOY MÁS

Este programa ofrece oportunidades de desarrollo profesional a madres adolescentes. En 2019, capacitamos a 30 mujeres en uso y manejo de caja, 20 realizaron su práctica profesional y 2 se encuentran trabajando en nuestras tiendas de Chile.



#### ALIANZA FUNDACIÓN FORGE

Este programa de inserción laboral compatibiliza estudio y trabajo. En 2019, 48 jóvenes entraron a Falabella Chile por este programa. En Argentina, otorgamos 8 becas de formación para acceder a un primer empleo de calidad.



#### RESIDENCIAS UNIVERSITARIAS FUNDACIÓN SÍ

Falabella Argentina apadrina a más de 200 jóvenes de las Residencias Universitarias de la Fundación Sí en Córdoba y Rosario para que puedan acceder a una carrera universitaria.

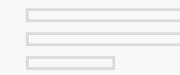




## TRABAJADORES

→ Talento  
digital

+

**MANUAL DE RECLUTAMIENTO TI**

Con el fin captar y promover el mejor talento digital, en 2019, a nivel regional, rediseñamos el proceso de reclutamiento y selección homologando perfiles digitales. Asimismo, creamos un manual de reclutamiento TI con planes de desarrollo de carrera para nuestros talentos.

**MEET UPS**

En Perú, creamos un programa de formación en cultura e innovación que entrega herramientas a través de charlas con expertos en transformación digital y habilidades para la reconversión profesional. Los encuentros mensuales son presenciales y transmitidos en vivo a toda la compañía. En 2020 se espera expandir este programa a otros países.

**F TALKS**

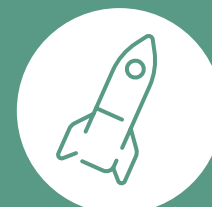
Las charlas F Talks en Perú y Colombia son un espacio de formación en temáticas relevantes del negocio, creadas con el objetivo de movilizar a las personas en su desarrollo personal y profesional, e inspiradas en los TEDtalks.

**UBITS COLOMBIA**

En 2019, implementamos UBITS, universidad virtual, donde el 100% de los colaboradores pueden acceder a más de 300 cursos de interés. Cada cargo tiene una malla curricular estipulada.

**BOOTCAMPS**

En Perú ofrecemos entrenamiento en UX (User Experience), que permite a nuestros trabajadores intercambio de experiencias, desarrollo de desafíos y propuesta de soluciones a partir de nuevas metodologías y herramientas. El programa bimensual capacita a 20 colaboradores por sesión.

**E-HACKATON**

A través de un desafío en forma de concurso, nos acercamos a la comunidad tecnológica para encontrar y atraer a los mejores talentos digitales. Este programa ya se ha realizado en dos periodos en Chile y en 2019 por primera vez en Perú, con la colaboración de Microsoft, Canvia y StarUp.



&gt;&gt;

+



## ● TRABAJADORES

→ Atraemos el  
**mejor talento**

A través de diversas iniciativas, gestionamos convenios con prestigiosas universidades para atraer el mejor talento en sus países y en el exterior.

Gracias a estos esfuerzos, en 2019 obtuvimos el primer lugar en la encuesta "Top of Mind" de las mejores empresas para jóvenes profesionales en Chile y la posición 14 en Argentina. Asimismo, obtuvimos el sexto lugar en el ranking de las 25 mejores empresas para practicantes en Chile, realizado por la plataforma FirstJob.

**14 jóvenes con  
liderazgo llegaron  
a Falabella por el  
Programa MBAs  
en 2019.**



## INVITACIÓN ALMUERZO

Queremos compartir un almuerzo con nuestros talentos MBA. El sentido de esta invitación es conocer sobre tus principales desafíos, aprendizajes y visión de nuestra cultura y negocio.

¡Los espero!

Gonzalo Somoza  
Gerente Corporativo Falabella Retail

- **Viví la Experiencia Falabella**

Esta iniciativa de Falabella Argentina busca relacionarse con los talentos jóvenes organizando visitas guiadas a las oficinas donde los estudiantes son recibidos por ejecutivos que los introducen a las diferentes áreas del negocio.

- **Programa de Egresados MBAs (Europa y de Estados Unidos)**

Cada año, en Falabella buscamos los mejores talentos del mercado internacional para que formen parte de nuestra empresa.

- **Falabella Challenge**

Programa de atracción profesional para jóvenes de las mejores universidades de Falabella Chile y Perú.

● TRABAJADORES

# → Promovemos el talento interno

A través del Programa Banco de Talento, identificamos y desarrollamos a nuestros potenciales talentos internos, entregándoles herramientas para asumir roles de liderazgo dentro del área comercial de las tiendas. En 2019 tuvo lugar la 6ta versión de esta iniciativa a la que postularon 488 trabajadores. 83 de ellos fueron seleccionados y 38 obtuvieron una promoción gracias al programa. En total, Banco de Talentos entregó 6.700 horas de formación a nivel regional.\*



\* Durante 2019, en Argentina no se realizó Banco de Talento.



## ➤ TRABAJADORES ASCENDIDOS POR CONCURSO INTERNO Y BANCO DE TALENTO 2019

		PORCENTAJE DE TRABAJADORES ASCENDIDOS
CONSOLIDADO	Ejecutivo >	14%
	Profesional >	15%
	Administrativo técnico >	14%
	Comercial >	14%

### TALENTUM

Esta iniciativa promueve la movilidad interna y el intercambio de buenas prácticas. Las personas postulan a una pasantía de dos meses para desarrollar un proyecto de su interés en otra empresa del grupo Falabella. En la primera versión de 2019, el programa tuvo 128 pasantes en los 4 países.

**4.400 trabajadores fueron ascendidos por concurso interno o Banco de Talentos en 2019, 54% más que el año anterior.**

TRABAJADORES

# Formación y crecimiento profesional

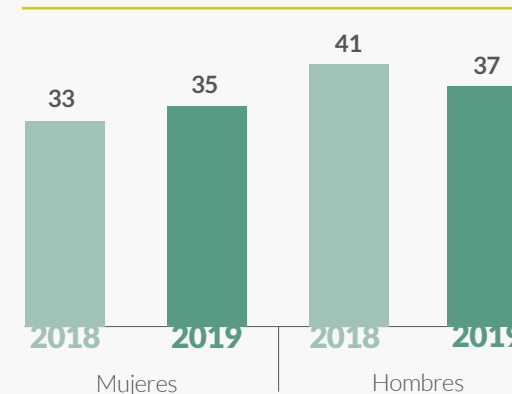
En Falabella creemos que el crecimiento profesional y personal de quienes forman nuestros equipos potencia el desarrollo sostenible del negocio. Por eso, nos ocupamos de entregarles un plan de formación continua que los ayude a desarrollar sus habilidades y carrera.

En 2019, nos enfocamos en brindar capacitación en experiencia de cliente, transformación digital y cambio cultural de los líderes. En total, alcanzamos 1.209.741 horas de formación, con una inversión de \$US 2.163.284 en los 4 países.

*Más de 750 trabajadores formados en temas de liderazgo para construir entornos de alto desempeño y fidelizar a nuestros talentos.*



PROMEDIO HORAS ANUALES DE FORMACIÓN POR PERSONA



PROGRAMAS DE FORMACIÓN DE LÍDERES 2019

PAÍS	PROGRAMA	NÚMERO DE LÍDERES CAPACITADOS
Chile	Líderes que Impactan	68
Perú	Liderazgo Abrazador	100
Colombia	Escuela de Liderazgo	350
Argentina	Feedback Líderes	214







## ● TRABAJADORES

→ Evaluación  
y feedback

El proceso de evaluación de desempeño anual es el mecanismo para acceder a gran parte de nuestros programas de desarrollo profesional. Permite identificar talentos y alinear a los equipos con los objetivos estratégicos de la organización.

Existen dos tipos de evaluaciones de desempeño:

### 1. Evaluación corporativa 360°

Los cargos gerenciales y estratégicos son evaluados por sus jefes directos, pares, clientes y trabajadores para tener una visión integral de su desempeño. Luego, sus resultados son revisados por un comité conformado por el Gerente General y el Gerente de Personas, entre otros.


### 2. Evaluación Desempeño Retail 180°

El resto del equipo participa de este proceso que evalúa distintas competencias según el cargo y las funciones desarrolladas.

Al final del proceso, cada trabajador recibe retroalimentación para identificar sus fortalezas y oportunidades. En 2019, el 49% de nuestros trabajadores recibió evaluación de desempeño formal. Quienes no accedieron al proceso formal -por licencia o debido a su corta antigüedad- igualmente tuvieron reuniones de feedback sobre sus oportunidades de desarrollo.

**100% de nuestros gerentes participaron del proceso anual de evaluación de desempeño.**



**88%** 

**de nuestros trabajadores está orgulloso de trabajar en Falabella\***

\*Fuente: GPTW Chile, Perú y Colombia. Argentina no midió en 2019.





## ● TRABAJADORES

→ Diálogo y  
trabajo conjunto

En Falabella, fomentamos el trabajo colaborativo con nuestros sindicatos y federaciones mediante acuerdos y acciones en conjunto que generen relaciones de confianza de largo plazo.

**DIALOGO PERMANENTE**

En Chile implementamos una nueva forma de vinculación. Cada semestre se inicia con una reunión de la que participan los presidentes de sindicatos de todo Chile. El objetivo es comenzar cada periodo dialogando sobre las acciones esperadas para los siguientes seis meses, principalmente en temas operacionales, comerciales y de desarrollo profesional.

**MESAS DE TRABAJO**

Estas instancias fortalecen el conocimiento y la información sobre diferentes temáticas y normativas.

**CANALES DE COMUNICACIÓN**

La nueva App de gestión de personas genera un nuevo espacio de conversación que facilita el diálogo.



*44% de nuestros trabajadores están sindicalizados y 93% están cubiertos por convenios colectivos de trabajo.*



62%   
de nuestras líderes  
sindicales son mujeres.

> Políticas y procedimientos  
asociados\_

Participación en  
plenarios laborales.



Capacitaciones a  
líderes sindicales.



## TRABAJADORES

# → Cultura ágil y colaborativa

Estamos avanzando hacia una organización más ágil, emprendedora y colaborativa que nos permita afrontar los desafíos de la transformación digital.

En base a un diagnóstico de nuestra cultura realizado en 2019, iniciamos un ciclo de talleres con el comité ejecutivo de cada país, con el objeto de potenciar sus habilidades como agentes de cambio. En una segunda etapa, conformamos equipos de embajadores internos, provenientes de diferentes áreas, que lideran a través del ejemplo, desplegando su capacidad para movilizar el proceso de cambio cultural. En Chile contamos con un equipo de 30 embajadores de cultura, y en 2020 estaremos replicando esta iniciativa en los otros países.

## ¿Cómo es la nueva cultura?

- *Orientada al logro y a conseguir altos estándares de excelencia.*
- *Abierta a las nuevas ideas y a asumir proyectos desafiantes.*
- *Veloz para ejecutar y en aprendizaje continuo.*
- *Preocupada por el desarrollo de los otros, por dar apoyo y por la colaboración entre equipos.*
- *Empoderada, en confianza y en comunicación permanente entre los equipos.*

## Embajadores Culturales

Son un grupo de líderes horizontales dentro de la organización que actúan como célula buscando estos objetivos:

- *Definir las conductas asociadas a los valores y llevarlas a conductas concretas.*
- *Proponer símbolos y acciones que sustenten la nueva cultura, en colaboración con el resto de la organización.*
- *Hacer tangibles los valores de la nueva cultura, liderando con el ejemplo.*

## Equipos Ágiles

En 2019 conformamos equipos multidisciplinarios, con personas de diferentes gerencias, para desarrollar iniciativas estratégicas desde los principios de agilidad. Esta iniciativa busca escalar esta forma de trabajo como sello para toda la organización, potenciando la colaboración, innovación y empoderamiento, para impactar en la experiencia de nuestros clientes y en los resultados.

## ● TRABAJADORES

# → Compensaciones justas y competitivas



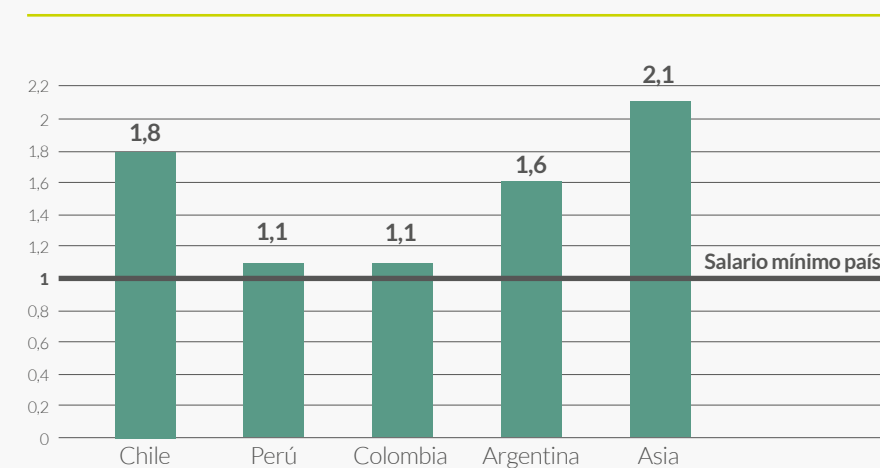
Las políticas laborales de Falabella promueven un entorno laboral seguro, saludable y equitativo.

En 2019, actualizamos nuestra Política de Compensaciones para asegurar aún más una gestión transparente de nuestro capital humano. Para atraer, motivar y retener a nuestros talentos, nos basamos en estudios de compensaciones y trabajamos con una metodología de evaluación de cargos. De esta forma, mantenemos equidad interna y externa, pues comparamos nuestros cargos con el mercado para ser competitivos. Además, consultamos estudios de renta para determinar bandas salariales a través de la metodología IPE (International Position Evaluation) que nos asegura entregar remuneraciones justas y ser objetivos en la definición de los salarios.

Buscando que los salarios estén orientados al desempeño, el nivel de renta de cada cargo va en paralelo a un plan de desarrollo de carrera. Así, salario, desempeño y desarrollo, conforman un mecanismo integral de crecimiento para nuestros trabajadores, donde su mejora económica tiene directa relación con el cargo y responsabilidad, siendo fieles a nuestro compromiso con la meritocracia.

*Nuestros trabajadores son nuestra prioridad, por lo que contamos con políticas que promueven un entorno laboral seguro, saludable y equitativo.*

SALARIO INICIAL FALABELLA RETAIL VS. SALARIO MÍNIMO PAÍS (RATIO)



## 22%



de nuestros trabajadores recibió aumento en sus remuneraciones durante 2019.



## ● TRABAJADORES

→ Salud  
y seguridad

Estamos atentos a prevenir y gestionar los riesgos laborales monitoreando constantemente las tasas de accidentabilidad. Contamos con tiendas certificadas OHSAS 18.001<sup>2</sup> y con comités paritarios para ofrecer lugares de trabajo seguros y ergonómicos.

En conjunto con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), organizamos “El primer Seminario de Comités Paritarios de Falabella Retail”, con la finalidad de promover lugares de trabajo más seguros para todos los colaboradores y clientes. Durante la jornada se abordaron diferentes temas, desde aspectos legales hasta una charla motivacional para potenciar el trabajo en equipo. Además, se entregaron los conocimientos necesarios para que puedan realizar eficazmente las funciones que implica ser un representante formal de los trabajadores, en temas de salud y seguridad ocupacional.

INDICADORES DE SEGURIDAD	HORAS TRABAJADAS (MILLONES)	ACCIDENTES LABORALES	LESIONES CON TIEMPO PERDIDO (POR MILLÓN DE HORAS TRABAJADAS)	TASA DE ACCIDENTALIDAD	ENFERMEDADES LABORALES	ENFERMEDADES LABORALES (POR MILLÓN DE HORAS TRABAJADAS)	VÍCTIMAS FATALES (POR ACCIDENTE O ENFERMEDAD LABORAL)
Chile	20,8	243	11,7	2,3	4	0,19	0
Perú	14,5	35	2,4	0,5	0	0	0
Colombia	9,1	158	17,4	3,5	0	0	0
Argentina	5,4	121	22,4	4,5	3	0,56	0
<b>Consolidado</b>	<b>49,9</b>	<b>557</b>	<b>11,2</b>	<b>2,2</b>	<b>7</b>	<b>0,14</b>	<b>0</b>

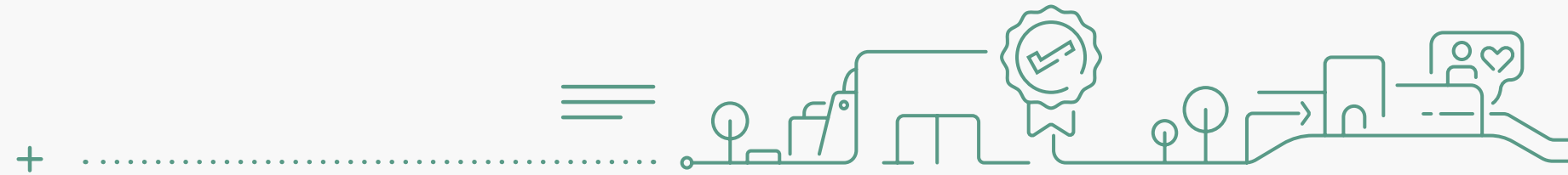


**+95% de los trabajadores en los 4 países cubiertos por sistemas de salud y seguridad laboral, auditados interna y externamente.**

(2) OHSAS 18001 es una especificación internacionalmente aceptada que define los requisitos para el establecimiento, implantación y operación de un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional Efectivo, considerando principalmente la gestión y manejo del stress, la ergonomía en los lugares de trabajo, la iluminación y el ruido en instalaciones, la calidad del aire al interior de instalaciones, el control de humedad y la temperatura en oficinas y tiendas, el horario flexible y monitoreo de sistema de turnos.

