

# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD Falabella Financiero

2013



## ÍNDICE

CARTA DEL GERENTE GENERAL CORPORATIVO

07

PRINCIPALES CIFRAS A NIVEL REGIONAL

10

ACERCA DEL REPORTE

12

SIMPLICIDAD, TRANSPARENCIA Y CONVENIENCIA

18

GOBIERNO CORPORATIVO

30

DESEMPEÑO ECONÓMICO

38

COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y EL MEDIO AMBIENTE

44

CLIENTES: TRANSPARENCIA Y CERCANÍA

54

CLIENTES: SATISFACCIÓN Y CONFIANZA

62

RETENCIÓN Y DESARROLLO DE TALENTOS

70

ÍNDICE GRI Y ANEXOS

84

## MENSAJE DE NUESTRO GERENTE GENERAL CORPORATIVO



Conscientes del rol que cumplimos en las comunidades en que trabajamos, seguiremos esforzándonos por hacer cada vez más tangibles la transparencia, conveniencia y simplicidad, como valores que rigen cada uno de nuestros actos.

### Estimados lectores

■ (G4-1, G4-2)

Las empresas que perduran en el tiempo y en el corazón de sus clientes son aquellas que generan un real valor para las personas, no sólo a través de una oferta diferenciadora de productos y servicios, sino que mediante un desarrollo social integral. En ese sentido, Falabella Financiero hace suyo el compromiso de hacer posibles las aspiraciones de sus clientes y mejorar su calidad de vida.

El crecimiento que hemos experimentado a nivel regional, de manera sostenida en el tiempo, es fruto de la generación de una **cultura de servicio** que tiene al cliente como eje central y que fomenta el desarrollo de equipos de excelencia empoderados, colaborativos y apasionados por los clientes.

Bajo este prisma, la sostenibilidad se vuelve fundamental en nuestra organización. Es por ello que hoy nos llena de satisfacción presentar el **cuarto Reporte de Sostenibilidad**, en el que se da cuenta de la aplicación y cumplimiento de objetivos e iniciativas orientadas a distintos grupos de interés: clientes, colaboradores, accionistas, proveedores, sociedad y autoridades.

Este año hemos experimentado un importante incremento en inclusión, accesibilidad financiera y capilaridad de redes. Así, por ejemplo, destacamos que el total de **cuentas activas** en la región superó los **5.400.000**, resaltando un aumento de 12% de tarjetahabientes en Colombia. Asimismo, se evidenció un crecimiento notorio en cuentas corrientes de Banco Falabella, siendo Chile el país que registrara la mayor alza el año pasado, con 31%.

## Nuestros Clientes han sido y seguirán siendo el foco principal de Falabella Financiero.

En materia de canales llevamos a cabo avances significativos, y actualmente contamos con **312 sucursales de Banco Falabella y CMR** en los países en que estamos presentes. Banco Falabella Perú fue el que aumentó en mayor medida sus centros de atención, pasando de 50 a 57 sólo en 2013, con un crecimiento del 14%. Asimismo, en Chile se logró la presencia de Falabella Financiero en todas las regiones del país, completando la cobertura con la apertura de la sucursal de Banco Falabella en Coyhaique.

Uno de los grandes focos que nos propusimos para 2013 fue la eficiencia. En esa línea desarrollamos una serie de iniciativas orientadas a potenciar los canales remotos, las que nos permitieron ampliar el número de ATM's disponibles en un 24%. Además, el número de clientes que reciben su estado de **cuenta por e-mail creció en un 70%**, disminuyendo en forma considerable el impacto ambiental.

Pensando siempre en seguir mejorando la experiencia de servicio de nuestros clientes y ampliar la oferta de productos de acuerdo a sus necesidades, en 2013 se oficializó la entrada de Falabella al negocio de la telefonía móvil, con el lanzamiento de **Móvil Falabella** como Operador Móvil Virtual (OMV). Para el cierre de año la firma ya había alcanzado cobertura en todo Chile con 80 puntos de venta y sobre 60.000 líneas nuevas. El inicio de operaciones de Móvil Falabella permitió aprovechar la ventaja de conocer las necesidades de los clientes, a través de la relación que ya se tiene con ellos dentro de la tienda y por medio de la tarjeta CMR.

**La Estrategia de Sostenibilidad de Falabella Financiero** también se centró en generar altos niveles de **compromiso con nuestros Colaboradores**, a través de posibilidades de desarrollo y mejoras significativas en calidad laboral y cultura organizacional, entendiendo que el objetivo final no sólo apunta al cumplimiento de metas, sino que también se sustenta en nuestro afán por el crecimiento personal de cada una de las personas que trabajan con nosotros. Esto se vio reflejado en los indicadores de engagement a nivel regional y en el ranking de Great Place to Work 2013, que situó a CMR y Banco Falabella en Chile dentro de las 50 mejores empresas para trabajar, mientras que en Argentina, CMR se ubicó en el tercer lugar. Se hicieron esfuerzos crecientes en desarrollar a nuestros colaboradores a través de la capacitación (Diploma de Retail Financiero en la UAI, Diploma de Servicio de e-class, curso de educación financiera -todos regionales-, por ejemplo), en cuidar la calidad de vida a través de la promoción de jornadas flexibles, la salud y el deporte, y en mantener muy buenas relaciones laborales, lo que se tradujo en el cierre exitoso de tres negociaciones colectivas (Banco, Seguros y CMR Chile). A su vez, mejoramos el procedimiento de evaluación de desempeño, evaluando en esta oportunidad la **totalidad de altos mandos bajo la metodología 360°**.

