REPORTE
SOSTENIBILIDAD

FALABELLA RETAIL

2017

Contigo Siempre

falabella.com

CONTENIDO

01 BIENVENIDOS 6

02 SOMOS FALABELLA 14

03 NUESTRA CULTURA: HACER LAS COSAS BIEN TODOS LOS DÍAS 18

04 NUESTROS COMPROMISOS 32

05 ANEXOS 86

Ir a página | Deslizar

ACERCA DEL REPORTE

Este es nuestro séptimo Reporte de Sostenibilidad, que al igual que los reportes anteriores, ha sido elaborado sobre la base de nuestra **Estrategia de Crecimiento Responsable,** que se fundamenta en la premisa de agregar valor a la vida de las personas, que ha estado presente desde nuestros inicios ya hace 128 años.

Como parte de esta promesa, desde 2010, elaboramos el Reporte de Sostenibilidad de Falabella, que nos permite informar, evaluar y comparar año a año, los avances de nuestra gestión en materia de sostenibilidad. Abarca el período comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2017, siendo de carácter anual.

En términos de cobertura, incluye las operaciones de cada etapa del negocio en los cuatro países donde tenemos operaciones: Chile, Perú, Colombia y Argentina, con sus respectivas oficinas centrales y centros de distribución.

Este informe lo hemos elaborado en conformidad con los Estándares GRI, con la opción Esencial. En esta oportunidad, reportaremos 55 estándares temáticos y 10 indicadores propios de nuestra gestión, los cuales informaremos a lo largo de este documento. Adicionalmente, este reporte nos permite cumplir con la Comunicación de Progreso del Pacto Global de las Naciones Unidas y nuestro compromiso con sus diez principios.

La planificación de todo el trabajo fue un proceso liderado por la Gerencia de Recursos Humanos y Responsabilidad Social. Además, toda la información incluida fue documentada y validada por las respectivas gerencias y áreas que colaboraron en el proceso de levantamiento de información.

MENSAJE DE BIENVENIDA

Estar a la vanguardia y anticiparnos a las nuevas tendencias. Esa es la filosofía que hemos impulsado en Falabella para satisfacer las necesidades y anhelos de nuestros clientes; formar equipos de trabajo comprometidos; crear alianzas estratégicas con nuestros proveedores y aportar a la mejor calidad de vida de nuestras comunidades.

Hemos evolucionado junto a las nuevas tendencias y exigencias en la medida en que el mundo y los clientes lo han hecho. Es el sello que nos ha caracterizado durante nuestros 128 años de historia, en los que una preocupación central ha sido ofrecer un servicio de excelencia.

Nuestro enfoque está en avanzar hacia una atención diferenciada y cada vez más personalizada, de la mano de la transformación digital. En esta línea, en el año 2017, dimos importantes pasos: aumentar la satisfacción de nuestros clientes de falabella.com, gracias a mejoras en nuestro sitio web, 100% mobile y con un diseño y navegación de última generación. Adicionalmente, hicimos múltiples desarrollos en base a inteligencia artificial y machine learning en áreas de logística, servicio al cliente y tiendas, mejorando el servicio, optimizando los recursos y haciendo más eficientes los procesos.

Junto con ello, continuamos con nuestra estrategia omnicanal, reforzando la transformación de tiendas digitalmente integradas, ampliando el uso de tecnologías y capacitación de nuestro personal.

Procuramos, además, tener canales de comunicación directos, ágiles y expeditos con nuestros clientes, para que exista una retroalimentación continua y eficiencia en la respuesta a sus requerimientos.

La transparencia y reputación corporativa son un eje en nuestra gestión. Por eso a través de nuestro Canal de Integridad nos preocupamos de velar que se cumplan estándares éticos en toda nuestra cadena de valor.

Nuestra cultura organizacional, además, fomenta la meritocracia y el crecimiento de nuestros colaboradores, en función de sus capacidades y competencias.

Procuramos construir relaciones laborales positivas y promovemos la diversidad e inclusión. Sin ir más lejos, desde el año 2012 a través de nuestro programa Falabella Inclusivo, hemos fortalecido la incorporación de personas con discapacidad, jóvenes, adultos mayores y migrantes.

La relación con nuestros proveedores se basa en vínculos de largo plazo basados en la transparencia, la confianza y la adopción de estándares de sostenibilidad. Nuestro protocolo internacional SMETA nos permite resguardar el cumplimiento de buenas prácticas de manera de asegurar altos estándares de conducta.

Realizamos auditorías periódicas a nuestros proveedores de marcas propias, tanto locales como internacionales. Sólo en el 2017, auditamos a 689 proveedores; realizando propuestas de mejora a pequeñas y medianas empresas que así lo requirieron.

Tan importante como la relación que mantenemos con nuestros clientes, trabajadores y proveedores, es la que establecemos con las comunidades donde estamos presente. A través de nuestro Programa Haciendo Escuela, que iniciamos hace ya 49 años, hemos contribuido a un mejor futuro para los niños de hoy y las familias del mañana. Ya son más de 100 los establecimientos de la región que ayudamos a través de mejoras en infraestructura y apoyo en programas académicos y extra programáticos, lo que ha beneficiado a más de 80.000 niños.

Este trabajo lo desarrollamos de la mano de más de 4.600 voluntarios, quienes en 2017 destinaron más de 22.000 horas a este trabajo virtuoso, que permite reducir brechas y aportar a la calidad de vida de colaboradores y beneficiarios.

Hemos acelerado la transformación digital también al interior de nuestra organización, atrayendo a los mejores talentos en el uso de plataformas tecnológicas y adaptando formas de trabajo más ágiles y flexibles. Así apostamos por entornos de trabajo colaborativos, con equipos multidisciplinarios y multiculturales.

La colaboración público privada también fue clave para apoyar a comunidades afectadas por catástrofes. Tras los incendios forestales en la zona centro sur de Chile, entregamos kits de uniformes escolares a las familias damnificadas; contribuimos a la remodelación del Liceo Mirella Catalán de Paredones; y donamos más de 3 mil árboles a través de la Fundación Reforestemos. También ayudamos a los damnificados de inundaciones en Perú y Colombia.

El cuidado del medioambiente es clave en nuestra estrategia de crecimiento responsable. Somos miembros del U.S. Green Building Council, que tiene como objetivo promover la construcción y el desarrollo sustentable; la innovación tecnológica; el uso eficiente de la energía y la utilización de energías renovables.

Gracias a este compromiso, contamos con 16 tiendas certificadas LEED y 15 ecoamigables; logramos reducir en el año 2017 un 8% el consumo de energía por m^2; logramos disminuir en 14% los residuos generados y logramos también, reciclar un 54% de los materiales utilizados en nuestra operación. Junto con ello, logramos reemplazar más de 40 millones de bolsas plásticas tradicionales por biodegradables.

En Falabella estamos comprometidos con el desarrollo sostenible y el crecimiento responsable. Sólo así continuaremos siendo una empresa respetada, valorada y preferida por nuestros clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y comunidades.

Afectuosamente,
Gonzalo Somoza
Gerente general corporativo
Falabella Retail

01

BIENVENIDOS

TODOS SOMOS FALABELLA 7

NUESTRO DESARROLLO EN UNA MIRADA 8

HITOS 2017 10

LOGROS QUE NOS RESPALDAN 13

TODOS SOMOS
FALABELLA

NUESTRO **PROPÓSITO:**

“Agregar valor a la **vida** de las **personas”**

VISIÓN

“Ser la marca de retail preferida y más querida por las mujeres”

MISIÓN

“Enriquecer la vida de los consumidores con una propuesta aspiracional, actual, conveniente y omnicanal, desarrollando a nuestro equipo y asegurando la sostenibilidad del negocio”.

VALORES

HONESTIDAD
La sinceridad y la verdad son un sello distintivo en todas nuestras relaciones.

VOCACIÓN DE SERVICIO
Damos el mejor servicio a nuestros clientes y superamos sus expectativas.

INICIATIVA
Fomentamos la proactividad y la generación de nuevas ideas.

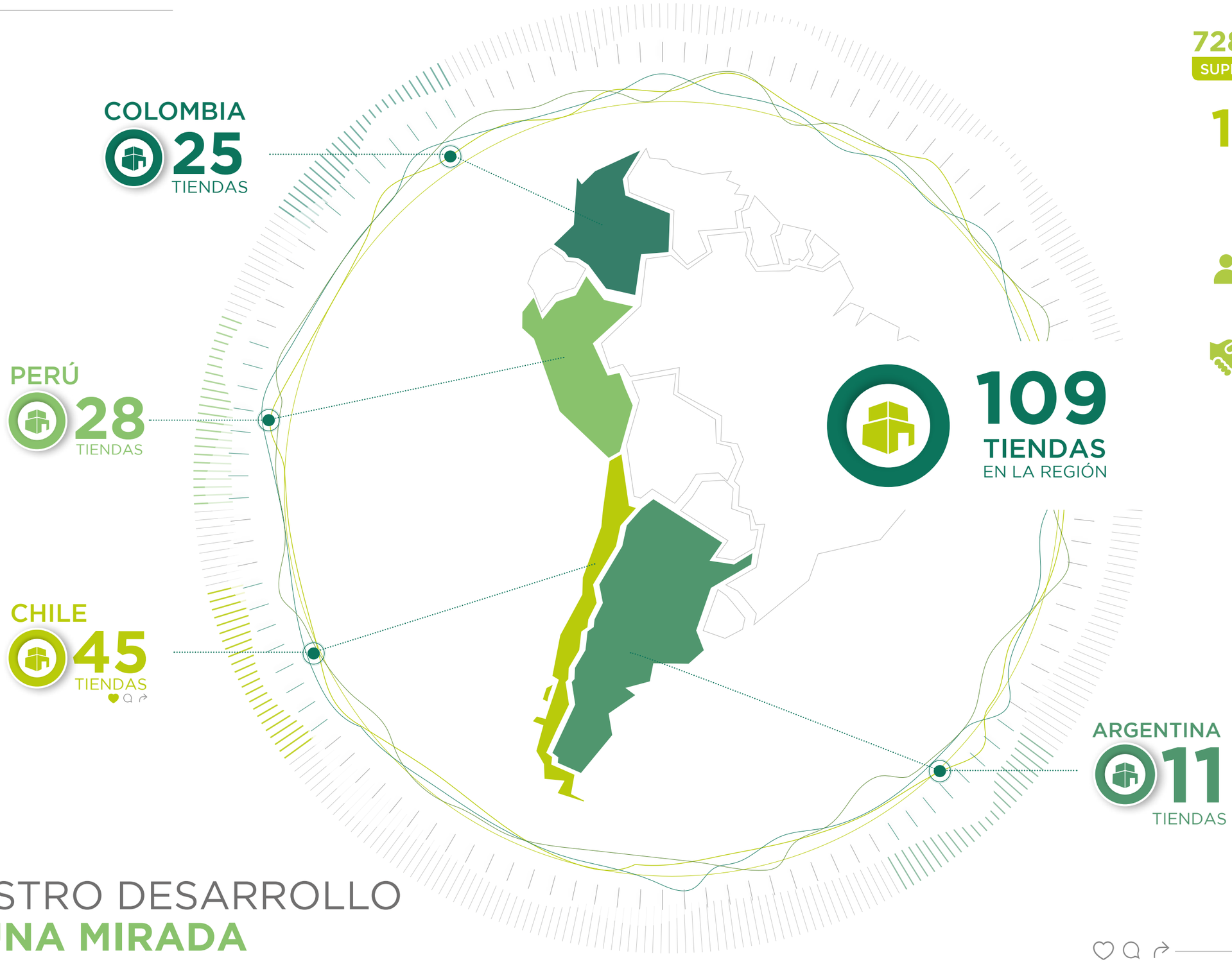
COMPROMISO
Sentimos los desafíos de la organización como propios.

TRABAJO EN EQUIPO
Promovemos el trabajo colaborativo y la sinergia del equipo.

RESPETO
Actuamos de manera horizontal y con humildad ante cualquier persona o escenario.

NUESTRO ADN

NUESTRO DESARROLLO EN UNA MIRADA



728.552 MTS²
SUPERFICIE DE VENTAS

13 MILLONES DE CLIENTES

INGRESOS MM
US $4.581

31.772
TRABAJADORES

11.205
PROVEEDORES

HITOS 2017

Lanzamos el nuevo sitio **falabella.com** en los 4 países.

Conformamos el **Comité de satisfacción de clientes** para garantizar el mejor servicio.

Hicimos la primera **e-Hackathon** para atraer talento digital.

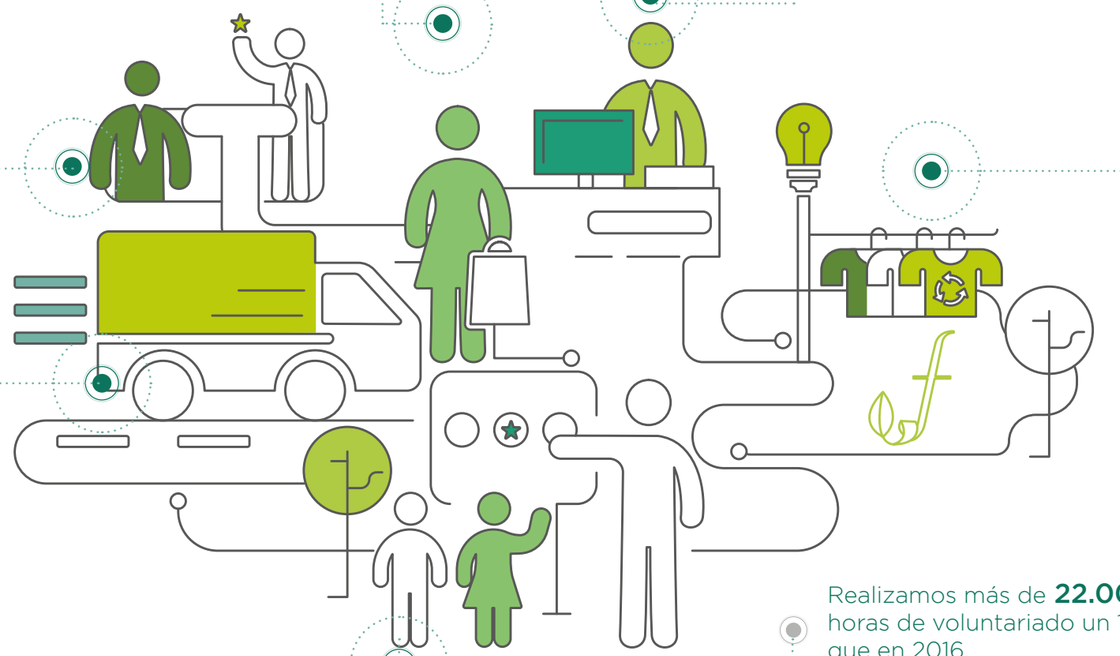
Realizamos el primer **Falabella Challenge** que busca atraer al talento joven a nuestra empresa.

Obtuvimos el **67%** de recomendaciones a través de la Encuesta de satisfacción de clientes (NPS), un **6% más** que el 2016.

Lanzamos el primer **Programa Jóvenes Profesionales y Pasantías** en Argentina.

Obtuvimos un **77%** de satisfacción en la encuesta de clientes falabella.com.

Relanzamos el **Programa Falabella Inclusivo** potenciando la atracción de jóvenes, adulto mayor, migrantes y personas en situación de discapacidad.



Creamos un nuevo **Código de Integridad.**

Disminuimos nuestro consumo eléctrico en **un 8% por m².**

Implementamos un nuevo **Canal de Integridad.**

Certificamos **3 nuevas tiendas LEED** en la región.

Realizamos un **Seminario de Comercio Ético** con proveedores de Chile.

Realizamos más de **22.000** horas de voluntariado un 11% más que en 2016.

Apoyamos a **dos nuevos colegios** llegando 102 escuelas en la región.

Hemos realizado **1.654 auditorías sociales** desde 2013.

Trabajamos con **comunidades** afectadas por catástrofes en los distintos países donde operamos.

LOGROS
QUE NOS RESPALDAN

EN SOSTENIBILIDAD...

- Como Empresas Falabella ingresamos al Índice Dow Jones Sustainability Mila Pacific Alliance y formamos parte del Dow Jones Sustainability Chile Index, lanzado en el año 2017 por la Bolsa de Santiago y S&P Dow Jones Índices. También fuimos elegidos como miembros en el "Sustainability Yearbook 2017", convirtiéndonos en la primera empresa de retail de Latinoamérica en formar parte del ranking. El listado fue elaborado por RobecoSam, principal evaluador de sustentabilidad en el sector corporativo a nivel mundial. Además, continuamos estando en DJSI mundial y en el de Mercados Emergentes.

- Participamos por primera vez en EcoVadis siendo distinguidos con la categoría Silver. EcoVadis es una plataforma de colaboración en sostenibilidad que permite a las empresas evaluar las prestaciones de sus proveedores en 110 países y 150 sectores.

- 1º Obtuvimos el primer lugar en el sector retail en el ranking Merco de Responsabilidad Empresarial ubicándonos en el 5to lugar en la evaluación de las 100 mejores empresas con gobierno (Chile).

- 4º Obtuvimos el sello Platino en el ranking de Sustentabilidad Empresarial de PROhumana (Chile), logrando el 4to lugar.

EN ÉTICA Y TRANSPARENCIA...

- Somos la segunda empresa más transparente del sector retail en Chile, de acuerdo con Ranking de Transparencia Corporativa 2017 elaborado por la Consultora IdN Inteligencia de Negocios.

EN CLIENTES...

- Fuimos elegidos como una de las 50 empresas más innovadoras de Chile y primeros en la categoría retail en el ranking "Best Place to Innovate 2017", elaborado por el Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología (CIET) de la Universidad Adolfo Ibáñez, Microsoft, XPGConsultNet y América Retail.

- 88º Ocupamos el puesto 88 del Global Powers of Retailing 2017, ranking de los 250 minoristas más grandes del mundo, que elabora Deloitte.

EN TRABAJADORES...

- Somos una de las mejores empresas para trabajar en el mundo, según el ranking del **Great Place to Work Institute**, ubicándonos en el lugar 21.

  A nivel país:

  - 6º **FALABELLA COLOMBIA** 6º lugar (categoría+ 500 colaboradores)
  - 6º **FALABELLA PERÚ** 6º lugar (categoría+1.000 colaboradores)
  - 8º **FALABELLA ARGENTINA** 8º lugar (categoría+ 1.000 colaboradores)
  - 25º **FALABELLA CHILE** 25º lugar

  En el ranking GPTW, Saga Falabella fue elegida como una de las mejores empresas para trabajar entre los Millennials y las mujeres en Perú.

- Somos una de las diez empresas que mejor atraen y retienen talentos en Chile, según el ranking Merco Talento 2017. Obtuvimos el primer lugar del sector Retail y décimo lugar a nivel global en Chile.

- Somos en Perú la tercera empresa con mayor equidad de género, de acuerdo con ranking Equidad de Género (PAR)
- Obtuvimos el segundo lugar del ranking de Mujeres en la Alta Dirección, elaborado por ComunidadMujer, que mide la participación femenina en los gobiernos corporativos de las grandes empresas transadas en la bolsa chilena.
- Fuimos reconocidos por ser una de las 14 empresas participantes en el Índice de Género organizado por Fundación PROhumana (Chile).

- Por sexto año consecutivo obtuvimos el Sello Chile Inclusivo por el programa de inclusión laboral para personas en situación de discapacidad, entregado por el Servicio Nacional de la Discapacidad (SENADIS).

02

SOMOS FALABELLA

NUESTRA EMPRESA 14

NUESTRO NEGOCIO 15

NUESTRA GOBERNANZA 16

128 AÑOS DE HISTORIA NOS AVALAN

SOMOS LÍDERES
DEL RETAIL EN LATINOAMÉRICA

33% DE MUJERES EN EL DIRECTORIO

NUESTRA EMPRESA

Somos la cadena de tiendas por departamento más grande de Latinoamérica con presencia en Chile, Perú, Colombia y Argentina. Nuestra Casa Matriz está ubicada en Avenida Manuel Rodríguez Norte 730 en la comuna de Santiago, Chile.

Nuestra razón social es Falabella Retail S.A., una sociedad anónima cerrada, propiedad de Falabella Ltda. (99,5%) e Inversiones Parmin SPA (0,5%), ambas pertenecientes a S.A.C.I. Falabella. Esta última es una sociedad anónima abierta, sujeta a la regulación y las normas de la Superintendencia de Valores y Seguros de Chile.

NUESTRO NEGOCIO

En Falabella nos hemos adelantado y evolucionado en la medida en que el mundo y nuestros clientes lo han hecho. Nuestro negocio principal es el retail y hemos trabajado con miras hacia el futuro, para ofrecer nuestros productos a través de una estrategia omnicanal. Para ello, trabajamos a diario por descubrir los gustos de nuestros clientes y estamos a su disposición en todo momento. Esta forma de ver el negocio la hemos ido trabajando a lo largo de los años, estudiando las preferencias de las personas y las tendencias mundiales.

¿CÓMO LO HACEMOS?

1 INVESTIGAMOS Y BUSCAMOS LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS MUNDIALES
Para sorprender a nuestros clientes con productos innovadores y atractivos.

2 COMPRAMOS Y APROVISIONAMOS LOS MEJORES PRODUCTOS
Buscamos los mejores productos y marcas a nivel mundial, cuidando que sean elaborados de acuerdo con estándares de calidad y condiciones éticas.

3 LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN
Operamos e invertimos en una red logística que asegure la disponibilidad de los productos en forma eficaz y eficiente.

4 OMNICANALIDAD
Brindamos la misma experiencia en todos nuestros canales de ventas.

5 MEJOR EQUIPO DE PERSONAS
Trabajamos para atraer al mejor talento y capacitamos a nuestros trabajadores para entregar una experiencia memorable a nuestros clientes.

6 POSTVENTA
Garantizamos la satisfacción de la compra de nuestros clientes, entregando productos de calidad y con respuestas rápidas y efectivas.

NUESTRA **GOBERNANZA**

Nuestra gobernanza recae en un Directorio, el cual está conformado por nueve miembros titulares, que son elegidos por la Junta de Accionistas, en consideración de sus cualidades profesionales, de liderazgo y trayectoria. Ellos son los responsables de liderar nuestra gestión con un enfoque de desarrollo sostenible, en el que se cautele la transparencia en los procesos y decisiones. Cabe señalar, que ningún director es parte de nuestra plana ejecutiva, esto con el fin de mantener la debida independencia.

FUNCIONES **DEL DIRECTORIO**

Las principales funciones del Directorio, definidas por nuestra matriz, S.A.C.I. Falabella, son trazar y definir los lineamientos estratégicos que guían la conducción de nuestra empresa, respetando la normativa vigente, el nuevo Código de Integridad y el enfoque sostenible de nuestra actividad.