## TRABAJADORES

# Reconocimientos 2019



## DIVERSIDAD E INCLUSIÓN\_

En Colombia fuimos reconocidos con el sello **'Bogotá, Libre de Discriminación'**, por los procesos de capacitación en tiendas para promover la participación laboral de personas LGBTI. Nuestra cultura inclusiva fue reconocida en Argentina con el **Premio Impulsores de Impacto Social** que entregó RedActivos, entidad cuyo objetivo es mejorar la vida de personas con discapacidad a través de su inclusión laboral y la sensibilización del entorno.



## ATRACCIÓN DE TALENTO\_

En el **Ranking Merco Talento 2019**, en Chile y Perú recibimos el primer lugar de empresas con mejor atracción de talentos en categoría Retail y en Colombia nos ubicamos en posición 37.



Según el **Ranking Great Place to Work (GPTW)**, a nivel corporativo nos situamos en el lugar 23 entre las mejores multinacionales latino americanas para trabajar. Por países esa posición nos situó en Chile en el lugar 6, y en Perú y Colombia en el número 20. En 2019 Argentina no participó del Ranking GPTW.



## EQUIDAD DE GÉNERO\_

Fuimos distinguidos por **Comunidad Mujer** y el Índice de Paridad de Género (IPG) Chile, por el esfuerzo realizado en pos de mejorar la equidad de género e impulsar prácticas que fomentan el liderazgo femenino. Estuvimos entre los 10 finalistas de la categoría **Empresa Inspira de los Premios REDMAD** Complementariedad de Género, que reconoce a empresas, comunicadores y líderes de opinión que impulsan el avance de las mujeres en la alta dirección. Fuimos reconocidos con el **Premio Laboratoria** por el trabajo en equipo y compromiso demostrado al dar un rol protagónico a la mujer en la nueva economía digital.



Además, en Perú fuimos reconocidos con el lugar número 9 del **Ranking Great Place To Work Millennials**, que distingue a las empresas más valoradas por este grupo etario.



Obtuvimos el puesto 7 en el **Ranking GPTW: Mejores Lugares para Trabajar para las Mujeres 2019**, entre las empresas con más de 1.000 empleados en Argentina.

### RESULTADOS GREAT PLACE TO WORK

	PUNTAJE	LUGAR
Chile	83	6
Perú	84	20
Colombia	72,9	20

\* En 2019 Argentina no participó del Ranking GPTW.



05

Queremos  
contribuir al  
desarrollo integral  
de nuestros  
proveedores y  
comunidades.



+Valor  
social\_





## → Desarrollo de proveedores



La cadena de valor de Falabella integra a casi **17 mil proveedores** con los que establecemos relaciones forjadas en la confianza, crecimiento conjunto y compromiso con la producción sostenible.

&gt;&gt;



16.687



PROVEEDORES

4.890

PROVEEDORES NUEVOS  
EL AÑO 2019

Desde microempresas hasta grandes marcas, nacionales e internacionales, forman parte de la red establecida por Falabella para asegurar la variedad y calidad de productos que los clientes requieren.

Desde 2017, a la cadena de abastecimiento tradicional, se han sumado 1.418 “sellers”, o vendedores independientes en Chile-en gran parte pymes- que comercializan sus productos a través de la plataforma Falabella.com





## → Transparencia con nuestros **socios comerciales**

El diálogo y la transparencia son el punto de partida en todo trato comercial. Dos documentos nos ayudan a establecer las condiciones esperadas, asegurando el buen entendimiento de las partes.

*Mecanismos de trazabilidad nos permiten alinear a proveedores de marcas propias, mejorando sus prácticas sociales y medioambientales.*

**Vendor Agreement (VA):** Establece condiciones comerciales y operacionales (plazo de pago, despacho y entrega, calidad, condiciones de trabajo, entre otras). Además, asegura la confidencialidad, el cumplimiento de la responsabilidad penal de las personas jurídicas, y el respeto de las leyes de prevención de delitos y libre competencia. Los proveedores adhieren al Modelo de Prevención de Delitos (MPD) de Falabella y adscriben a nuestra Declaración de Ética y Código de Integridad.

**Vendor Compliance (VC):** Este contrato establece los estándares de responsabilidad y conducta ética que Falabella espera de los proveedores de marcas propias, y sirve de base para las auditorías sociales bajo el protocolo SMETA<sup>3</sup>. El proveedor se compromete a cumplir la normativa de trabajo vigente en cada país, tanto en sus fábricas como en sus talleres proveedores.



(3) SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) metodología que proporciona una recopilación de las mejores prácticas de técnicas de auditoría ética. Está diseñado para realizar auditorías de alta calidad que abarcan todos los aspectos de la práctica empresarial responsable.

# → Auditoría social de nuestros proveedores

Como parte de nuestro compromiso con el comercio ético, Falabella está adherida a SEDEX<sup>4</sup> (Supplier Ethical Data Exchange), organización que nos da acceso al Protocolo de Auditorías Sociales SMETA, que busca traspasar buenas prácticas a nuestros proveedores de marcas propias para su desarrollo responsable e integral.

A través de capacitación continua y auditorías, colaboramos para que los proveedores mejoren sus condiciones laborales, alcanzando estándares similares a los de Falabella Retail. Se establecen objetivos claros para que sólo aquellos fabricantes que logran mejorar en el tiempo continúen su relación comercial con Falabella.

**95%**   
de nuestras compras  
a proveedores  
nacionales de marcas  
propias es auditada  
bajo protocolo SMETA.

## › Temáticas consideradas en las auditorías SMETA\_

- Derechos Humanos.
- Sistemas de Gestión.
- Empleo de Libre Elección.
- Derecho a Asociación.
- Salud & Seguridad.
- Trabajo Infantil.
- Salarios & Beneficios.
- Horas de Trabajo.
- Discriminación.
- Empleo Regular y Subcontratación.
- Trabajo forzado.
- Derecho al Trabajo.
- Medioambiente.
- Ética Empresarial.
- Beneficios para la Comunidad.

## › Políticas y procedimientos asociados\_



Programa de  
responsabilidad  
social de  
proveedores.



Adhesión al  
Código de  
Integridad  
Corporativo<sup>5</sup>.



Auditorías  
sociales a través  
del protocolo  
SMETA.

(4) Organización sin fines de lucro que promueve las buenas prácticas en temas de responsabilidad social y genera una plataforma de información para proveedores y contratantes. A través de ella es posible acceder a información respecto a estándares de responsabilidad social de distintos proveedores a nivel mundial.

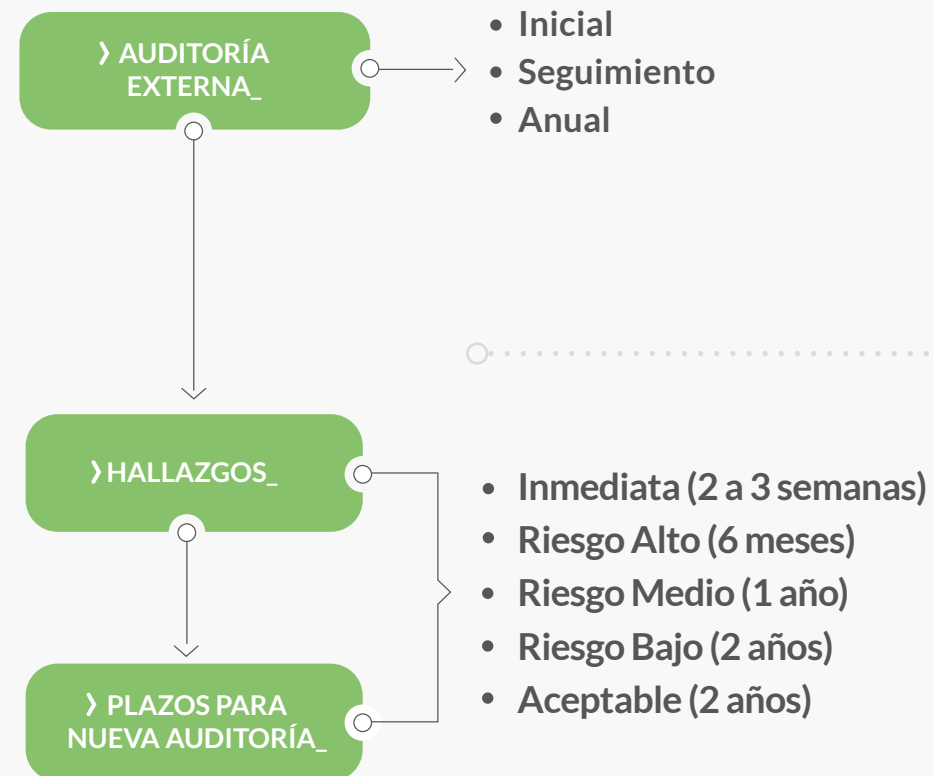
(5) Más información sobre nuestro Código de Integridad en el capítulo 3 de este Reporte: Pasión por la Integridad.



# → Procedimiento para la auditoría social de nuestros proveedores

A través de las auditorías realizadas el 2019, identificamos 19 proveedores con impactos sociales negativos y ninguno con impactos ambientales negativos significativos. Entre los impactos detectados se encuentran: situaciones de salud e higiene laboral, protocolos de prevención de riesgos, sistemas de cumplimiento previsional y compensaciones. Como resultado de las auditorías sociales 2019, se acordaron mejoras con 17 proveedores y se dejó de trabajar con 2.

## › Proceso de auditoría SMETA\_



**741**   
auditorías realizadas a  
proveedores y talleres  
de marcas propias.

### AUDITORÍAS REALIZADAS A PROVEEDORES Y TALLERES DE MARCAS PROPIAS

	INICIAL	SEGUIMIENTO	ANUAL	NO CORRESPONDE AUDITORÍA PARA EL PERIODO EN CURSO	TOTAL
Chile	5	9	12	48	74
Perú	1	35	18	20	74
Colombia	25	32	24	21	102
Argentina	26	11	20	27	84
Oficina en Asia	143	154	10	100	407
<b>Consolidado</b>	<b>200</b>	<b>241</b>	<b>84</b>	<b>216</b>	<b>741</b>

### RESULTADOS AUDITORÍAS PROVEEDORES Y TALLERES NACIONALES

Acción inmediata	1%
Alto riesgo	5%
Medio riesgo	25%
Bajo riesgo	26%
Aceptable	43%

89% de proveedores y talleres nacionales de marca propia se encuentran auditados, lo que corresponde a un 95% del costo de nuestra compra.

### RESULTADOS AUDITORÍAS PROVEEDORES Y TALLERES ASIÁTICOS

Acción inmediata	0%
Alto riesgo	32%
Medio riesgo	46%
Bajo riesgo	21%
Aceptable	1%

Un 89% de proveedores y talleres asiáticos ha sido auditado, lo que corresponde a un 98% del costo de compra.



# → Compromiso con el emprendimiento local

Nuestro compromiso con proveedores y emprendedores locales se basa en dos ejes:

**1) Condiciones preferentes de pago**  
(que no superan los 30 días para las pymes)

**2) Capacitación para el crecimiento.**

En Chile y Perú, el 90% de nuestros proveedores son nacionales. En Colombia, casi el 60%.

**70%**   
**de nuestros proveedores  
son pymes.**



PROVEEDORES PYMES	% DE PROVEEDORES PYME	% DE PYME CON PAGO EN <30 DÍAS
Chile	58%	93%
Perú	79%	88%
Colombia	78%	93%
Consolidado	70%	92%

\*En Argentina el 21% de los proveedores son pyme. No se cuantificó información de los plazos de pago.



## › Valoramos y desarrollamos el talento local\_

### “BRAND FASHION MARKET”

A lo largo del año, desarrollamos tres eventos en los que Falabella invita a diseñadoras chilenas emergentes a exponer sus colecciones en nuestras tiendas seleccionadas.

### ILUSTRADORAS LOCALES

Falabella lanzó una colección de poleras de la marca propia Basement, diseñadas por la ilustradora chilena Holly Jolley. Además, otras cinco ilustradoras chilenas plasmaron su creatividad en el diseño de las bolsas de regalo navideñas de 2019. Similares campañas de promoción del talento local se replicaron en los demás países donde operamos.





# Marketplace Falabella.com

La modalidad de comercio online conocida como “Marketplace” nos ha permitido abrir un mundo de novedades para nuestros clientes, que ahora disfrutan de cientos de miles de nuevos productos. Falabella.com es el camino elegido por miles de pequeños, medianos y grandes emprendedores independientes que, ofreciendo sus productos en Falabella.com, han logrado acceder a millones de nuevos clientes.

Partimos con este proyecto a fines de 2017 en Chile y en 2019 seguimos potenciando su crecimiento en el resto de los países donde operamos. Ya contamos con 1.418 marcas registradas en Marketplace Falabella.com Chile.

**Más de 1.500 marcas registradas en el Marketplace de Falabella.com, para que nuestros clientes encuentren todo lo que buscan y más.**



## CAPACITACIÓN EN E-COMMERCE

Con un plan de capacitación desarrollado por Falabella, los “sellers” de la categoría +Verde, recibieron apoyo y capacitación para mejorar sus procesos de venta. En la primera convocatoria, que reunió a 30 emprendedores, compartimos buenas prácticas sobre publicación y visualización de productos en plataformas digitales. Las charlas fueron impartidas por nuestros propios expertos internos.

+





# → Vínculos duraderos con la comunidad

Buscamos ser parte del desarrollo de las comunidades donde nos insertamos, generando vínculos duraderos.

“Me siento bien por la manera que contribuimos como empresa a la comunidad”:



85%

88%

91%



Fuente: Resultados **Great Place To Work 2019**.

\*Argentina no se midió en 2019

## INVERSIÓN SOCIAL

Contribuimos a la reinserción social a través de la creación de un taller de costura para las internas del Centro Penitenciario Femenino de la comuna de San Joaquín, proyecto que realizamos en conjunto con la Corporación Abriendo Puertas, con el objetivo de que puedan confec-

cionar prendas para nuestras tiendas. Asimismo, formamos parte de la iniciativa 3xi<sup>6</sup>, a través de la cual apoyamos a los niños vulnerados de la residencia del SENAME<sup>7</sup> Acógeme de la Fundación María Ayuda.



### PORCENTAJE DE INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD POR TIPO

	2017	2018	2019
Donaciones solidarias	46%	44%	15%
Inversión comunitaria	46%	50%	84%
Iniciativas comerciales	8%	6%	1%

### PORCENTAJE DE INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD POR FORMA DE INVERSIÓN

	2017	2018	2019
Dinero	66%	52%	63%
Especies	18%	28%	22%
Costo voluntariado	6%	8%	11%
Costo administración	10%	12%	4%

(6) El modelo 3xi, iniciativa que tiene como objetivo que las personas se conozcan, establezcan una convergencia de intereses y vean la opción de trabajar en conjunto, bajo el lema “Inspirarnos, Incluirnos, Innovarnos”.

(7) Servicio Nacional de Menores.



# → Programa Haciendo Escuela

Este programa consiste en que cada tienda, junto a sus trabajadores, apoya de manera integral a los estudiantes y familias de su comunidad.

En 2019, el **Programa Haciendo Escuela (PHE)** cumplió 50 años construyendo un futuro mejor para los niños de hoy y las familias de mañana.

## Pilares\_

### Fundamental Académico

Programas educativos, apoyo en gestión y capacitaciones.

### Ampliando Horizontes

Actividades para inspirar y despertar el interés de los estudiantes.

### Infraestructura

Destina recursos para mejorar las instalaciones de colegios.

### Voluntariado

Colaboradores de Falabella se involucran con la comunidad a través del programa PHE.