En el pilar **Comunidad**, profundizamos nuestro aporte en iniciativas de inclusión y educación financiera. Así, por ejemplo, -dando continuidad a nuestro compromiso con la formación de los niños- desarrollamos el primer torneo de educación financiera llamado **"Juntos Jugamos"**, que usó como base la red de colegios del programa

Haciendo Escuela del mismo holding, y cuya finalidad fue acercar a los estudiantes desde pequeños a conceptos propios de la economía doméstica y la planificación financiera.

Falabella Financiero siente un profundo compromiso con los países donde tiene presencia, y a través de la firma de un convenio con la **Fundación América Solidaria** -organización sin fines de lucro presidida por Benito Baranda-, se propuso implementar y promover iniciativas de responsabilidad social en comunidades vulnerables de Chile, Perú y Colombia, con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas que las integran. El desarrollo de esta alianza también contempló un impacto en los colaboradores de Falabella Financiero, abriendo espacios de participación social a través de instancias de voluntariado corporativo.

Finalmente, en materia de **Gobierno Corporativo**, durante 2013 **fortalecimos la cultura de control** y reforzamos la protección de datos, auditoría y procedimientos, manteniendo un trabajo colaborativo con los respectivos reguladores. Al mismo tiempo, se consolidaron nuevas gerencias corporativas a nivel regional, las cuales fueron creadas con el fin de reforzar y alinear la estrategia de Falabella Financiero en los países en los que está presente (Chile, Argentina, Colombia y Perú), así como también contar con una oferta de productos, servicios y canales consistente a través de la región.

Más allá de los avances anteriormente enunciados, para el año 2014 nos hemos trazado nuevos desafíos. En primer lugar, queremos seguir reforzando nuestra **cultura de servicio** -acorde con el compromiso de Falabella Financiero de mejorar la calidad de vida de las personas- y continuar con el desarrollo de nuestras áreas de negocio en la región. De igual forma, aspiramos a la generación de una **experiencia omnicanal** de cara al cliente y consolidar los **medios de pago electrónicos**,



canales de atención remota y nuevas formas de comunicación con nuestros grupos de interés, con el fin de fortalecer una relación cada vez más transparente, simple y conveniente. Destacamos nuestro deseo de transformar la Estrategia de Sostenibilidad en un referente transversal de todas las unidades de Falabella Financiero, en cada uno de los países en que operamos.

Trabajaremos por seguir replicando las mejores prácticas en el conjunto de la compañía, potenciar la vinculación con los grupos de interés, así como también seguir incorporando iniciativas de educación financiera como elemento esencial en nuestro relacionamiento con los clientes.

Nada de lo realizado a la fecha sería posible sin el trabajo de nuestros colaboradores, a quienes agradezco el empeño puesto día a día por hacer de esta empresa una compañía consciente de su rol en la sociedad y comprometida regionalmente con cada uno de sus grupos de interés.

Afectuosamente,

Gaston Bottazzini  
Gerente General Corporativo  
Falabella Financiero

## PRINCIPALES CIFRAS A NIVEL REGIONAL

■ (G4-9, G4-13)

Tres valores diferenciadores:

Transparencia, Conveniencia y Simplicidad.



5,4 millones de tarjetas CMR Falabella activas.



12% crecimiento de las ventas en Seguros Falabella.

Superación del millón de cuentas en Banco Falabella, 1.174.063, +27% que en 2012.



411.663 pasajeros transportados por Viajes Falabella, +0,2% que en 2012.



613 puntos de atención y venta, +9% que en 2012.



549 cajeros automáticos, +24% que en 2012.



Segundo año con más de 1 millón de cuentas que canjearon CMR Puntos<sup>1</sup>.



11.458 colaboradores, +2% que en 2012.



56% de mujeres en el equipo.



Primer torneo de educación financiera para escolares (Chile).

Más de 69.000 alumnos apadrinados en la región desde el inicio del Programa Haciendo Escuela.



Alianza con América Solidaria para trabajar en los sectores desfavorecidos de Chile, Perú, Colombia y Argentina.



Lanzamiento de la web de educación financiera [www.juntosaprendemos.cl](http://www.juntosaprendemos.cl)

1. En Chile, Perú y Colombia.

05

COMPROMISO CON  
LA COMUNIDAD  
Y EL MEDIO AMBIENTE





## EDUCACIÓN FINANCIERA

Conscientes de nuestro rol como entidad financiera en el desarrollo del mercado y como participantes activos del crecimiento de los países donde trabajamos, asumimos la responsabilidad de ser partícipes también de la educación financiera de nuestro entorno.