El Directorio ha adoptado la sostenibilidad como una herramienta estratégica, que se traduce en una Política de Sostenibilidad Corporativa que busca responder de manera oportuna a los grupos de interés, con la finalidad de alcanzar una mejora continua, a través del seguimiento y medición de los objetivos que permitan lograr mayores y mejores estándares.

DIRECTORIO **2017**

CARLOS HELLER SOLARI
PRESIDENTE

CARLO SOLARI DONAGGIO

GIORGIANNA CÚNEO QUEIROLO

JULIO FERNÁNDEZ TALADRIZ

CAROLINA DEL RÍO GOUDIE

SEBASTIÁN DEL RÍO GOUDIE

MARÍA CECILIA KARLEZI SOLARI

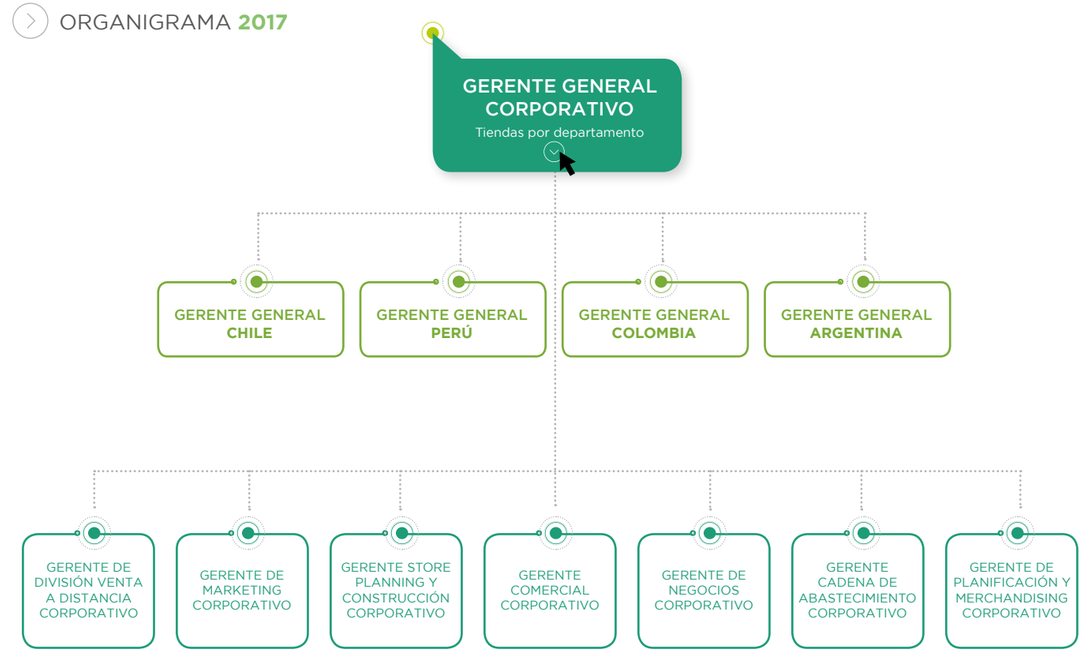
JUAN PABLO MONTERO SCHEPELER

SERGIO CARDONE SOLARI

PLANA **EJECUTIVA**

Nuestra plana ejecutiva está compuesta por un gerente general corporativo, a cargo de las operaciones de nuestra empresa en los cuatro países, del cual dependen los gerentes generales de Falabella Chile, Perú, Colombia y Argentina y los gerentes corporativos, encargados de desarrollar sus respectivas labores a nivel regional, asegurando una consistencia en la estrategia y ejecución en todas nuestras operaciones.

ORGANIGRAMA **2017**



La plana ejecutiva es la encargada de liderar la implementación de los lineamientos estratégicos emanados de nuestro Directorio; asegurando que la propuesta de valor sea consistente en los respectivos mercados donde operamos. Asimismo, tienen la misión de lograr un crecimiento responsable.

COMITÉS **DE GERENTES**

Con el fin de apoyar al logro de los objetivos de sostenibilidad, contamos con distintos comités:

- COMITÉ DE CLIENTES.
- COMITÉ DE FINANZAS
- COMITÉ DE RIESGOS (OPERACIONALES, CUMPLIMIENTO Y TECNOLÓGICO).
- COMITÉ DE ÉTICA.
- COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD.
- COMITÉ DEL PROGRAMA HACIENDO ESCUELA.

03

NUESTRA CULTURA: HACER LAS COSAS BIEN TODOS LOS DÍAS

ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO RESPONSABLE 18
GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD 20
GESTIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS Y MATERIALIDAD 21
NUESTRO COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE 28
NUESTRAS ALIANZAS 29

FALABELLA CONTIGO SIEMPRE

En Falabella estamos comprometidos con el desarrollo sostenible y lo entendemos como **agregar valor a la vida de las personas y acompañarlas en cada una de sus etapas.**

ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO RESPONSABLE

Estamos conscientes que, para lograr nuestro propósito, debemos compatibilizar crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad, a través de una gestión alineada con el respeto a la ética y la transparencia en los negocios. Para ello, nuestra línea de acción es el Crecimiento Responsable, desde donde emanan nuestro Modelo de Gestión Sostenible y el Cuadro de Mando Integral de Sostenibilidad con foco en 6 pilares: Ética y Transparencia, Clientes, Trabajadores, Proveedores, Comunidad y Medioambiente con sus respectivos compromisos.

Nuestro modelo está alineado con la visión, misión y valores de nuestra empresa, así como con la Estrategia de Crecimiento Responsable del Grupo Falabella. Por esta razón, el modelo nos permite crear valor sostenible, teniendo en cuenta las relaciones de confianza de los grupos de interés.

CRECIMIENTO

Consolidar la posición de la empresa. Ampliar la capacidad de atender a clientes en la región. Ofrecer nuevas marcas y productos a través de distintos canales.

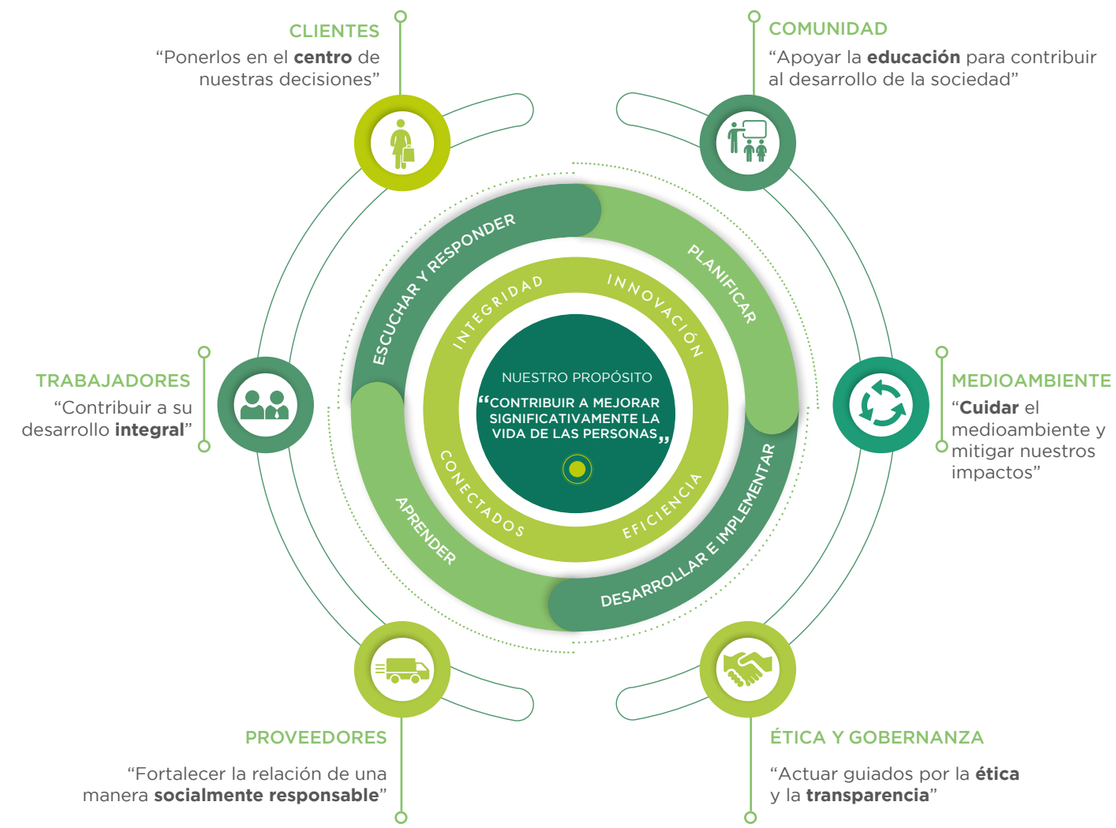
RENTABILIDAD

Aumentar la eficiencia y productividad en las distintas etapas del negocio. Identificar y capturar las sinergias de la operación. Generar valor para nuestros accionistas.

SOSTENIBILIDAD

Ser respetados y valorados por nuestros grupos de interés. Alinear el negocio con una gestión socialmente responsable, basada en la ética y la transparencia. Mitigar nuestros impactos en el medioambiente.

MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE



GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

En Falabella estamos comprometidos en avanzar hacia un desarrollo sostenible. Sólo así continuaremos siendo una empresa respetada, valorada y preferida por nuestros **Clientes, Colaboradores, Proveedores, Accionistas y Comunidades.**

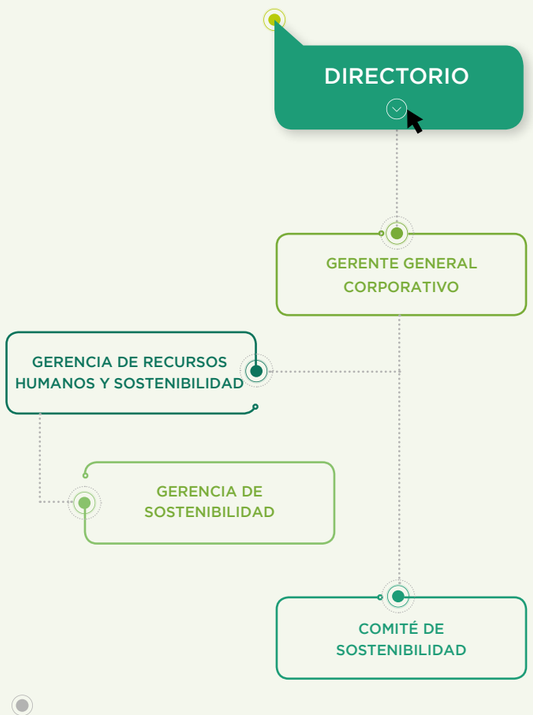
En Falabella gestionamos la sostenibilidad a partir de las directrices emanadas de nuestro Directorio a través del Comité de Sostenibilidad Corporativo y de la Gerencia de Gestión de Responsabilidad Social.

Para una correcta gestión de la sostenibilidad al interior de nuestra empresa, desde el año 2012 contamos con un Comité de Sostenibilidad Corporativo, liderado por nuestro Gerente General Corporativo y donde participan los principales gerentes; cuya finalidad es proveer las directrices emanadas del Directorio, aprobar la Estrategia y ver los avances obtenidos, para lo cual se reúnen de forma cuatrimestral.

La Gerencia de Sostenibilidad, que es parte de la Gerencia de Recursos Humanos y Sostenibilidad, es la encargada de velar por la correcta implementación de la Estrategia de Crecimiento Responsable. Además, se preocupa de que los criterios en esta materia estén presentes de manera transversal en toda la empresa y que los trabajadores lo hagan suyo, a través de distintas iniciativas. Entre las acciones de esta gerencia está: coordinar el Comité de Sostenibilidad; encabezar la relación con la comunidad, principalmente, a través del Programa Haciendo Escuela (PHE), organizar el Voluntariado Corporativo y participar en las diferentes asociaciones de Responsabilidad Social a las cuales pertenecemos.

Con la intención de adelantarnos a los nuevos cambios de mercado del retail y de la globalización, hemos ido evolucionando desde generar una línea base de nuestra gestión y definir focos estratégicos de sostenibilidad, al implementar en el 2017 un Cuadro de Mando Integral de Sostenibilidad. Éste tiene el propósito de lograr nuestro desarrollo sostenible y dar respuesta a temas de consumo responsable, energético; control y colaboración en nuestra cadena de suministro y apoyo en el desarrollo de las comunidades locales donde participamos.

De esta forma, trabajamos de manera colaborativa para que todas nuestras acciones se desarrollen bajo un prisma de responsabilidad, transparencia y coherencia con nuestros valores de empresa.



GESTIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS Y MATERIALIDAD

La actualización de los grupos de interés y la materialidad los revisamos anualmente junto con nuestra Estrategia de sostenibilidad.

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En el año 2017, realizamos una revisión exhaustiva de los temas que les preocupan a nuestros grupos de interés, levantando los siguientes aspectos: a) el nivel de preocupación de los grupos de interés ante aspectos considerados clave por ellos; b) su impacto actual o potencial en Falabella y c) la capacidad de respuesta de la organización ante ellos.

En el marco de este reporte seguimos avanzando para dar continuidad a este trabajo. A continuación, se muestran los avances obtenidos.

MATRIZ DE RELACIONAMIENTO

GRUPOS DE INTERÉS	OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO	QUÉ TEMAS LES PREOCUPAN	CANALES DE DIÁLOGOS
CLIENTES	Mantener satisfechos a nuestros clientes. Dar respuesta rápida a sus demandas.	Transparencia en la información	• Net Promoter Score (NPS) • Encuestas de medición • Redes Sociales • falabella.com
		Satisfacción del cliente	
		Calidad del Servicio	
		Canales virtuales de escucha y diálogo (redes sociales y otros medios)	
		Comunicar la RS de Falabella	

GRUPOS DE INTERÉS	OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO	QUÉ TEMAS LES PREOCUPAN	CANALES DE DIÁLOGOS
ACCIONISTAS	Transparencia y Reputación Corporativa.	Valor económico Reputación corporativa Gestión de Riesgos	• Directorio • Informes • Reporte de sostenibilidad
TRABAJADORES	Mantener a un equipo humano comprometido con el logro de los objetivos y empoderados de la RS de Falabella.	Desarrollo de Talentos Calidad de vida Fortalecimiento de las comunicaciones internas Inclusión laboral de personas en situación de discapacidad, jóvenes, adulto mayor y extranjeros Salud y Seguridad	• Reuniones semanales en tienda • Reuniones Informativas Mensuales (RIM) • TVF (Canal de televisión interno) • Falanet (intranet) • Portal F • Agenda de Liderazgo • RR.HH Informa
PROVEEDORES	Promover la excelencia en sostenibilidad.	Programa de Responsabilidad Social para Proveedores Cumplimientos de pagos Apoyo a las Pymes Canales de diálogo abiertos y transparentes	• Plataforma digital B2B • Reuniones entre compradores y proveedores. • Capacitaciones SMETA

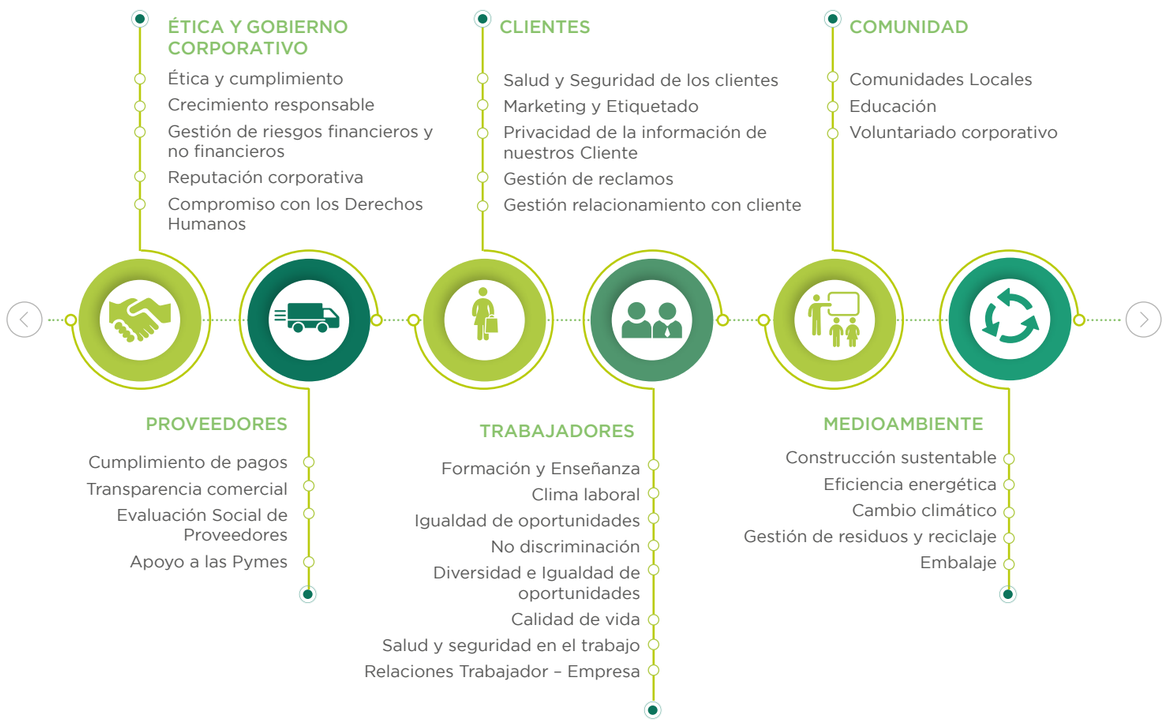
GRUPOS DE INTERÉS	OBJETIVOS DE RELACIONAMIENTO	QUÉ TEMAS LES PREOCUPAN	CANALES DE DIÁLOGOS
COMUNIDAD	Contribuir al desarrollo del país a través del Programa Haciendo Escuela, mejorando la educación de niños y niñas en la Región.	Programa de voluntariado corporativo que potencia el vínculo con la comunidad local Aportar a la educación y al desarrollo del país a través del Programa Haciendo Escuela Contar con canales de diálogo con la comunidad local	A través del Programa Haciendo Escuela y Web www.haciendoescuela.com • Voluntariado Corporativo • Reporte de Sostenibilidad • Organizaciones sociales y fundaciones
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Dar a conocer nuestra gestión sostenible.	Temas de interés para el sector Libre competencia Reputación corporativa del sector	• A través de la agencia de comunicaciones externa • A través de las asociaciones gremiales
AUTORIDADES Y ORGANISMOS PÚBLICOS E INTERNACIONALES	Formar alianzas con distintas instituciones nacionales e internacionales para contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes de los países donde tenemos operaciones.	Diálogo abierto y transparente Apoyar campañas	• Reuniones con distintas entidades gubernamentales • A través de las asociaciones gremiales • Reporte de Sostenibilidad
ASOCIACIONES GREMIALES		Participación en temas de interés para Falabella Mejoras para el sector y sus trabajadores	• Mesas de trabajo

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Desde 2013, realizamos el proceso de materialidad para identificar aquellos temas de sostenibilidad que son relevantes para nuestra empresa y para nuestros grupos de interés; con el fin de gestionarlos a partir de ver cuáles son los impactos tanto positivos como negativos, los riesgos y las oportunidades de mejoras asociadas.

Todos los años hacemos una revisión de los temas materiales a través de la revisión de información primaria (Código y Canal de Integridad, Memoria Anual, políticas varias y Matriz de riesgo), información secundaria (publicaciones de prensa, cambios en el marco regulatorio, entre otros), Benchmark de la industria y revisión de expectativas de los principales grupos de interés, a través de estudios y encuestas para adecuarlos a lo que veníamos reportando. Para el Reporte del año 2017, realizamos además entrevistas a los principales gerentes de los 4 países, quienes priorizaron los temas materiales.

A través de la siguiente gráfica, mostramos los temas estratégicos de nuestro negocio.