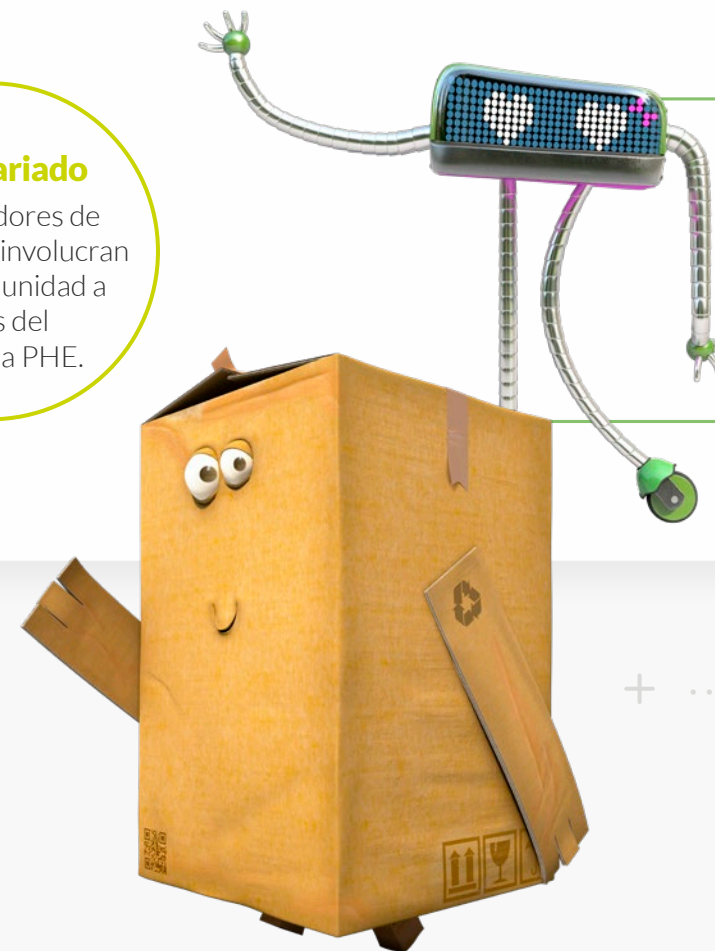
### Nueva Iniciativa: Bot & Box.

Programa de visitas educativas a nuestro moderno Centro de Distribución Omnicanal en Chile.

Más información en: [www.haciendoescuela.com](http://www.haciendoescuela.com)

# 85.792

alumnos beneficiados con el Programa Haciendo Escuela durante el 2019.

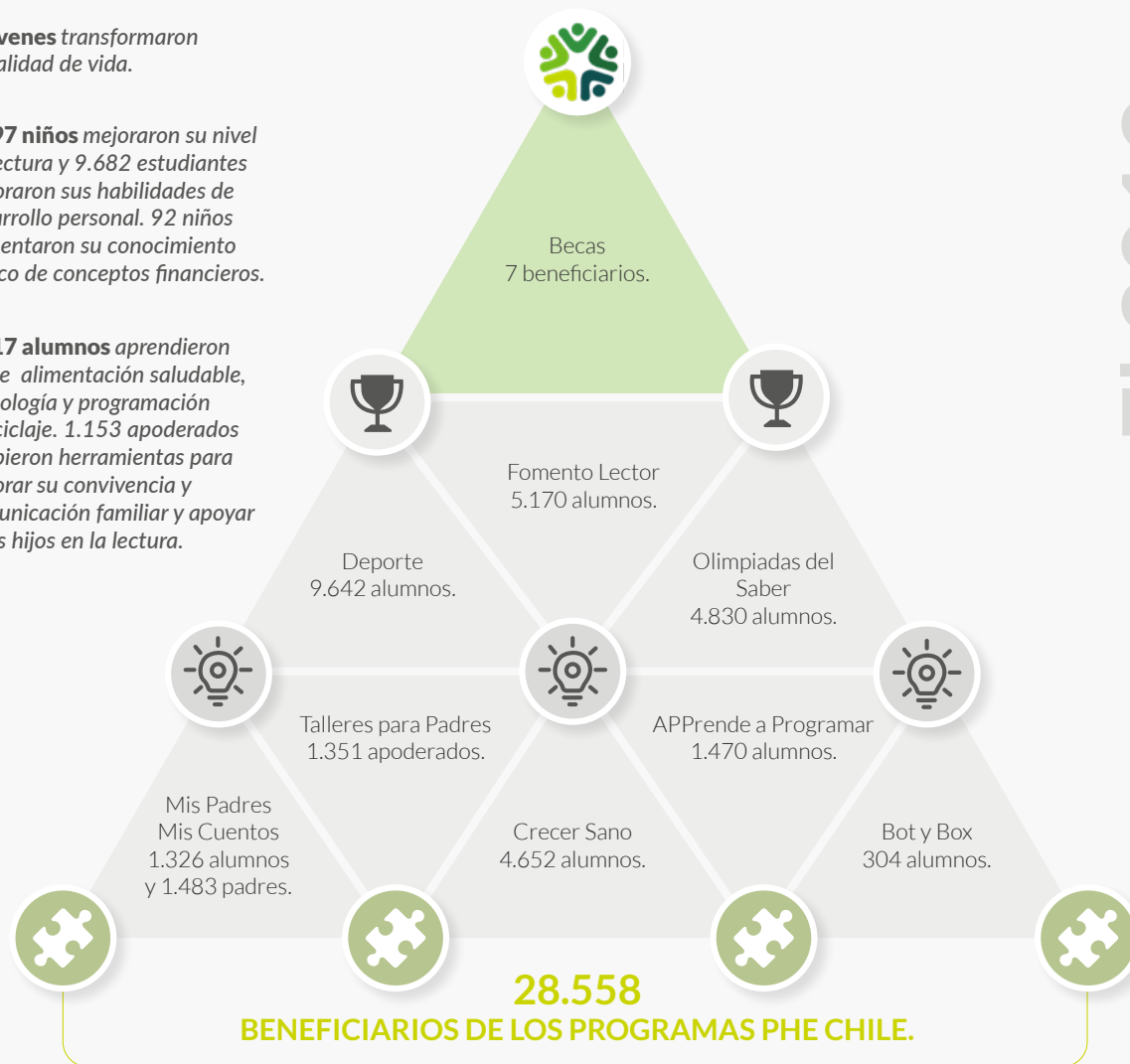




# Programa Haciendo Escuela en cifras

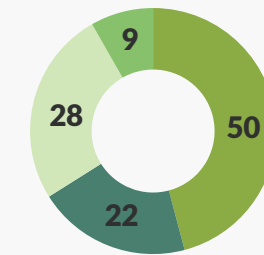
El Programa Haciendo Escuela incluye una gran cantidad de iniciativas. La pirámide detalla el impacto provocado por cada una de ellas y el número de personas beneficiadas en 2019 en Chile.

- 7 jóvenes** transformaron su calidad de vida.
- 1.297 niños** mejoraron su nivel de lectura y 9.682 estudiantes mejoraron sus habilidades de desarrollo personal. 92 niños aumentaron su conocimiento básico de conceptos financieros.
- 7.717 alumnos** aprendieron sobre alimentación saludable, tecnología y programación y reciclaje. 1.153 apoderados recibieron herramientas para mejorar su convivencia y comunicación familiar y apoyar a sus hijos en la lectura.

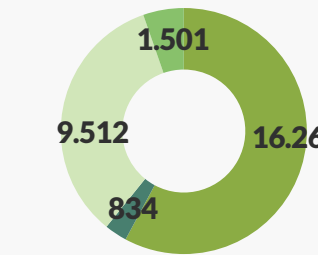


El 2019

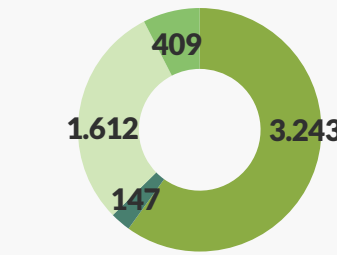
Colegios apoyados



Horas de voluntariado



Número de voluntarios

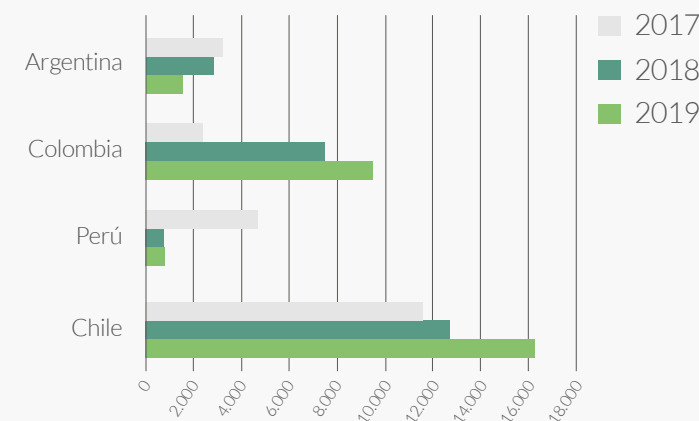


- Chile
- Perú
- Colombia
- Argentina

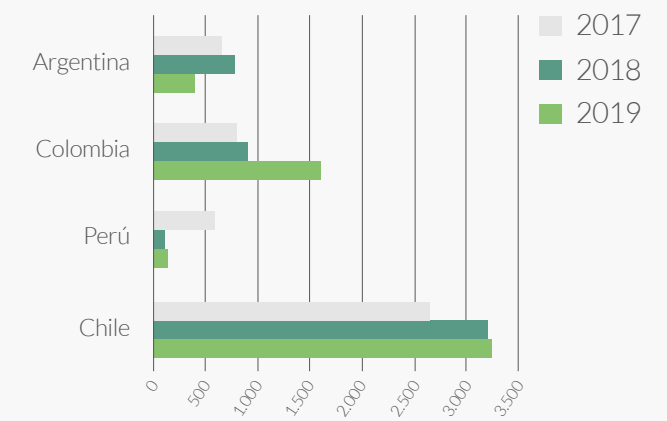
Entre 2017 y 2019:

<b>250.190</b> Estudiantes beneficiados.	<b>109</b> Colegios en alianza con PHE en los 4 países.	<b>73.797</b> Horas de voluntariado de colaboradores de Falabella.	<b>USD 6.325.505</b> Inversión total en el programa.
---	--	---	---

HORAS DE VOLUNTARIADO



TRABAJADORES PARTICIPANTES EN VOLUNTARIADO



PROGRAMA HACIENDO ESCUELA

	2017	2018	2019
Escuelas apoyadas	102	106	109
Alumnos beneficiados	80.483	83.915	85.792
Inversión realizada (USD)*	2.107.740	2.053.016	2.164.740

\*Incluye aportes de Falabella Inmobiliario, Financiero y Retail.







# → Avances 2019

+



## DÍA DEL VOLUNTARIO.

En el marco del Programa Yo Soy Voluntario, el 5 de diciembre celebramos en Chile el Día Internacional del Voluntariado, con una jornada de reforestación en el Parque Metropolitano, en una actividad de jardinería y plantación en el vivero Cumbre del Cerro San Cristóbal que forma parte de un proyecto de paisajismo en el que se plantaron diferentes tipos de flores y arbustos.



**Celebramos el Día Internacional del Voluntariado con la participación de nuestros trabajadores en actividades de inversión social.**



## VOLUNTARIADO ARGENTINA.

En Argentina pusimos en marcha un nuevo programa de voluntariado llamado "Equipos que transforman". El objetivo es armar equipos de trabajo para hacer jornadas de voluntariados en distintas organizaciones. Algunas de las actividades que realizamos fueron: con Artecuro, organización que crea murales en centros educativos, de salud y de tercera edad, y en donde nosotros aportamos pintando los murales que ellos dibujan; con la Fundación Festejos Solidarios, donde participamos de las celebraciones de cumpleaños a niños de bajos recursos que organizan; y con la Fundación Vivienda Digna, sumándonos a los voluntariados que realizan con el fin de mejorar la infraestructura de las viviendas de personas de bajos recursos de la provincia de Buenos Aires.



## VOLUNTARIADO COLOMBIA.

En Colombia realizamos un voluntariado con el Comité Ejecutivo, el que llamamos "Inspirando para el Futuro". Esta actividad consistió en que los miembros del Comité visitaron uno de los colegios del PHE, y se reunieron con 45 niños de entre 14 y 16 años. En el encuentro se generó una instancia de conversación con cada uno de ellos, donde les contaron cuál era su rol dentro de la empresa, cómo había llegado ahí, cuáles son las dificultades en el día a día, entre otras cosas.





06

*Gestionamos los recursos de manera eficiente e innovadora para minimizar nuestros impactos en el medio ambiente, con una visión a largo plazo.*

# Acción Climática y Circularidad





## → Estrategia de **acción climática**

La gestión del Cambio Climático y Circularidad son ejes clave en la Estrategia Ambiental de Falabella.

El cumplimiento de la legislación ambiental también es un pilar, y vamos más allá aun, mirándonos en el espejo de las normativas internacionales aplicables a nuestra industria.



**Nuestro Sistema de Gestión,**  
*basado en la norma ISO 14001,*  
*es la guía que permite definir el*  
*alcance de nuestras acciones.*





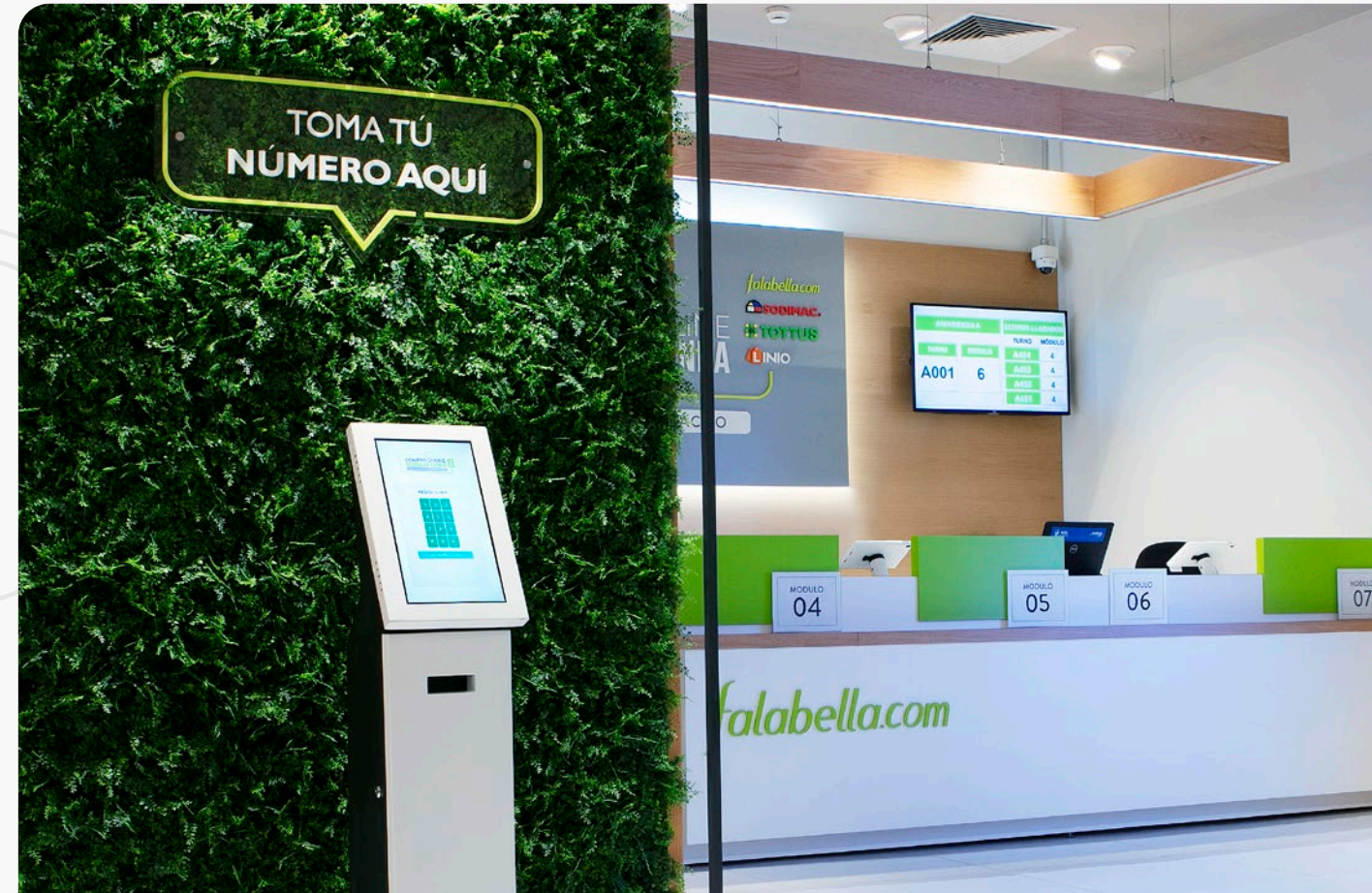
## → Reducción de gases Efecto Invernadero (GEI)

Nuestro enfoque para reducir los GEI es a través del uso eficiente y racional de la energía eléctrica en nuestras tiendas y centros de distribución, sosteniendo los niveles de confort para nuestros clientes y trabajadores. Para alcanzarlos, desarrollamos un sólido sistema de gestión y ahorro de consumo eléctrico, basado en el uso de energías renovables, tecnología LED, control en línea de los circuitos y optimización del rendimiento de los equipos de clima.