**JUNTOS**

Este ámbito, se ha constituido en uno de los ejes centrales de nuestra estrategia de sostenibilidad, ocupando nuestra agenda de relacionamiento tanto con las comunidades donde estamos insertos, como con nuestros colaboradores.

Los distintos programas que implementamos en este ámbito, poseen como propósito común, brindar herramientas de conocimiento para que los colaboradores, los clientes y la comunidad en su conjunto, conozcan los productos y los riesgos, mejoren sus conductas frente a ellos de manera que puedan lograr a posteriori una mejor y más informada toma de decisiones.

### Educación financiera para la comunidad



En el marco del programa corporativo "Haciendo Escuela" presentado en la sección anterior, en Falabella Financiero nos hemos concentrado en el desarrollo de instancias de capacitación a los alumnos de los colegios apadrinados, vinculadas específicamente con nuestra temática de negocios: las finanzas.

Durante 2013 creamos el "Torneo de Educación Financiera: Juntos Jugamos", iniciativa de la cual participaron un total de 18 establecimientos educacionales de la Región Metropolitana en Chile y 520 alumnos principalmente de 7° y 8° básico.

TORNEO DE EDUCACIÓN FINANCIERA: JUNTOS JUGUEMOS

**18** establecimientos  
educacionales participaron de la iniciativa

**+ de 520** alumnos  
principalmente de 7° y 8° básico fueron parte  
de Juntos Jugamos



El torneo diseñado por especialistas en materias pedagógicas, tenía por objetivo enseñar, de manera interactiva y entretenida, distintos conceptos de la educación financiera tales como el ahorro, la inversión y el endeudamiento responsable así como la transmisión de conceptos claves asociados con el desarrollo de habilidades requeridas para la planificación, la organización y la toma de decisiones. En definitiva, el propósito de este programa tuvo relación con la creación de capacidades para el manejo adecuado de sus finanzas personales. Cabe destacar la participación de colaboradores como voluntarios de todas las unidades de negocios en Chile, que se desempeñaron como facilitadores dentro de las salas de clase.

todo el público y desarrollado con el objetivo de entregar un ambiente amigable y entretenido de aprendizaje, en temas como el ahorro y el endeudamiento. Diseñamos el portal tomando en consideración las distintas etapas en la vida que atraviesan nuestros clientes, donde sus necesidades y prioridades varían y por tanto se plantean en la web, consejos e ideas específicas acordes a esas realidades. Se incluye además, una herramienta de diagnóstico de nivel de endeudamiento y un instrumento específico de planificación y elaboración de presupuestos.

Debido a la retroalimentación positiva que obtuvimos esperamos, en el 2014, poder replicar la actividad en el resto de Chile, además de realizar iniciativas específicas con los colegios apadrinados por nuestras unidades en Perú, Colombia y Argentina.

## Educación financiera de nuestros clientes



Otra de las aristas de nuestra formación en materia financiera se vinculó especialmente a la educación de nuestros propios clientes.

Para ello, durante 2013, implementamos en Chile, un portal específico, [www.juntosaprendemos.cl](http://www.juntosaprendemos.cl), abierto a

Para la difusión de la web de educación financiera, empleamos además de las redes sociales, las páginas web corporativas de nuestras unidades de negocios en Chile, de manera de invitar e incentivar a todos los usuarios y clientes conectados, a visitarla. **El objetivo durante el 2014 es continuar incrementando el número de visitas y en consecuencia, el alcance a obtener.** (Se comenzó el monitoreo de las visitas al portal a partir de Enero de 2014).



Durante 2014 se prevé el lanzamiento del mismo portal en Perú, Colombia y Argentina, con adaptaciones particulares al lenguaje y características de cada país.

En el marco de las iniciativas de educación financiera a clientes, en particular desde Banco Falabella Chile implementamos una serie de mejoras en nuestra página web, enfocadas en la sensibilización y formación de los usuarios. Entre las mejoras, cabe destacar la incorporación de contenidos asociados con la seguridad en el uso de los productos y en la realización de transacciones y la inclusión de videos educativos relacionados con temas tales como la cultura del ahorro, los presupuestos, ¿Cómo ser un buen consumidor financiero? y el manejo adecuado de las tarjetas de crédito.



### Educación financiera de nuestros colaboradores:

Fortalecer las capacidades de nuestros colaboradores en materia de administración de sus propias finanzas es otro de los objetivos que nos trazamos durante el año 2013.

Con este propósito, desarrollamos una plataforma de capacitación online, a través de la cual, se transmitieron conocimientos de endeudamiento responsable, ahorro y presupuesto familiar a un total de **1.365** colaboradores de Chile. La iniciativa contempló la realización de una evaluación previa de conocimientos y un examen de cierre.

Este programa se replicará durante 2014 en todos los países, ajustando el contenido a las particularidades y lenguaje de cada uno, pero utilizando también el formato de e-learning.

El Reporte de Sostenibilidad de Falabella Financiero 2013 está disponible en los sitios web de cada una de nuestras unidades de negocio.

## REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Falabella Financiero • 2013

Moneda 970, piso 18, Santiago, Chile.

