

Falabella, contigo siempre.



Reporte Sostenibilidad 2020/

El año 2020 nos enfrentó a una situación económica, social y medioambiental sin precedentes. El desafío nos permitió **descubrir que éramos más fuertes y resilientes** de lo que imaginábamos. A la vez, reafirmó nuestra convicción sobre el protagonismo de Falabella en la construcción de un mundo más sustentable y con menos brecha.

Carta Gerente General Corporativo

(102-14)



Fue un año de pruebas, pero también de descubrimientos y reinversiones que nos han fortalecido y comprometido aún más en nuestro propósito de sorprender a nuestros clientes, poniéndolos al centro de nuestros esfuerzos.

La imposibilidad de desplazarse y los cierres de tiendas cambiaron los hábitos de consumo. El canal e-commerce creció exponencialmente y exigió nuestras capacidades logísticas muy por encima de los niveles históricos. Sin embargo, nuestra experiencia de dos décadas en comercio electrónico nos permitió adaptarnos y transformar la incertidumbre en oportunidad.

Nuestros sitios web en Chile, Perú, Colombia y Argentina recibieron más 985 millones de visitas. Gracias al compromiso, flexibilidad y creatividad de nuestros equipos y el aumento de nuestras capacidades e inversiones, rápidamente logramos estar a tono con las nuevas exigencias y la nueva realidad.

En 2020, Falabella no fue ajena a los desafíos y cambios que la pandemia de Covid-19 impuso a todo el planeta, alterando la vida de las comunidades, las empresas y la de cada persona en particular.

Por otra parte, nunca abandonamos nuestro compromiso con los trabajadores, la comunidad, nuestros proveedores y el medio ambiente, pues estamos convencidos de que la salida de tan difícil situación solo es posible a través del esfuerzo mancomunado de todos los actores sociales.

Crear grandes experiencias

Ampliamos y desarrollamos nuevas categorías y servicios para seguir cerca de nuestros clientes. Optimizamos su “viaje” de compras online, mejorando el seguimiento, diversificando opciones de despacho y diseñando contenidos diferenciadores y personalizados.

En nuestras tiendas, la prioridad fue cuidar la salud de colaboradores y clientes. Con asesoramiento experto y siguiendo los lineamientos sanitarios de cada país, establecimos protocolos y medidas sanitarias estrictas que se transformaron en referentes y ejemplo para el resto del comercio.

Como parte de nuestra estrategia omnicanal, la App de Falabella ofreció nuevos servicios, como el agendamiento de visita en tiendas para evitar aglomeraciones; el pago digital sin contacto con la billetera digital Fpay y la incorporación de más puntos de retiro “Click&Collect” automatizados, rápidos y sin contacto.

También innovamos en nuestros ser-

vicios de despacho. Con pequeños centros de distribución instalados en nuestras tiendas (tiendas grises) aumentamos nuestra capacidad de almacenaje y con un sistema de envíos desde tienda (Ship From Store) agilizamos la preparación y entrega de pedidos. Así, aumentamos 85% nuestra capacidad de entrega en todos los países donde operamos.

A pesar de la incertidumbre no abandonamos el foco en el largo plazo, dando continuidad e incluso acelerando proyectos de inversión con los que buscamos seguir sorprendiendo a nuestros clientes en el futuro.

Valorar y cuidar a nuestros equipos

En tiempos complejos, el apoyo a nuestros colaboradores fue un elemento de máxima preocupación en Falabella. Desde los primeros días de pandemia, desarrollamos actividades de escucha activa: A partir de conversatorios y encuestas, diseñamos iniciativas de acompañamiento y respaldo, centrados especialmente en infraestructura para el trabajo remoto y en facilitar herramientas para asegurar el bienestar propio y de las familias.

En todo momento buscamos conservar puestos de trabajo y ofrecer alternativas que permitieran, especialmente a nuestros trabajadores de tiendas, sostener sus ingresos. Así surgieron acciones como “conversa-

tional commerce”, colaboración en “tiendas grises”, o apoyo de los trabajadores para el reparto a domicilio de nuestros productos. Del trabajo colaborativo con líderes sindicales surgió el diseño de las decisiones adoptadas sobre aperturas, turnos o remuneraciones.