El seguimiento del consumo y la detección temprana de comportamientos irregulares en la actividad eléctrica en tiendas, nos permite tomar las medidas necesarias rápidamente.

# 42%

de nuestro consumo  
energético proviene de  
Energías Renovables No  
Convencionales (ERNC).



### SISTEMA CENTRALIZADO DE ILUMINACIÓN Y CLIMATIZACIÓN (CHILE-COLOMBIA)

La mayoría de las tiendas, y parte de las oficinas y centros de distribución, son gestionados con inteligencia artificial y bots, que automatizan el encendido y apagado de equipos, supervisan los niveles de confort de clima y monitorean el consumo eléctrico de los principales equipos.

#### CONSUMO DE ENERGÍA EN TIENDAS POR DEPARTAMENTO (ELECTRICIDAD EN KWH)

	CONSUMO DE ENERGÍA NO RENOVABLE*	CONSUMO DE ENERGÍA RENOVABLE	CONSUMO DE ENERGÍA TOTAL	KwH/m2
Chile	39.983.725	48.803.712	88.787.437	184
Perú	27.439.617	44.616.384	72.056.001	194
Colombia	41.710.825	-	41.710.825	153
Argentina	18.295.308	302.090	18.597.398	156
<b>Consolidado</b>	<b>127.429.475</b>	<b>93.722.186</b>	<b>221.151.661</b>	<b>180</b>



# → Huella de carbono Chile



En Chile realizamos una medición corporativa de nuestra huella de carbono, incluyendo todas las tiendas y centros de distribución, y la oficina central. Por primera vez registramos el Alcance 3 para todas las instalaciones, considerando todos los aspectos correspondientes a la industria.

En el proceso de levantamiento de información, encuestamos a nuestros trabajadores sobre su medio de transporte más habitual y la ruta utilizada para llegar al trabajo. Con la incorporación del Alcance 3, completamos nuestra línea base que comenzó con mediciones realizadas en 2016, y estamos en camino de desarrollo de nuestra estrategia de impacto positivo 2021.

Obtuvimos el reconocimiento del **Programa HuellaChile** del Ministerio del Medio Ambiente.

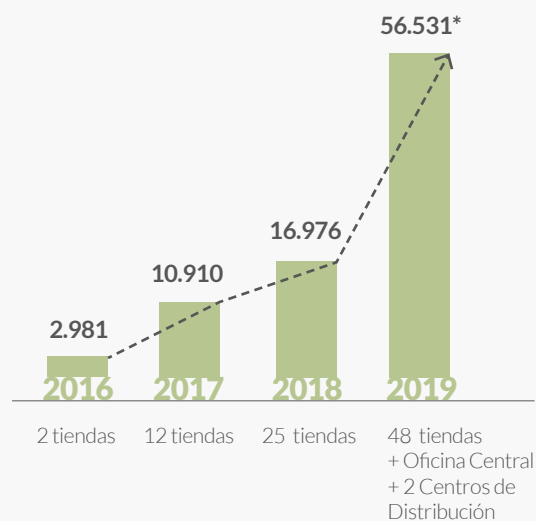
**Cuantificamos nuestras emisiones de Gases de Efecto Invernadero mediante el Greenhouse Protocol (GHG Protocol), utilizando el método de mercado para el Alcance 2.**

**MEDICIÓN HUELLA DE CARBONO CHILE 2019\*** 112.219 TONELADAS DE DIÓXIDO DE CARBONO EQUIVALENTE

Alcance 1	14.680 Ton CO2 eq.
Alcance 2 estimación basada en el mercado**	18.721 Ton CO2 eq.
Alcance 2 estimación basada en la ubicación***	41.851 Ton CO2 eq.
Alcance 3	78.817 Ton CO2 eq.

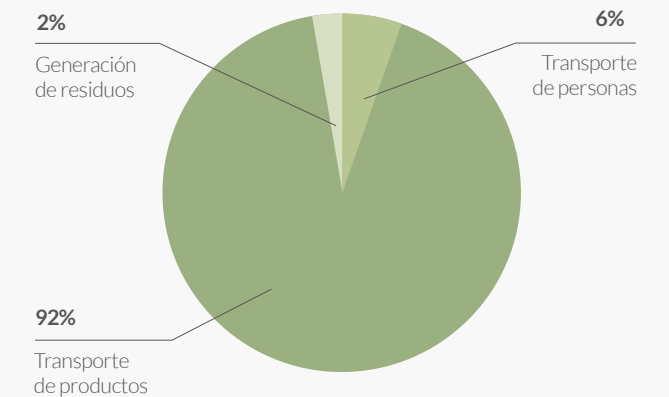
\* La medición se basa en los datos del año 2018.

**CUANTIFICACIONES TOTAL DE GASES DE EFECTO INVERNADERO CHILE (TON CO2 EQ. PARA ALCANCE 1+2\*)**



\* Calculada con alcance 2 con estimación basada en la ubicación.

**TOTAL ALCANCE 3 CHILE EMISIONES DE CO2 EQ= 78.817 TON**



\*\*Considera la compra de electricidad renovable bajo contrato por Falabella Retail, que a los efectos de este alcance tiene un factor de emisiones de cero.  
\*\*\* Utiliza el factor de emisiones promedio de 2018 del sistema eléctrico nacional de Chile.





# → Primer Retailer Carbono Neutro de Colombia

En Colombia fuimos certificados como el primer retailer Carbono Neutro en el 100% de su operación.

Tras evaluar y verificar nuestra huella de carbono e implementar un programa de Gases de Efecto Invernadero (GEI), obtuvimos la certificación que otorga el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec).

En 2018, nuestras operaciones registraron una huella alcance 1 y 2 de 4.668,2 toneladas de CO<sub>2</sub>, que compensamos en 2019 con la compra de bonos de carbono. Así, garantizamos la conservación de un bosque con más de 18.000 árboles del Proyecto Forestal Caucho PL 1, en el municipio de Puerto Gaitán en el Meta.

## INICIANDO EL CAMINO EN PERÚ




En 2019, comenzamos gestiones para realizar un piloto que mida y luego permita compensar la huella de carbono de nuestras 15 tiendas de Lima y de las oficinas centrales. Nuestra meta: contar con esta medición en 2020.

### HUELLA DE CARBONO COLOMBIA MEDICION 2019

4.668 TONELADAS DE DIÓXIDO  
DE CARBONO EQUIVALENTE

Alcance 1	235 tCO <sub>2</sub> e
Alcance 2	4.433 tCO <sub>2</sub> e

Considera los datos del año 2018.

tra página: [www.co2cero.co](http://www.co2cero.co) Síguenos como @CO2CERO en:   





# → Instalaciones sustentables

Como socios fundadores del capítulo chileno del U.S. Green Building Council (USGBC)<sup>(8)</sup>, asumimos el compromiso de contar con atributos de construcción sustentable en todas nuestras tiendas nuevas o remodelaciones. Esto nos permite acceder a los distintos niveles de certificación LEED<sup>(9)</sup>, mientras acercamos a clientes y colaboradores espacios más saludables, seguros y confortables.

El diseño y construcción de todas nuestras remodelaciones o nuevas tiendas incorpora sistemas y metodologías para mitigar los efectos del cambio climático.

Contamos con  
**26 tiendas certificadas LEED**  
en toda la región.

## CERTIFICACIÓN LEED

En 2019, seguimos avanzando con el proceso de certificación LEED, que nos permitirá en 2020 certificar nueve tiendas -seis en Chile, dos en Colombia y una en Perú- y dos centros de distribución -Lurín en Perú y San Bernardo en Chile-, cuyos atributos sustentables son:

- Conectividad.
- Acceso a transporte público.
- Estacionamiento de bicicletas.
- Eficiencia hídrica.
- Eficiencia energética.
- Uso de refrigerantes libres de CFC.
- Almacenamiento y recolección de materiales reciclables.
- Control de residuos de construcción.
- Materiales con contenido reciclado.
- Uso de materiales regionales.
- Calidad ambiental interior.



(8) Organismo que promueve el desarrollo y la construcción sustentable.

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



# → Productos + sustentables

En 2019, lanzamos “+Verde”, una nueva línea de productos más sustentables disponibles en Falabella.com. Las marcas que integran esta categoría se realizó a través de una metodología desarrollada junto a Edge Chile SpA<sup>10</sup>. Este protocolo, nos permite obtener los respaldos necesarios para asegurar que los productos +Verde cumplen con criterios de sustentabilidad.

+Verde fue presentado en VIII Cumbre de Emprendimiento de la Asociación de Emprendedores (ASECH). Así, los emprendedores de Chile pudieron conocer la nueva categoría y la posibilidad de sumar sus productos a través del Marketplace de Falabella.com.



## + Reutilizado

Productos que promueven la reutilización y ayudan a generar menos residuos al reducir el uso de elementos desechables.

## + Materiales Conscientes

Productos elaborados con materias primas más conscientes con el medio ambiente y las comunidades a lo largo de su cadena de valor.

## + Reciclado

Productos creados a partir de materias primas reutilizadas o recicladas que promueven el upcycling y la economía circular.

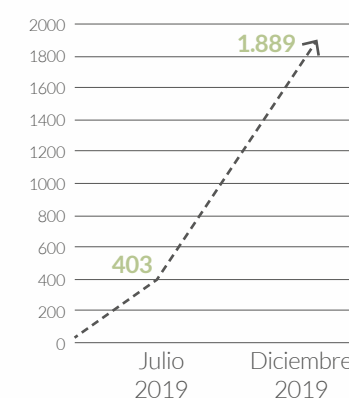
## + Comunidad

Productos que otorgan valor al trabajo de personas en riesgo social, que se han unido a proyectos de innovación y creatividad.

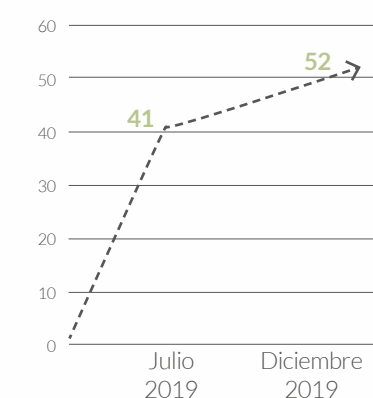
**Estamos trabajando en un plan 2021 para que todas nuestras marcas propias desarrollen líneas de productos + sustentables.**

Ofrecemos a nuestros clientes **marcas que se preocupan por el medioambiente y la comunidad**, proponiendo una forma de vida más conectada y consciente.

Nº DE PRODUCTOS + VERDE



MARCAS CATEGORÍA + VERDE



(10) Consultora experta en consumo y producción sustentable.





# → Iniciativas + verde

## 1ER RETAIL LATINOAMERICANO FOREST STEWARDSHIP COUNCIL (FSC®)<sup>11</sup>

Somos el primer retail de América Latina que ha firmado un acuerdo con FSC, el principal sistema de certificación del mundo en manejo forestal responsable. El objetivo es aumentar nuestra oferta de productos de madera certificada, así como también entregar bolsas de papel y catálogos con sello de garantía de manejo responsable de los bosques y el medioambiente. Asimismo, ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de elegir el formato en que prefieren recibir nuestros catálogos: impresos o digitales.



Al elegir estos productos certificados, ayudas a cuidar de los bosques del mundo. **Más información:** [www.fsc.org](http://www.fsc.org)

### COMPROMISO FALABELLA

En agosto del 2019 se firmó un acuerdo de colaboración con FSC donde se buscará:

1. Promover buenas prácticas de manejo de bosque.
2. Aumentar la presencia de productos FSC en la oferta comercial.
3. Migrar los elementos operacionales a productos certificados.

## AMERICANINO: MAKE THE CHANGE

Americanino, marca propia de Falabella, realizó a lo largo de 2019 diversas iniciativas relacionadas con el cuidado del medioambiente. Americanino modificó su proceso productivo, optó por el uso de telas recicladas y algodón reutilizado. A través de la campaña #AMCHANGE, sumó a los clientes a su programa. En las tiendas de Chile habilitamos contenedores de reciclaje donde los clientes podían dejar sus productos denim de cualquier marca. Luego la

empresa Rembre<sup>12</sup> fue la encargada de separar el material recibido en sus plantas de reciclaje. Las telas en peor estado se sometieron a un proceso de triturado, para ser re-utilizadas como eco relleno de cojines y otros productos. El denim en buen estado se re-utilizó en Mavesa<sup>13</sup>, textil del grupo Falabella, que les dio una segunda vida en forma de bolsos.



(11) La certificación FSC® (Forest Stewardship Council) asegura un manejo forestal responsable considerando factores sociales, medio ambientales y económicos con una visión de largo plazo.

(12) Rembre es una empresa B, que implementa sistemas de reciclaje, puntos limpios, manejo de residuos y recolección de reciclaje para organizaciones públicas o privadas.

(13) Empresa textil encargada de fabricar nuestras marcas propias.



# → Iniciativas + sustentables

## COLECCIÓN MÁS CONSCIENTE

En Perú, nuestra marca propia Denimlab, presentó una colección más consciente, elaborada con materiales y tecnología que consumen menos agua y energía. Este lanzamiento se realizó bajo el llamado: “Más conciencia, menos indiferencia”, y buscó generar un mayor sentido de responsabilidad sobre el impacto medioambiental a la hora de elegir prendas de vestir.

## BOLSAS REUTILIZABLES

Junto con el artista gráfico peruano, Elliot Tupac, implementamos bolsas reutilizables de telas para Falabella Perú, con mensajes orientados a generar mayor conciencia ambiental, como “Piensa en verde”, “Respira” y “Cuida nuestra tierra”.

### COLECCIONES SOSTENIBLES PERÚ

	Nº PRODUCTOS
Proud to Be Me	13
Denim Lab Sostenible	33



## VESTUARIO UNISEX

También en Perú lanzamos una nueva colección de vestuario unisex pensada en todos aquellos que quieran demostrar su autenticidad: “Proud to Be Me”. Con esta campaña buscamos promover que las personas se sintieran orgullosas de quienes son, fuera de cualquier estereotipo; amando sus virtudes, defectos, límites y logros.





# → Estrategia de circularidad

En 2019 seguimos avanzando en la implementación de los conceptos de economía circular en nuestras operaciones.

**En 2019 se reutilizaron 30,5 toneladas de colgadores.**  
Esto redujo un 15% los costos en ganchos para la unidad de negocio que fabrica nuestras marcas propias.

## ECODISEÑO PROYECTO ENREDADOS

Comenzamos a usar esta metodología para desarrollar envases y embalajes para nuestro servicio de retiro en tienda Click&Collect. Trabajamos sobre los productos y materiales para responder a las necesidades reales de cada etapa del ciclo de vida, minimizando los insumos requeridos y el impacto ambiental de la cadena de valor.

## RECICLAJE DE RESIDUOS PLÁSTICOS

Reciclamos nuestros residuos plásticos y los transformamos en bolsas que se reutilizan. Contamos con capacidad para producir 500.000 bolsas mensuales y en un año hemos recuperado 344 toneladas de polietileno, lo que implica una disminución de costos de entre 5% y 7%.



## RECICLAJE Y RECUPERACIÓN DE PRODUCTOS

Recuperamos residuos textiles de nuestra marca propia Americanino para su reutilización y reciclado. Hemos recuperado 1.330 kgs de jeans, de los cuales 480 kg se han convertido en ecorelleno y 850 kg se han transformado en bolsos comercializados por la misma marca.

## RECICLAJE DE COLGADORES DE ROPA

Implementamos una iniciativa que recupera los colgadores de plástico en buen estado para reutilizarlos o reciclarlos. Nuestra meta es lograr que la mayor parte de nuestra compra nacional de colgadores provenga de elementos reutilizados o reciclados.



## → Más iniciativas circulares

### RECICLAJE DE ELECTRODOMÉSTICOS Y LÍNEA BLANCA

En Falabella, ofrecemos servicio de reciclaje de productos usados a los clientes que compran electrodomésticos, línea blanca, camas y colchones. En 2019, recuperamos 45 toneladas de productos (lavadoras, lavavajillas, secadoras, refrigeradores, cocinas, hornos, televisores).

Para asegurar una gestión eficiente, recurrimos al servicio de dos gestores de residuos que desarman los productos y dan destino final a sus partes. En el caso de camas y colchones, según su estado y tras un proceso de sanitización, se donan a diversas fundaciones.

### TELAS RECICLABLES

En Chile continuamos cambiando las telas de PVC por Polietileno, telas reciclables utilizadas en iniciativas promocionales. La gestión de esta modificación se realiza junto a un proveedor de impresión gráfica y una empresa de gestión de residuos que traslada las telas a su planta de reciclaje y procesa el material, transformándolo en pellets que se reutilizan como materia prima para bolsas de basura, mangas, bolsas contenedoras, láminas, film y cintas adhesivas.

