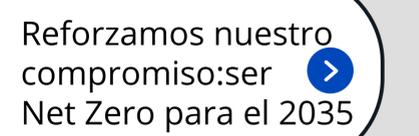
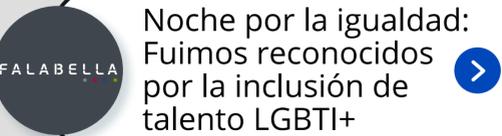
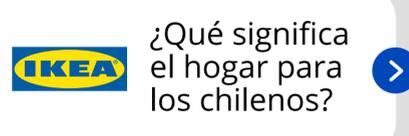


EDICIÓN 7: Enero 2024

# #NEWSFALABELLA

En esta edición podrás informarte de:



FALABELLA



SODIMAC

TOTTUS

mallplaza

Banco Falabella

falabella.com

## PRINCIPALES DESAFÍOS 1Q2024

Comenzamos este 2024 enfocados en nuestros desafíos por **recuperar rentabilidad** y por entregarles **la mejor experiencia a nuestros clientes** independiente del rol de cada uno y lo hacemos optimistas del ritmo con el que hemos comenzado a ejecutar los cambios en nuestra estrategia para ver nuevamente el partido a nuestro favor.

En este **1Q2024**, cada uno de los negocios del Ecosistema Falabella tiene sus desafíos bien claros. En general nuestros 3 retailers deben seguir reinventándose para responder y adelantarse a las demandas de los clientes, adaptando su propuesta de valor.

De este modo, **Falabella Retail**, debe mejorar su propuesta en categorías como **Deco, Belleza y Wellness** de cara a clientes. Y para rentabilizar más, su foco estará puesto en **mejorar los márgenes** en categorías como Electro y Vestuario, optimizando la planificación y los descuentos.

Por el lado de **Sodimac**, su foco está en fortalecer la **omnicanalidad** y la **experiencia del cliente profesional** (cliente pro), con desarrollos especializados y uso de nuevas herramientas. También aumentar la venta en México donde se espera **crecer** con dos tiendas nuevas. Y en Perú, seguirá con su plan de conversión de tiendas Maestro a Sodimac para tener un mix de productos más rentables.



**Andrea González,**

Gerente Corporativo de Estrategía  
y Sostenibilidad Falabella

**Tottus**, estará potenciando el nivel de servicio en góndola y **mejorará su propuesta en platos preparados, pastelería y panadería**, gracias a su nuevo Centro de Producción 100% eléctrico y con tecnología de punta que les permitirá diversificar el portafolio de productos. A la vez, ajustará el layout de las tiendas según la participación de categorías; **potenciará las categorías food**, el surtido y seguirá **reduciendo inventario**.

**Mallplaza**, sigue con su proceso de transformarse en nuevos centros urbanos que atraigan a más visitantes, **ajustando el mix de tiendas** para entregar más servicios y experiencias, fortaleciendo su rol omnicanal con **nuevas alianzas estratégicas** con foco en marcas que generan flujo. Continuará con su **crecimiento** en Colombia.

**Banco Falabella** seguirá **creciendo en cantidad de clientes** mediante flujos simples, digitales y una propuesta de valor conveniente. Paralelamente estará mejorando la **estabilidad de sus sistemas, la resolución de reclamos** y aumentando las funcionalidades de la **app**. Y para asegurar la rentabilidad, su foco estará en **balancear el crecimiento y riesgo del negocio**, ajustar políticas de crédito e implementar nuevas **herramientas de cobranza** mientras se contienen los gastos.

**falabella.com**, seguirá **fortaleciendo la identidad de nuestros retailers** en el canal digital y mantendrá los niveles de satisfacción para que los **seller nos sigan prefiriendo**. Además, se enfocará en ser **eficientes en la gestión comercial y gasto en marketing** junto con potenciar los ingresos por monetización.

Estamos seguros que, el trabajo **focalizado, coordinado y colaborativo** entre los distintos equipos del Ecosistema nos permitirá alcanzar con éxito los primeros objetivos del año.

**¡Mucho éxito a todos en este 2024!**



## PLAN INVERSIONES 2024

Este mes informamos nuestro plan de inversiones **para el 2024, por US\$ 508 millones**, para potenciar la experiencia de los clientes en nuestro Ecosistema físico-digital, y mantener nuestro énfasis en eficiencia.