CRUCE DE TEMAS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO CON TEMAS MATERIALES DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES GRI: 2016

SIMBOLOGÍA **COBERTURA (IMPACTO)**

- **I**: Interna dentro de la empresa
- **E**: Fuera de la empresa
- **IE**: Dentro y fuera de la empresa

PILAR DE RS	TEMAS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO	TEMAS MATERIALES ESTÁNDARES GRI 2016 INDICADORES PROPIOS DEL NEGOCIO	COBERTURA (IMPACTO)	APARTADO DEL REPORTE QUE TRATA EL TEMA
ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO	Ética y cumplimiento	Ética e integridad	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Actuar guiados por la Ética y la Transparencia** Nuestra forma de actuar
		Anticorrupción	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Actuar guiados por la Ética y la Transparencia** Nuestra forma de actuar con relación a la corrupción
		Competencia desleal	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Actuar guiados por la Ética y la Transparencia** Nuestra forma de actuar con relación a la libre competencia
		Cumplimiento socioeconómico	I	**05_ Anexos** Tabla de Contenidos GRI
		Cumplimiento Ambiental	I	**05_ Anexos** Tabla de Contenidos GRI
	Crecimiento Responsable	Desempeño económico	I	**03_ Nuestra Cultura: Hacer las cosas bien todos los días** Estrategia de crecimiento responsable **05_Anexos** Tabla de Contenidos GRI
	Gestión de riesgos financieros y no financieros	Estrategia	IE	**02_ Somos Falabella** Nuestra Gobernanza
	Reputación corporativa	Ranking de sostenibilidad donde participamos	I	**01_ Bienvenidos** Logros que nos respaldan
CLIENTES	Gestión de marca	Actividades, marcas, productos y servicios	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Altos estándares de calidad Marcas diferenciadoras
	Innovación	Omnicanalidad	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Somos una Empresa Omnicanal
	Gestión relacionamiento con cliente	Satisfacción del cliente	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Gestionamos la calidad de nuestra atención
		Marketing y etiquetado	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Actuamos de manera responsable Altos estándares de calidad
		Salud y seguridad de los clientes	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Actuamos de manera responsable
		Marketing responsable	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Actuamos de manera responsable
		Calidad de servicio y productos	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Altos estándares de calidad
		Privacidad del cliente	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Actuamos de manera responsable
		Gestión de reclamos	I	**04_ Nuestros Compromisos: Poner al Cliente en el centro de las decisiones** Gestionamos la calidad de nuestra atención

PILAR DE RS	TEMAS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO	TEMAS MATERIALES ESTÁNDARES GRI 2016 INDICADORES PROPIOS DEL NEGOCIO	COBERTURA (IMPACTO)	APARTADO DEL REPORTE QUE TRATA EL TEMA
TRABAJADORES	Formación y desarrollo	Formación y Enseñanza	I	**04_ Nuestros Compromisos: Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores** Desarrollo integral
	Clima laboral	Clima laboral participativo	I	**04_ Nuestros Compromisos: Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores** El Clima laboral lo hacemos todos
	Igualdad de oportunidades	Diversidad e igualdad de oportunidades	I	**04_ Nuestros Compromisos: Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores** Desarrollo integral Diversidad e inclusión
	Diversidad e Inclusión	Diversidad e igualdad de oportunidades	I	**04_ Nuestros Compromisos: Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores** Diversidad e inclusión
	Calidad de vida	Empleo	I	**04_ Nuestros Compromisos: Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores** Todos somos Falabella Calidad de Vida
	Salud y seguridad laboral	Salud y seguridad en el trabajo	I	**04_ Nuestros Compromisos: Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores** Salud y Seguridad Ocupacional
	Relaciones Laborales	Relaciones Laborales	I	**04_ Nuestros Compromisos: Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores** Relaciones Laborales Positivas
	Condiciones laborales	Presencia en el Mercado	I	**04_ Nuestros Compromisos: Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores** Todos somos Falabella Privilegiamos la contratación local
PROVEEDORES	Cumplimiento de pagos	Prácticas de Adquisiciones	I	**04_ Nuestros Compromisos: Fortalecer la relación con Proveedores de una manera socialmente responsable** Declaración de gestión Comprometidos con las Pymes
	Transparencia comercial	Programa de transparencia	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Fortalecer la relación con Proveedores de una manera socialmente responsable** Programa Social Compliance de Falabella
	Auditorias sociales	Evaluación social de los proveedores	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Fortalecer la relación con Proveedores de una manera socialmente responsable** Programa de Responsabilidad Social para Proveedores
	Apoyo a las Pymes	Pago a Pymes en menos de 30 días	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Fortalecer la relación con Proveedores de una manera socialmente responsable** Comprometidos con las Pymes
COMUNIDAD	Educación: Programa Haciendo Escuela	Impactos económicos indirectos	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Apoyar la educación en nuestras Comunidades** Programa Haciendo Escuela Otros voluntariado y aportes
		Comunidades locales	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Apoyar la educación en nuestras Comunidades** Programa Haciendo Escuela Otros voluntariado y aportes
	Voluntariado corporativo	Programa Yo soy voluntario	IE	**04_ Nuestros Compromisos: Apoyar la educación en nuestras Comunidades** Programa Yo soy voluntario Otros voluntariado y aportes

PILAR DE RS	TEMAS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO	TEMAS MATERIALES ESTÁNDARES GRI 2016 INDICADORES PROPIOS DEL NEGOCIO	COBERTURA (IMPACTO)	APARTADO DEL REPORTE QUE TRATA EL TEMA
MEDIOAMBIENTE	Construcción sustentable	Construcciones ecoamigables y Certificación LEED	I	**04_ Nuestros Compromisos: Mitigar nuestros impactos en el Medioambiente** Construcción sustentable
	Eficiencia energética	Energía	I	**04_ Nuestros Compromisos: Mitigar nuestros impactos en el Medioambiente** Eficiencia energética
	Cambio climático	Emisiones	I	**04_ Nuestros Compromisos: Mitigar nuestros impactos en el Medioambiente** Cambio Climático
	Gestión de residuos y reciclaje	Efluentes y Residuos	I	**04_ Nuestros Compromisos: Mitigar nuestros impactos en el Medioambiente** Falabella Cero Residuos
	Embalaje	Packaging sustentable	I	**04_ Nuestros Compromisos: Mitigar nuestros impactos en el Medioambiente** Packaging sustentable

NUESTRO COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En este Reporte, reafirmamos nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas para cumplir con la Agenda 2030, para el Desarrollo Sostenible que se vinculan con nuestra actividad, a través de nuestros pilares definidos en nuestra estrategia de sostenibilidad.

- Actuar guiados por la Ética y la Transparencia: **ODS 16 ODS 17**
- Poner al Cliente en el centro de las decisiones: **ODS 3, ODS 8, ODS 9, ODS 12**
- Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores: **ODS 3 ODS 4 ODS 5 ODS 8 ODS 10**
- Fortalecer la relación con Proveedores de una manera socialmente responsable: **ODS 4 ODS 12**
- Apoyar la educación en nuestras Comunidades: **ODS 4**
- Mitigar nuestros impactos en el Medioambiente: **ODS 7 ODS 8 ODS 11 ODS 13**

Cabe señalar que durante el 2017, en Chile participamos en distintas mesas de trabajo para avanzar como país, en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Además, reactualizamos el curso e-learning de Derechos Humanos y Sostenibilidad, en donde incluimos el compromiso con los ODS. El curso está disponible para toda la organización y se debe realizar una vez al año.

ENTIDAD	PARTICIPACIÓN FALABELLA	ODS ASOCIADO
PROhumana	Mesa de Equidad de Género	5 IGUALDAD DE GÉNERO
Acción Empresas	Mesa + Diversidad	
Pacto Global	Mesa Igualdad de Género	
PROhumana y Pacto Global	Mesa de Inmigrantes	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
Teletón	Lanzamiento campaña inclusión	
Pacto Global en coordinación con el Ministerio de Medio Ambiente	Mesa de Producción y Consumo Sustentable	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
PROhumana	Mesa de Clientes	
PROhumana	Visitas mensuales a distintas empresas	
PROhumana y Pacto Global	Mesa de Inmigrantes	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS
Teletón	Lanzamiento campaña inclusión	
Pacto Global	Mesa de Derechos Humanos	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
Cámara de Comercio	Reunión mensual. Revisión ODS-Equidad de género-Inclusión-Eco Packaging	
Ministerio de Desarrollo Social	Revisión diferentes ODS y estatus	

NUESTRAS **ALIANZAS**

Formamos alianzas con distintas instituciones nacionales e internacionales, con las cuales tenemos intereses y objetivos comunes, y que nos ayudan en nuestro camino hacia la sostenibilidad

A NIVEL **CORPORATIVO**

PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Adherimos a Pacto Global en Chile, Perú y Argentina, comprometiéndonos a difundir y cumplir los 10 principios fundamentales de las Naciones Unidas en temas de: Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medioambiente y Lucha contra la Corrupción.

SEDEX

Somos la primera empresa del retail en la región en formar parte de la mayor plataforma mundial en temas de Responsabilidad Social en la cadena de valor.

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF DEPARTMENT STORES

Somos miembros de la asociación de grandes tiendas que reúne a los retailers de diferentes países para compartir las mejores prácticas.

GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE

Trabajamos en equipo con este Instituto que promueve las buenas prácticas, para mejorar el clima laboral.

GREEN BUILDING COUNCIL (Chile, Perú y Colombia)

Formamos parte del World Green Building Council, organismo que promueve el desarrollo y la construcción sustentable y que nos apoya en la certificación de nuestras tiendas verdes. Actualmente, presidimos los directorios de Chile y Perú.

CÁMARAS DE **COMERCIO**

Para Falabella es muy importante participar de las diferentes cámaras de comercio y asociaciones gremiales en cada uno de los países donde tenemos operación, esto nos permite gestionar en conjunto iniciativas en mesas intersectoriales tomando en cuenta los diferentes puntos de vista, para ayudar a potenciar el desarrollo económico del sector.

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)

ARGENTINA
- Cámara Argentina de Comercio (CAC)
- Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)

COLOMBIA
- Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)
- Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO)
- Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico

OTRAS INSTITUCIONES EN CHILE

ACCIÓN EMPRESAS

Participamos en el Programa + Diversidad, Programa + Probidad, en el APL Cero Residuos y en instancias como los ciclos de encuentro de Cambio Climático, Ética y gobierno corporativo, Personas, entre otros.

PROHUMANA

Somos miembro de la RED PROhumana Empresarial y participamos de diferentes instancias como los Encuentro "RSE=SER + PROhumana", Ranking RSE y talleres que esta red organiza. Además en 2017 nos adherimos a la Alianza Por El Género.

INICIATIVA DE PARIDAD DE GÉNERO (IPG)

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 de nuestro país.

LABORUM INCLUSIVO

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

SENADIS Y RED INCLUYE

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

FUNDACIÓN REFORESTEMOS PATAGONIA

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.

ACUERDO POR LA EMPLEABILIDAD JUVENIL

Nos adherimos al Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil de la Alianza del Pacífico, comprometiéndonos a a desarrollar una serie de iniciativas conjuntas para dar a los jóvenes una experiencia laboral significativa.

CEMPRE CHILE

Somos socios y fundadores de El Compromiso Empresarial para el Reciclaje (CEMPRE) que es una asociación civil sin fines de lucro, constituida por empresas que buscan contribuir a la minimización de residuos y aumento de las tasas de reciclaje.

OTRAS INSTITUCIONES EN PERÚ

UNICEF

Desde el año 2008 colaboramos con UNICEF, a través de la recaudación de fondos y funcionando como plataforma de recaudación de las campañas promovidas por esta organización.

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 de inclusión, trabajamos desde hace varios años con el centro Ann Sullivan, contratando a personas con habilidades diferentes.

OTRAS INSTITUCIONES EN ARGENTINA

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (IARSE)

Desde el año 2012, somos miembros de IARSE, cuya finalidad es promover la colaboración entre las empresas que han decidido hacer de su conducta responsable, un valor a partir del cual contribuyen a la construcción de una sociedad más justa y sustentable.

OTRAS INSTITUCIONES EN COLOMBIA

BANCO DE ALIMENTOS

Desde 2015 somos aliados del Banco de Alimentos a través de los cuales, efectuamos donaciones a las poblaciones más vulnerables.

CONSEJO COLOMBIANO DE CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE

Somos miembros del Consejo Colombiano de Construcción Sostenible, cuyo propósito es aspirar a liderar la transformación de la conciencia colectiva hacia un entorno construido sosteniblemente.

> "Queremos promover la colaboración y la generación de redes locales en cada uno de los países donde operamos."
>
> **GONZALO SOMOZA, GERENTE GENERAL CORPORATIVO**

04

NUESTROS COMPROMISOS

En este capítulo mostramos **cómo estamos generando valor para nuestros grupos de interés mediante el desempeño en cada uno de los asuntos materiales,** incluyendo la ética y el medioambiente como aspectos transversales claves en esta creación de valor.

Actuar guiados por la Ética y la Transparencia 34

Poner al Cliente en el centro de las decisiones 40

Contribuir al desarrollo integral de nuestros Trabajadores 50

Fortalecer la relación con Proveedores de una manera socialmente responsable 68

Apoyar la educación en nuestras Comunidades 72

Mitigar nuestros impactos en el Medioambiente 78

"En Falabella estamos comprometidos con el desarrollo sostenible y el crecimiento responsable. Sólo así continuaremos siendo una empresa respetada, valorada y preferida por nuestros clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y comunidades".

GONZALO SOMOZA,
GERENTE GENERAL CORPORATIVO

ACTUAR GUIADOS POR **LA ÉTICA Y LA TRANSPARENCIA**

Nuevo Programa de Ética

5,4
horas de formación
por trabajador en **ética**

142.563
horas de formación

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

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

GONZALO SOMOZA,
GERENTE GENERAL CORPORATIVO

NUESTRA **FORMA DE ACTUAR**

En Falabella hemos logrado generar valor compartido y crear una cultura corporativa responsable, que queremos seguir afianzando, a través de una cultura de integridad, donde reafirmamos nuestro compromiso de actuar guiados por la ética y la transparencia en línea con nuestro objetivo de entregar un servicio de excelencia a nuestros clientes; respetar los derechos de nuestros trabajadores; fomentar las buenas prácticas entre nuestros proveedores; promover la libre competencia y el cuidado de nuestro entorno.

Desde esta perspectiva, la ética, los derechos de las personas, la prevención de delitos y la libre competencia, son aspectos fundamentales para nuestra empresa, por lo que contamos con mecanismos de gestión y prevención que nos permiten velar por la integridad y la transparencia de nuestro actuar.

La ética y la transparencia ayudan a garantizar una adecuada toma de decisiones, generando confianza en nuestros grupos de interés y facilitando así la sostenibilidad del negocio.

CULTURA DE INTEGRIDAD: **EL VALOR DE HACER LO CORRECTO**

En Falabella la integridad la construimos día a día, así juntos cuidamos a nuestra empresa, actuando siempre en forma ética y transparente, teniendo presente el valor de hacer lo correcto. De esta manera, reforzamos nuestro compromiso con la honestidad, la vocación de servicio, la iniciativa para aportar con nuevas ideas, el trabajo en equipo, el respeto por las personas, el fortalecimiento de un ambiente de confianza y un clima laboral sano.

Nuestra cultura de integridad contempla una nueva estructura organizacional que viene a reemplazar al anterior Sistema Ético. De esta manera, nuestra Declaración de Ética es reemplazada por nuestro nuevo Código de Integridad, acompañado de un Canal de Integridad que sustituye al Canal Ético F.

Estas nuevas herramientas nos permiten difundir adecuadamente nuestros valores, educar a trabajadores y terceros con los que nos relacionamos y gestionar profesionalmente todas las consultas y denuncias que se reciban.

NUEVA ESTRUCTURA DE INTEGRIDAD

CONSEJEROS DE INTEGRIDAD

Son trabajadores que han recibido un entrenamiento especial y por tanto están capacitados para asesorarnos en temas de integridad, aclarando dudas e inquietudes y canalizando de forma confidencial las denuncias que se les planteen.

COMITÉ DE ÉTICA

El Comité de Ética está formado por el Gerente General, el Gerente de Asuntos Legales y Gobernanza, el Gerente de Administración y Finanzas, el Gerente de Recursos Humanos, el Gerente Comercial, el Gerente de Control Interno y el Gerente de Auditoría. Su objetivo es supervisar la efectividad del Programa de Ética.

GERENCIA DE ÉTICA

Es el área que está a cargo de velar por el buen funcionamiento de la cultura de integridad y el fiel cumplimiento del Código de Integridad, gestionando las consultas, denuncias e investigaciones de forma profesional y confidencial. Adicionalmente, desarrolla capacitaciones y campañas de difusión con el objeto de orientar a los trabajadores en nuestra ética.

OFICIAL DE ÉTICA

Es aquel trabajador designado por el Gerente General para que actúe como interlocutor entre la compañía y la Gerencia de Ética.

CÓDIGO DE INTEGRIDAD

Es el marco referencial para todos los que conformamos Falabella. Es un documento que guía a cómo actuar con integridad ante las distintas situaciones que nos podamos enfrentar en temas éticos, también advierte sobre potenciales conflictos de interés y enseña a prevenir delitos especiales. Aplica a todos los trabajadores, independientemente de las actividades y responsabilidades que tengamos. Esto incluye a todos los empleados, ejecutivos y directores. Además, buscamos y promovemos que nuestros proveedores y terceros, actúen de acuerdo con este Código.

Cada trabajador al momento de ingresar recibe su Código de Integridad y confirma su adhesión a los principios allí contenidos, quedando formalizados en los contratos de trabajo. Asimismo, los proveedores se comprometen contractualmente al cumplimiento de las medidas preventivas contenidas en este documento.

CANAL DE INTEGRIDAD

Con el objetivo de mantener y proteger los más altos estándares de ética y transparencia, ponemos a disposición el Canal de Integridad, para que los trabajadores, ejecutivos o directores de la compañía, o terceros (sean estos clientes, proveedores, y/o accionistas) puedan realizar de manera confidencial y anónima, consultas sobre materias éticas. Éstas son investigadas entregando una respuesta concreta a la persona que realizó la denuncia.

Creemos en el valor de la verdad y el respeto, por lo que debemos usar el Canal de Integridad con responsabilidad.

01 Consultas y denuncias de colaboradores y terceros

02 Múltiples medios de contacto
- Sitio web
- Intranet
- Correo electrónico
- Teléfonos 800
- Directamente en Gerencia de Ética

03 Manejo centralizado: recepción y resolución por Gerencia de Ética y Gobernanza.

04 Investigación e implementación.

Es importante destacar que toda la información que se reciba a través de los distintos medios del Canal de Integridad es tratada de forma estrictamente confidencial, resguardando la identidad del denunciante, del denunciado y de todas las personas que participen de una investigación, así como todo dato relacionado a la misma. Es deber también de todos quienes toman conocimiento de un caso ético guardar la máxima confidencialidad.

A través del Canal de Integridad, el 2017 recibimos 235 denuncias de las cuales 15 terminaron en desvinculación de trabajadores.

NUESTRA FORMA DE ACTUAR
CON RELACIÓN A LOS DERECHOS HUMANOS

En Falabella estamos comprometidos con los derechos y libertades de todas las personas.

En un proceso de continua revisión de la gestión de los derechos humanos, en Falabella contamos con una **Política de Derechos Humanos Corporativa,** donde se señala que, adherimos a las normas y principios consagrados en la Constitución Política de cada país en el que estamos presentes, como también a la Declaración Universal de Derechos Humanos, a la Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas y al Pacto Global de las Naciones Unidas y sus 10 principios fundamentales.

Asimismo, en nuestra Política de Sostenibilidad Corporativa, se informa que en Falabella fomentamos un trato basado en el diálogo y la transparencia, reconociendo la libertad de asociación y los derechos laborales. Además, promovemos un ambiente de trabajo colaborativo e inclusivo, basado en la dignidad de las personas, la confianza y el respeto mutuo.

En nuestro Código de Integridad, se menciona que es fundamental el respeto a la dignidad de cada uno de nuestros trabajadores para la construcción de la integridad corporativa y por ello nos comprometemos a cumplirlo siempre. Además, hace explicito que toda violación a la dignidad de nuestros trabajadores o de terceros con los que nos relacionamos, será debidamente sancionada.

NUESTRA FORMA DE ACTUAR
CON RELACIÓN A LA LIBRE COMPETENCIA

Buscamos competir en forma abierta e independiente en los mercados en los que tenemos presencia inspirados en la lealtad con el consumidor. Por lo anterior, no utilizamos métodos que impidan, restrinjan o entorpezcan la libre competencia o constituyan actos de competencia desleal, pues perjudican a nuestros clientes y al mercado en general.

Para garantizar la libre competencia, no participaremos directa o indirectamente en ninguna situación que pueda impedir, restringir o entorpecerla; como, por ejemplo, acuerdos colusorios de fijación de precios, abuso de una eventual posición dominante o realizar prácticas predatorias. Asimismo, rechazamos las conductas contrarias a la buena fe, que por medios ilegítimos persigan atraer clientes de un competidor.

Existen muchas conductas que pueden afectar la libre competencia. Para orientar y facilitar el cumplimiento de las normas legales, nuestra compañía cuenta con una “Política de Libre Competencia” que contiene los principios y criterios prácticos para actuar en el día a día.

Dicha política debe ser respetada por todos los trabajadores sin excepción. A todo nuevo trabajador que ingresa a la empresa se le entrega la política, quedando estipulado en el contrato de trabajo.

Capacitamos a los trabajadores pertenecientes al área comercial y gerentes de tienda con el propósito de concientizarlos y entregarles conocimientos y herramientas ante posibles situaciones de riesgo en estas materias. Además, difundimos esta información en encuentros zonales, reuniones de área y por correo electrónico a todos los trabajadores de la compañía.

En **Falabella** creemos firmemente en los **principios de la libre competencia** y rechazamos la competencia desleal y cualquier otra conducta que atente en contra de ella.

NUESTRA FORMA DE ACTUAR
CON RELACIÓN A LA CORRUPCIÓN

En el marco de nuestra cultura de integridad, hemos reforzado nuestro compromiso de actuar en forma transparente. Para lo anterior, tenemos una Polítca y Programa de Prevención de los Delitos de cohecho, receptación, lavado de activos y financiamiento del terrorismo, que exige un comportamiento estricto y diligente por parte de todos los trabajadores.

Durante el 2017, realizamos diversas campañas para prevenir la comisión de delito de cohecho, receptación, lavado de activos y financiamiento del terrorismo y educar así a nuestros trabajadores. Estos quehaceres, son considerados una infracción grave al Código de Integridad y al Programa de Prevención de Delitos. Por esta razón, aplicaremos las sanciones o medidas disciplinarias que correspondan.

Todo trabajador, en caso de tomar conocimiento de la comisión de algunos de estos delitos tiene la responsabilidad de informar al Encargado de Prevención de Delitos, a la Gerencia de Asuntos Legales y Gobernanza o a la Gerencia de Ética, a través de los distintos medios de contacto del Canal de Integridad.

Además, fiscalizamos que nuestros proveedores cumplan con estas exigencias, para ello, utilizamos el protocolo internacional SMETA, el cual se basa en estándares de conducta éticos y en el respeto a los derechos laborales.

FORMACIÓN Y DIFUSIÓN
EN MATERIA DE ÉTICA Y TRANSPARENCIA

Para reforzar nuestra cultura de integridad realizamos en 2017, diversas campañas de comunicación entre las que destacan: “Yo juego limpio”, “Yo confío”, entre otras. Asimismo, realizamos una encuesta con una empresa externa para ver el nivel de conocimiento de nuestros trabajadores en el tema y seguimos capacitando a nuestros trabajadores en ética, anticorrupción, derechos humanos y libre competencia.

El promedio de horas de capacitación por trabajador en 2017 fue de

5,4

un **18% más** que en 2016.

CAPACITACIONES REALIZADAS EN LOS 4 PAÍSES EN MATERIA DE **ÉTICA Y MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS, DERECHOS HUMANOS Y LIBRE COMPETENCIA**

2016
4,4
PROMEDIO POR TRABAJADOR

2017
5,4
PROMEDIO POR TRABAJADOR

HORAS DE CAPACITACIÓN
142.563

HORAS DE CAPACITACIÓN
26.314

Durante 2017, capacitamos a los cargos estratégicos de la compañía, aumentando el número de horas promedio por trabajador.

PONER AL CLIENTE EN EL **CENTRO DE LAS DECISIONES**

El cliente es nuestra inspiración. Todo el talento y la vocación de servicio de nuestro equipo está a su disposición, para responder a los requerimientos con agilidad. Este foco es reflejo de un trabajo basado en nuestros principios y valores de marca: la Transparencia, Cercanía y Conveniencia están siempre presentes, pues son parte de la cultura Falabella.

En Falabella cuidamos al máximo la calidad de nuestra oferta comercial y el servicio entregado al cliente.

Logramos un **77%** en la encuesta de Satisfacción de Clientes que operan a través de falabella.com, aumentando un 8% en relación con 2016.

Obtuvimos un **67%** de recomendaciones en el Net Promoter Score (NPS), encuesta que mide el grado de lealtad de nuestro clientes. Esta cifra representa un 6% de alza respecto de 2016.

Tuvimos un **10%** de crecimiento en las redes sociales, logrando 10.579.808 seguidores.

Durante 128 años nos hemos propuesto ser una empresa reconocida por entregar el mejor servicio a los clientes, entendiendo su forma de ser y de vivir. Los avances de la industria textil y la tecnología permiten que nos adelantemos a sus necesidades, con una propuesta diferenciadora, conveniente y omnicanal.

Por esta razón, estamos atentos a las tendencias mundiales y realizamos las inversiones necesarias para ofrecer una experiencia consistente en los distintos puntos de contacto con nuestros clientes: en servicio de venta, postventa o cualquier otro canal de comunicación.