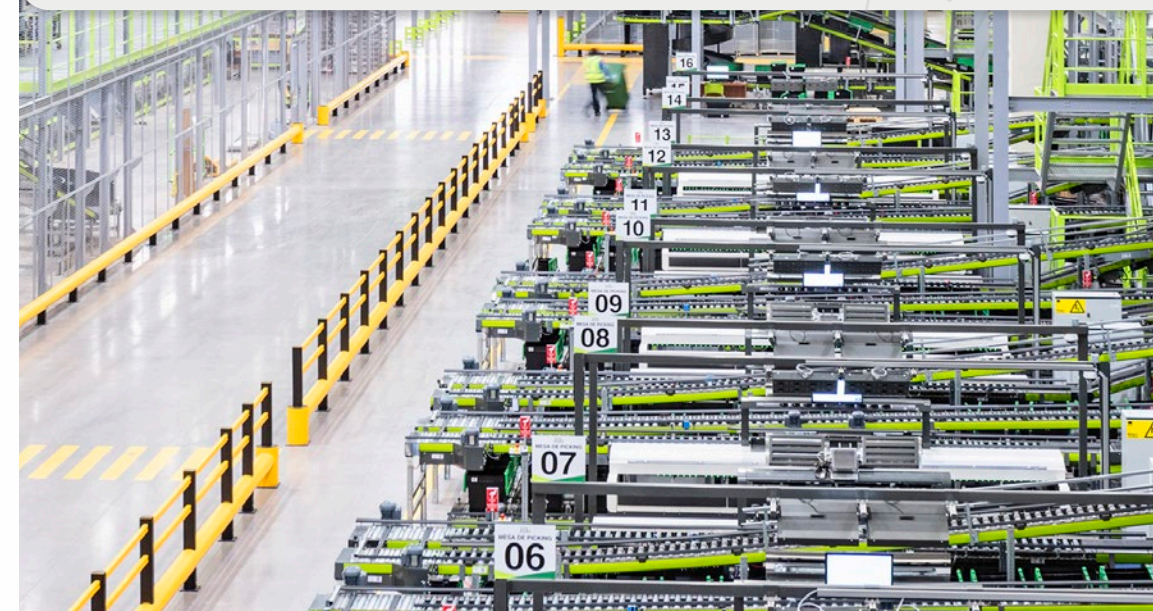
### CONTENEDORES EN TIENDAS

Las tiendas de Colombia disponen de contenedores para pilas, computadores y llantas de bicicletas, para que los clientes depositen dichos residuos, asegurando el adecuado proceso de aprovechamiento y disposición final. En 2019, recolectamos 1,8 toneladas de residuos. Además, logramos aprovechar o disponer adecuadamente el 86% de las 2.109 toneladas de residuos que pasaron por procesos de aprovechamiento y valorización para reincorporarse al ciclo productivo.

### RECICLAJE DE PELUCHES

En Perú realizamos una alianza con Aldeas Infantiles SOS para el reciclaje del papel y cartón generado en la oficina central. En Navidad, hicimos una campaña de reciclaje de peluches para entregar a niños de un poblado de Arequipa.

En 2019 recolectamos **4,8 toneladas de telas de polietileno de alta densidad (PEAD)** a través de la empresa *Recolección de Telas*, así compensamos **6,3 tCO<sub>2</sub>e**.



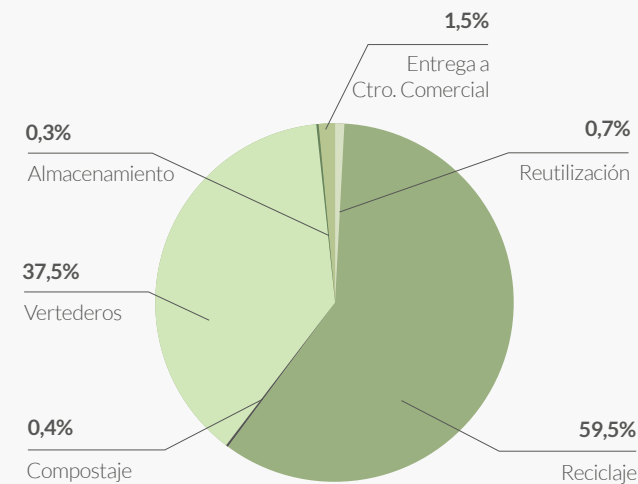


# Hacia cero residuos

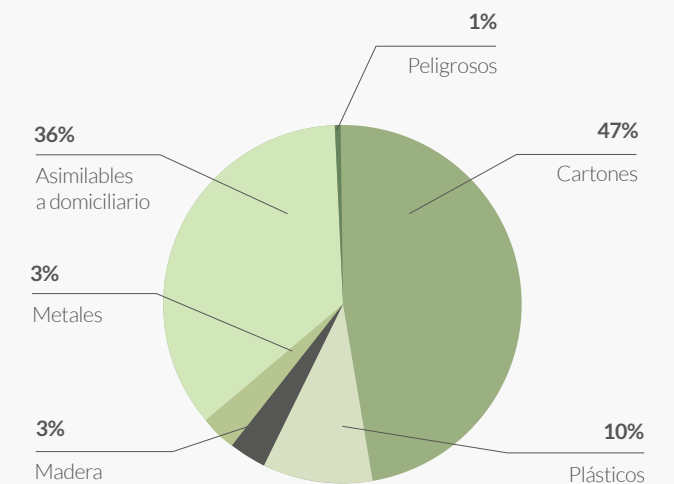
En Falabella, estamos convencidos de que una adecuada gestión de los residuos, como materia prima, beneficia en forma directa a nuestros clientes, trabajadores, proveedores y la comunidad.

60%  
de los residuos  
producidos  
fueron reciclados.

TRATAMIENTO DE LOS RESIDUOS DE FALABELLA



CATEGORÍAS DE RESIDUOS (EN TONELADAS)



## > Políticas y procedimientos asociados\_



Implementación de la  
responsabilidad extendida de  
productos en el sector de Aparatos  
Eléctricos y Electrónicos.



Acuerdo de Producción Limpia  
Cero Residuos a Eliminación (APL).



Ley N°20.920 de Responsabilidad  
Extendida del Productor y  
Fomento al Reciclaje (Ley REP).

RESIDUOS POR TIPO Y FORMA DE ELIMINACIÓN EN TIENDAS  
POR DEPARTAMENTOS 2019 EN TONELADAS



Tipo de eliminación	PELIGROSO	No PELIGROSO	TOTAL
Reutilización	0	115	115
Reciclaje	27	9.617	9.644
Compostaje	0	65	65
Incineración	2	0	2
Vertederos	0	6.083	6.083
Almacenamiento	55	0	55
Entrega a centro comercial donde se encuentra la tienda	0	244	244
<b>TOTAL DE RESIDUOS</b>	<b>84</b>	<b>16.124</b>	<b>16.208</b>

TIPOS DE RESIDUOS POR CATEGORÍA EN TONELADAS

Tipo de residuo	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	ARGENTINA
Cartones	4.485	1.308	1.585	92
Plásticos	1.086	188	289	-
Maderas	343	-	182	-
Metales	379	-	53	-
Asimilables a Domiciliarios	4.680	683	351	-
Residuos peligrosos	55	-	29	-
<b>TOTAL DE RESIDUOS</b>	<b>11.028</b>	<b>2.179</b>	<b>2.489</b>	<b>92</b>



# → Iniciativas cero residuos

## 80% DE RECICLABILIDAD EN PLAN PILOTO

Implementamos el Acuerdo de Producción Limpia Cero Residuos a Eliminación en la tienda Falabella Los Dominicos, recopilando información cuantitativa de los tipos de residuos generados. El plan de gestión de residuos sólidos nos permitió avanzar hacia Cero Residuos a Eliminación. A fines de 2019 alcanzamos sobre el 80% de reciclabilidad de nuestros residuos. A partir de este aprendizaje, iremos incorporando todas las tiendas.

## RECICLADORES DE BASE

En 2019 desarrollamos recicladores de base, otorgándoles becas para la Certificación de sus Competencias e incorporándolos en la gestión de residuos en 5 tiendas de Chile. Esta iniciativa se enmarca en nuestra acción como socios fundadores de CEMPRE (Compromiso Empresarial para el Reciclaje) y es parte de nuestro Programa Instituciones Sustentables, que busca apoyar a los recicladores de base para que generen un vínculo formal como parte del sistema de gestión, incorporándolos de forma efectiva a través de la generación de información y la articulación de actores y sistemas inclusivos.

## REDUCCION DE PACKAGING

Seguimos propiciando las iniciativas relacionadas con la disminución de materiales de packaging, combinando una gestión medioambiental responsable con una mayor eficiencia de costos. Contamos con el compromiso efectivo de los diferentes equipos de compras, que consideran criterios ambientales en sus decisiones de adquisición de insumos y productos.

## RECICLAJE DE CELULARES

Falabella Connect, el área dedicada a la venta de telefonía celular, realizó en 2019 una campaña de recogida de celulares antiguos para reciclaje. Paralelamente, se dejaron de imprimir los contratos de suministro telefónico, anexos y mandatos, con un ahorro promedio de 17 hojas por plan.



## MANEJO DE RESIDUOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS

Adherimos al Acuerdo de Producción Limpia del sector de aparatos eléctricos y electrónicos, cuyo objetivo es promover en las empresas importadoras y/o productoras la puesta en marcha de un sistema de gestión colectivo que permita un manejo ambientalmente racional de los residuos generados.

## GESTION DE ENVASES Y EMBALAJES

En Chile, en el marco de la Ley REP, somos socios fundadores del primer Sistema de Gestión para Envases y Embalajes, logrando avances en diversas temáticas:

- 1) Pilotos para evaluar la participación ciudadana en reciclaje de envases y embalajes (cartones, plásticos, vidrios, entre otros).
- 2) Identificación de gestores para el tratamiento de envases y embalajes.
- 3) Inicio de comunicaciones con municipios y recicladores de base para planificar la articulación logística de estos procesos.



# → Avances 2019



## CULTURA INTERNA

La formación e información de nuestros trabajadores es uno de los factores más relevantes para generar la sensibilización, compromiso y apoyo que requieren la instalación de nuestra Estrategia Ambiental.

En 2019, centramos nuestra comunicación en dos objetivos:

- 1) Informar e involucrar en las buenas prácticas ambientales
- 2) Fomentar la participación de los trabajadores en la gestión de residuos, cuidado de los recursos naturales y el cambio climático.



## CAMPAÑAS DE FOMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS

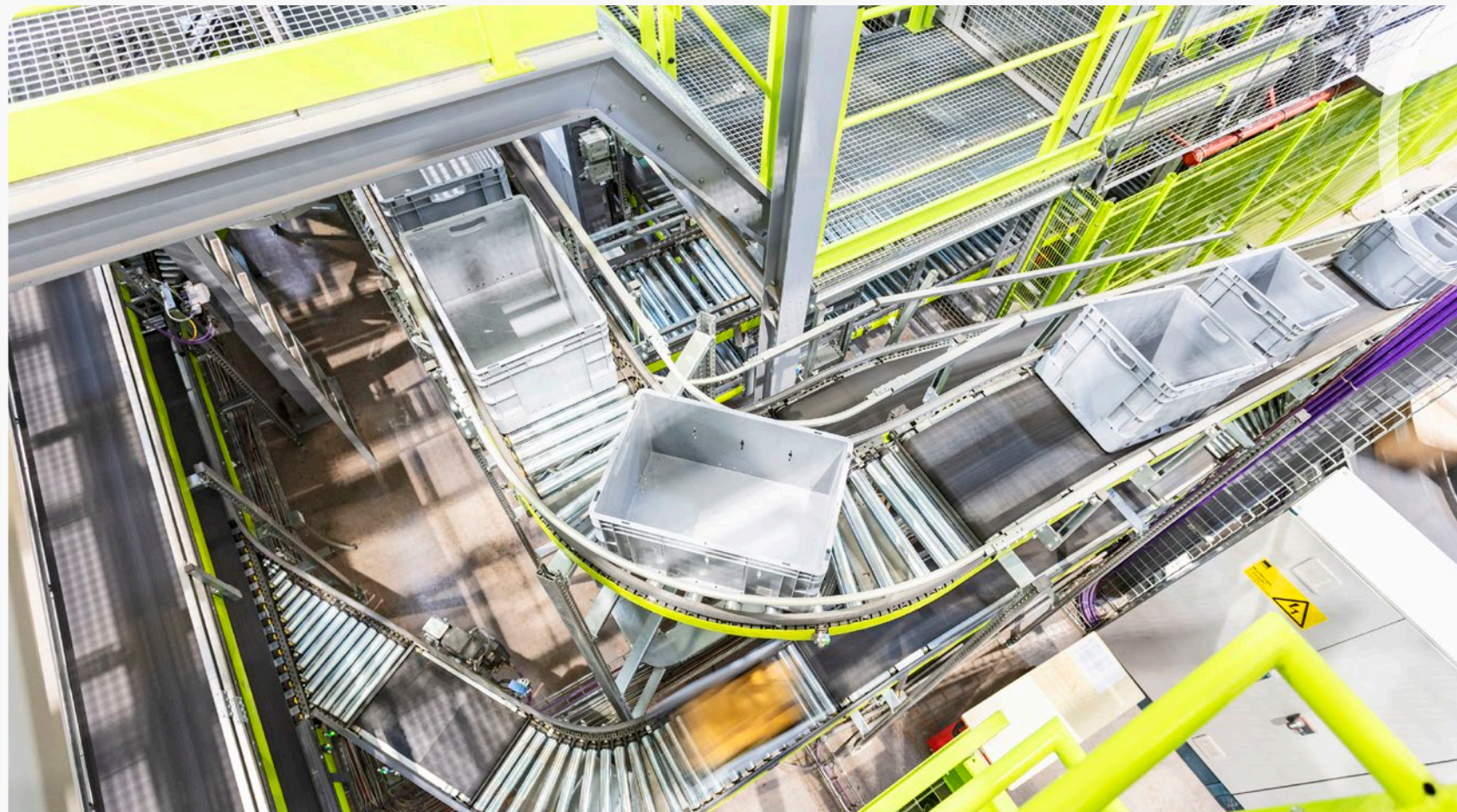
- Celebración Día del Reciclador Base, comunicando nuestro rol en CEMPRE y su impacto positivo para el medioambiente y la inclusión social.
- Uso consciente de bolsas plásticas en tienda.
- Difusión de la Estrategia de Medio Ambiente.
- Sensibilización sobre el impacto negativo de las bolsas plásticas de un solo uso.
- Reemplazo de basureros por contenedores de reciclaje en las oficinas centrales de Chile y en Colombia.



## CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

- “Chao vasos, platos, bombillas y cubiertos plásticos” para disminuir plásticos de un solo uso.
- Entrega de kits de vasos de vidrio y platos de cerámica para celebraciones internas e incentivo del uso de tazón propio en la cafetería.
- Promoción del uso de bicicletas como medio de transporte.
- Instalación de contenedores para pilas.
- Celebración del “Mes del Reciclaje”.
- Realización del Taller “Bienestar, productividad y salud”
- Taller dictado por USGBC: Dirigido a los trabajadores del área de Proyectos y Construcción, Store Planing y construcción para promover construcciones más sustentables.
- Campaña para reducir el uso de papel en tienda y oficinas.
- Programa Huella Chile de reforestación.





# Anexos\_







# ⇒ Definición de contenidos **del reporte**



El proceso de elaboración del presente Reporte de Sostenibilidad fue liderado por la Gerencia de Gestión de Sostenibilidad **en conformidad con los Estándares GRI** en su opción Esencial.

La definición de contenidos del reporte cumple con los principios de definición de contenidos que propone GRI para la elaboración de informes de sustentabilidad, basándonos en el proceso de Materialidad desarrollado para la actualización de la estrategia de sostenibilidad de Falabella Retail.