Así, el **53%** de los recursos se destinarán a aperturas y remodelaciones de tiendas, mientras que un **47%** a tecnología y logística.

Para ampliar y renovar la red de tiendas, la inversión implica inaugurar tiendas en Chile, Perú, México, y Colombia, lo que incluye dos nuevas ubicaciones de IKEA en ese último país. Adicionalmente, vamos a fortalecer la propuesta físico-digital, renovando las tiendas y centros comerciales y continuaremos robusteciendo nuestro e-commerce en la región Andina, y potenciando la banca digital.

# CAMBIOS ORGANIZACIONALES:

A partir de febrero, se generan los siguientes cambios en las distintas gerencias de personas del Ecosistema Falabella:



**Carolina Bascuñán**, asumirá la Gerencia de Personas Corporativa de Mejoramiento del Hogar, en reemplazo de **Andrea Carvallo**, quién pasará al equipo de Falabella Inmobiliaria como Gerente de Personas.



**Carolina Yrarrázaval**, asumirá como Gerente de Personas de Falabella Corporativo y mantendrá su rol como Gerente Corporativo de Talento.



**Sofía Mondragón**, Actual Gerente de Personas de Falabella Inmobiliaria asumirá el rol de Gerente Regional de Diseño y Estructura Organizacional reportándole a Alejandro Pissani.

A todas **les deseamos mucho éxito en estos nuevos desafíos** en la Compañía y agradecemos sus aportes y colaboración que siempre han realizado al negocio.



## APERTURA TIENDA PUERTO MONTT

Sodimac abrió la **segunda tienda en la Región de Los Lagos**, en el Centro Comercial Paseo Alerce. Con 9500 m<sup>2</sup> de innovación y calidad en formatos, Sodimac Puerto Montt-Alerce ha generado alrededor de 150 puestos de trabajo directos, reafirmando así el compromiso con la comunidad y la excelencia con los clientes.

Esta **nueva tienda incorpora los últimos estándares de operación y comerciales de la empresa** para una mejor experiencia de los clientes hogar y de la construcción. Su diseño está orientado a una operación con menor impacto ambiental, además de ofrecer productos y servicios sostenibles.

Entre sus servicios destacados, se encuentra el **área de click & collect para el retiro de compras online**, el arriendo de herramientas, la entrega inmediata de electrodomésticos y línea blanca, así como cajas de autoatención para agilizar el proceso.

# PUNTOS LIMPIOS

Durante las últimas semanas, **Sodimac integró dos Puntos Limpios en los Sistemas de Gestión Colectivos, marcando un hito significativo para impulsar el reciclaje en Chile.** En colaboración con ReSimple, se inició el traspaso de los centros de acopio, iniciativa que será operada por TriCiclosB. Los primeros pasos de esta colaboración se están dando en los puntos de Sodimac en Arica y Sodimac Calama.

Con esta noticia, se refuerza el compromiso con la promoción del cambio de hábitos y la contribución a la circularidad, elementos fundamentales de la estrategia de sostenibilidad y del programa de gestión ambiental.

En colaboración con los proveedores, se ha trabajado para ampliar la oferta de **productos sostenibles, que actualmente suma más de 5.800 artículos diferentes,** incluyendo aquellos reciclables o elaborados con materiales recuperados.

# CAMPAÑA ESCOLARES 2024

Falabella Retail vuelve con su tradicional **campana de escolares este 2024 con un amplio surtido de productos**, tanto en **tiendas físicas como venta online**, entregando calidad y conveniencia en categorías como uniformes, calzados, mochilas, entre otros.

**En Chile contamos con uniformes de 237 colegios** y junto a Retail Perú tenemos una línea de producción robusta con marcas propias, calzados, accesorios y útiles escolares.

Adicionalmente, nuestros clientes de ambos países podrán encontrar distintos servicios en **Taller F**, especialmente pensados en escolares, como: bordado de cotonas y delantales, etiquetas para marcar ropa, bastas, parches, limpieza de zapatillas, cordones blanco y negro, entre otros.