CERCANÍA **Y EXCELENCIA EN EL SERVICIO**

El cliente es la razón de ser de Falabella Retail, el motor que nos moviliza día a día. Hemos sido líderes en promover una comunicación omnicanal, fluida e interactiva, a través de las distintas plataformas que hoy provee la tecnología, sin descuidar el contacto cara a cara, para asegurar una atención personalizada que se traduzca en una experiencia positiva y memorable de servicio.

LOS MECANISMOS DE RETROALIMENTACIÓN **CON NUESTROS CLIENTES SON:**

- Canal de contacto a través de falabella.com.
- Asistencia telefónica en los 4 países.
- Servicio de atención al cliente en cada tienda.
- Redes sociales.
- Encuestas satisfacción de cliente (NPS).

* En 2017 recibimos un total de 5.947.529 solicitudes de atención a través de los distintos puntos de contacto.

Somos un referente en Redes Sociales, donde nos comunicamos de una manera cercana, ágil y fácil, marcando tendencias y demostrando nuestro compromiso con los clientes.

Lo anterior se traduce en que, año a año, aumentamos nuestra participación en redes sociales, tanto en comunidad, como en engagement. Durante 2017, crecimos en un 10%, alcanzando los 10.579.808 seguidores, con 585.053 apariciones positivas.

REDES **SOCIALES**
10.579.808
TOTAL SEGUIDORES

- **INSTAGRAM** 1.238.877
- **TWITTER** 489.659
- **OTRAS** 26.408
- **FACEBOOK** 8.522.828
- **YOUTUBE** 302.036

TIENDAS **INCLUSIVAS**

¡EN FALABELLA PROMOVEMOS LA INCLUSIÓN!

Somos una organización inclusiva, que gestiona la diversidad en los equipos de trabajo para escuchar, entender y ponernos en el lugar de cada uno de nuestros clientes. En esta línea hemos impulsado la atención preferencial para clientes con discapacidad, movilidad reducida, mujeres embarazadas y adulto mayor, contando con cajas preferenciales en más de 20 tiendas en Chile y 197 probadores con accesibilidad universal en la región.

En Falabella hemos demostrado nuestra vocación de servicio a lo largo de décadas. Por eso, promovemos una cultura basada en el respeto y la no discriminación, capacitando a nuestros trabajadores para que puedan brindar una experiencia basada en la empatía y el compromiso. Además, hemos trabajado con nuestros equipos de Prevención de Riegos en planes de evacuación -en caso de emergencia- para trabajadores y clientes en situación de discapacidad.

GESTIONAMOS **LA CALIDAD DE NUESTRA ATENCIÓN**

Estamos trabajando día a día para ofrecer el mejor servicio en todos nuestros canales de atención y escucha. Por eso contamos con Comités de Clientes en los cuatro países, los cuales sesionan quincenalmente y cuentan con la participación de los gerentes de primera línea y el área de mejora continua, cuya finalidad es evaluar los diferentes procedimientos de la Gerencia de Servicio Atención al Cliente (SAC) para contribuir a la satisfacción de los consumidores.

Asimismo, gestionamos nuestro servicio a través del Sistema de Gestión de Clientes (Plataforma Siebel), que nos permite entregar soluciones oportunas y efectivas a cada uno de los requerimientos de nuestros clientes. En el 2016, homologamos esta plataforma en todos los países en donde operamos, con el fin de llevar un registro unificado de la gestión realizada; mejorando en 2017 la forma de medir la tasa de reclamos a nivel corporativo, la cual fue de 0,29 en base al número de transacciones realizadas. Además, realizamos encuestas de satisfacción en nuestro sitio web falabella.com y encuestas de post atención en nuestro Call Center, lo que se suma la medición de la calidad de nuestro servicio en tiendas con el NPS (Net Promoter Score).

SATISFACCIÓN **DE CLIENTES**

ÍNDICE DE RECOMENDACIÓN DE CLIENTES: **NET PROMOTER SCORE (NPS)**

Para saber cómo está siendo percibida la atención entregada a nuestros clientes en la tienda e identificar los aspectos que debemos trabajar para brindarles el mejor servicio, medimos la satisfacción de su experiencia de compra a través del Net Promoter Score (NPS), sistema de gestión de lealtad de clientes basado en recomendaciones.

Este es un indicador de clase mundial que mide la recomendación con la pregunta: «Basado en su última experiencia con la tienda en general, ¿Qué tanto recomienda la tienda a un familiar, amigo o colega?». A través de una escala que va de 0 a 10 se clasifica al cliente de la siguiente manera:

NOTAS. **9-10** — **PROMOTORES** >
NOTAS. **7-8** — **NEUTROS** >
NOTAS. **0-6** — **DETRACTOR**

En 2017, realizamos un total de 314.259 encuestas, en las que un 67% de los clientes consultados nos calificó con notas 9-10, siendo promotores de nuestra marca. Esta cifra es un 6% superior respecto de la medición aplicada en 2016.

Nuestros gerentes de tienda realizan un monitoreo permanente, a través de una aplicación móvil, que permite tener una comunicación fluida e inmediata con nuestros clientes.

EVOLUTIVO **NPS**

2015
55% CONSOLIDADO
- CHILE 47%
- PERÚ 57%
- COLOMBIA 58%
- ARGENTINA 58%

2016
63% CONSOLIDADO
- CHILE 57%
- PERÚ 60%
- COLOMBIA 67%
- ARGENTINA 67%

2017
67% CONSOLIDADO
- CHILE 62%
- PERÚ 64%
- COLOMBIA 73%
- ARGENTINA 69%

CHILE

Desde 2016, creamos el Comité NPS, integrado por el Gerente Comercial Corporativo, Gerente Comercial Chile, Gerentes de Zona Oriente y Poniente, Gerente de Operaciones y Sub Gerente de Proyectos Corporativo, junto con el equipo de Estudios. El objetivo de este comité es identificar a través de análisis de la información, opciones de mejora en la experiencia de compra de los clientes. En tiendas, además, trabajan de forma proactiva buscando sus oportunidades de mejora a nivel específico.

PERÚ

Identificamos oportunidades de mejora en cajas y señaléticas de tiendas. En el caso de las señaléticas, junto con el área de Visual reforzamos la atención preferencial, ofreciendo un pasillo independiente a los clientes en los Centros de Cajas. También potenciamos el mensaje de conexión a Wifi, en los probadores y cajas. Desarrollamos distintos proyectos con Operaciones, entre ellos, revisión de horarios y dotaciones de las tiendas, capacitamos al personal y reforzamos el cumplimiento del protocolo de atención.

COLOMBIA

Realizamos reuniones periódicas con el área Comercial, para definir mejoras y planes de fortalecimiento de nuestro servicio al cliente en cada una de nuestras tiendas. Adicionalmente, monitoreamos inquietudes y dudas las 24 horas para dar respuesta inmediata a nuestros clientes.

ARGENTINA

Junto al área de Recursos Humanos, capacitamos a los colaboradores, pensando en optimizar la experiencia de atención a nuestros clientes. Permanentemente, analizamos informes dirigidos a mejorar los procesos, con el fin de poder avanzar en un trabajo donde se valora la comunicación y la dedicación.

EXPERIENCIA DE CLIENTES : **FALABELLA.COM**

Constantemente evaluamos la experiencia de navegación y compra online de nuestros clientes, a través de encuestas que analizamos diariamente desde el sitio web, donde evalúen: facilidad de navegación, disponibilidad de productos, entrega de información, nivel de satisfacción con el sitio web, entre otras.

En esta línea, en el 2017, logramos aumentar la satisfacción de nuestros clientes de falabella.com en un 8%, gracias a: mejoras de navegación del sitio web, mejor surtido de productos, desarrollo de un asistente virtual, que entrega a nuestros clientes un canal de atención online, así como también un servicio online de seguimiento del estado de los pedidos. Además, perfeccionamos la logística de entrega y despacho de productos para que sea rápida, flexible y precisa.

EVOLUTIVO SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES CON COMPRA EN **FALABELLA.COM**

	2016	2017
CHILE	71	78
PERÚ	68	74
COLOMBIA	76	81
ARGENTINA	67	76
CONSOLIDADO	71	77

SOMOS UNA EMPRESA **OMNICANAL**

Nuestro enfoque está en avanzar hacia una atención diferenciada y cada vez más personalizada, de la mano de la transformación digital, basados en una estrategia que nos permite brindar al cliente la misma experiencia en todos nuestros canales de venta y en todo momento.

CANALES **DE VENTAS**

GRANDES TIENDAS:

Ofrecemos la mayor variedad de productos para uso personal y del hogar, donde contamos con marcas nacionales e internacionales, exclusivas y propias, siendo el principal canal de ventas.

TIENDAS ESPECIALIZADAS:

A través de estos canales ampliamos la gama de productos y servicios que podemos exhibir en la tienda físicamente. Contamos con diferentes formas de entrega, siempre apuntando a la comodidad del cliente:

CANALES DE VENTA A DISTANCIA:

A través de estos canales ampliamos la gama de productos y servicios que podemos exhibir en la tienda físicamente. Contamos con diferentes formas de entrega, siempre apuntando a la comodidad del cliente:

FALABELLA.COM

Es nuestra plataforma web donde se encuentran todos los productos que ofrecemos, incluyendo marcas exclusivas que no necesariamente se encuentran en las tiendas. A partir de 2017 incorporamos Marketplace, para que nuestros proveedores PyMES puedan comercializar sus productos. Considerado el segundo canal más importante en ventas, la operación se concreta con un solo click. A través de esta página nuestros clientes pueden elegir despacho a domicilio o retiro en tienda.

APP MÓVIL FALABELLA.COM

Porque nos mantenemos a la vanguardia, desarrollamos una aplicación que ayuda a los clientes en sus experiencias de compra, mientras están en la tienda o en otro lugar. Esta APP ofrece toda la variedad de productos de falabella.com, pudiendo comprar a un solo click. Además, es una herramienta para quienes están vitrineando, ya que pueden escanear el código de barra o QR de los productos para acceder a su ficha técnica. Está disponible para sistema IOS y Android.

FALABELLA TV

Se trata del canal de ventas por televisión de Falabella y una unidad de negocios de falabella.com. Mediante un formato de micro-programas, nuestros clientes pueden apreciar los productos e informarse de sus funciones y beneficios a través de TV abierta y TV paga, y en la web a través de falabella.com, mobile y nuestro canal de Youtube. Asimismo, pueden realizar la compra a través de Fonocompras y falabella.com, dado que todo los productos exhibidos en Falabella TV están en nuestra web y ofrecen los mismos medios de pago y canales de distribución.

VENTA TELEFÓNICA

Este Call Center ofrece asesoría a través de un ejecutivo para comprar directamente productos disponibles en los distintos canales de venta. Así, el cliente puede informarse acerca del producto, medios de pago y modalidad de envío/retiro. Con el objetivo de validar la compra, solicitamos un teléfono de contacto del cliente.

VENTAJAS DE LA **OMNICANALIDAD**

Una de las ventajas de la omnicanalidad consiste en ofrecer al cliente la mayor flexibilidad para que puedan acceder a nuestros productos. Otro beneficio es que mejora la productividad, porque los vendedores disponen de más tecnología e información a su alcance para asesorar mejor a nuestros clientes. Nuestra gestión omnicanal, ha impulsado variadas iniciativas en esta línea, tales como:

CLICK & COLLECT

El cliente compra Online y Retira en la tienda que más le acomode. Contamos con este servicio en las 109 tiendas en la Región. En Chile y Perú, también es factible retirar los productos en los puntos habilitados en supermercados Tottus. A través de esta modalidad, durante 2017 se entregaron 2,5 millones de productos.

Dentro de las mejoras implementadas en el servicio de Click & Collect destacamos la implementación de turneros en cinco tiendas de Chile. De esta manera, el cliente saca un número para ser atendido y conoce el tiempo de espera. En esta línea, también desarrollamos la Atención Mobile, en la tienda Los Dominicos, a través de los dispositivos móviles, para que los clientes sean atendidos en cualquier área de la tienda con el fin de retirar su producto, ubicándolos por medio del celular. Esta nueva tecnología incorpora huellero y datos del cliente para hacer más personalizada su atención.

SALVA TU VENTA

Un vendedor puede ofrecer al cliente una experiencia de compra innovadora, ágil y transparente, ofreciendo la totalidad del stock disponible en Falabella, a través de un Tablet. Se aplica en caso de que el producto no esté dentro del surtido de la tienda. En esa situación el vendedor le abre un mundo de oportunidades al cliente, no solo en cuanto a productos, sino que también en sus formas de despacho. Esta experiencia ayuda al vendedor a no perder una venta y al cliente a que consiga lo que está buscando. Por el momento este proyecto se encuentra implementado en los departamentos de zapatillas, calzado mujer, línea blanca, muebles, colchones y bebé.

KIOSCO INTERNET

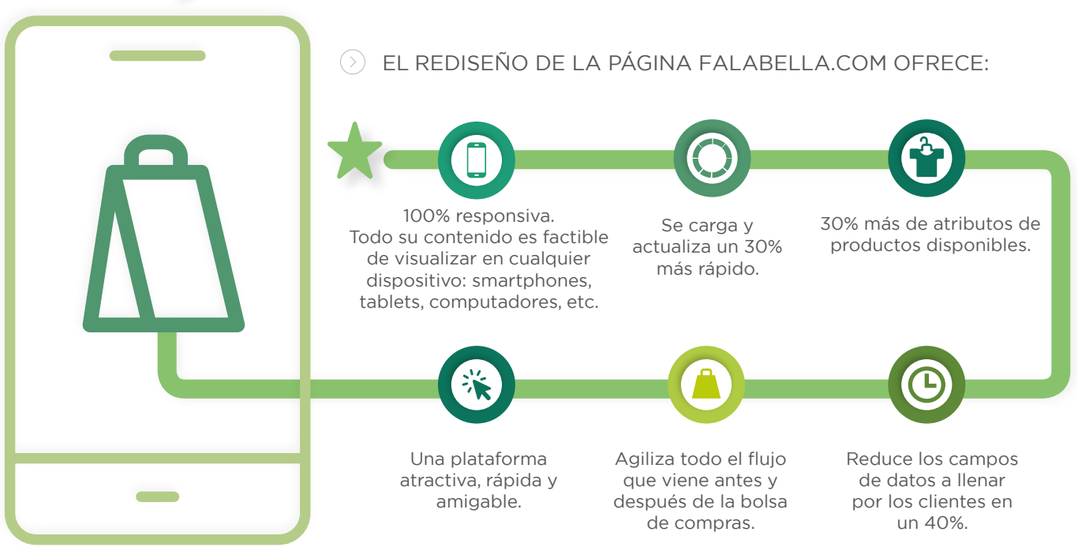
En todas las tiendas contamos con Kioscos Internet, donde nuestros clientes pueden acceder a falabella.com a través de un tótem, que contiene un computador en el que es factible comprar o averiguar datos sobre nuestros productos, con la asesoría especializada de un vendedor. Dependiendo de la tienda, podemos encontrar uno o más por piso. Además, implementamos en Chile, los Kioscos Touch con pantallas de 47 pulgadas.

AVANCES DE NUESTRA **ESTRATEGIA OMNICANAL**

Durante 2017, continuamos con la transformación de las tiendas físicas, a tiendas digitalmente integradas. Para ello, mejoramos las exhibiciones, con el fin de hacerlas más atractivas frente a los clientes, potenciamos las categorías de productos y pusimos a disposición la visualización de campañas en las tiendas, a través de herramientas digitales y video-wall. Además, capacitamos a nuestros vendedores en el uso de tecnología, a objeto de que exista mejor información para integrar el inventario de tienda con el de falabella.com. Por otro lado, para que nuestros clientes puedan vivir una verdadera experiencia digital en nuestras tiendas, todas cuentan con WiFi gratuito.

Hemos trabajado también para mejorar cada vez más la experiencia de navegación y compra de nuestros clientes en falabella.com. Así, rediseñamos la página de Chile, Perú, Colombia y Argentina, relanzándola en 2017. El objetivo fue consolidarnos como el actor más relevante del eCommerce a nivel regional.

EL REDISEÑO DE LA PÁGINA FALABELLA.COM OFRECE:



ALTOS ESTÁNDARES **DE CALIDAD**

GARANTIZAMOS LA EXCELENCIA DE NUESTROS PRODUCTOS

Así como procuramos adelantarnos a las expectativas de nuestros consumidores, tenemos como eje central la excelencia de nuestros productos, su entrega segura y oportuna, con apego a todas las leyes y normas en este ámbito, incluyendo la legislación laboral y nuestros estándares en materia de calidad de servicio.

Para ello, trabajamos en conjunto con nuestros proveedores, exigiendo el cumplimiento de estas regulaciones y buenas prácticas a lo largo de toda la cadena de suministro, con el propósito de evitar inconvenientes que puedan afectar a nuestros grupos de interés.

Nuestros productos están sujetos a un estricto control y deben cumplir con requisitos de calidad y seguridad establecidos para cada país. Son chequeados, tanto en el centro de distribución como en la tienda, para asegurar que estén en condiciones de ser puestos a la venta. A lo anterior, se suman los diagnósticos de ciclos de vida del producto que realizamos, además de las certificaciones de calidad que pedimos a nuestros proveedores.

Contamos con un estricto programa de control de producción, especialmente enfocado en el desarrollo de marcas propias y exclusivas a fin de ofrecer productos de calidad, confiables y seguros. Para este objetivo, disponemos de un área de control de calidad denominada QC (Quality Control), que previene fallas en el origen y en las fábricas en los diferentes lugares del mundo. En esta línea, tenemos una política de prevención, por lo que, si se llegara a detectar que un producto es riesgoso, lo retiramos inmediatamente de todas las tiendas.

También, hemos extendido los controles de calidad hacia proveedores de marcas propias contribuyendo a mejorar los estándares de producción, a través de ayuda financiera, asesorías, entre otros. Este mismo espíritu es el que gobierna el protocolo de SMETA, donde el foco está en prestar asesoría a nuestros proveedores para que cumplan con los estándares mínimos de salud y seguridad, entre otros requisitos.

ETIQUETADO DE PRODUCTO

En cuanto al etiquetado de los productos, éstos cumplen con la información requerida en cada país donde estamos presentes, especificando la procedencia del producto y sus componentes, contenido de sustancias con impactos potenciales al medioambiente e instrucciones de seguridad.

GARANTÍA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

En todos los países contamos con políticas de garantía, las cuales se encuentran publicadas para que nuestros clientes puedan acceder fácilmente a ellas. Velamos por el cumplimiento de éstas por parte de todos nuestros trabajadores, a través de capacitaciones y difusión continua. Asimismo, todas las compras a través de los distintos canales de venta cuentan con Satisfacción Garantizada. Si el cliente no queda conforme con el producto, lo cambiamos o le devolvemos el dinero. Para poder acceder a esta garantía, el producto debe encontrarse sin uso, sellado de fábrica y con su embalaje original.

Realizamos un seguimiento en el proceso de despacho de los productos. Si detectamos un error en el proceso o anticipamos que el producto no podrá llegar en la fecha programada, damos aviso para ofrecer una solución, siempre respetando la decisión del cliente.

En esta línea, también, durante 2017, trabajamos fuertemente en la mejora continua en la experiencia de devolución del cliente, a través de capacitaciones a nuestros vendedores de cómo abordarla. Además, tenemos como política para la venta de calzado a través de falabella.com, que la primera devolución de este es sin costo alguno, y si la entrega fue a domicilio se le retira y se le anula la compra.

MARCAS **DIFERENCIADORAS**

Contamos con marcas propias, las que entregan al cliente atractivas alternativas de productos en cuanto a la relación precio-calidad, generando una mayor diferenciación del negocio en el tiempo.

Durante 2017, seguimos potenciando los conceptos de conveniencia y actualidad en todas nuestras marcas, logrando una mayor renovación y efectividad de la propuesta de moda hacia los clientes. La capacidad de producir nuevas colecciones en menor tiempo y adelantarnos a las tendencias del mercado nos permitió estar más cerca de las preferencias de nuestros consumidores.

COLECCIÓN EXCLUSIVA: **"KARL LAGERFELD FOR FALABELLA"**

Con una decoración donde el protagonista fue el negro, las tachas y el brillo, en Falabella Los Dominicos realizamos, en octubre, el desfile para presentar la exclusiva colección "KARL LAGERFELD para Falabella".

Esta colección, se distribuyó en tiendas a lo largo de Chile, en falabella.com y en Perú, Argentina y Colombia.

Nuestros diseñadores trabajaron por casi dos años, en conjunto con el equipo del célebre diseñador en Ámsterdam. Su resultado es una colección única, versátil, ecléctica y rock-chic.

Una apuesta con categorías de mujer, hombre, calzado y accesorios, y que hoy -gracias a esta inédita alianza con Karl Lagerfeld- nos reafirma como un referente en la moda y la vanguardia.

MARCAS **PROPIAS**

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

MARCAS **EXCLUSIVAS**

MANGO
MAC
ALDO
CLARKS
BRUNO ROSSI
LOUNGE
DESIGUAL
SPRING
ETAM
TOUS
GEOX
POLO
MICHAEL KORS
RICKY SARKANY
WAREHOUSE
CORTEFIEL
VIOLETA BY MANGO
123.
LONGCHAMP
HUNTER
DOUBLE AGENT
FRIDAYS PROJECT
JOSEPH
COACH
RONA
ARISTOCRAZY
KATE SPADE
GREENPAN

LICENCIAS

MOSSIMO
DIADORA
BARBIE
LA MARTINA
HOT WHEELS
CHRISTIAN LACROIX
PACO RABANNE
DISNEY
ELLE
K2
ECKO

ACTUAMOS **DE MANERA RESPONSABLE**

Todos los que conformamos Falabella nos debemos a nuestros clientes, por ello nos comprometemos a entregarles un servicio profesional y honesto. De esta manera el cliente recibirá una atención respetuosa y no discriminatoria, información veraz, completa y adecuada a sus requerimientos. Contamos con una Política de Comunicaciones y Marketing Responsable que es nuestra guía y proporciona las directrices de cómo actuar para entregar respuestas efectivas y transparentes en todo momento a nuestros clientes y consumidores.

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

MARKETING **ÉTICO**

En Falabella impulsamos el consumo y producción responsable. Durante años, hemos realizado campañas e iniciativas que buscan promover estilos de vida saludable, con preocupación y cuidado por el medioambiente y las personas, siendo un compromiso público que tenemos de cara a nuestros clientes y consumidores.

Durante 2017 realizamos 20 campañas, con contenido social, y 11 en las redes sociales, entre las que destacan:

CAMPAÑA **"HACE FALTA NAVIDAD"**

Con la participación de Chayanne, el seleccionado de fútbol chileno Arturo Vidal y el coro de niños del Colegio Da Vinci pertenecientes al Programa Haciendo Escuela Chile, invitamos a nuestros clientes y público en general a ser felices. Porque al mundo le hace falta Navidad, en Falabella queremos decir #Feliz Navidad para Todos. Disfrutemos todos juntos esta fecha tan especial.