# → Falabella contigo siempre

## 27 Marcas propias\_

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

## 32 Marcas Exclusivas\_

123	GEOX	LA MER	ORIGINS
ALDO	HUNTER	LONG CHAMP	RICKY SARKANY
BENEFIT	HUROM	LOUNGE	SPRING
CLARKS	INGLOT	MAC	THE BODY SHOP
CORTEFIEL	JUAN VALDEZ	MANGO	TOUS
DESIGUAL	KATE SPADE	MARMOT	TOYOTOMI
ETAM	KIEHLS	MICHAEL KORS	VICTORIA'S SECRET
FRIDAYS PROJECT	LA FORETT	MIELE	VIOLETA

## 10 Marcas con Licencias\_

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

**Tenemos la mejor  
oferta de marcas  
propias, exclusivas y  
marcas con licencias  
para nuestros clientes.**



## > Categorías de productos:



Moda Mujer, Hombre y Niños



Zapatos



Belleza y Accesorios



Electro y Tecnología



Decohogar, Muebles y Dormitorio



Bebés y Juguetería



Deportes



Telefonía



Hobbies en casa



Otras categorías:

Libros

Mascotas

Herramientas

Salud

Mundo Gourmet

Maletería

Instrumentos

Productos Más

Viajes

Musicales

Sustentables



# → Datos de dotación\*



## Nº TRABAJADORES POR EDAD/GÉNERO

EDAD	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Entre 18 y 25 años	5.005	2.811	7.816
Entre 26 y 30 años	4.318	2.652	6.970
Entre 31 y 50 años	9.073	4.857	13.930
Entre 51 y 55 años	938	374	1.312
Entre 56 a 60 años	534	241	775
Entre 61 a 65 años	201	127	328
Más de 65 años	72	69	141

## PORCENTAJE DE TRABAJADORES POR GÉNERO Y CATEGORÍA LABORAL

PAÍS	CATEGORÍA LABORAL	PORCENTAJE DE MUJERES	PORCENTAJE DE HOMBRES
Chile	Ejecutivo	45%	55%
	Profesional	53%	47%
	Administrativo técnico	63%	37%
	Comercial (ventas)	73%	27%
	Total de la dotación	65%	35%
Perú	Ejecutivo	52%	48%
	Profesional	51%	49%
	Administrativo técnico	61%	39%
	Comercial (ventas)	58%	42%
	Total de la dotación	59%	41%
Colombia	Ejecutivo	51%	49%
	Profesional	62%	38%
	Administrativo técnico	63%	38%
	Comercial (ventas)	71%	29%
	Total de la dotación	69%	31%
Argentina	Ejecutivo	50%	50%
	Profesional	56%	44%
	Administrativo técnico	65%	35%
	Comercial (ventas)	67%	33%
	Total de la dotación	65%	35%
Oficina en Asia	Ejecutivo	No aplica	No Aplica
	Profesional	68%	32%
	Administrativo técnico	9%	91%
	Comercial (ventas)	No aplica	No Aplica
	Total de la dotación	58%	42%
Consolidado	<b>Ejecutivo</b>	<b>36%</b>	<b>52%</b>
	<b>Profesional</b>	<b>55%</b>	<b>45%</b>
	<b>Administrativo técnico</b>	<b>62%</b>	<b>38%</b>
	<b>Comercial (ventas)</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>
	<b>Total de la dotación</b>	<b>64%</b>	<b>36%</b>

\*Los datos de dotación son calculados al 31 de diciembre, sin considerar trabajadores para apoyar eventos, como por ejemplo navidad, los que corresponden a 1.800 personas aproximadamente.





# → Datos de dotación



## Nº TRABAJADORES POR TIPO DE CONTRATO/PAÍS Y GÉNERO

TIPO DE CONTRATO	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		ARGENTINA		OFICINA EN ASIA		FALABELLA RETAIL	
	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H
Indefinido	9.022	4.638	2.398	2.040	3.513	1.544	1.896	1.008	0	0	16.829	9.230
A plazo Fijo	1.099	702	2.129	1.137	0	0	0	0	84	60	3.312	1.899

## Nº TRABAJADORES POR TIPO DE JORNADA/GÉNERO

TIPO DE JORNADA	MUJERES	HOMBRES
Completa	11.874	8.220
Parcial	8.267	2.909

## MEDIAS DE HORAS DE FORMACIÓN POR GÉNERO Y CATEGORÍA LABORAL

País	CATEGORÍA LABORAL	MEDIA HORAS DE CAPACITACIÓN MUJERES	MEDIA HORAS DE CAPACITACIÓN HOMBRES
Chile	Ejecutivo	28	25
	Profesional	36	36
	Administrativo técnico	17	34
	Comercial (ventas)	57	50
Perú	Ejecutivo	28	44
	Profesional	63	41
	Administrativo técnico	73	76
	Comercial (ventas)	7	80
Colombia	Ejecutivo	24	30
	Profesional	19	21
	Administrativo técnico	50	46
	Comercial (ventas)	26	28
Argentina	Ejecutivo	11	10
	Profesional	5	5
	Administrativo técnico	2	1
	Comercial (ventas)	12	12
<b>Consolidado</b>	<b>Ejecutivo</b>	<b>33</b>	<b>28</b>
	<b>Profesional</b>	<b>35</b>	<b>32</b>
	<b>Administrativo técnico</b>	<b>38</b>	<b>49</b>
	<b>Comercial (ventas)</b>	<b>35</b>	<b>46</b>



# → Datos de dotación



## Nº DE TRABAJADORES EVALUADOS EN DESEMPEÑO SEGÚN TIPO DE EVALUACIÓN Y GÉNERO

PAÍS	TIPO DE EVALUACIÓN	NÚMERO DE MUJERES EVALUADAS	NÚMERO DE HOMBRES EVALUADOS	NÚMERO TOTAL DE TRABAJADORES EVALUADOS
Chile	Evaluación ejecutiva	158	177	335
	Evaluación 360° (excluyendo ejecutiva)	165	189	354
	Evaluación 180°	6.906	3.178	10.084
	Otra Evaluación	0	0	0
Perú	Evaluación ejecutiva	82	70	152
	Evaluación 360° (excluyendo ejecutiva)	0	0	0
	Evaluación 180°	0	0	0
	Otra Evaluación	1.028	805	1.833
Colombia	Evaluación ejecutiva	96	72	168
	Evaluación 360° (excluyendo ejecutiva)	0	0	0
	Evaluación 180°	0	0	0
	Otra Evaluación	0	0	0
Argentina	Evaluación ejecutiva	89	59	148
	Evaluación 360° (excluyendo ejecutiva)	0	0	0
	Evaluación 180°	0	0	0
	Otra Evaluación	1.429	718	2.147
<b>Consolidado</b>	<b>Evaluación ejecutiva</b>	<b>425</b>	<b>378</b>	<b>803</b>
	<b>Evaluación 360° (excluyendo ejecutiva)</b>	<b>165</b>	<b>189</b>	<b>354</b>
	<b>Evaluación 180°</b>	<b>6.906</b>	<b>3.178</b>	<b>10.084</b>
	<b>Otra Evaluación</b>	<b>2.457</b>	<b>1.523</b>	<b>3.980</b>



# → Iniciativas Falabella Retail

## Iniciativas

### PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS



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

### OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)



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

### CONSEJO DE AUTORREGULACIÓN Y ÉTICA (CONAR)



Nos hacemos parte de este organismo, a través de nuestra afiliación a la Asociación Nacional de Avisadores (ANANDA), el que autorregula, desde la perspectiva ética, la actividad publicitaria nacional.

### ACUERDO POR LA EMPLEABILIDAD JUVENIL



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

### INICIATIVA PARIDAD DE GÉNERO CHILE



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

### PRINCIPIO PARA EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES



Iniciativa impulsada por ONU Mujeres para lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.

### DECLARACIÓN DE LIMA POR LA IGUALDAD DE GÉNERO



Suscribimos al propósito de la Declaración de Lima que promueve la igualdad de género desde la alta dirección e impulsa medidas destinadas a incrementar la presencia de mujeres en puestos de liderazgo.





# → Asociaciones Falabella Retail

+

## Asociaciones

### INTERNATIONAL ASSOCIATION OF DEPARTMENT STORES (IADS)



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

### SUPPLIER ETHICAL DATA EXCHANGE (SEDEX)



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

### WORLD GREEN BUILDING COUNCIL (WGBC)



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

### FUNDACIÓN FORGE



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





# → Asociaciones

## Falabella Retail Chile



### CÁMARA CHILENA NORTEAMERICANA DE COMERCIO (AMCHAM)

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

### ACCIÓN EMPRESAS

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

### PROhumana

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

### COMPROMISO EMPRESARIAL PARA EL RECICLAJE (CEMPRE)

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







# → Asociaciones

## Falabella Retail Chile



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

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

### EMPRESAS SUMANDO VALOR

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

### EMPRESAS CONSCIENTES

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

### ALIANZA X EL GENERO PROhumana

Adheridos a esta iniciativa que promueve el fin a la brecha salarial entre mujeres y hombres, además de la equidad de género en niveles de alta gerencia y directorios.



# → Asociaciones

## Falabella Retail Chile

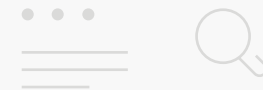


### FUNDACIÓN REFORESTEMOS

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

### LABORUM INCLUSIVO

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



### PORTAL INCLÚYEME

Participamos en Includyme.com, un portal de empleo destinado a ayudar a las personas con discapacidad a conseguir trabajo, en el que participan distintas empresas que abren sus puertas a captar el mejor talento, evaluando a las personas únicamente por sus capacidades.





# → Asociaciones

## Falabella Retail Perú



### FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA (UNICEF)

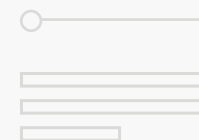
Desde el año 2008 apoyamos a esta organización, cuya finalidad es promover la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Colaboramos en la recaudación de fondos de sus campañas de sensibilización, facilitando la venta de cupones o productos UNICEF a través de nuestras cajas, y sensibilizando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

### RED DE ESCUELAS FE Y ALEGRÍA

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

### CENTRO ANN SULIVAN

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





# → Asociaciones

## Falabella Retail Colombia

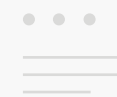


### ASOCIACIÓN DE BANCOS DE ALIMENTOS DE COLOMBIA (ABACO)

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

### CONSEJO COLOMBIANO DE CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE

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



### PROCOLOMBIA

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



# → Asociaciones

## Falabella Retail Argentina



### INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (IARSE)

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

### FUNDACIÓN LEER

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

### FUNDACIÓN SÍ

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

### FUNDACIÓN RECIDUCA

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

### LA USINA

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





# → Cámaras de comercio

## CHILE

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

## PERÚ

Cámara de Comercio de Lima (CCL).  
Confederación Nacional de Comerciantes (CONACO).

## COLOMBIA

Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO).  
Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena (CCCE).  
Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

## ARGENTINA

Cámara Argentina de Comercio (CAC).  
Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE).

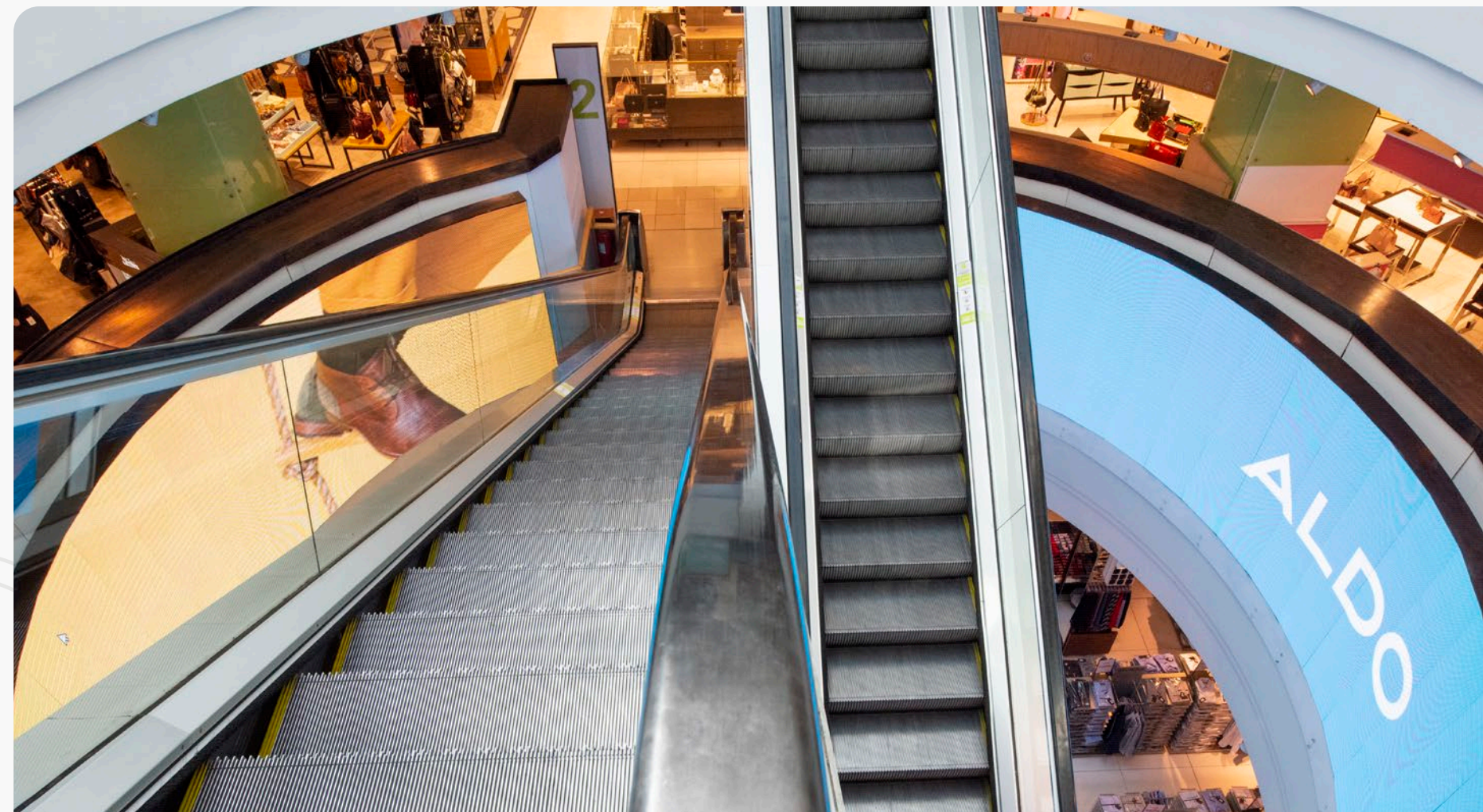




## → Grupos de interés

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

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





# → Grupos de interés

GRUPOS DE INTERÉS	CANALES DE RELACIONAMIENTO	ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO	TEMAS RELEVANTES
<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuestas de satisfacción (NPS).</li> <li>- Servicio al cliente en tiendas.</li> <li>- Redes Sociales</li> <li>- Web Falabella.com y Falabella Sostenible.</li> <li>- Asistente virtual de clientes.</li> <li>- Canal de integridad.</li> <li>- Click &amp; Collet.</li> <li>- App Falabella.</li> <li>- Call center.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofreciendo excelencia en experiencia de compra por medio del servicio de venta y post-venta.</li> <li>- Entregando información clara, precisa y transparente sobre los productos y servicios.</li> <li>- Contando con canales abiertos de diálogo y escucha.</li> <li>- Promoviendo el consumo sostenible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transparencia en la información.</li> <li>- Satisfacción del cliente.</li> <li>- Servicio de venta y posventa omnicanal.</li> <li>- Canales de escucha y diálogo.</li> <li>- Comunicación de estrategia de crecimiento responsable de Falabella.</li> <li>- Productos sostenibles.</li> </ul>
<b>Accionistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones de Directorio.</li> <li>- Reuniones de Accionistas.</li> <li>- Reporte de Sostenibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicando la visión estratégica de la compañía.</li> <li>- Entregando reportes trimestrales de resultados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desempeño económico.</li> <li>- Reputación corporativa.</li> <li>- Gestión de Riesgos.</li> </ul>
<b>Trabajadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones semanales en tienda.</li> <li>- Reuniones Informativas Mensuales (RIM).</li> <li>- TVF (Canal de televisión interno)</li> <li>Falanet (intranet).</li> <li>- Asistente virtual de Personas.</li> <li>- Portal F.</li> <li>- Agenda de Liderazgo.</li> <li>- Mailings de Gestión de Personas informa</li> <li>- App Falanet.</li> <li>- Canal de integridad.</li> </ul>	<p>Fomentando un ambiente de trabajo inclusivo y competitivo basado en la confianza, el respeto mutuo y el desarrollo de capital humano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión del talento.</li> <li>- Formación y desarrollo.</li> <li>- Reconocimiento.</li> <li>- Compensaciones.</li> <li>- Calidad de vida.</li> <li>- Beneficios.</li> <li>- Plan de comunicaciones internas.</li> <li>- Diversidad e inclusión laboral.</li> <li>- Salud y Seguridad.</li> <li>- Clima laboral.</li> </ul>
<b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones de relacionamiento.</li> <li>- Capacitaciones.</li> <li>- Visitas a talleres.</li> <li>- Plataforma digital B2B.</li> <li>- Canal de integridad.</li> <li>- Acompañamiento para auditorías sociales.</li> </ul>	<p>Promoviendo la excelencia en sostenibilidad por medio de la responsabilidad social con una mirada de largo plazo, que implique eficiencia y crecimiento mutuo, manteniendo además canales de diálogo de doble vía con las empresas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimientos de pagos y acuerdos comerciales.</li> <li>- Apoyo a las pymes.</li> <li>- Canales de diálogos, abiertos y transparentes.</li> <li>- Auditorías sociales (Protocolo SMETA).</li> </ul>

Continúa en la página siguiente.