También en este ámbito, mantuvimos la mirada alta, más allá de la contingencia. Sumamos nuevos contenidos y potenciamos el e-learning. A través del programa corporativo Academia Falabella, nos entrenamos en las habilidades y herramientas facilitadores de la transformación digital. En tiendas, fortalecimos el programa Avanza, que les permite crecer profesionalmente dentro de la compañía a la vez que los prepara para los desafíos del retail del futuro.

Estar cerca de nuestra comunidad

En 2020 seguimos creando oportunidades de crecimiento a partir de la promoción del cuidado ambiental, el desarrollo social y cultural. Trabajamos colaborativamente con otros actores sociales con el objetivo de que nuestras acciones logran un impacto significativo y valioso en la comunidad.

Nos propusimos apoyar especialmente el talento y el emprendimiento local, fuertemente afectados por la crisis. Atendiendo la necesidad de los microempresarios tradicionales

de reconvertirse al formato digital, nos acercamos a ellos abriendo nuestro Marketplace. Con “Emprende con Falabella” pudieron comercializar sus productos sin comisiones de venta durante 3 meses, a la vez que recibieron apoyo y capacitación de nuestros expertos. En Chile, nos unimos a la Fundación Artesanías de Chile en una campaña que benefició a más de 2.300 artesanos, la mayoría perteneciente a pueblos originarios.

Con Arte Falabella, rompimos paradigmas y democratizamos el arte local a miles de personas. Por primera vez, una empresa privada -en coordinación con Fundación Antenna, de reconocida trayectoria en la escena cultural local- llevó una selección de fotografía de 40 artistas chilenos, curatoriada y en edición certificada y limitada a precios accesibles y con condiciones muy favorables para los autores, muchos de ellos emergentes. “Hecho en Perú” y “Colombia Diseña” fueron otras dos iniciativas que nos permitieron relevar la creación de distintos diseñadores, potenciando colecciones de producción local.

Desde hace 51 años nuestro Programa Haciendo Escuela contribuye a dar un futuro mejor a 84.000 niños vulnerables en 99 escuelas de Chile, Perú y Colombia. Las contingencias del 2020 trajeron grandes desafíos para la continuidad educativa de estos niños. Reafirmando nuestro compromiso con ellos, incrementamos la inversión -que llegó casi a 2 millones

de dólares- para asegurarles conectividad digital para la escolaridad desde el hogar. Además, comenzamos a compartir nuestros contenidos educativos digitalmente en haciendoes-cuela.com, abriéndolos a toda comunidad. Como consecuencia, nuestra plataforma fue utilizada por más de 650.000 visitantes únicos.

Volvemos aún +Verdes

La estrategia de sustentabilidad ambiental de Falabella incluye tres ejes: marcas conscientes, operaciones sustentables y economía circular. En 2020 consolidamos acciones y afianzamos el trabajo colaborativo entre Chile, Perú y Colombia. En este modelo de trabajo integrado, compartimos prácticas y alineamos criterios únicos. Así, avanzamos en la integración de los programas de cuantificación de huella de carbono. También ampliamos el compromiso para que nuestra matriz energética se nutra cada vez más de Energías Renovables No Convencionales (ERNC) y hoy, en Chile, el 58% de nuestra matriz energética es ERNC.

Seguimos avanzando en certificación LEED de tiendas y centros de distribución. En 2020, sumamos otras instalaciones y a la fecha ya contamos con 34 tiendas y 2 centros de distribución certificados.

Nuestra línea +Verde, ofrece a nues-

tros clientes la posibilidad de elegir un número creciente productos sustentables, respaldados por certificaciones de origen de nivel internacional.

Nuestra meta es ser líderes en crecimiento sostenible. Somos la única empresa chilena seleccionada para integrar el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI World) y el único retail de América Latina que participa en el índice LBG, uno de los más reconocidos en lo que respecta a inversión en la comunidad.

Como corolario de un año de grandes desafíos y cambios, deseo reconocer y agradecer el tremendo esfuerzo, compromiso y profesionalismo de todos nuestros trabajadores en Chile, Perú y Colombia. Cada uno de estos logros y aprendizajes, y la convicción de que nos espera un gran futuro, se lo debemos a ellos.

Hacia delante, crecer sosteniblemente y anticiparnos a las expectativas de nuestros clientes, trabajadores, proveedores y comunidades seguirán marcando el norte de Falabella a partir de nuestra vocación de ofrecer la mejor experiencia, siempre.

Atentamente,

Francisco Irrázaval
Gerente General Corporativo
Falabella Retail