CAMPAÑA **EMPODERAMIENTO DE LA MUJER**

Tanto en Chile como en Perú realizamos campañas para empoderar a la mujer. En Chile implementamos la campaña "Tómate la vida Fucsia" y en Perú lanzamos una colección de poleras, diseñadas por un artista local, con mensajes que promueven el liderazgo femenino.

CAMPAÑA **BOLSAS BIO**

En Falabella creemos en un mundo más verde. En el lapso de un año cambiamos 40 millones de bolsas, entregando distintas opciones al cliente para llevar sus compras: en nuestra bolsa biodegradable, en una reutilizable, o en su propia bolsa.

CAMPAÑA **CONTRA EL CÁNCER DE MAMAS**

Nuevamente acompañamos la campaña de concientización sobre el cáncer de mamas, sumándonos a los esfuerzos de Estée Lauder en Chile, Perú y Argentina. Además, fuimos sponsor oro en Chile y Argentina de la Caminata - Carrera Avon, destacando que más de 125 de nuestros trabajadores en Argentina participaron de esta iniciativa.

SEGURIDAD Y TRANSPARENCIA **DE LA INFORMACIÓN**

En Falabella velamos por la confidencialidad de los datos de nuestros clientes y consumidores, para lo cual contamos con una Política que resguarda su información personal.

Asimismo, aplicamos los más altos estándares de seguridad para las transacciones que se realizan en nuestro sitio web falabella.com. En 2017 no se registraron incidentes, reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información de nuestros clientes.

Además, cumplimos estrictamente la normativa y regulaciones en los países donde operamos en cuanto a transparencia y fiabilidad de la información asociada a nuestros productos, promociones y servicios. Desde hace varios años no hemos debido publicar fe de erratas, demostrando la entrega de información clara e inequívoca. Ante posibles errores de cara al cliente, respetamos la información publicada y los términos de compra.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO **INTEGRAL DE NUESTROS TRABAJADORES**

En Falabella buscamos atraer y desarrollar al mejor equipo de personas, que potencie una cultura organizacional sostenible y ágil con foco en la atención al cliente.

82% los trabajadores posee contrato indefinido.

42% de mujeres en cargos ejecutivos.

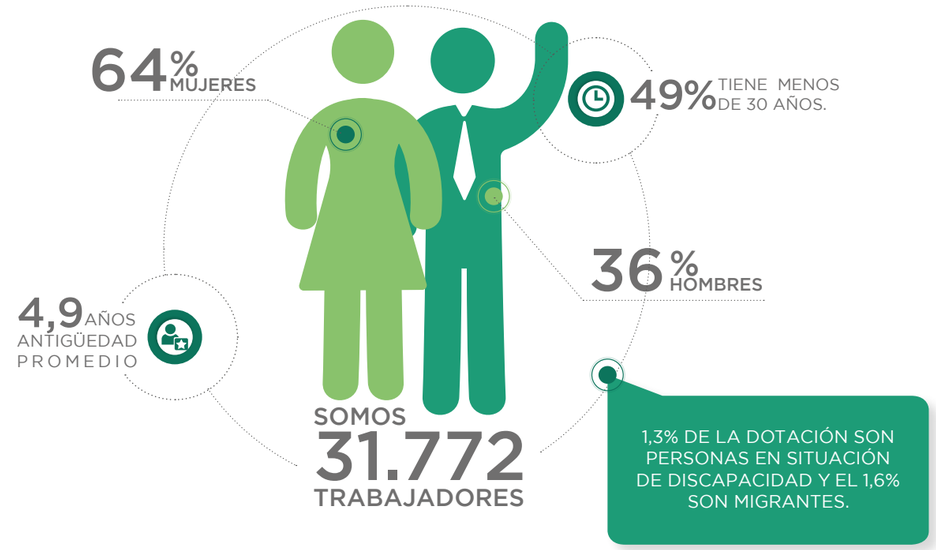
64% de los trabajadores tiene jornada completa.

20.781 evaluaciones de desempeño realizadas.

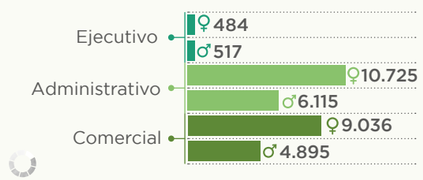
TODOS **SOMOS** FALABELLA

NUESTRAS **PERSONAS**

SOMOS UN EQUIPO DIVERSO, INCLUSIVO Y COMPROMETIDO **CON LA MERITOCRACIA**



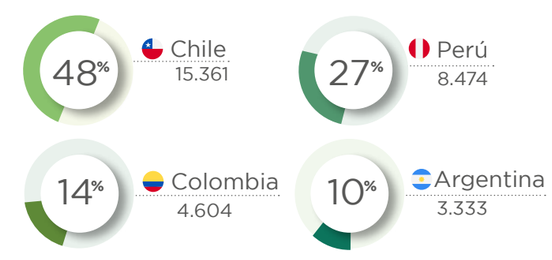
NÚMERO DE TRABAJADORES POR **CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO**



NÚMERO DE TRABAJADORES **POR EDAD Y GÉNERO**

EDAD	MUJERES	HOMBRES	PORCENTAJE
Menos de 30 años	9.693	5.985	49,3%
Entre 30 y 50 años	8.946	4.769	43,2%
Más de 50 años	1.606	773	7,5%
Total	20.245	11.527	100%

NÚMERO DE TRABAJADORES **POR PAÍS** 31.772



En Falabella creemos que para ser la empresa líder en retail, debemos tener una preocupación especial por las personas, ya que son, ellas quienes con su trabajo y pasión nos permiten seguir creciendo y entregar el mejor servicio. Nos comprometemos con su desarrollo integral, promoviendo una cultura de inclusión, basada en la meritocracia y en la igualdad de oportunidades. Por eso creemos, en la diversidad de nuestros equipos, buscando construir relaciones laborales positiva y brindamos un lugar de trabajo seguro.

DESARROLLO **INTEGRAL**

En Falabella consideramos el desarrollo de nuestros trabajadores como un eje clave para cumplir con nuestros objetivos estratégicos. Para ello, desarrollamos una estrategia de Gestión de Talentos que busca identificar, formar y potenciar a las personas. Queremos que exista crecimiento personal y profesional en nuestros equipos, para formar líderes inspiradores que dejen huellas y que sepan plasmar el ADN Falabella.

Apoyamos a nuestros trabajadores en su desarrollo de carrera para que estén preparados para enfrentar nuevos desafíos en el futuro. Esto lo hacemos a través de cursos y programas de formación. Además, los apoyamos con becas de estudios orientadas a carreras técnicas, finalización de estudios, postgrados, MBA, cursos de especialización, seminarios y conferencias, entre otros.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES **PARA TODOS**

¡Somos una empresa meritocrática que fomenta el desarrollo de las personas en función sus capacidades y talentos, quienes quieran desarrollarse y crecer en Falabella, pueden hacerlo!

ATRACCIÓN Y RETENCIÓN **DE TALENTOS**

En Falabella hemos venido desarrollando programas que buscan potenciar nuestra marca empleadora para atraer y retener a los mejores talentos, esto lo hacemos a través de;

1. ATRACCIÓN Y GESTIÓN **DE TALENTOS**

PROGRAMA **FALABELLA CHALLENGE**

Con el fin de atraer a nuevos profesionales y potenciales talentos en las en las áreas estratégicas del negocio; Logística, e-commerce, negocios, operaciones y RSE, el 2017 realizamos el primer Falabella Challenge, un evento y proceso de selección innovador enfocado en los alumnos recién egresados y hasta con dos años de experiencia laboral.

Los alumnos tuvieron la oportunidad de compartir de manera cercana y distendida con nuestros gerentes de primera línea, generándose un espacio exclusivo, dónde los participantes tuvieron la posibilidad de acercarse al mundo del Retail.

Participaron 110 jóvenes talentos de distintas universidades de Chile y 27 líderes de Falabella. A raíz de esta convocatoria se unieron 11 jóvenes talento a nuestro equipo. En 2018, lo implementaremos en Perú, Colombia y Argentina.

falabella challenge

contigo creando futuro

E-HACKATHON

Realizamos nuestra primera e-Hackathon en Chile, una maratón de desarrollo web, que reunió a 200 programadores. El desafío fue el desarrollo colaborativo de softwares, a través de la promoción del trabajo en equipo y la atracción de nuevos talentos. A raíz de este evento, 3 programadores ingresaron a la gerencia de Marketplace.

"El objetivo de este evento es reclutar talentos que contribuyan a desarrollar nuestra agenda digital e identificar oportunidades para fomentar la innovación abierta. El comercio electrónico es estratégico y prioritario para Falabella, donde tempranamente hemos venido invirtiendo en capacidades tecnológicas, logísticas e inteligencia".

Ricardo Alonso,
Gerente general corporativo de Falabella.com

PROGRAMA **FIDELIZACIÓN TOP TALENT**

Generar una propuesta de valor para nuevos talentos, promoviendo una cultura de fidelización proactiva a través de un programa de Coaching Talentos, desayuno liderazgo Falabella, entre otras.

Durante 2017 participaron 26 personas en el programa de Coaching Talentos y se realizaron diversos desayunos al cual asistieron 33 personas, valorando con nota máxima estas iniciativas.

PROGRAMA **JEFES TRAINEE TIENDAS**

Profesionalizar el cargo de Jefe de Ventas y fomentar la atracción de jóvenes talentos, a través de una propuesta laboral diferenciadora que cuenta con un Plan de entrenamiento a Mentores.

Durante 2017, 37 jefes en trainee finalizaron el proceso. El 71% fue contratado y pasaron a ser Jefes de Ventas, generando 3 movilidades internas. Además, realizamos un taller de Gestión Comercial para nuevos Jefes.

PROGRAMA DE **JÓVENES PROFESIONALES Y PASANTÍAS**

Lanzamos, en el 2017, el Primer Programa de Jóvenes profesionales y Pasantías en Argentina. Esto nos ofrece la posibilidad de salir al mercado con una sólida imagen de marca que capte jóvenes estudiantes y recién titulados con potencial de crecimiento, ganas de aportar nuevas miradas, aprender y desarrollarse en nuestro negocio.

2. LIDERAZGO

PROGRAMA BANCO DE TALENTOS

Este Programa busca identificar y formar a las personas de mayor potencial y con foco en el cliente, asegurando transparencia y meritocracia en el desarrollo de carrera de áreas comerciales en tienda.

Durante 2017, seguimos perfeccionando a nuestros equipos en los 4 países, promoviendo el traspaso de nuestra cultura de servicio a nuevas generaciones y fortaleciendo a los Líderes Comerciales de Falabella. Postularon un total de 485 personas quedando seleccionadas 132. Un total de 57 líderes fueron ascendidos.

Para mejorar la formación de los candidatos, creamos una Plataforma online que permite digitalizar pruebas y trabajo con simuladores.

PROGRAMA ESTILO LIDERAZGO FALABELLA

Queremos potenciar el desarrollo de habilidades blandas y enfrentar desafíos del entorno digital. Durante 2017, realizamos talleres de Estilo Liderazgo Falabella, donde 27 representantes de la organización realizaron talleres del Estilo Liderazgo, a través de compartir historias de éxito. Participaron un total de **1.302** personas completando **9.624 horas** de formación.

PROGRAMA RECONOCIMIENTO

Reconocer motiva! Queremos promover valores culturales, colaboración entre áreas y conductas deseadas del negocio, con foco en el desarrollo de equipos de alto desempeño.

Durante 2017, lanzamos el Programa de Reconocimiento: Bravo a través de una campaña comunicacional en oficinas centrales y tiendas que tuvo por objetivo visualizar las buenas acciones de nuestros equipos, resaltando su compromiso, entrega y vocación de servicio

3. EXPERIENCIA DE SERVICIO OMNICANAL: CULTURA DIGITAL

Una manera de impulsar la transformación digital es a través de nuestra estrategia omnicanal.

LOS FOCOS DE NUESTRA ESTRATEGIA OMNICANAL SON:

Para continuar impulsando la estrategia de negocio de e-commerce, durante 2017 trabajamos para consolidar una cultura digital al interior de nuestra organización, a través de una modelo de formación multiformato, colaborativo, de autogestión y vivencial. Dentro de las acciones realizadas en el año, destacan: los Cursos para Venta Omnicanal dirigidos a vendedores de calzado, desarrollo de video para la formación e-learning, cápsulas de aprendizaje para el Portal F (Intranet) y realizamos charlas y mentorías en oficinas centrales de Chile.

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

El mecanismo para acceder a la mayoría de nuestros programas de desarrollo de talentos es contar con la Evaluación de Desempeño finalizada con un resultado satisfactorio. A través de esta herramienta, todos los años medimos el desarrollo de competencias transversales (que son comunes para todos) y competencias específicas (que varían según los desafíos de cada cargo), de cada trabajador y su ajuste al ADN Falabella. Para la evaluación de los puestos de jefes y gerentes, utilizamos el proceso de Evaluación Corporativa (360). Además, realizamos la Evaluación de Desempeño Retail (180) para los trabajadores sin personas a cargo.

Al final del proceso, cada trabajador recibe una retroalimentación que le permite identificar sus fortalezas y oportunidades de mejoras. La Gerencia de Recursos Humanos hace un mapeo de todos los trabajadores evaluados para identificar talentos y personas con alto potencial, y según eso, promover la movilidad interna. En 2017 evaluamos al 65,4% de nuestros trabajadores.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO POR PAÍS

n° de Evaluaciones por país

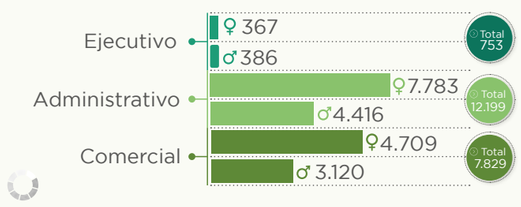
TOTAL 20.781

- CHILE 10.346
- PERÚ 7.341
- COLOMBIA 128
- ARGENTINA 2.966

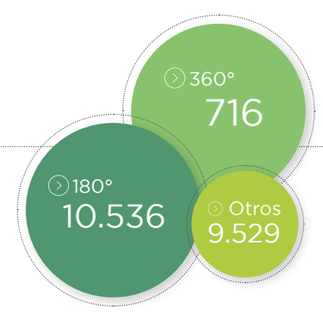
Nuestra meta es lograr el 100% de trabajadores evaluados.

En 2017, Colombia reestructuró su proceso de evaluación, motivo por el cual se realizaron solo las evaluaciones 360.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO POR CARGO Y GÉNERO



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO POR TIPO

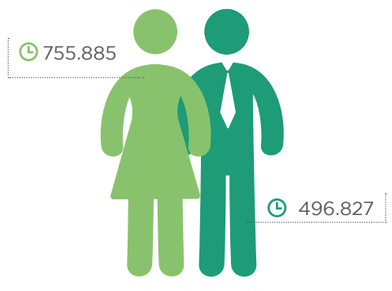


CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

Contamos con una malla de desarrollo integral, que contempla cursos presenciales y a distancia. Así nos aseguramos de que todos nuestros trabajadores tengan un estándar de aprendizaje similar en todos los países.

Realizamos un total de 1.252.712 horas de capacitación, lo que implica un promedio de 39,4 horas por persona.

HORAS DE CAPACITACIÓN POR GÉNERO



TOTAL 1.252.712

PRINCIPALES CAPACITACIONES TRANSVERSALES:

- Programas de inducción y entrenamiento en el puesto de trabajo.
- Programas de Liderazgo.
- Formación de Vendedores que incluyen capacitaciones de producto, procedimientos y entrenamiento de habilidades blandas.
- Programas Trainee para jefes.
- Dominio de herramientas informáticas.
- Programas de inglés.

MOVILIDAD INTERNA

En Falabella buscamos el desarrollo integral de nuestros trabajadores, por ello les damos la posibilidad de crecer al interior de la empresa, fomentando la movilidad a través de concursos internos, ascensos directos, asignaciones internacionales y el Banco de Talentos. Durante 2017, promovimos a más de 3 mil personas.

ASCENSOS POR CARGO Y GÉNERO CONSOLIDADO

CARGO	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Ejecutivos	78	80	158
Administrativos	897	732	1.629
Comerciales	1.013	575	1.588
Total	1.988	1.387	3.375

COMPENSACIONES

Siguiendo con nuestra premisa de ser una empresa meritocrática, la Política de Compensaciones que nos rige, tiene como objetivo: "Incentivar y reconocer el mérito de los trabajadores, y conservar los principios de equidad interna y competitividad externa con el mercado". Para lograr esto, hemos implementado desde ya hace unos años, la metodología de gestión de compensaciones Global Grading System (GGS), la cual nos ha permitido generar escalas salariales en base a grados, con un criterio objetivo y revisar el desarrollo de los trabajadores, a través de la construcción de planes de acción según la posición de la persona en la banda salarial.

Durante 2017, continuamos con la implementación de la metodología International Position Evaluation System (IPE), para obtener una visión actualizada de los cargos, evaluación basada en diferentes criterios, como: impacto, conocimiento, innovación, comunicación y riesgo. De esta forma, somos competitivos con el mercado en términos de remuneraciones.

El 94% de nuestros trabajadores están dentro de la banda definida para su cargo, un 4% más que en 2016.

Además, nos preocupamos de que todos los trabajadores tengan un sueldo superior o igual al mínimo legal establecido por los gobiernos en los países donde tenemos operación, el cual es igual para ambos sexos, siendo en 2017 en promedio 1,3 veces el sueldo mínimo país.

DIVERSIDAD **E INCLUSIÓN**

En Falabella estamos **comprometidos con la inclusión** y entendemos que el **trabajo es un derecho de todos.**

Uno de nuestros valores fundamentales es el respeto por la persona. Por lo que valoramos y protegemos la diversidad de raza, color, sexo, estado civil, asociación, religión, opinión política, nacionalidad, ascendencia étnica, orientación sexual y origen social. Además, rechazamos todas las conductas de acoso sexual y laboral, y todo acto de discriminación. De esta manera, fomentamos un ambiente de trabajo colaborativo e inclusivo, basado en la dignidad de las personas, la confianza y el respeto mutuo.

LIDERAZGO FEMENINO Y EQUIDAD DE GÉNERO

En Falabella estamos comprometidos con la equidad de género y el empoderamiento de la mujer, que tiene sus raíces en nuestra visión. Desde esta perspectiva, hemos implementado políticas, programas y campañas especiales para que las mujeres puedan complementar su rol de mujer, mamá y profesional y así desarrollarse integralmente en línea con nuestra Estrategia de Crecimiento Responsable y nuestra adhesión a los 17 ODS, en el que el ODS 5 hace referencia a la Igualdad de género.

Nuestra fuerza laboral está constituida principalmente por mujeres, alcanzando el 2017 el 64% de nuestra dotación.

NÚMERO DE MUJERES

20.245

48% Mujeres en cargos ejecutivos.
26% Mujeres con jornadas parciales de trabajo.
87% Reincorporación de mujeres tras el postnatal.

NUESTRO COMPROMISO CON LA EQUIDAD DE GÉNERO Y EL EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

CHILE

Nos adherimos a 3 instancias que buscan promover la equidad de género y el empoderamiento de la mujer:

1 INICIATIVA DE PARIDAD DE GÉNERO (IPG) :

En el marco de una Alianza por la equidad, completamos nuestra primera evaluación de 3 comprometidas. Esta iniciativa busca tres objetivos estratégicos, las cuales nos comprometemos a trabajar en un periodo de 3 años.

- Aumentar la participación laboral femenina.
- Visibilizar y reducir las brechas salariales de género.
- Disminuir las barreras al ascenso femenino y aumentar su presencia en altos cargos.

2 ALIANZA POR EL GÉNERO:

Iniciativa de Fundación PROhumana, cuyo propósito es convertirse en un espacio colaborativo para generar un país con más equidad de género hacia 2020.

3 ALIANZA CON EL SERVICIO NACIONAL DE LA MUJER (SERNAMEG)

Generamos una Alianza con esta institución estatal para realizar capacitación y charlas de alcance nacional con el propósito de sensibilizar a mujeres y hombres en materia de género e igualdad y promover la instalación de Buenas Prácticas Laborales al interior de nuestra organización.

PERÚ

Nos suscribimos a la Declaración de Lima con el Compromiso por la Igualdad de Género. Estas, tomaron como base las mejores prácticas en responsabilidad de género reportadas por el sector empresarial a nivel internacional. Además, están en línea con iniciativas como el 'Pacto Global' de Naciones Unidas y 'Demos el Paso por la Igualdad de Género' de ONU Mujeres, representando la primera iniciativa de este tipo a nivel nacional que parte desde el sector privado. Asimismo, contamos con diversas herramientas en pos de equidad de género, entre las que destacan: la Política de Equidad de Género, la Política de la No Violencia Contra la Mujer, entre otras.

Conformamos el Comité de Género, realizamos capacitaciones direccionadas a erradicar estereotipos culturales y por segundo año consecutivo, efectuamos la campaña enfocada a las mujeres "Hola Soy Yo", cuyo propósito es sensibilizar a todos los trabajadores respecto del tema de igualdad de género y el respeto a la diversidad.

ARGENTINA

Firmamos la adhesión a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres. Estos principios fueron elaborados a través de una asociación entre ONU Mujeres y el Pacto Global de las Naciones Unidas, para "LOGRAR LA IGUALDAD ENTRE LOS GÉNEROS Y EMPODERAR A TODAS LAS MUJERES Y NIÑAS". ODS #5

INICIATIVAS DESTACADAS:

- Post natal con retorno paulatino.
- Jornada reducida para Mujeres.
- Campaña de liderazgo femenino: "Mujer Atrévete".
- Charlas Conciliación-Vida Laboral – Familiar.

PROGRAMAS DE APOYO PARA MUJERES VULNERABLES

PROGRAMA SOCIO LABORAL PARA MUJERES EN ESTADO DE VULNERABILIDAD

En Falabella queremos llegar a ser la marca de retail preferida entre las mujeres, no tan solo por nuestras clientas, también por quienes formamos parte del equipo. Para ello contamos con un programa en Perú que prepara, educa y ofrece empleo a mujeres de la comunidad de Fé y Alegría para desarrollarse en distintos puestos dentro de nuestra empresa como vendedoras y reponedoras, de manera de ofrecer una oportunidad laboral.

PROGRAMA FALABELLA INCLUSIVO

Este programa tiene sus raíces en nuestros principios, donde la inclusión y el respeto por la diversidad son parte de nuestros ADN. El objetivo del programa es potenciar la inclusión y la diversidad, para lograr equipos más comprometidos y productivos.