# → Grupos de interés

Continuación de la tabla anterior.

GRUPOS DE INTERÉS	CANALES DE RELACIONAMIENTO	ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO	TEMAS RELEVANTES
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Canal de integridad.</li> <li>- Voluntariado corporativo.</li> <li>- Reporte de Sostenibilidad.</li> <li>- Encuentro con Organizaciones sociales y fundaciones.</li> <li>- Web Falabella Sostenible.</li> <li>- Web Programa Haciendo Escuela.</li> </ul>	Trabajando en forma permanente el desarrollo de las comunidades con las que nos relacionamos y el bien del país, con especial énfasis en la educación escolar, la generación de empleos e inclusión laboral de grupos vulnerables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Involucramiento activo con la comunidad en base a la Estrategia de crecimiento responsable de Falabella.</li> <li>- Aporte a la educación y al desarrollo del país a través del Programa Haciendo Escuela.</li> <li>- Contar con canales de diálogo, abiertos y transparentes, con la comunidad local.</li> </ul>
Medios de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencia de comunicaciones externa.</li> <li>- Medios locales y nacionales físicos y digitales.</li> <li>- Asociaciones gremiales.</li> </ul>	Transmitiendo que somos una compañía transparente, confiable y exitosa, con una gestión de RSE y Sostenibilidad consistente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temas de interés para el sector.</li> <li>- Desempeño económico y social.</li> <li>- Libre competencia.</li> <li>- Reputación corporativa.</li> <li>- Generación de empleo.</li> <li>- Apoyo a la comunidad local.</li> <li>- Estrategia de relacionamiento con proveedores y clientes.</li> <li>- Cuidado del medioambiente.</li> </ul>
Autoridades y organismos públicos e internacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones con distintas entidades gubernamentales.</li> <li>- A través de las asociaciones gremiales.</li> <li>- Reporte de Sostenibilidad.</li> </ul>	Relacionándonos con las autoridades de manera transparente y de acuerdo a los canales de acción permitidos, para desarrollar en conjunto iniciativas que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes de los países donde tenemos operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diálogos abiertos y transparentes.</li> <li>- Apoyar campañas país.</li> <li>- Temas de interés para el sector.</li> <li>- Generación de empleo.</li> <li>- Apoyo a la comunidad local.</li> <li>- Estrategia de relacionamiento con proveedores y clientes.</li> <li>- Cuidado del medioambiente.</li> </ul>
Asociaciones Gremiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesas de trabajo.</li> <li>- Reuniones de colaboración.</li> <li>- Reporte de Sostenibilidad.</li> </ul>	Procurando que la industria y la compañía estén representadas adecuadamente en distintas instancias públicas a través de los gremios en los que participamos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en temas de interés para clientes, proveedores, trabajadores y la comunidad.</li> <li>- Realización de mejoras para el sector y sus trabajadores.</li> </ul>



# → Metodología medición huella de carbono

De acuerdo con el Programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente, los alcances en la medición de la Huella de Carbono se definen de la siguiente manera:



- **Alcance 1**

Comprende las emisiones directas generadas en fuentes de propiedad de la organización o controladas por ella. Corresponde a consumo de combustible de Grupos Electrónicos y/o Bombas de Control de Incendio, fugas de gases refrigerantes de los equipos y sistemas de clima, entre otros.

- **Alcance 2**

Emisiones indirectas producto de la generación de electricidad de entrada, calefacción o vapor que es adquirida y utilizada en las operaciones propias de la organización.

- **Alcance 3**

Otras emisiones indirectas que son consecuencia de las acciones de una organización, que ocurren en fuentes que la organización no es propietaria o controla directamente. Esta incluye el transporte de colaboradores, transporte de productos y gestión de residuos, entre otros.





# → Listado de tiendas

NOMBRE	CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE (TIENDA LEED, EN PROCESO O TRADICIONAL)	ERNC	HUELLA DE CARBONO	ALMACENAMIENTO DE RESIDUOS INTERNOS
<b>CHILE</b>	<b>7</b>	<b>22</b>	<b>48</b>	<b>49</b>
Ahumada 25	Tradicional	NO	SI	SI
Ahumada SI65	Tradicional	NO	SI	SI
Ahumada 365	Tradicional	NO	SI	SI
Concepción	Tradicional	SI	SI	SI
Parque Arauco	Tradicional	SI	SI	SI
Temuco	Tradicional	SI	SI	SI
Viña del Mar	Tradicional	SI	SI	SI
Plaza Vespucio	Tradicional	NO	SI	SI
Lyon	Tradicional	SI	SI	SI
Rancagua	Tradicional	NO	SI	SI
Plaza Calama	LEED	SI	SI	SI
Alto Las Condes	LEED	SI	SI	SI
Plaza Oeste	Tradicional	NO	SI	SI
Plaza Trébol	Tradicional	NO	SI	SI
Osorno	Tradicional	SI	SI	SI
Chillán	Tradicional	SI	SI	SI
Talca	Tradicional	SI	SI	SI
Plaza Tobalaba	Tradicional	NO	SI	SI
Plaza La Serena	Tradicional	SI	SI	SI

Continúa en la página siguiente.





# → Listado de tiendas

Continuación de la tabla anterior.

NOMBRE	CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE (TIENDA LEED, EN PROCESO O TRADICIONAL)	ERNC	HUELLA DE CARBONO	ALMACENAMIENTO DE RESIDUOS INTERNOS
<b>CHILE</b>	<b>7</b>	<b>22</b>	<b>48</b>	<b>49</b>
Valparaíso	Tradicional	SI	SI	SI
Curicó	Tradicional	SI	SI	SI
Iquique	Tradicional	SI	SI	SI
Puerto Montt	Tradicional	SI	SI	SI
Quilpué	Tradicional	NO	SI	SI
Plaza Los Ángeles	En proceso	NO	SI	SI
Plaza Norte	Tradicional	NO	SI	SI
Pucón	Tradicional	NO	SI	SI
Puente	Tradicional	NO	SI	SI
Portal La Dehesa	Tradicional	SI	SI	SI
Plaza Antofagasta	Tradicional	NO	SI	SI
La Calera	Tradicional	NO	SI	SI
Valdivia	En proceso	NO	SI	SI
Melipilla	Tradicional	SI	SI	SI
Punta Arenas	Tradicional	NO	SI	SI
Manquehue	Tradicional	SI	SI	SI
Plaza Alameda	Tradicional	NO	SI	SI
Plaza Sur	LEED	NO	SI	SI
San Felipe	LEED	NO	SI	SI

Continúa en la página siguiente.



# → Listado de tiendas

Continuación de la tabla anterior.

NOMBRE	CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE (TIENDA LEED, EN PROCESO O TRADICIONAL)	ERNC	HUELLA DE CARBONO	ALMACENAMIENTO DE RESIDUOS INTERNOS
<b>CHILE</b>	<b>7</b>	<b>22</b>	<b>48</b>	<b>49</b>
Costanera Center	Tradicional	NO	SI	SI
Arauco Maipú	Tradicional	SI	SI	SI
Expo Puente Alto	Tradicional	NO	SI	SI
Ovalle	Tradicional	NO	SI	SI
Plaza Egaña	Tradicional	NO	SI	SI
San Fernando	LEED	NO	SI	SI
Plaza Copiapó	Tradicional	SI	SI	SI
Castro	LEED	NO	SI	SI
Plaza Arica	En proceso	SI	SI	SI
Independencia	En proceso	NO	NO	SI
Los Dominicos	LEED	SI	SI	SI
<b>PERÚ</b>	<b>9</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
San Isidro	Tradicional	NO	NO	NO
San Miguel	Tradicional	NO	NO	NO
Jockey Plaza	Tradicional	NO	NO	NO
Lima Centro	Tradicional	NO	NO	NO
Piura	LEED	NO	NO	NO
Arequipa Cayma	LEED	NO	NO	NO

Continúa en la página siguiente.



# → Listado de tiendas

Continuación de la tabla anterior.

NOMBRE	CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE (TIENDA LEED, EN PROCESO O TRADICIONAL)	ERNC	HUELLA DE CARBONO	ALMACENAMIENTO DE RESIDUOS INTERNOS
<b>PERÚ</b>	<b>9</b>	-	-	-
Miraflores	Tradicional	NO	NO	NO
Chiclayo Mall	Tradicional	NO	NO	NO
Megaplaza	Tradicional	NO	NO	NO
Cajamarca	Tradicional	NO	NO	NO
Trujillo CC	Tradicional	NO	NO	NO
Bellavista	Tradicional	NO	NO	NO
Atocongo	Tradicional	NO	NO	NO
Angamos	LEED	NO	NO	NO
Piura Mall Plaza	Tradicional	NO	NO	NO
Arequipa Porongoche	LEED	NO	NO	NO
Chimbote	Tradicional	NO	NO	NO
Santa Anita	LEED	NO	NO	NO
Plaza Lima Norte	LEED	NO	NO	NO
Cañete MegaPlaza Expo	Tradicional	NO	NO	NO
Ica Mall	Tradicional	NO	NO	NO
Pucallpa OP	Tradicional	NO	NO	NO
Iquitos Expo	Tradicional	NO	NO	NO
Salaverry	LEED	NO	NO	NO

Continúa en la página siguiente.



# → Listado de tiendas

Continuación de la tabla anterior.

NOMBRE	CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE (TIENDA LEED, EN PROCESO O TRADICIONAL)	ERNC	HUELLA DE CARBONO	ALMACENAMIENTO DE RESIDUOS INTERNOS
<b>PERÚ</b>	<b>9</b>	-	-	-
Huánuco	Tradicional	NO	NO	NO
Centro Cívico	LEED	NO	NO	NO
Mall del Sur	Tradicional	NO	NO	NO
Huancayo	LEED	NO	NO	NO
Puruchuco	En proceso	NO	NO	NO
<b>COLOMBIA</b>	<b>9</b>	-	<b>26</b>	<b>26</b>
Arkadia	Tradicional	NO	SI	SI
Buena Vista	Tradicional	NO	SI	SI
Cacique	Tradicional	NO	SI	SI
Centro Mayor	LEED	NO	SI	SI
Fontanar	LEED	NO	SI	SI
Diverplaza	LEED	NO	SI	SI
El Castillo	Tradicional	NO	SI	SI
Caracolí	Tradicional	NO	SI	SI
Galerías	Tradicional	NO	SI	SI
Hayuelos	Tradicional	NO	SI	SI
Acqua	Tradicional	NO	SI	SI
Jardín Plaza	LEED	NO	SI	SI

Continúa en la página siguiente.



# → Listado de tiendas

Continuación de la tabla anterior.

NOMBRE	CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE (TIENDA LEED, EN PROCESO O TRADICIONAL)	ERNC	HUELLA DE CARBONO	ALMACENAMIENTO DE RESIDUOS INTERNOS
<b>COLOMBIA</b>	<b>9</b>	-	<b>26</b>	<b>26</b>
La Colina	LEED	NO	SI	SI
La Felicidad	LEED	NO	SI	SI
La Carola	Tradicional	NO	SI	SI
Pereira Arboleda	LEED	NO	SI	SI
Plaza Central	LEED	NO	SI	SI
Primavera	Tradicional	NO	SI	SI
San Diego	Tradicional	NO	SI	SI
Santafé	LEED	NO	SI	SI
Santafé Medellín	Tradicional	NO	SI	SI
Mall Plaza Imperial	Tradicional	NO	SI	SI
Titán	Tradicional	NO	SI	SI
Unicentro Bogotá	Tradicional	NO	SI	SI
Villa Country	En proceso	NO	SI	SI
WTC Pacific Mall	En proceso	NO	SI	SI
<b>ARGENTINA</b>	<b>1</b>	-	-	-
Mendoza	Tradicional	NO	NO	NO
Rosario	Tradicional	NO	NO	NO
Córdoba	Tradicional	NO	NO	NO

Continúa en la página siguiente.

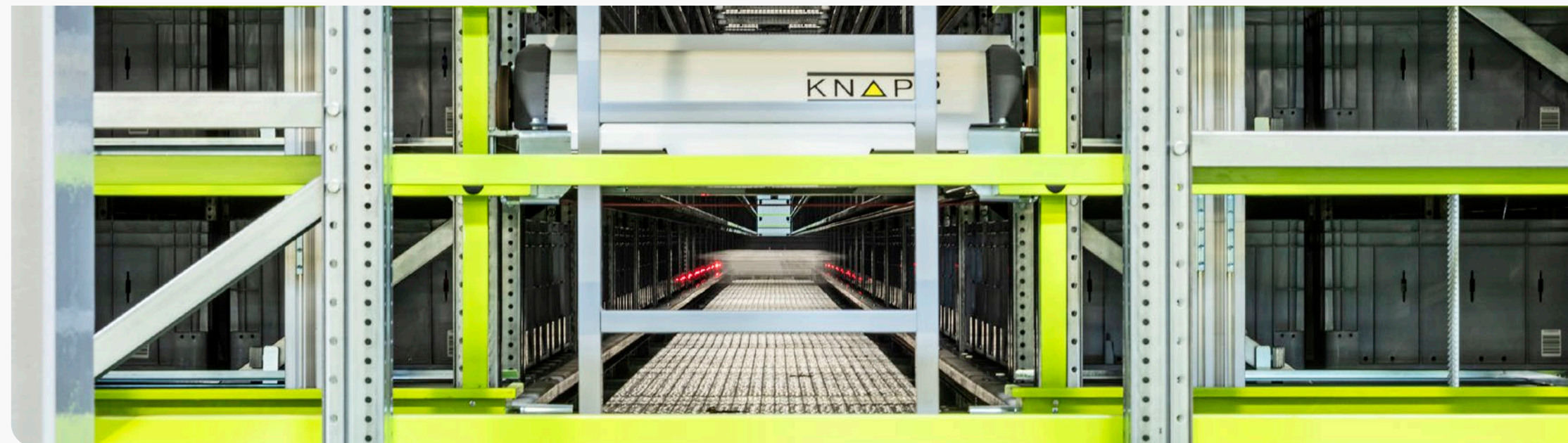




# → Listado de tiendas

Continuación de la tabla anterior.

NOMBRE	CONSTRUCCIÓN SUSTENTABLE (TIENDA LEED, EN PROCESO O TRADICIONAL)	ERNC	HUELLA DE CARBONO	ALMACENAMIENTO DE RESIDUOS INTERNOS
<b>ARGENTINA</b>	<b>1</b>	-	-	-
San Juan	Tradicional	NO	NO	NO
Unicenter	Tradicional	NO	NO	NO
Florida	Tradicional	NO	NO	NO
Florida 343	Tradicional	NO	NO	NO
Avellaneda	Tradicional	NO	NO	NO
Dot	Tradicional	NO	NO	NO
Tortuguitas	LEED	NO	NO	NO





# → Verificación externa



Auditoría Independiente de una selección de indicadores de sostenibilidad del Reporte de Sostenibilidad 2019 de Falabella Retail

## DECLARACIÓN ISAE 3000

13 de mayo 2020

Auditoría Independiente de una selección de indicadores de sostenibilidad del Reporte de Sostenibilidad de Falabella Retail: Declaración ISAE 3000

## NATURALEZA DE LA VERIFICACIÓN

13 de mayo 2020

Este es un reporte realizado por Corporate Citizenship para la Coordinadora Senior de Sostenibilidad de Falabella Retail.

Corporate Citizenship ha realizado una auditoría limitada de una selección de indicadores de sostenibilidad del Reporte de Sostenibilidad 2019 de Falabella Retail, como se detalla a continuación:

### Indicadores sociales - Empleados

- Diversidad en la dotación (% de mujeres por categoría: ejecutivos; profesionales, técnicos y administradores; y cargos comerciales).
- Ejecutivos que han sido evaluados por su desempeño (número).
- Empleados que han sido evaluados por su desempeño (% sobre dotación total).
- Tasa de lesiones con tiempo perdido, LTIFR.
- Tasa de frecuencia de enfermedades ocupacionales, OIFR.
- Proveedores evaluados con impactos negativos ambientales o sociales (número).

### Indicadores medioambientales

- Consumo de energía – absoluto (kWh) e intensidad energética (kWh/m<sup>2</sup>).
- Volumen de residuos por método de tratamiento (t).
- Emisiones de GEI de alcance 1 (tCO<sub>2</sub>e) [2018].
- Emisiones de GEI de alcance 2 (tCO<sub>2</sub>e) [2018].

La verificación cubre el período desde el 1 de enero 2019 – 31 de diciembre 2019, excepto en el caso de la huella de carbono que representa actividades durante el mismo período del año 2018. Los datos corresponden a las operaciones de Falabella Retail en Chile, Perú, Colombia y Argentina.

Falabella Retail es entera y completamente responsable por la producción y publicación de los datos verificados, mientras que Corporate Citizenship es responsable por su verificación.