## NOS TRANSFORMAMOS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE NUESTROS CLIENTES

Desde 2018, en Banco Falabella Perú, comenzamos a convertir nuestras sucursales tradicionales en **“Oficinas integrales”**, donde **nuestros clientes pueden atenderse y, a la vez, gestionar trámites en caja** con el mismo ejecutivo. De las 51 oficinas que tenemos en el país, ya 18 son integradas, lo que nos ha permitido disminuir tiempos de espera y de atención, alcanzando un NPS 19% mayor al que obtiene un servicio estándar.

Esto nos impulsa a seguir transformándonos para convertirnos en el Banco Digital con Sucursales más relevante de la región, de la mano de una experiencia de alto estándar que simplifique la vida de nuestras personas.

**Juan Manuel Morgan**, Gerente Oficinas y Centro de Contacto de Banco Falabella Perú *“Nuestros clientes valoran lo simple y rápido del servicio, percibiendo una atención integral y agradeciendo no ser derivados de un colaborador a otro. Además, nuestro equipo ha logrado ser más eficiente, ganando mayor productividad y un mayor control de las operaciones”*.





## PRIMERA ESCUELA URBANA DE CULTURA

Como parte del compromiso con el desarrollo y difusión de la cultura, desde el **11 de enero hasta el 11 de febrero**, Mallplaza habilitará la primera Escuela Urbana de Cultura, junto con la colaboración de DJ Bitman y "Chile Toca", en cinco centros urbanos en Chile: **Mallplaza Oeste, Vespucio y Norte, además de Mallplaza La Serena y Trébol (Talcahuano).**

Esta iniciativa, que forma parte de la campaña "**Verano es Cultura**" de Mallplaza, busca acercar la cultura, de forma gratuita, a las familias y en especial a niños y jóvenes, a través de cursos especializados impartidos por más de 10 artistas de distintas disciplinas artísticas.

Y para que más personas puedan acceder a estos talleres, Mallplaza ha implementado en sus **plataformas digitales, como Instagram y TikTok**, tutoriales de los talleres para que todas las personas interesadas pueda acceder a esta experiencia y aprender.



## NOCHE POR LA IGUALDAD: FUIMOS RECONOCIDOS POR LA INCLUSIÓN DE TALENTO LGBTI+

Este mes Falabella S.A. fue reconocida en la octava versión de la Noche por la Igualdad, organizada por Fundación Iguales y la Red Pride Connection en Chile, con el premio "**Mejor Empresa Nacional**", por crear **ambientes laborales seguros e inclusivos**, teniendo beneficios para personas trans, incluyendo ser la única empresa de capitales chilenos en cofinanciar cirugías de reasignación de género con sus seguros médicos y un programa de asistencia psicológica para trabajadores LGBTI+, reafirmando nuestro compromiso con la inclusión de personas y la construcción de una sociedad más respetuosa y justa.

# BECAS IMPULSA STEM

Esta iniciativa surge como respuesta a la baja participación femenina en carreras **STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas)** en Chile. falabella.com, para fomentar e incentivar el interés de más niñas por estas disciplinas, ha decidido cubrir la matrícula de 100 participantes que se unirán a 20 cursos de la Escuela de Verano de la Universidad de Chile.

Adicionalmente, se realizaron las **primeras charlas STEM gratuitas** junto a reconocidas charlistas del ámbito de las ciencias y la misma Universidad.

## ¡LIDERAMOS EN NUESTRA GESTIÓN DE DERECHOS HUMANOS ENTRE EMPRESAS IPSA!

Obtuvimos el primer lugar en el segundo **“Diagnóstico sobre Empresas y Derechos Humanos en Chile 2023”** -elaborado por el Programa de Sostenibilidad Corporativa de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con la colaboración de la OIT y la World Benchmarking Alliance-, avanzando dos lugares en nuestra posición respecto al año anterior con una puntuación de 19,5 de 24.

**Gonzalo Smith**, gerente corporativo de Asuntos Legales y Gobernanza de Falabella S.A., señaló que *“el liderazgo en derechos humanos tiene que ver con entender que la primera preocupación de la empresa son las personas que se relacionan con la compañía y eso implica poner el foco en los impactos que nuestra organización genera en ellas y su entorno. Este reconocimiento nos refuerza y motiva a continuar trabajando por impulsar la generación de oportunidades, la reducción de la desigualdad y una sociedad más equitativa.”*

¡Felicidades a quienes hicieron posible este logro, en las distintas unidades de negocio y países en los que estamos presentes!