Los principales beneficios de contar con este programa son que la inclusión crea sentimientos de orgullo, mejora el clima organizacional e incluso aumenta la productividad general y ayuda a reducir las tasas de rotación, ausentismo y accidentabilidad. Además, una empresa multicultural posibilita atracción del talento, aumenta el compromiso de los trabajadores y su sentido de pertenencia, mejora la toma de decisiones, generando mayor creatividad e innovación en los procesos.

Los grupos prioritarios que hacen parte del programa son:

- Personas en situación de discapacidad.
- Jóvenes (trabajadores menores o igual a 25 años).
- Adultos mayores (trabajadores mayores o igual a 55 años).
- Migrantes.

PROGRAMAS DE INCLUSIÓN PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

CHILE

Desde 2012, en Falabella Chile venimos desarrollando este programa que busca dar oportunidades laborales a personas en situación de discapacidad. Para eso, trabajamos en conjunto con el Servicio Nacional de la Discapacidad (SENADIS) y con diferentes instituciones de la Red Incluye, las que entregan un apoyo integral a esta iniciativa y realizan seguimiento y charlas de sensibilización interna. Gracias a este programa, desde 2013 hemos sido reconocidos por el SENADIS con el Sello Chile Inclusivo de Oro. Hoy seguimos avanzando en esta línea y contamos en nuestras tiendas con el 1% de trabajadores en situación de discapacidad.

Una muestra de aquello es el trabajo que ha hecho Falabella Plaza Trébol, donde se trabaja en conjunto el Programa Haciendo Escuela con el Programa Inclusión, apadrinando a un colegio de Coanil (fundación que trabaja con personas con discapacidad intelectual). Hace más de 10 años, esta tienda tiene a alumnos del colegio Coanil y ofrece oportunidades de inserción laboral.

PERÚ

Implementamos el Programa Habilidades Diferentes para sensibilizar a nuestros trabajadores sobre el tema a través de talleres a lo largo de todo el país y realizamos un taller de lengua de señas con el objetivo de romper los paradigmas y generar una organización cada vez más inclusiva.

Asimismo, trabajamos desde hace varios años, con el centro Ann Sullivan contratando a personas con habilidades diferentes, teniendo como meta contar con el 2% de nuestra dotación en situación de discapacidad. En 2017, incluso, superamos nuestro objetivo, logrando el **2,8%**.

ARGENTINA

Trabajamos desde ya hace varios años con la Fundación Discar, que tiene como propósito insertar a los jóvenes con discapacidad intelectual al mundo laboral. En la actualidad, la Fundación Discar hace el acompañamiento a nuestros trabajadores en situación de discapacidad en el seguimiento de su desarrollo en la empresa. Al cierre de este reporte contamos con el 1,1% de nuestra dotación en situación de discapacidad.

PROGRAMAS DE INCLUSIÓN PARA JÓVENES TALENTOS

Nos adherimos al Acuerdo por la Empleabilidad Juvenil de la Alianza del Pacífico, cuyo propósito es impulsar la formación profesional dual para cerrar la brecha entre las habilidades aprendidas en el ámbito académico y las exigencias del mundo laboral, así como la promoción al desarrollo emprendedor entre los jóvenes. Nos comprometimos a desarrollar una serie de iniciativas conjuntas para dar a los jóvenes una experiencia laboral significativa.

En Argentina y Chile, tenemos una alianza con Fundación Forge. Asimismo, en Argentina trabajamos con Fundación Reciduca; ambas entidades cuentan con un programa de formación para los estudiantes del último año de la de la enseñanza media en habilidades blandas y empleo, para acceder a un primer empleo de calidad. Apadrinamos a 30 alumnos en Reciduca y a 33 alumnos en Fundación Forge, los cuales también tienen la posibilidad de hacer una práctica como apoyo a tienda y estar en un registro para futuros ingresos. Por último, tenemos una alianza junto a Fundación Sí, donde apoyamos a que jóvenes puedan estudiar una carrera universitaria, con el mantenimiento de habitaciones en la Residencia Universitaria ubicada cerca de nuestras tiendas. De esta forma potenciamos el desarrollo profesional de jóvenes.

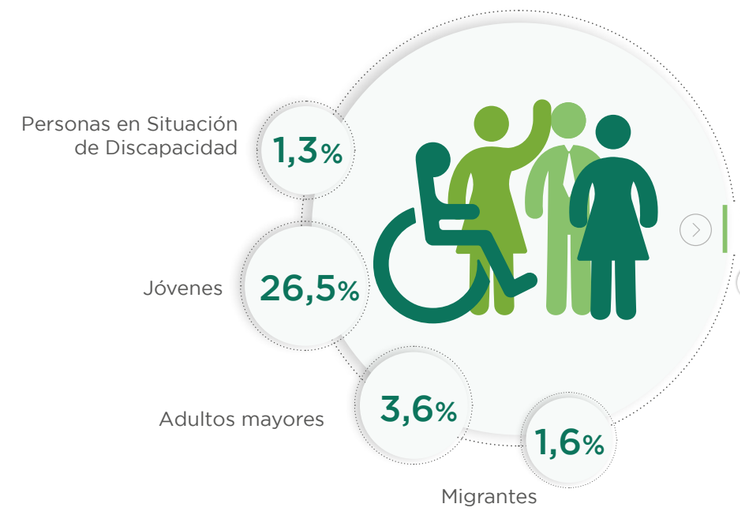
PROGRAMA COMPARTIENDO EXPERIENCIAS PARA ADULTOS MAYORES

En Perú tenemos el programa "Compartiendo Experiencias", donde se invita a un promedio de 100 adultos mayores en situación de vulnerabilidad para que trabajen medio tiempo como monitores de empaque para que apoyen con sus conocimientos y experiencias a trabajadores con menor experiencia.

PROGRAMA INCLUSIÓN DE MIGRANTES

Remontándonos a nuestros orígenes, nuestra empresa fue fundada por un inmigrante con una gran visión estratégica. Desde esta perspectiva la diversidad cultural es parte de nuestra cultura organizacional, muestra de ello es que convivimos personas de al menos 26 nacionalidades en los 4 países donde tenemos operaciones.

En Falabella creemos que una empresa multicultural posibilita la atracción del talento, aumenta el compromiso de los trabajadores y su sentido de pertenencia. Además, mejora la toma de decisiones, generando mayor creatividad e innovación en los procesos, por lo que dentro del Programa Falabella Inclusivo incluimos a los migrantes como grupo prioritario.



SINTESIS PROGRAMA FALABELLA INCLUSIVO

Nomenclatura:

- Personas en Situación de Discapacidad: Porcentaje de trabajadores en situación de discapacidad.
- Jóvenes: Porcentaje de trabajadores menores de 25 años.
- Adultos Mayores: Porcentaje de trabajadores mayores de 55 años.
- Migrantes: Porcentaje de trabajadores extranjeros.

CALIDAD **DE VIDA**

En Falabella promovemos el sano equilibrio, entre lo personal y lo laboral, pues sabemos que es lo esencial para el íntegro desarrollo de nuestras personas. En este contexto, en 2017 desarrollamos una Política de Pro-Flexibilidad laboral.

La implementación de esta nueva herramienta se está realizando en oficinas centrales de Chile para luego hacerla extensiva a las tiendas y a los otros países.

En esta línea, también contamos, desde 2016 en Chile, con un modelo de calidad de vida, denominado “Me siento mejor”, que tiene por finalidad brindar bienestar personal a nuestros trabajadores y sus familias, a través de una estrategia que se centra en los siguientes focos: salud, familia y entretención.

ELIGE Vivir BIEN
PROGRAMA CALIDAD DE VIDA FALABELLA

BENEFICIOS Y CONVENIOS TRANSVERSALES

- Becas de estudios universitarios.
- Seguros complementarios de salud, vida y dental.
- Convenios con centros de salud, gimnasios y centros de entretención.
- Gift Card institucional.
- Aguinaldos asociados a las celebraciones de Fiestas Nacionales, Navidad y Año Nuevo.
- Bonos por: nacimiento, matrimonio, escolaridad y fallecimiento de familiar.
- Celebraciones: Cumpleaños, Día de la Madre, Día del Padre, Navidad, entre otros.
- Orientación y asesoría para postulación a la vivienda propia y apertura de libreta con bono de ingreso.
- Asesoría psicológica y médica.
- Premio de excelencia académica para trabajadores que estudian y sus hijos.

PRIVILEGIAMOS LA CONTRATACIÓN LOCAL

Con el fin de mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores y contribuir al desarrollo de la comunidad, fomentamos la contratación de personas de la misma comunidad donde se encuentra ubicada la tienda. Muestra de ello es que el 55% de nuestros gerentes de tienda son oriundos de la localidad donde trabaja.

GERENTES DE TIENDA ORIUNDOS

- CHILE 56%
- PERÚ 57%
- COLOMBIA 32%
- ARGENTINA 100%

EL CLIMA LABORAL LO HACEMOS TODOS

Nuestro propósito de agregar valor al desarrollo y la vida de las personas se traduce en que el **90%** de nuestro equipo se siente orgulloso de trabajar en Falabella.

Para lograr un clima laboral participativo y cercano, contamos con un Programa de Gestión de Clima Laboral, cuya finalidad es saber la opinión y la percepción de las diferentes iniciativas que realizamos en pos de un mejor clima laboral y cómo impactan realmente en las vidas de nuestros trabajadores. Este programa ha sido fundamental para apalancar y mejorar las políticas transversales de recursos humanos, en términos de beneficios, flexibilidad, capacitación y calidad de vida, entre otras.

PROGRAMA DE **GESTIÓN DE CLIMA**

PROCESO **GESTIÓN DE CLIMA**

Realizamos gestión de clima a través de distintas iniciativas: aplicación de la encuesta Great Place to Work Institute GPTW (encuesta anónima y voluntaria que permite levantar información acerca de las fortalezas y áreas de mejora, entregando datos cuantitativos y cualitativos acerca de la percepción de los trabajadores sobre el clima laboral) y Encuesta Compromiso Falabella.

En base al análisis de estos inputs, realizamos la Comunicación de resultados con sus respectivos feedback y establecemos planes de acción para trabajar sobre las áreas de mejora detectadas en las encuestas. Además, todo el proceso de gestión de clima anual lo acompañamos con instancias de comunicación descendente, orientadas a sensibilizar y hacer responsable a nuestros equipos de la generación de un ambiente laboral positivo.

De acuerdo con **Ranking del GPTW** Saga Falabella es **una de las mejores empresas** para trabajar entre los Millennials y las mujeres en el Perú.

RESULTADOS GPTW POR PAÍSES

- 6º PERÚ Puntaje 89
- 6º COLOMBIA Puntaje 87
- 9º ARGENTINA Puntaje 77
- 25º CHILE Puntaje 80

En 2017, las mayores fortalezas se encuentran en el orgullo de pertenecer a Falabella, en la orientación del cliente, el trato justo, el equilibrio entre la vida laboral y familiar y la autonomía.

RELACIONES LABORALES POSITIVAS

61 sindicatos en los cuatro países.

36,4% de trabajadores sindicalizados en los cuatro países.

17 negociaciones colectivas en los cuatro países.

En Falabella fomentamos un trato basado en el diálogo y la transparencia, reconociendo la libertad de asociación y los derechos laborales de todos nuestros trabajadores. Respetamos y apoyamos estos derechos en cada uno de los países donde tenemos operaciones.

DIÁLOGO ABIERTO Y TRANSPARENTE CON SINDICATOS

Si hay algo que nos ha caracterizado hace más de medio siglo, es nuestra larga historia de relaciones sindicales, a través de una comunicación permanente y abierta entre los sindicatos y la gerencia de cada tienda. Asimismo, mediante la Gerencia de Relaciones Laborales mantenemos un diálogo continuo con las Federaciones llevando una agenda mensual y mesas de trabajo. Esto nos ha permitido implementar cambios de beneficio mutuo. Además, del envío semestral del Newsletter para mantener informados a nuestros sindicatos en Chile.

Cabe señalar que todos los cambios organizacionales, los comunicamos a través de nuestro mailing corporativo y son informados en un plazo mínimo de 30 días, tanto a los trabajadores como a los sindicatos.

CAPACITACIÓN A LÍDERES SINDICALES

Durante el 2017 seguimos potenciando la capacitación de nuestros dirigentes sindicales en materias de legislación laboral y negociación, llegando a 30 horas de capacitación por dirigente.

6º Realizamos en Chile la sexta versión del Congreso de Relaciones Laborales.

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

39 tiendas certificas en Chile bajo la norma **OHSAS 18.001/2007** lo que equivale al **87%**

En Falabella hemos asumido el compromiso de cuidar y brindar un lugar de trabajo seguro a nuestros trabajadores. Para ello, promovemos una cultura en torno a la seguridad y salud ocupacional, orientada a resguardar la integridad física de nuestros trabajadores mediante la prevención de riesgos laborales y la promoción de un entorno saludable.

En esta línea, contamos con un Sistema de Gestión en Salud y Seguridad Ocupacional (basado en la norma OHSAS 18.001/2007) en Chile, Perú y Colombia, cuyo objetivo es lograr un cambio cultural en la organización, orientado al cuidado de las personas, reducción de accidentes laborales y la mantención de instalaciones seguras.

TASAS DE SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

2,64	Tasa de Accidentabilidad
27,79	Tasa de Días Perdidos por Accidentes
0,02	Tasa de Enfermedades Profesionales
8,50	Tasa de Ausentismo

COMITÉS PARITARIOS

Cada una de nuestras tiendas y centros de distribución cuentan con expertos en prevención de riesgos y comités paritarios de higiene y seguridad, constituidos por representantes de los trabajadores y de nuestra empresa (en ellos están representados el 100% de los trabajadores). Estos organismos operan de acuerdo con la legislación de cada país y su función principal es detectar los riesgos de accidentes y enfermedades profesionales.

En Falabella nos preocupamos constantemente en potenciar el trabajo de los comités, con la finalidad de asegurar la correcta ejecución de sus funciones, dentro de las cuales está detectar los riesgos de accidentes y enfermedades profesionales. En esta línea, anualmente realizamos un programa de trabajo, que contempla revisiones periódicas de los accidentes laborales, inspecciones para minimizar los riesgos, campañas para potenciar el autocuidado y cursos de capacitación como: Primeros Auxilios, Manejo Manual de Carga, Uso y Manejo de Extintores, Curso Básico de Prevención de Riesgos, entre otros.

FORTALECER LA RELACIÓN CON PROVEEDORES DE UNA MANERA **SOCIALMENTE RESPONSABLE**

En Falabella buscamos relaciones constructivas y de largo plazo. Nuestros proveedores son socios estratégicos para entregar el mejor servicio a nuestros clientes.

Más de
11 mil proveedores

87% de las compras de productos y servicios se realizan a proveedores nacionales en los cuatro países.

En nuestras relaciones con los proveedores, siempre debe estar presente el beneficio para nuestros clientes. Para ello, establecemos vínculos de largo plazo basados en la transparencia, en la eficiencia, el diálogo, la confianza y la adopción de adecuados estándares de sostenibilidad en sus negocios.

En Falabella buscamos siempre obtener mejores condiciones, mayor calidad y mejor servicio, sin privilegiar ni discriminar arbitrariamente a ningún proveedor. En este sentido, las decisiones comerciales están en el mérito de las propuestas recibidas. Asimismo, cuidamos nuestra reputación relacionándonos solo con quienes compartan nuestros estándares éticos.

La trazabilidad de la producción es fundamental para asegurar que nuestros programas alcancen todas las fases y procesos de la cadena de suministro. En 2017, trabajamos con 11.205 proveedores en todo el mundo de los cuales 3.964 son los que nos abastecen de los productos que comercializamos en nuestras distintas plataformas de ventas. Además, el 87% de las compras de productos y servicios las realizamos a proveedores nacionales. Esto demuestra nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de la promoción del trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8), ofreciendo oportunidades laborales a proveedores en los países donde operamos.

PROGRAMA SOCIAL **COMPLIANCE DE FALABELLA**

Todos nuestros proveedores y sus talleres están sujetos a políticas y estándares:

- Código de Integridad.
- Código de Conducta.
- Política de Derechos Humanos.
- Política de Sostenibilidad.
- Firma Vendor Agreement.
- Firma Vendor Compliance.

Su cumplimiento es transversal a nuestra estrategia de Crecimiento Responsable y exige la cooperación de todas las áreas implicadas. Para ello la Gerencia de Responsabilidad Social de los 4 países, trabajan de forma cercana con todos los proveedores de marcas propias y sus talleres. Conocer e identificar todos los eslabones de nuestra cadena de suministro es la base para poder controlarla y mejorarla. Al cierre del ejercicio 2017, contamos con 1.366 proveedores de marcas propias que firmaron el Vendor Agreement y 1.208 que han firmado el Vendor Compliance, un 10% y un 7% más que en 2016 respectivamente.

PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL **PARA PROVEEDORES**

Para lograr un crecimiento responsable, necesitamos socios estratégicos que compartan nuestros principios, valores y estándares. Para ello, en Falabella capacitamos y evaluamos de manera constante a nuestros proveedores.

Al ser miembros de SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange), buscamos construir cadenas de valor transparentes, que cumplan con las normas laborales, salud y seguridad ocupacional, gestión ambiental y sobre todo integridad en los negocios.

Para resguardar estos principios, todos nuestros proveedores de productos, tanto nacionales como extranjeros, deben firmar el Vendor Compliance, código de conducta anexo al contrato, donde se especifican las condiciones éticas, laborales, de salud y seguridad, en que deben ser producidos los productos.

En este contexto, creamos en 2013 el Programa de Responsabilidad Social Empresarial para Proveedores de productos de marca Propia Falabella, cuyo fin es lograr una cadena de suministro que opere de forma sostenible, mejorando la calidad y la productividad y limitando los riesgos que puedan poner en riesgo nuestra Estrategia de Crecimiento Responsable.

Dentro del Programa se establece que todos los proveedores que confeccionen productos de nuestras marcas propias deben firmar el contrato tipo, denominado *Vendor Agreement,* en el cual fijamos las condiciones comerciales y de operación con nuestra empresa. Parte integral de este contrato es la relacionada con la responsabilidad social, donde el proveedor se compromete a: i) Adherir al protocolo de Responsabilidad Social SMETA y cumplirlo, ii) informar y mantener actualizado el listado de todos los talleres en los cuales confecciona los productos de las marcas de Falabella y iii) permitir y dar las facilidades necesarias para que los talleres informados sean auditados.

Para materializar nuestro programa, comenzamos a realizar las auditorías sociales bajo el protocolo SMETA a los proveedores nacionales de marcas propias de cada país a finales de 2013 y a los de oriente desde 2011, realizando auditorías sociales a los proveedores y sus talleres o fábricas.

AUDITORÍAS SOCIALES

En el marco de nuestro Programa de Responsabilidad Social para Proveedores, durante 2017 continuamos realizando las auditorías sociales bajo el protocolo SMETA logrando auditar a 689 (398 proveedores y sus talleres de marcas propias nacionales y a 291 proveedores asiáticos con sus respectivos talleres).

1.654 AUDITORÍAS REALIZADAS DESDE 2013.

251 CAPACITACIONES EN ASIA, CHILE, PERÚ, COLOMBIA Y ARGENTINA.

AUDITORÍAS A PROVEEDORES DE MARCAS PROPIAS:

NÚMERO DE AUDITORÍAS REALIZADAS POR PAÍS

TOTAL 689

- CHILE 122
- PERÚ 96
- COLOMBIA 72
- ARGENTINA 108
- ASIA 291

TIPO DE AUDITORÍA

TOTAL 689

- INICIAL 187
- SEGUIMIENTO 284
- ANUAL 218

CLASIFICACIÓN DE PROVEEDORES NACIONALES SEGÚN RESULTADOS DE AUDITORÍAS

	2016	2017
Aceptable	70	143
Bajo riesgo	82	107
Riesgo mediano	150	123
Alto riesgo	30	9
Acciones inmediatas	55	16
Total	387	398

Disminuyeron las acciones inmediatas en un 24% en relación a 2016.

PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE PROVEEDORES DE FALABELLA

En el marco del programa de acompañamiento realizamos el Seminario de Comercio Ético "Apoyando a nuestros proveedores en el camino a la Sostenibilidad", cuyo objetivo fue capacitar a nuestros proveedores de marcas propias de Chile para que cumplan con los estándares de SMETA, como asimismo, reconocer y felicitar a aquellos proveedores que han gestionado su cadena de valor bajo estos principios: ¡reconocer motiva!: En la ocasión, reconocimos a los 10 proveedores que habían mejorado en su auditoría SMETA.

En Colombia capacitamos a las gerencias de compras con el objetivo de dar a conocer el *Social Compliance* de Falabella. Asimismo, capacitamos a los proveedores en temas de sostenibilidad.

En tanto, para los proveedores de marcas propias asiáticos realizamos un total de 40 capacitaciones, dentro de las que destacan la formación sobre el *Social Compliance* y sus puntos clave.

> Desde que partimos este programa más del **80% de los proveedores** han mejorado sus auditorías.

Además, continuamos desarrollando el Programa de Acompañamiento de Proveedores de Falabella, que consiste en capacitaciones una vez al mes, para tratar

los temas más importantes en cuanto a condiciones de trabajo, normativas y seguridad. Los asesoramos, además, con visitas a sus fábricas sin costo alguno para ellos. Un equipo de Control Interno los visita y prepara para las auditorías sociales que les hará una empresa auditora externa.

Asimismo, seguimos realizando las capacitaciones a aquellos proveedores que obtuvieron un resultado de "Acción Inmediata" o "Riesgo Alto" para reforzar los puntos críticos, conocer la problemática que tienen y los plazos para levantar las observaciones de forma tal que obtengan mejor resultado en la siguiente auditoría. También, realizamos asesorías telefónicas o físicas a los proveedores sobre normativas laborales, seguridad y salud, medioambiente y comercio ético, según sus necesidades.

COMPROMETIDOS CON LAS PYMES

Una manera de asegurar la sostenibilidad del negocio es ser responsable con nuestras Pymes, con quienes desde hace años asumimos un compromiso, creando un conjunto de herramientas con el fin de darles la oportunidad y las facilidades para ingresar a nuestra Red de proveedores. Para lo anterior, hemos realizado distintas instancias como: Ferias Pymes, capacitaciones, encuentros, entre otras.

En 2017 creamos la gerencia Marketplace, en donde buscamos entregar mejores soluciones y stock de productos a nuestros clientes, permitiendo además la incorporación de nuevas Pymes y facilitando la inclusión de nuevos proveedores a la plataforma falabella.com.

APOYAR LA EDUCACIÓN **DE NUESTRAS COMUNIDADES**

En Falabella buscamos colaborar en el desarrollo social, económico y cultural de las comunidades que nos acogen a través de la educación, porque entendemos que es el motor para el desarrollo y para mejorar la calidad de vida de las personas.

USD 2.500.000 en inversión social.