Nuestro trabajo ha incluido una revisión de una selección de datos medioambientales y sus respectivas declaraciones incluidas en el reporte de acuerdo con los Principios GRI para la definición de la calidad del informe<sup>14</sup>. Los datos de emisiones de carbono fueron preparados en línea con el Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte del Protocolo de GEI, WRI/WBCSD (GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard), y los factores de conversión GEI apropiados.

La cuantificación de GEI está sujeta a incertidumbre inherente debido a factores como el conocimiento científico incompleto sobre el potencial de calentamiento global de diferentes GEI y la incertidumbre en torno a los modelos y parámetros utilizados para estimar las emisiones de GEI.

Esta auditoría fue desarrollada de acuerdo con el International Standard on Assurance Engagement (ISAE) 3000 (Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information) y el ISAE específico de la materia relevante para datos de Gases de Efecto Invernadero (ISAE 3410, Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements).

Corporate Citizenship ha cumplido con los requerimientos de independencia, ética profesional y control de calidad estipulados en ISAE 3000.

(14) Precisión, Equilibrio, Claridad, Comparabilidad, Fiabilidad y Puntualidad.





# → Verificación externa



## TRABAJO DE VERIFICACIÓN

El trabajo de verificación fue solicitado en marzo de 2020 y finalizado el 12 de mayo de 2020. Se mantuvo evidencia y documentación detallada de las reuniones, visitas a terreno y correspondencia asociada a la verificación. El proceso de verificación fue llevado a cabo por un equipo multidisciplinario de tres personas, incluyendo dos Analistas Senior y un Director que cumplió la función de supervisor.

El trabajo de verificación se llevó a cabo a un nivel limitado e involucró las siguientes actividades:

1. Cuestionarios detallados para los empleados responsables del desempeño en sostenibilidad Falabella Retail, como también a los equipos responsables de la preparación de los indicadores verificados, con el fin de comprender los procesos internos de gestión, la recolección, validación y reporte de los datos;
2. Revisión de los sistemas utilizados para registrar y analizar datos de desempeño de sostenibilidad, con el fin de evaluar su solidez;
3. Chequeo de una muestra de datos consolidados y sus registros subyacentes, con el fin de verificar la consistencia y precisión de los informes;

4. Revisión de las tendencias de desempeño año a año, con el fin de identificar cualquier cambio significativo e investigar las razones detrás de estos;
5. Revisión de los cálculos de GEI para la precisión y consistencia según el Protocolo de GEI y estándares GRI, incluida la revisión de los factores de conversión;
6. Examen del Reporte de Sostenibilidad 2019 de Falabella Retail, con el fin de evaluar el informe de los indicadores de sostenibilidad seleccionados y respectivas declaraciones, en relación con los Principios GRI para la definición de la calidad del informe.

## NUESTRA EXPERIENCIA E INDEPENDENCIA

Corporate Citizenship es una consultora global especialista en sostenibilidad estratégica, que asesora corporaciones que buscan mejorar su desempeño económico, social y medioambiental, y es un auditor líder en responsabilidad corporativa y sustentabilidad.

Este es el primer año que Corporate Citizenship brinda servicios de auditoría independiente en materia de sostenibilidad corporativa para el Reporte de Sostenibi-

lidad de Falabella Retail. Durante el período en revisión, Corporate Citizenship también asesoró a Falabella Retail en la medición de impacto de su inversión social bajo el marco LBG, así como a Falabella S.A. en su postulación al cuestionario CSA 2019 para el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI) y la auditoría independiente de una selección de indicadores en su memoria integrada anual.

## CONCLUSIÓN

Basados en el alcance del trabajo y en los procedimientos de verificación desarrollados, nada llama nuestra atención para hacernos creer que los datos de sostenibilidad descritos anteriormente no están preparados, en todos los aspectos materiales, de acuerdo con los Principios GRI para determinar la calidad del Reporte y el Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte del Protocolo de GEI, WRI/WBCSD (Edición revisada).

## Corporate Citizenship Limited

Santiago, Chile

13 de mayo 2020





## CONTENIDOS GENERALES\_

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
102 PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	102-1 Nombre de la organización.	Falabella Retail		
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.	74		
	102-3 Ubicación de la sede.	Manuel Rodríguez Norte 730, Santiago, Chile.		
	102-4 Ubicación de las operaciones.	8		
	102-5 Propiedad y forma jurídica.	Somos parte del holding de la matriz Falabella S.A., sociedad anónima abierta, sujeta a la regulación y las normas de la Comisión para el Mercado Financiero. Nuestras sociedades accionistas son: Inversiones Falabella Limitada, Inversiones Parmin SpA y Apyser SpA.		
	102-6 Mercados servidos.	8		
	102-7 Tamaño de la organización.	9		
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores.	75; 76		
	102-9 Cadena de suministro.	48		
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.	Durante el 2019 se abrieron 3 nuevas tiendas: 1 en Perú y 2 en Colombia. También se cerraron 3 tiendas: 2 en Colombia y 1 en Argentina.		
	102-11 Principio o enfoque de precaución.	59	7	
	102-12 Iniciativas externas.	78		17
	102-13 Afiliación a asociaciones.	79; 80; 81; 82; 83; 84; 85; 86		17
102 ESTRATEGIA	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones.	3; 4; 5		
102 ÉTICA E INTEGRIDAD	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta.	7; 20; 78	1	16
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	19; 21	2	16
102 GOBERNANZA	102-18 Estructura Gobierno Corporativo.	17		16
	102-19 Delegación de autoridad.	18		
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales.	15		

Continúa en la página siguiente.





Continuación de la tabla anterior.

**CONTENIDOS GENERALES\_**

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
102 GOBERNANZA	102- 22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités.	17		5;16
	02-23 Presidente del máximo órgano de gobierno.	17		16
102 PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	102-40 Lista de grupos de interés.	88; 89; 90		
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva.	42	3	
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés.	87; 88; 89		
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés.	88; 89		
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados.	88; 89		
102 PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	Los estados financieros de Falabella Retail no son públicos por ser una Sociedad Anónima Cerrada.		
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema.	14; 74		
	102-47 Lista de los temas materiales.	14		
	102-48 Reexpresión de la información.	En el Reporte de Sostenibilidad 2019 se incluye información sobre tiendas especializadas y nuestras oficinas en Asia, la cual no fue incluida en los reportes anteriores.		
	102-49 Cambios en la elaboración de informes.	Se mantiene la metodología del año 2018.		
	102-50 Periodo objetivo del informe.	1 enero a al 31 de diciembre 2019.		
	102-51 Fecha del último informe.	Año 2018.		
	102-52 Ciclo de la elaboración de informes.	Anual.		
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe con los Estándares GRI.	106		
	102-54 Declaración de la elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI.	73		
102-55 Índice de contenidos GRI.	100; 101; 102; 103; 104; 105; 106			
102-56 Verificación externa.	98; 99			





## TEMAS MATERIALES\_

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
<b>INTEGRIDAD</b>				
103 ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	20; 21		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	19; 20; 21		
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	21		17
205 ANTICORRUPCIÓN 2016	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	21	10	16
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	21	10	16
206 COMPETENCIA DESLEAL 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.			16
			En el año 2019 en Colombia se recibió una demanda ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) por infracción marcaría y competencia desleal de la Sociedad Colombiana de Cirugía Ortopédica y Traumatología (SCCOT) debido a la presunta utilización indebida de la marca SCCOT en algunos colchones a la venta en <a href="http://www.falabella.com.co">www.falabella.com.co</a> . Actualmente, esta acción jurídica se encuentra en etapa de audiencia inicial.	
INDICADOR PROPIO Integridad	FR1-1 Número de denuncias recibidas en el canal de integridad por tipo.	21	16	
307 CUMPLIMIENTO AMBIENTAL 2016	419-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	Durante el 2019 no recibimos multas por incumplimiento a la legislación ambiental.		16
419 CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico.	Durante el 2019 no recibimos multas por incumplimiento a leyes o normativas sociales o económicas.		16
<b>EXPERIENCIA ÚNICA</b>				
103 ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	24		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	25; 26; 27; 28; 29; 30		
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	25; 26; 27; 28; 29; 30		

Continúa en la página siguiente.



Continuación de la tabla anterior.

**TEMAS MATERIALES**

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
INDICADOR PROPIO Satisfacción clientes	FR2-1 Resultados NPS Tiendas	27		
	FR2-2 Resultados Encuesta Satisfacción de Clientes Falabella.com.	25		
	FR2-3 Número de conversaciones por canal	29		
INDICADOR PROPIO Omnicanalidad	FR3-1 Porcentaje de venta que se entrega en Click and Collet	33		
	FR3-3 Visitas a Falabella.com	25		
	FR3-3 Número de App Falabella instaladas	26		
	FR3-4 Número de clientes que usan la App Falabella	26		
	FR3-5 Porcentaje de ventas que se retira en Click & Collet	28		
<b>SEGURIDAD DE NUESTROS CLIENTES</b>				
103 ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	30		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	29		
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	30		
416 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.	30		3
INDICADOR PROPIO Seguridad de la información	FR6-1 Porcentaje de trabajadores capacitados en seguridad de la información.	30		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
<b>INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD</b>				
103 ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	33; 34		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	32		
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	34		
INDICADOR PROPIO Inclusión y diversidad	FR7-1 Porcentaje de trabajadores mayores de 60 años.	34	10	6
	FR7-2 1 Porcentaje de trabajadores mayores de 30 años.	32	10	6
	FR7-3 Porcentaje de trabajadores extranjeros.	34	10	6
	FR7-4 Porcentaje de trabajadores en situación de discapacidad.	34	10	6
	FR7-6 Resultados pregunta de diversidad en GPTW.	33	10	6
	405 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016	405-1 Diversidad en los órganos de gobierno y empleados.	17; 75	10
406 NO DISCRIMINACIÓN 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	En 2019, como Falabella Retail registramos cuatro denuncias por discriminación. Tres se encuentran en proceso de resolución y la cuarta finalizó con la desvinculación del trabajador.	10	6

Continúa en la página siguiente.





Continuación de la tabla anterior.

**TEMAS MATERIALES**

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
<b>EQUIDAD DE GÉNERO</b>				
<b>103</b> ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	35		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	35		
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	35		
<b>INDICADOR PROPIO</b> Equidad de género	FR8-2 Porcentaje de mujeres en Falabella	35	6	5
	FR8-2 Resultados de programas orientados a la equidad de género.	35	6	5
	FR8-3 Iniciativas desarrolladas para favorecer la equidad de género.	35		
	FR8-4 Porcentaje de mujeres que se reincorporan a trabajar luego de su postnatal.	35		
<b>GESTIÓN DEL TALENTO</b>				
<b>103</b> ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	38; 39; 40; 41; 42; 43; 44; 45		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	38; 39; 40; 41; 42; 43; 44; 45		
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	38; 39; 40; 41; 42; 43; 44; 45		
<b>INDICADOR PROPIO</b> Atracción del talento	FR9-1 Programas de atracción del talento.	38		8
<b>201</b> PRESENCIA EN EL MERCADO 2016	201-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local.	44		8
<b>INDICADOR PROPIO</b> Desarrollo del talento	FR10-1 Porcentaje de trabajadores con aumento de remuneraciones por país.	44		8
	FR10-2 Programas de desarrollo de talento.	40		8
	FR10-3 Porcentaje de trabajadores ascendidos por categoría laboral	39		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
<b>404</b> FORMACIÓN Y ENSEÑANZA 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado.	40; 76		4
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	41; 77		8
<b>INDICADOR PROPIO</b> Formación	FR11-1 Monto invertido en capacitación en los 4 países	40		
<b>INDICADOR PROPIO</b> Clima laboral	FR12-1 Puesto obtenido en el Ranking del Great Place to Work.	46		8
<b>403</b> SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	45		3
	403-9 Lesiones por accidente laboral.	45		3
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales.	45		3
<b>DESARROLLO DE PROVEEDORES</b>				
<b>103</b> ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	48	3	
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	48; 49; 50; 51; 52; 53	3	
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	48; 49; 50; 51; 52; 53	3	

Continúa en la página siguiente.





Continuación de la tabla anterior.

**TEMAS MATERIALES\_**

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
<b>INDICADOR PROPIO</b> Auditorías sociales	FR14-1 Tipo de auditorías realizadas a proveedores de marcas propias.	51		3; 8
	FR14-2 Resultados auditorías proveedores nacionales y asiáticos.	51		3; 8
	FR14-3 Porcentaje de costo de compra auditado.	50; 51		3; 8
<b>407</b> LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	51	3	8
<b>408</b> TRABAJO INFANTIL 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	51	5	8
<b>409</b> TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.	51	4	8
<b>414</b> EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES 2016	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	51		8
<b>308</b> EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES 2016	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	51		
<b>INDICADOR PROPIO</b> Pymes	FR15-1 Porcentaje de proveedores pymes.	52		9
	FR15-2 Porcentaje de proveedores pymes con pago mayor a 30 días.	52		9

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
<b>INDICADOR PROPIO</b> Marketplace	FR16-1 Número de marcas que pertenecen a Marketplace Falabella.	53		9
<b>INVERSIÓN SOCIAL EN LA COMUNIDAD</b>				
<b>103</b> ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	54		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	54; 55; 56		
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	54; 55; 56; 57		
<b>413</b> COMUNIDAD LOCAL 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo.	56		1; 10
<b>INDICADOR PROPIO</b> Voluntariado	FR17-1 Número de escuelas apoyadas.	56		1; 4
	FR17-2 Número de horas totales de voluntariado.	56		1; 4
	FR17-3 Número de trabajadores participantes en voluntariado.	56		1; 4
	FR17-4 Inversión realizada en el PHE.	56		1; 4
	FR17-5 Alumnos beneficiarios del PHE.	56		1; 4
<b>INDICADOR PROPIO</b> Inversión en la comunidad	FR18-1 Porcentaje de Inversión en la comunidad por tipo.	54		1; 10
	FR18-2 Porcentaje de inversión en la comunidad por forma de inversión.	54		1; 10
	FR18-3 Resultados pregunta de comunidad en GPTW.	54		

Continúa en la página siguiente.





Continuación de la tabla anterior.

**TEMAS MATERIALES**

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
<b>ACCIÓN CLIMÁTICA</b>				
103 ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	59	7;8	
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	60; 61; 62; 63; 64; 65; 66	7;8	
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	60; 61; 62; 63; 64; 65; 66	7;8	
302 ENERGÍA 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	60	7;8	7
	302-3 Intensidad energética.	60	7;8	7
INDICADOR PROPIO Energía	FR19-1 Número de tiendas que se abastecen con ERNC	91; 92; 93; 94; 95; 96; 97	7;8;9	7
305 EMISIONES 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1).	61; 62	7;8	13
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	61; 62	7;8	13
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3).	61	7;8	13
INDICADOR PROPIO Construcción sustentable	FR20-1 Número de tiendas con certificación LEED.	63	7;8;9	9;13
<b>PRODUCTOS MÁS SUSTENTABLES</b>				
103 ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	64		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	64		
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	64; 65		
INDICADOR PROPIO Productos sustentables	FR5-1 Número de marcas y productos con variables de sustentabilidad.	64; 65		12

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
<b>CIRCULARIDAD</b>				
103 ENFOQUE DE GESTIÓN	103-1 Explicación del tema material y su cobertura.	67	7;8	
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	68; 69; 70; 71	7;8	
	103-2 Evaluación del enfoque de gestión.	67; 68; 69; 70	7;8	
306 EFLUENTES Y RESIDUOS 2016	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación.	69	7;8	13
INDICADOR PROPIO Economía circular	FR21-1 Resultados de proyectos de economía circular.	67; 68	7;8	13
INDICADOR PROPIO Cero Residuos	FR22-1 Resultados de proyectos de cero residuos	70	7;8	13

Si tienes dudas, comentarios o sugerencias sobre nuestro reporte de sostenibilidad, puedes comunicarte con nosotros a través de los siguientes contactos:

**Chile**

Laura Viegas  
Gerente de Comunicaciones y Sustentabilidad  
Avenida Manuel Rodríguez 730, Santiago. Santiago-Chile  
lmviegas@falabella.cl

**Perú**

Hernan Alzamora  
Subgerente de Cultura, Engagement, Comunicación Interna y RSE  
Avenida Paseo de la República 3220, San Isidro. Lima-Perú  
halzamora@sagafalabella.com.pe

**Colombia**

Cristina Botero  
Gerente de Asuntos Públicos, Comunicaciones y RSE  
Calle 99 11A - 32. Bogotá-Colombia  
cbotero@falabella.com.co

**Argentina**

Jimena Cosentino  
Jefe de Responsabilidad Social Empresarial  
Dot Baires Shopping. Vedia 3626. Buenos Aires - Argentina  
jpcosentino@falabella.com.ar





Reporte\_  
**Sostenibilidad**  
**2019**

Falabella Retail . *Contigo Siempre*