## CONTINUAMOS CON EL PLAN DE EXPANSIÓN DE NUESTRO E-COMMERCE EN COLOMBIA

**IKEA continúa avanzando en su expansión en Colombia** aumentando la cobertura de su canal de ventas online [IKEA.com.co](https://www.ikea.com.co), y llegando **desde el 15 de enero a las familias de Barranquilla y Soledad.**

Recordemos que, al momento de su apertura en este país, el portal electrónico sólo tenía cobertura para Bogotá y alrededores, creciendo gradualmente hacia incorporar primero Cali y después Medellín a fines de 2023.

Adicionalmente, **IKEA Colombia continuará con el crecimiento de su e-commerce a nuevas zonas del país**, abarcando en los próximos meses toda la **Costa Atlántica, el Eje Cafetero, Santander y Meta entre otras**, para mejorar el día a día de más personas en Colombia.



# ¿QUÉ SIGNIFICA EL HOGAR PARA LOS CHILENOS?

Ya está disponible una nueva versión del **estudio Life at Home de IKEA**, que por primera vez este año incluye datos de Chile y aborda diferentes aspectos de la vida en el hogar que permite conocerlos mejor: **cuál es la relación de las personas con sus hogares, las frustraciones más comunes y las emociones que les despiertan.**

¿Sabías que la primera preocupación de los chilenos en su hogar son las finanzas domésticas y sus ingresos disponibles, o que Chile es el tercer país del mundo donde el abrazo de un ser querido es considerado una de las cosas que más alegría produce?

Estos son sólo algunos de los hallazgos del estudio que se desarrolló durante el 2023 e incluyó una muestra representativa de 38 países.

En Chile:

- El **60%** dice que **su hogar es su lugar preferido**.
- Es el **primer país del mundo donde dar las buenas noches** a un ser querido es considerado importante para conciliar el sueño.
- **4 de cada 10 chilenos cantan o bailan** cuando no hay nadie cerca (tanto hombres como mujeres).
- El **17% de los chilenos** se pasea **desnudo en su casa**.
- Cada mañana el **28% aprieta al menos dos veces el botón de snooze de su alarma**.

Te invitamos a conocer más de los resultados de este estudio en el siguiente link. (**Bienvenidos al Informe Life at Home 2023. - IKEA Chile**)

## REFORZAMOS NUESTRO COMPROMISO: SER NET ZERO PARA EL 2035

Este 28 de enero se celebró el día mundial por la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, donde **reforzamos nuestro compromiso** con la sostenibilidad y la descarbonización de nuestros negocios **¡Seremos Net Zero para el año 2035** en nuestras emisiones controladas y seguiremos trabajando activamente por reducir nuestras emisiones en toda la cadena de valor!

**¿Qué hemos hecho?** este 2023 avanzamos en la modernización y reemplazo de equipos de refrigeración, aumentamos el uso de energías renovables certificadas y estamos avanzando en alternativas de movilidad sostenible para nuestro transporte, entre otras acciones concretas.

¡Falabella se compromete con un packaging más sostenible en E-commerce!



[falabella.com](https://www.falabella.com)

Falabella Retail y [falabella.com](https://www.falabella.com), adhirieron al **Acuerdo de Producción Limpia (APL)** de packaging de e-commerce de la Cámara de Comercio de Santiago y la Agencia para la Sustentabilidad y Cambio Climático del Ministerio del Medioambiente (MMA), para **reducir el impacto ambiental de los embalajes utilizados en el comercio online.**

**Daniela Bertoglia**, Gerenta Corporativa de Sostenibilidad de Falabella S.A.

*Estamos convencidos de que para avanzar en los grandes desafíos de la industria es fundamental trabajar de manera colaborativa y asociativa. Alianzas como esta nos permiten generar conocimiento conjunto y lograr sinergias para acelerar iniciativas de menor impacto ambiental.*



Trabajando como un solo equipo, con nuestros clientes al centro y cuidando el futuro  
**¡Vivimos juntos nuestro propósito de Simplificar y Disfrutar más la Vida!**