102 Escuelas apadrinadas

78.249 Niños beneficiados

22.123 Horas de voluntariado

Tan importante como la relación que mantenemos con nuestros clientes, trabajadores y proveedores, es la que establecemos con las diferentes comunidades en donde estamos presentes.

Nos comprometemos a ser responsables con los posibles efectos o consecuencias que nuestro accionar pudiera tener en los lugares en los cuales trabajamos, procurando siempre mejorar los vínculos con todos los actores involucrados.

Somos parte de la comunidad, buscamos no solo la rentabilidad de nuestra compañía, sino que queremos ser un aporte real, a través de la educación, para mejorar la calidad de vida de las comunidades que nos acogen.

PROGRAMA **HACIENDO ESCUELA**

El Programa Haciendo Escuela (PHE) es uno de los sellos característicos de nuestra Responsabilidad Social, creado hace 49 años, con la finalidad de construir un mejor futuro para los niños de hoy y para las familias del mañana.

Esta iniciativa la hemos ido adaptando a las condiciones educacionales de cada país, basada en el apoyo integral de voluntarios de cada tienda, en conjunto con municipalidades, centros de padres y comunidad a la que pertenecen.

A partir de 2016, medimos el impacto social del Programa. En base a ello, realizamos una reestructuración de nuestros pilares y focos de trabajo para seguir impactando positivamente a los niños y niñas de nuestras comunidades. En 2017, redefinimos conceptualmente sus actividades, enfocándolas en los siguientes objetivos:

INFRAESTRUCTURA PARA LAS ESCUELAS

Busca proporcionar un ambiente físico adecuado para el aprendizaje y enseñanza de los estudiantes y profesores. Es así como en Falabella destinamos recursos para mejorar las instalaciones de los colegios, identificando y priorizando las necesidades con el fin de que los alumnos y profesores cuenten con espacios adecuados para su aprendizaje, desarrollo y trabajo.

AMPLIANDO HORIZONTES

La educación integral es parte fundamental de los colegios, por lo que se desarrollan programas con el objetivo de ampliar la perspectiva y despertar el interés e inspiración de los alumnos en materias más allá de lo académico (extracurriculares) tales como: música, deporte, juegos y desarrollo de competencias. De esta manera, los alumnos son capaces de desarrollar habilidades necesarias para su desarrollo profesional y personal, tales como la empatía y el trabajo en equipo, entre otras. Adicionalmente, estas actividades proporcionan una gran oportunidad para que nuestros trabajadores participen del voluntariado activo y acompañamiento.

FUNDAMENTAL ACADÉMICO

Su objetivo es mejorar el nivel de enseñanza académica y los resultados del aprendizaje en áreas claves. Implementa programas educativos orientados a apoyar la gestión de los colegios, a través de actividades de reforzamiento y capacitaciones dirigidas a los docentes.

VOLUNTARIADO

Involucra la realización de diferentes actividades en las que nuestros trabajadores participan activamente con la comunidad escolar de la cual forman parte.

A través de este programa establecemos una relación duradera con la comunidad, haciendo más efectivas nuestras intervenciones, ya que logramos conocer a los niños y autoridades del colegio, entregándoles apoyo durante todo el año por medio de diferentes actividades que están calendarizadas desde principio de año. Dentro de las actividades de voluntariado destacamos:

- Entrega de agendas escolares y calzado escolar.
- Cuenta cuentos.
- Reforzamiento de matemáticas.
- Olimpiadas del Saber.
- Del Colegio al Municipal.
- Talleres para padres y docentes.
- Aulas Digitales Móviles.
- Escuela de Fútbol.
- Escuela Activa.
- Premios de Fin de Año.
- Programas Biblioteca.
- Maratones de Lectura.
- Talleres de reciclaje y cuidado del medioambiente.
- Celebraciones de días especiales.

PROGRAMA HACIENDO ESCUELA EN CIFRAS

2015
95 ESCUELAS APADRINADAS
77.552 ALUMNOS BENEFICIADOS
1.852.142 INVERSIÓN REALIZADA (USD)

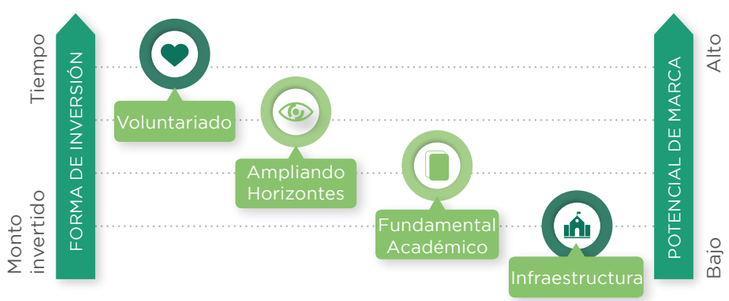
2016
100 ESCUELAS APADRINADAS
80.960 ALUMNOS BENEFICIADOS
1.906.285 INVERSIÓN REALIZADA (USD)

2017
102 ESCUELAS APADRINADAS
78.249 ALUMNOS BENEFICIADOS
2.107.749 INVERSIÓN REALIZADA (USD)

IMPACTOS DEL PROGRAMA HACIENDO ESCUELA EN CHILE

Una de las mejoras que realizamos en 2017, fue la medición del impacto del programa en Chile, utilizando la información del 2016 con la metodología *London Benchmarking Group* (LBG) que es el marco para la medición del impacto de la inversión corporativa en comunidades reconocida a nivel mundial y utilizada por más de 300 empresas, siendo la sugerida para reportar la inversión social en DJSI. http://www.lbg-online.net.

CUADRO DE MEDICIÓN DE IMPACTO BAJO METODOLOGÍA LBG



Visita nuestra web
www.haciendoescuela.cl

Medimos el 70% de las actividades y en promedio cada alumno participó en 3 de ellas.
Los principales impactos detectados son:

- 90% de los niños reportaron un cambio de actitud positiva frente al fútbol y la lectura con los padres, luego de participar en los programas deportivos "Escuela Activa", "Escuela de Fútbol", "Copa de Fútbol" y en el de fomento a la lectura "Mis Padres, mis Cuentos".
- 97% de los niños generaron un interés por la educación financiera y la música a través de los programas "Juntos Juguemos", "Del Colegio al Municipal" y "Olimpiadas del Saber". Adicionalmente 96% desarrolló una habilidad en estas áreas.
- En el caso de los programas académicos, 78% de los beneficiarios (niños y docentes) mejoró sus habilidades y el 96% desarrolló una destreza participando en los programas del ámbito académico de PHE.

PROGRAMA YO SOY VOLUNTARIO

22.123 HORAS
UN 11% MÁS QUE EN 2016.

4.673 PERSONAS PARTICIPANTES

El programa de Voluntariado Corporativo nace en 2012, con el propósito de generar vínculos con la comunidad y ser un aporte real en las comunidades donde tenemos presencia. Cada año hemos ido agregando nuevas actividades e iniciativas, las que en su mayoría nacen de los propios trabajadores.

El voluntariado se canaliza, principalmente, a través del Programa Haciendo Escuela donde los trabajadores y, en muchos, casos proveedores y familias de los trabajadores realizan en los colegios apadrinados algún tipo de voluntariado, ya sea a través de las actividades definidas en el marco del PHE o directamente yendo en ayuda de otras comunidades.

Con el lema "Ser Falabella se Siente Bien", en 2015, reestructuramos el programa y les entregamos a todos los trabajadores 10 horas anuales de su jornada laboral para realizar algún tipo de voluntariado, donde la jefatura directa aprueba y promueve el uso de estas horas. Para ello, implementamos una plataforma digital que nos permite tener respaldo de las horas que han usado nuestros trabajadores a lo largo del año.

> Todos los trabajadores tienen **10 horas anuales** de su jornada laboral para realizar algún tipo de voluntariado,

A las mejoras realizadas en 2015, se suman en 2017 la incorporación del voluntariado corporativo al proceso de inducción de los nuevos trabajadores, a quienes se les realiza una capacitación y se les invita a participar de una actividad en su semana de inducción. Además, nombramos embajadores de voluntariado, cuya misión es motivar e incentivar la participación de más voluntarios en las diferentes actividades.

En esta línea, lanzamos en Chile la campaña "Yo Soy Voluntario", en donde realizamos una activación muy llamativa que llenó nuestro lugar de trabajo con esta colorida frase "Queremos más sueños, ¡No te quedes fuera!, ¡Te necesitamos!. En las paredes, en los computadores, en las escaleras, potenciándola además a través de los diferentes medios de comunicación interna. En 2017, decidimos continuar con la campaña descrita, pero ir más allá, reconociendo a todos quienes fueran voluntario - ¡reconocer motiva! -. Por eso al término de cada actividad, a cada voluntario le entregamos un Lanyard (colgante para tarjeta personal) con el logo de la campaña y del PHE y realizamos una encuesta de percepción. Este tema se volvió muy aspiracional y hoy podemos ver cómo todos los trabajadores que son voluntarios portan felices su distintivo y se identifican entre ellos: "tú también eres voluntario del PHE".

YO SOY VOLUNTARIO

PROGRAMA FALABELLA HACIENDO ESCUELA

La campaña Yo Soy Voluntario fue un éxito, pues cumplimos con el objetivo de aumentar el compromiso con la comunidad y apoyar la educación de los niños del PHE, como queda demostrado en la encuesta que realizamos a los voluntarios al fin de cada actividad.

El 90% de los voluntarios encuestados declara que se siente bien por la manera en cómo contribuimos como empresa a la comunidad y se siente más involucrado con el entorno y la comunidad.

Asimismo, hubo un incremento obtenido con relación al número de participantes y las horas realizadas de voluntariado, pasando de 1.917 en 2016, a 2.638 voluntarios en 2017 y de 8.207 a 11.582 horas, respectivamente.

HORAS DE VOLUNTARIADO POR PAÍS

	2015	2016
Chile	7.200	8.203
Perú	6.420	7.105
Colombia	473	881
Argentina	3.423	3.450
Consolidado	17.516	19.639

2017

	HORAS DE VOLUNTARIADO	NÚMERO DE PERSONAS PARTICIPANTES
Chile	11.582	2.638
Perú	4.720	590
Colombia	2.592	790
Argentina	3.229	655
Consolidado	22.123	4.673

22.123 CONSOLIDADO HORAS

4.673 CONSOLIDADO PARTICIPANTES

OTROS VOLUNTARIADOS Y APORTES

Apoyamos a otras instituciones como la Teletón donde en Perú y Colombia somos auspiciadores oficiales desde sus inicios; visitamos hospitales, ayudamos en catástrofes nacionales cuando el país nos necesita.

INCENDIOS FORESTALES CHILE 2017

Tras los incendios forestales ocurridos en Chile a inicios de 2017, en Falabella apoyamos a las familias damnificadas, donando kits de uniformes escolares a todos los niños de las regiones afectadas. Con el objetivo de continuar ayudando, nuestra empresa junto a Falabella Inmobiliario impulsamos la campaña "1+1 Reconstruyendo sus sueños" que, en coordinación con el Ministerio del Interior y las autoridades locales, benefició a la comunidad de Paredones, en la Región de O'Higgins. Gracias a una donación de los trabajadores, que fue duplicada por la empresa, 140 voluntarios lograron mejorar los baños, los dormitorios y el gimnasio del Liceo Mirella Catalán Urzúa de dicha comuna, al que asiste un 80% de alumnos vulnerables. Además, los voluntarios plantaron 150 árboles nativos en el establecimiento, dentro de un proceso de reforestación de 3 mil especies que donamos a la región a través de la Fundación Reforestemos.

HUAICOS Y FENÓMENO DEL NIÑO COSTERO PERÚ 2017

En el primer trimestre de 2017 ocurrieron una serie de desastres naturales en Perú. En Lima con los Huaicos hubo caída de cerros por las lluvias y desbordes de ríos a raíz del Fenómeno del Niño Costero, que destruyó cientos de hogares. En Saga Falabella con el lema ¡Únete tú también y apoyemos todos!, realizamos una campaña de recolección de donativos donde nuestros trabajadores donaron 28 mil paquetes de galletas y 49.107 latas de conservas y como empresa donamos 20 mil latas de conservas y 22.500 packs de ropa para niños y niñas. Asimismo, y debido a la urgencia de la situación pusimos centros de acopio en todas nuestras tiendas a nivel nacional para que nuestros clientes pudieran dejar sus aportes en alimentos no perecibles.

DESASTRE NATURAL EN MOCOA COLOMBIA 2017

Tras el desborde de tres ríos en el municipio sureño de Mocoa, en plena Amazonía de Colombia, centenares de familias quedaron damnificadas. Para ir en ayuda de ellos, iniciamos una campaña para recaudar fondos en las cajas de pago de nuestras 24 tiendas a lo largo del país. Además, donamos 1.000 pares de zapatos para niños y adultos. Al cierre de la jornada de 10 días, recaudamos más de 20 mil dólares provenientes de nuestros clientes y trabajadores. Los aportes fueron depositados en nombre de los donantes en la cuenta oficial de la Cruz Roja.

OTROS APOYOS EN CHILE

Luego de un incendio en el Colegio Multicultural Los Pellines, los alumnos continuaron estudiando en precarias condiciones. Fue entonces cuando los trabajadores de la tienda Falabella Valdivia, en conjunto con el sindicato, empezaron a apoyar a esta escuela rural de comunidad mapuche. De esta forma, realizaron una solicitud para que el colegio pudiera ingresar al PHE, lo que permitió que los niños recibieran ayuda con reforzamientos de matemáticas, cuenta cuentos, agendas, calzado escolar, etc. Fue así como en una de las reuniones con el colegio, los docentes plantearon que querían de tener una Ruca y seguir en contacto con sus raíces como pueblo originario. Los trabajadores de tienda construyeron la Ruca, que permite a los estudiantes de la comunidad escolar preservar sus tradiciones y cultura.

También realizamos donaciones menores a fundaciones y organizaciones sin fines de lucro que solicitan nuestra ayuda en los 4 países. Durante 2017, apoyamos a más de 42 instituciones, donando la suma de USD 385.414. Además, en Chile, ayudamos a distintas instituciones que nos solicitan nuestra ayuda, entregándoles vestuario, decohogar, menaje y juguetería; lo cual corresponde a más de 800 bultos de donación en productos.

MITIGAR NUESTROS IMPACTOS **CON EL MEDIOAMBIENTE**

Nuestro compromiso es promover el cuidado del medioambiente, para lo cual procuramos identificar, evaluar y gestionar los efectos medioambientales de nuestra operación, con el objetivo de minimizarlos.

16 Tiendas certificadas LEED

8% Disminución del consumo de energía por m² en 2017

51% De material reciclado

En Falabella creemos que, para construir un mundo más verde, necesitamos el compromiso de todos. Desde esta premisa, nos comprometemos a través de nuestra Política Medioambiental con el cuidado, preservación, y mitigación de nuestros impactos sobre el medioambiente. Para ello, día a día incorporamos tecnología que nos permitan una operación cada vez más amigable, menos invasiva y más sustentable.

Para lograr nuestros compromisos, y de acuerdo con nuestra Política Medioambiental, los focos están puestos en: Construcción sustentable, atmósfera más limpia, uso eficiente de los recursos, uso de materiales sustentables, reciclaje y gestión de residuos. Que se traduce en el desarrollo inmobiliario sobre la base de una conducta medioambientalmente sustentable, utilizar la energía de forma eficiente, hacernos cargo de los residuos que generamos provenientes de la operación cotidiana de nuestro negocio, fomentar el packing sustentable y trabajar para combatir el cambio climático.

CONSTRUCCIÓN **SUSTENTABLE**

En línea con nuestra Política de Sostenibilidad hemos continuado nuestro desarrollo inmobiliario sobre la base de una conducta medioambientalmente sustentable.

Somos miembros del U.S. Green Building Council, organización sin fines de lucro que tiene como objetivo promover y estimular la construcción y el desarrollo sustentable; la innovación tecnológica y la certificación de construcciones sustentables; el uso eficiente de la energía y la utilización de energías renovables; el uso eficiente del agua; el uso de materiales de construcción provenientes de recursos renovables, reciclables y no tóxicos; y mejorar la calidad de vida y la salud de las personas y las comunidades. La Certificación LEED™ ("Leadership in Energy & Environmental Design")*, es un programa de construcción verde, reconocido como el mejor en su clase de estrategias y prácticas de construcción. Fue desarrollada por el USGBC (Consejo de Construcción Sustentable de Estados Unidos), en marzo del 2000. La metodología LEED permite evaluar y comparar la edificación sustentable a nivel mundial, sobre la base de una pauta objetiva y rigurosa otorgando cuatro niveles de certificación (Certificado, Plata, Oro y Platino).

En Falabella, desde 2010 implementamos la certificación en construcción sustentable en nuestras tiendas. Al cierre de este reporte contamos con 16 tiendas certificadas LEED y 15 tiendas ecoamigables**.

CHILE

7 CERTIFICADAS LEED
Plaza Calama, San Bernardo, San Felipe, San Fernando, Alto Las Condes, Castro, Curicó.

7 ECOAMIGABLES
Ahumada, Rancagua, Costanera Center, Arauco Maipú, Plaza Egaña, Plaza Copiapó.

PERÚ

5 CERTIFICADAS LEED
Piura, Arequipa, Angamos, Santa Anita, Plaza Lima Norte.

2 ECOAMIGABLES
Cajamarca, Ica Mall.

COLOMBIA

3 CERTIFICADAS LEED
Santafé,Centro Mayor, Pereira.

4 ECOAMIGABLES
Jardín Plaza, Plaza Central, Diverplaza, La Colina.

ARGENTINA

1 CERTIFICADAS LEED
Tortuguitas.

2 ECOAMIGABLES
Córdoba, Avellaneda.

* Tiendas LEED: para que una tienda pueda ser certificada LEED debe cumplir con los siguientes requisitos: eficiencia hídrica y energética, construcción realizada con materiales sostenibles, innovación en diseño, entre otros.

** Tiendas Ecoamigables: Son aquellas instalaciones que cuentan con ciertos criterios LEED (que desde el diseño, construcción y operación cumple con estándares básicos de construcción sostenible), pero no los suficientes para ser certificadas o, para el caso de las nuevas tiendas, no han sido sometidas al proceso de certificación aún.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

En Falabella hemos definido la Eficiencia Energética como uno de los pilares fundamentales de nuestra gestión ambiental. Desde esta mirada, desde 2008 hemos trabajado en un Programa de Eficiencia Energética en todos los países, que hemos ido implementado en forma gradual enfocándonos en los siguientes ejes: (i) monitoreo y control del consumo eléctrico en iluminación, climatización y operación, mediante el sistema de control centralizado; (ii) Instalación de equipos con mayor índice de eficiencia energética en iluminación y climatización; (iii) implementación de programa de mantenimiento específico para equipos que presentan desviaciones en su línea base de consumo eléctrico y (iv) campañas para promover el uso responsable y eficiente de la energía.

Durante 2017, continuamos avanzando en el Programa con el fin de hacer mejoras y reducir los consumos de energía en toda nuestra operación. Todo esto acompañado de campañas internas de sensibilización de la importancia de la energía y una utilización eficiente de ésta, así como indicaciones directas para permitir mayores ahorros de energía sin afectar la operación de la tienda. Estas medidas nos permitieron lograr a nivel consolidado un consumo energético de 136 KWh por m² construido, lo que representa una caída en el consumo de un 8% por m² construido en comparación a 2016 lo que equivale a la intensidad energética.

CONSUMO DE ENERGÍA (KWh) POR PAÍS

	2015	2016	2017*
Chile	98.839.744	90.703.218	91.378.510
Perú	73.415.348	79.789.163	68.559.950
Colombia	33.708.068	35.038.425	38.436.314
Argentina	24.484.198	23.853.084	23.459.005
Consolidado	230.447.358	229.383.890	221.833.779

*Nota: El año 2017 incluye el consumo de energía renovable que fue de 33.097.564 KWh.

En el marco de nuestro Programa de Eficiencia Energética, tenemos como meta para el año 2018 reducir a nivel consolidado el 6% de nuestro consumo de energía.

METAS 2018 DE REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA:

- CHILE 3%
- PERÚ 5%
- COLOMBIA 5%
- ARGENTINA 10%

6% CONSOLIDADO

Durante el año, como Empresas Falabella suscribimos una alianza con Acciona Energía para abastecer en Chile a casi 100 instalaciones de nuestros negocios con energía renovable dentro de los próximos años. Nuestras tiendas en convenio son: Mall Copiapó, La Serena, Viña del Mar, Valparaíso, Parque Arauco, Lyon, Alto Las Condes, La Dehesa, Manquehue, Melipilla, Curicó, Talca, Chillán, Concepción, Temuco, Iquique y Calama. Para 2018, se planea agregar a nuestro nuevo centro de distribución. En el marco de esta alianza, utilizamos el **36%** de energía renovable.

FALABELLA CERO RESIDUOS

El reto de la economía circular es lograr que los residuos puedan reincorporarse de nuevo al ciclo económico formando parte integrante de los nuevos productos que se creen en el sistema productivo. Desde esta mirada, en Falabella nos hacemos cargo de los residuos que generamos producto de nuestra operación, comprometiéndonos a promover la prevención en la generación de residuos y a fomentar la reducción, reutilización, reciclaje, tratamiento y disposición final de éstos como última alternativa.

En esta línea, en 2017, desarrollamos una serie de iniciativas y continuamos con las existentes para hacer de Falabella una empresa Cero Residuos:

CHILE

PROGRAMA RECICLADORES DE BASE

Nuestras tiendas Falabella Ahumada, en el marco del proyecto Reciclaje Inclusivo Comunal, ejecutado por Fundación Casa de La Paz en alianza con el Movimiento Nacional de Recicladores de Chile, busca mejorar la gestión de residuos ligados a nuestra operación. Mediante el programa, los recicladores recolectan todos los residuos sólidos que generan las tiendas que participan de éste, sobre todo cartones de diversos tipos , para luego venderlos y finalmente llevarlos a una planta de procesamiento. En la primera fase del programa participaron seis recicladores, quienes fueron capacitados durante tres meses en metodología de segregación de materiales; sistemas de trazabilidad y registro; cadena de valor en el mercado de residuos y la ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP). Se espera para 2018 ampliar este programa a más tiendas de la Región Metropolitana y a dos tiendas de regiones.

PROYECTO "CAMPAÑAS GRÁFICAS"

Seguimos desarrollando el Proyecto "Campañas Gráficas", en alianza con la empresa Market Green, donde reciclamos y reutilizamos nuestras telas publicitarias las cuales las convertimos en materiales de construcción, evitando enviar a rellenos sanitarios en 2017 12,6 toneladas de material PVC, logrando compensar **14 toneladas de CO2.**

PROYECTO DE RECICLAJE

En Oficina Central, mantuvimos el proyecto de Reciclaje, el cual consiste en la instalación de un Punto Verde y una Bodega de RESPEL e instalación de 13 Islas de Reciclaje. Todo acompañado de campañas de sensibilización y capacitaciones sobre el correcto manejo de residuos. Durante 2017, logramos reciclar a través de este proyecto **11,1 toneladas.**

NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN CERO RESIDUOS

El nuevo Centro de Distribución, está emplazado en una superficie de 67 hectáreas y será Cero Residuos. Para ello, contará con un Punto Verde de 134 m2 para residuos generados producto de sus operaciones normales; reemplazaremos, además, las cajas de cartón por cajas plásticas reutilizables de material reciclado. Para su construcción, hemos utilizado el 29% de materiales reciclado (maderas, plásticos, entre otros) y hemos logrado reciclar el 89% de los residuos generados producto de esta.

ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA (APL) CERO RESIDUO

Falabella Los Domínicos, nuestra nueva tienda inaugurada en Chile se adhirió al Acuerdo de Producción Limpia (APL) CERO RESIDUO, articulado por ACCIÓN Empresas como representante de las empresas comprometidas y por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, como contraparte desde el sector público y promovido por el Ministerio de Medio Ambiente. El propósito de este APL es reducir la disposición final de residuos al mínimo. Este compromiso público-privado contribuirá directamente a la implementación de la nueva Ley de Responsabilidad Extendida del Productor y Fomento al Reciclaje (Ley REP)*, ya que promoverá el desarrollo de un mercado de gestión y reciclaje de residuos en un proceso de tres años.

GESTIÓN Y RETIRO DE RESIDUOS PELIGROSOS:

Continuamos con la gestión y retiro de residuos peligrosos según requerimientos puntuales, alcanzado en este periodo a gestionar los residuos peligrosos de todas las tiendas del país, dando cumplimiento a las exigencias ambientales.

PUNTOS VERDES ESTANDARIZADOS

Seguimos instalando en las tiendas los Puntos Verdes. Aumentamos de 18 a 41 el número de tiendas con este espacio, logrando aumentar la cobertura de un 37% en 2016 a un 84% en 2017.

COLOMBIA

PROGRAMA DE LAS TRES "R"

Este programa tiene como objetivo reducir los residuos sólidos y aumentar sus beneficios, reutilizando aquellos que por sus propiedades es posible incorporarlos al ciclo productivo por su uso o por la materia prima del cual es fabricado. Durante 2017, el énfasis estuvo puesto en desarrollar con fuerza la gestión continua de los residuos aprovechables en alianza con la empresa Consult Green, estandarizando procesos y generando nuevos productos a partir de los residuos recolectados, tales como: mangueras, bolsas, ganchos, estibas, juguetes, entre otros.

PROGRAMA DE POS CONSUMO

Seguimos trabajando en el Programa de Pos consumo de la Corporación EcoComputo para la gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), considerando el impacto negativo generado por estos artículos desechados. Los RAEE se consideran un residuo peligroso que al terminar su ciclo de vida pueden llegar a contaminar el suelo, las fuentes de agua y el aire si son dispuestos de forma incorrecta. EcoComputo se encarga de realizar una gestión integral de los residuos de computadores y/o periféricos (como monitores, teclados, impresoras o escáneres), que requiere un manejo diferenciado, los demás residuos de aparatos eléctricos y electrónicos son gestionados con otras empresas.

* Tiene por objetivo disminuir la generación de residuos y fomentar su reutilización, reciclaje o valoración. Su fin es proteger la vida de las personas y el medioambiente.

RECICLAJE DE MATERIALES

Gracias a todas estas iniciativas reciclamos el 54% de los residuos generados producto de nuestra operación, un 19% más que en 2016.

RECICLAJE DE RESIDUOS

	2015	2016	2017
Chile	2.958	2.842	4.683
Perú	1.666	1.911	1.956
Colombia	1.255	1.321	1.406
Argentina	S/I	S/I	23
Consolidado	5.879	6.074	8.068

NOTA **S/I** : Sin información

MATERIAL RECICLADO

TOTAL
8.068
TONELADAS

PAPEL · PLÁSTICO · CARTÓN · OTROS

RESIDUOS GENERADOS 2017

TOTAL
14.985
TONELADAS

PAPEL · PLÁSTICO · CARTÓN · OTROS

GESTIÓN DE RESIDUOS

Durante 2017, en Chile, seguimos implementando el Sistema de Información Ambiental y Prevención de Riesgos con el fin estandarizar el manejo de residuos no peligrosos y peligrosos; en Colombia continuamos gestionando el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS) y en Perú, implementamos un Plan de residuos, que nos han permitido gestionar nuestros residuos de una manera sustentable.

RESIDUOS GENERADOS

	2015	2016	2017
Chile	6.855	6.931	10.014
Perú	2.286	3.010	3.429
Colombia	1.417	1.321	1.406
Argentina	S/I	1.165	136
Consolidado	10.558	12.427	14.985

NOTA **S/I** : Sin información

PACKAGING SUSTENTABLE

En Falabella creemos en un mundo más verde, es por ello por lo que hemos trabajado para que nuestros embalajes sean más amigables con el medioambiente.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Meta 8.5

BOLSAS BIO

En un año logramos reemplazar más de 40 millones de bolsas y le damos la opción al cliente que elija cómo llevar las compras; en nuestra bolsa biodegradable, en nuestra bolsa reutilizable, o en su propia bolsa.

BOLSAS REUTILIZABLES

Fomentamos el uso de bolsas reutilizables, en Perú y Colombia realizamos campañas en las tiendas, con mensajes auditivos programados, con el fin de crear una cultura ambiental en nuestros clientes de que utilicen las bolsas reutilizables.

CATÁLOGOS Y PAPELES DE REGALOS SOSTENIBLES

Nuestros catálogos y papeles de regalo cuentan con certificación PEFC y FSC, lo que nos asegura que provienen de bosques renovables y son biodegradables. Esta iniciativa la tenemos implementada en Chile y Perú.

CAJAS DE ENTREGA DE PRODUCTOS DE FALABELLA.COM

En Chile y Colombia nuestras cajas de entrega de productos de falabella.com cuentan con certificación FSC (Forest Stewardship Council, que acredita el manejo sustentable de los bosques), Responsabilidad Forestal.

PAPEL PARA BOLETAS Y DE IMPRESIÓN

Tanto el papel en que se imprimen las boletas como el papel que se usa en oficinas, son certificados FSC. También las tintas de impresión cuentan con certificados que acreditan que no son tóxicas.

CAMBIO CLIMÁTICO

Son muchos los efectos del cambio climático que se han dado a conocer y variadas las consecuencias, lo cual nos invitan a una búsqueda constante de mejoramiento en el desarrollo del negocio y en alcanzar una maximización económica junto con minimizar el impacto negativo al medioambiente. Para lograrlo, en Falabella Retail Chile en 2012, dimos el primer paso y empezamos la medición de nuestra Huella de Carbono, la cual nos permitió cuantificar las emisiones de CO2-e asociadas a nuestra operación. Para estos efectos, solicitamos a Fundación Chile el servicio de medición. El proyecto consistió en la estimación de las emisiones de GEI directas e indirectas de las actividades operativas de Falabella Retail, siguiendo los lineamientos metodológicos del GHG Protocol*. El proyecto contempló, adicionalmente, la evaluación de reducción de las emisiones equivalentes a los resultados de los programas de eficiencia energética que hemos implementado desde 2007.

En 2016, fuimos invitados por el Ministerio de Medio Ambiente a participar del Programa HuellaChile, cuyo objetivo es fomentar la cuantificación, reporte y gestión de las emisiones de GEI corporativa en el ámbito público y privado. Esta iniciativa pone a disposición de las organizaciones participantes una herramienta de cálculo en línea gratuita, que apoya y facilita la cuantificación y reporte de sus emisiones de GEI corporativas. Ingresamos al programa con un proyecto piloto midiendo la huella de carbono (Alcance 1 y 2) de dos de nuestras tiendas (Parque Arauco y Altos Las Condes), la cual fue de 2.981 tonCO2eq.

Durante 2017, continuamos midiendo nuestra Huella de Carbono (Alcance 1 y 2 completo y Alcance 3 parcialmente) en 12 tiendas a través del programa HuellaChile del Ministerio de Medio Ambiente y su verificación correspondiente por la empresa Deloitte. Las tiendas fueron: Alto Las Condes, Antofagasta, Calama, Copiapó, La Calera, Parque Arauco, Plaza del Trébol, Puente, Puerto Montt, Punta Arenas, San Fernando y Valdivia. Además, realizamos la mitigación de las tiendas Parque Arauco y Alto Las Condes.

EMISIONES TOTALES (tonCO2eq)

TOTAL
10.910
tonCO2eq

EMISIONES DIRECTAS (ALCANCE 1)
115 tonCO2eq

EMISIONES INDIRECTAS (ALCANCE 2)
10.795 tonCO2eq

INICIATIVAS QUE AVALAN NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

CAPACITACIONES EN TEMAS AMBIENTALES

Dentro de nuestro plan de inducción, contamos con un curso e-learning obligatorio de Derechos Humanos y Responsabilidad Social Empresarial, en el cual se detallan aspectos vinculados a temas medioambientales en el cual se detallan aspectos vinculados a temas medioambientales y nuestro compromiso con los ODS. Además, realizamos capacitaciones presenciales a todos los colaboradores que trabajan en tiendas ecológicas para que comprendan cómo funcionan y puedan aportar en esa dirección. También hacemos Campañas de Responsabilidad Social Empresarial para potenciar nuestro compromiso con el entorno a trabajadores y a través del Programa Haciendo Escuela con voluntariados de: agua y energía, cambio climático y reciclaje.

DOCUMENTACIÓN ELECTRÓNICA

Desde de 2014, implementamos en Oficinas Centrales de Chile una nueva aplicación virtual que permite que todos los contratos de trabajo, anexos de contratos y documentos tales como comprobantes de vacaciones, libro de asistencia y comprobantes de turnos sean firmados de manera electrónica. Este nuevo método nos ha permitido disminuir el consumo de papel, dado que se dejó de imprimir más de 9.400 documentos mensuales.

POR UN MUNDO MÁS VERDE

* El Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol) es la herramienta internacional más utilizada para el cálculo y comunicación del Inventario de emisiones. Fue la primera iniciativa orientada a la contabilización de emisiones, propuesta por los líderes gubernamentales y empresariales para entender, cuantificar y gestionar las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

05

ANEXOS

Tabla de Contenidos GRI
GRI 102: Contenidos generales 2016
88

Temas materiales por pilar de RSE
Temas Materiales por pilares de RSE
90

Contactos
97

TABLA DE CONTENIDOS GRI

GRI 102: CONTENIDOS GENERALES 2016

CONTENIDOS GENERALES	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
102-1 Nombre de la organización	14		
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	14 y 48		
102-3 Ubicación de la sede principal de la organización	14		
102-4 Ubicación de las operaciones	14		
102-5 Propiedad y forma jurídica	14		
102-6 Mercados servidos	14		
102-7 Tamaño de la organización	8 y 9		
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	51	Principio 6	8
102-9 Cadena de suministro	15		
102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	En 2017 se produjo un cambio significativo en el Directorio, dejan sus cargos Juan Carlos Cortés y Esteban Ivovic y los reemplazan Paola Cúneo y Julio Fernández.		
102-11 Principio o enfoque de precaución	18, 28 y 78		
102-12 Iniciativas externas	29		
102-13 Afiliación a asociaciones	29 y 30		
ESTRATEGIA			
102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4		
ÉTICA E INTEGRIDAD			
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	6, 7 y 34	Principio 10	16
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	35	Principio 10	16
GOBERNANZA			
102-18 Estructura de gobernanza	16		
102-19 Delegación de autoridad	16		
102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	16		5 y 16
102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	16		16
102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	16		5 y 16
102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	16		

CONTENIDOS GENERALES	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
102-40 Lista de grupos de interés	21		
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	66		
102-42 Identificación y selección de grupos de interés	21		
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	21		
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	21		
PRÁCTICA DE PRESENTACIÓN DE INFORMES			
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Por ser Falabella Retail una sociedad anónima cerrada sus estados financieros no son públicos.		
102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	24		
102-47 Listado de temas materiales	25		
102-48 Reexpresión de la información	No hubo.		
102-49 Cambios en la elaboración de informes	No hubo.		
102-50 Periodo objeto del informe	3		
102-51 Fecha del último informe	3		
102-52 Ciclo de elaboración de informes	3		
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	98		
102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	3		
102-55 Índice de contenidos GRI	88		
102-56 Verificación externa	No cuenta con verificación externa.		

TEMAS MATERIALES POR PILAR DE RSE

TEMAS MATERIALES POR PILARES DE RSE

ESTÁNDAR GRI O INDICADOR PROPIO	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS ASOCIADO
ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	**103-1 Explicación del tema material y su Cobertura**	34		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	34		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	34		
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	En la Memoria Anual de nuestra Matriz S.A.C.I. Falabella se dan a conocer los estados de resultados económicos.		2, 5, 7, 8 y 9
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	El monto total recibido fue de US$ 514.297 por concepto de crédito por capacitación y franquicia contratación zonas extremas en Chile. En tanto, en Colombia fue por Crédito por adquisición de Activo Fijos. Perú y Argentina no tuvieron franquicias por parte del Gobierno.		13
GRI 205: Anticorrupción 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	39		
	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	117 centros que incluyen las tiendas, oficinas centrales y centros de distribución en los cuatro países donde estamos presentes, que corresponden al 100% de nuestras operaciones.	Principio 10	16
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	39	Principio 10	16
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No hubo.	Principio 10	16
GRI 206: Competencia desleal 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	38		
	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	En 2017 se registraron un total de 5 demandas por competencia desleal (4 en Perú y 1 en Colombia).		16
GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	38		
	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	117 centros que incluyen las tiendas, oficinas centrales y centros de distribución en los cuatro países donde estamos presentes, que corresponden al 100% de nuestras operaciones.		
	412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	39	Principio 2	
	412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	69	Principio 1	

ESTÁNDAR GRI O INDICADOR PROPIO	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS ASOCIADO
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	Contenido sobre el Enfoque de Gestión	34		
	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Se recibieron un total de 11 multas por un valor de US$10.826.		16
CLIENTES				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	**103-1 Explicación del tema material y su Cobertura**	40		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	40		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	40		
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	Contenido sobre el Enfoque de Gestión	47		
	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	47	Principio 1	
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	No hubo.	Principio 1	16
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	49		
	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	49	Principio 8	12
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No hubo.	Principio 8	16
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	No hubo.		16
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	49		
	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	No hubo.	Principio 1	16
FR1: Fomentar el Consumo Sostenible	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	49		
	Número de campañas de marketing con contenido social y/o valórico realizadas durante el periodo	49		12
FR2: Nuevas marcas o franquicias	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	48		
	Detallar las nuevas marcas o franquicias incorporadas durante el período	48		

ESTÁNDAR GRI O INDICADOR PROPIO	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS ASOCIADO
FR3: Redes sociales	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	41		
	Número de apariciones en las redes sociales	41		
	Número de apariciones positivas y número de apariciones negativas	41		
FR4: Promover la inclusión	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	41		
	Número de probadores para personas con discapacidad en cada tienda	41		
TRABAJADORES				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	**103-1 Explicación del tema material y su Cobertura**	50		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	50		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	50		
GRI 202: Presencia en el Mercado 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	57		
	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	57		1, 5 y 8
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	64		8
GRI 401: Empleo 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	51		
	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	La tasa de nuevas contrataciones alcanzó a 38% a nivel consolidado. En tanto, la tasa de rotación fue de 58%.	Principio 6	5 y 8
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	64		8
	401-3 Permiso parental	58	Principio 6	5 y 8
GRI 402: Relaciones Trabajador - Empresa 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	66		
	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	66	Principio 3	8

ESTÁNDAR GRI O INDICADOR PROPIO	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS ASOCIADO
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	67		
	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	67	Principio 6	8
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	67	Principio 1	3 y 8
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	67	Principio 1	3 y 8
	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	Los asuntos relacionados con la salud y seguridad están cubiertos en un 100% en los convenios colectivos.	Principio 1	8
GRI 404: Formación y Enseñanza 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	53		
	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	56	Principio 6	4,5 y 8
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	52		8
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	56	Principio 6	5 y 8
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	58		
	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	51 y 58	Principio 6	5 y 8
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	57	Principio 6	5,8 y 10
GRI 406: No discriminación 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	51		
	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	En 2017, se presentaron 2 casos, de los cuales 1 fue desvinculado de la Empresa.	Principio 1, 2 y 6	5,8 y 16
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	38 y 68		
	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	38	Principio 1, 2 y 3	8
GRI 408: Trabajo infantil 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	38 y 68		
	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No hubo.	Principio 1, 2 y 5	8 y 16

ESTÁNDAR GRI O INDICADOR PROPIO	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS ASOCIADO
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	38 y 68		
	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No hubo.	Principio 1, 2 y 4	8
GRI 410: Prácticas en materia de seguridad 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***			
	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	El 100% de los guardias de seguridad que trabajan en Falabella Retail reciben formación en temáticas de Derechos Humanos.	Principio 1 y 2	16
FR5: Clima laboral participativo	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	65		
	01 Puntaje y puesto obtenido en el Ranking del Great Place to Work	65		8
	02 Detallar las acciones realizadas para lograr un buen clima laboral	65		8
FR6: Movilidad interna	Contenido sobre el Enfoque de Gestión	57		
	Número de trabajadores ascendidos durante el periodo por cargo y sexo	57		8

PROVEEDORES

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	**103-1 Explicación del tema material y su Cobertura**	68		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	68		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	68		
GRI 204: Prácticas de Adquisiciones 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	69		
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	69		12
GRI 308: Evaluación Ambiental de los proveedores 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	70		
	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	70	Principio 6	5,8 y 16
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	No hubo.	Principio 6	5,8 y 16
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	70		
	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	70	Principio 6	5,8 y 16
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	No hubo.	Principio 6	5,8 y 16

ESTÁNDAR GRI O INDICADOR PROPIO	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS ASOCIADO
FR7: Programa de Transparencia Comercial	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	69		
	01 Número de proveedores que firmaron el Vendor Agreement	69	Principio 6	5,8 y 16
	02 Número de proveedores que firmaron el Vendor Compliance	69	Principio 6	5,8 y 16
FR8: Auditorias sociales	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	69		
	01 Número de proveedores de marcas propias nacionales auditados	70	Principio 6	5,8 y 16
	02 Resultados obtenidos en auditorías a proveedores nacionales de marcas propias	70	Principio 6	5,8 y 16
	03 Tipo de auditoria a proveedores de marcas propias nacionales	70	Principio 6	5,8 y 16
	04 Número de capacitaciones realizadas a proveedores de marcas propias nacionales	71	Principio 6	5,8 y 16
	05 Número de proveedores de marcas propias asiáticos auditados	70	Principio 6	5,8 y 16
	06 Resultados obtenidos en auditorías a proveedores asiáticos de marcas propias	70	Principio 6	5,8 y 16
FR9: Apoyar a proveedores Pymes	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	71		
	01 Número de Pymes durante el periodo	71		10 y 12
	02 Porcentaje de Pymes que se le pagaron en 30 días o menos	82%		10 y 12

COMUNIDAD

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	**103-1 Explicación del tema material y su Cobertura**	72		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	72		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	72		
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	74		
	203-1: Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	74		2,5,7,9 y 11
GRI 413: Comunidades locales 2016	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	73		
	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	73	Principio 1	
FR10: Programa de voluntariado corporativo	***Contenido sobre el Enfoque de Gestión***	75		
	01 Número de horas totales de voluntariado	76		4 y 10
	02 Número de trabajadores participantes	76		4 y 10

ESTÁNDAR GRI O INDICADOR PROPIO	CONTENIDO	PÁGINA U OMISIÓN	PRINCIPIO PACTO GLOBAL	ODS ASOCIADO
MEDIOAMBIENTE				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	78		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	78		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	78		
GRI 301: Materiales 2016	*Contenido sobre el Enfoque de Gestión*	81		
	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	Consumimos un total de 4.280 ton. de material producto de nuestra operación entre papel, cartón y plástico.	Principio 7 y 8	8 y 12
	301-2 Insumos reciclados	83	Principio 7 y 8	8 y 12
GRI 302: Energía 2016	Contenido sobre el Enfoque de Gestión	80		
	302-1 Consumo energético dentro de la organización	80	Principio 7 y 8	7,8,12 y 13
	302-3 Intensidad energética	80	Principio 8	7,8,12 y 13
	302-4 Reducción del consumo energético	80	Principio 8 y 9	7,8,12 y 13
GRI 305: Emisiones 2016	Contenido sobre el Enfoque de Gestión	85		
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	85	Principio 7, 8 y 9	13
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	85	Principio 7, 8 y 9	13
GRI 306: Efluentes y Residuos 2016	Contenido sobre el Enfoque de Gestión	81		
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	83	Principio 8	3,6 y 12
GRI 307: Cumplimiento Ambiental 2016	Contenido sobre el Enfoque de Gestión	78		
	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No hubo.	Principio 8	16
FR11: Construcción sustentable	Contenido sobre el Enfoque de Gestión	79		
	01 Número de tiendas certificadas Leed en el periodo	79		11 y 12
	02 Número de tiendas ecoamigables en el periodo	79		11 y 12

CONTACTOS

CHILE

CRISTIÁN CARVAJAL

Gerente de Recursos Humanos y RSE

Av. Manuel Rodríguez Norte 730 Santiago - Chile

crcarvajal@falabella.cl

PAMELA LAGOS

Gerente de Gestión de Responsabilidad Social

Av. Manuel Rodríguez Norte 730 Santiago - Chile

plagos@Falabella.cl

PERÚ

FELIPE FLORES GORRITTI

Gerente de Recursos Humanos

Avenida Paseo de la República 3220, Lima – Perú

FFLORES@sagafalabella.com.pe

MARIELA BACA

Jefe de Comunicación Interna, RSE y Clima organizacional

Avenida Paseo de la República 3220, Lima - Perú

mbaca@sagafalabella.com.pe

COLOMBIA

PABLO ARANGO

Gerente de Recursos Humanos

Calle 99 11A - 32 Bogotá DC - Colombia

parango@falabella.com.co

CRISTINA BOTERO

Directora de la Oficina de Asuntos Públicos, Comunicaciones y RSE

Calle 99 11A - 32 Bogotá DC - Colombia

cbotero@Falabella.com.co

ARGENTINA

NATALIA GABRIELLONI

Gerente de Recursos Humanos

Dot Baires Shopping. Vedia 3626. Saavedra - 1430 Buenos Aires

Argentina ngabrielloni@falabella.com.ar

JIMENA COSENTINO

Coordinadora Responsabilidad Social Empresarial

Dot Baires Shopping. Vedia 3626. Saavedra - 1430 Buenos Aires - Argentina

jpcosentino@falabella.com.ar

REPORTE
SOSTENIBILIDAD

FALABELLA RETAIL

RESPONSABILIDAD SOCIAL falabella.