

Investigación Cualitativa

CAMPAÑAS ▶ **WORK BOOK 2019**

MARKETING SOCIAL MEDIA

Storytelling **BRANDING**

GESTIÓN REDACCIÓN PUBLICITARIA
copywriting CRISIS

MOTION DESIGN
Audiovisual **DISEÑO**

ENGAGE UP

comunicación • creatividad • estrategia

COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA **Relaciones Públicas**

PRODUCCIÓN Y CONSULTORÍA

INDEX

INTRO

Sobré mí

COPYWRITING & STORYTELLING

Redacción Publicitaria

BRANDING

Desarrollo de Marca

CAMPAÑAS

Conceptos para eventos y BTL

CASO DE ESTUDIO

Consultoría en Comunicación Estratégica



**«WE HAVE A
VERY PARTICULAR
SET OF SKILLS»**

¿NECESITAS UNA HISTORIA?

Mi nombre es Andrés Cancar, especialista en comunicación y amante de las buenas historias. Tras ocho años creando identidad y contenidos para diferentes marcas del mundo publicitario, corporativo y audiovisual, a través de la gestión estratégica de las comunicaciones decidí crear mi agencia: **Engage-Up**

El motor que nos mueve es **estratégico**, porque luego de definir tu personalidad y basado en análisis cuali-cuantitativos, busco que tus historias, ubicadas en el canal apropiado y alineadas a tus objetivos corporativos, puedan forjar relaciones e interacciones relevantes entre tu marca y las personas que te importan. Es **táctico**, porque usando texto, gráficos y videos, desarrollamos contenidos y acciones personalizadas que dan vida a tu plan de comunicaciones. Y es **creativo** porque para llegar a las personas que te importan y engancharlos con tus historias, tenemos que hacer las cosas diferentes al resto.

Puedo ayudar a contar bien tus historias

Andrés Cancar Cabello

Diseñador / Audiovisual
Magíster en Comunicación Estratégica PUC

ESTRATÉGICO

- Análisis Cualicuantitativo
- Gestión de Stakeholders
- Diagnóstico
- Estrategia Comunicacional
- Branding
- Gestión de crisis
- Asuntos Públicos
- Campañas
- Content Marketing
- Social Media Management

TÁCTICO

- Copywriting & Storytelling (redacción)
 - *conceptos*
 - *informes, folletos, mailing, newsletters, brochures.*
 - *artículos*
 - *comunicados*
- Comunicación Audiovisual
 - *motion graphics (infografías, tutoriales, etc.)*
 - *live action (entrevistas, comerciales, testimoniales)*
 - *guión*
 - *presentaciones*
 - *fotografía*
- Diseño Gráfico
 - *folletería*
 - *afiches*
 - *infografías*
 - *revistas*



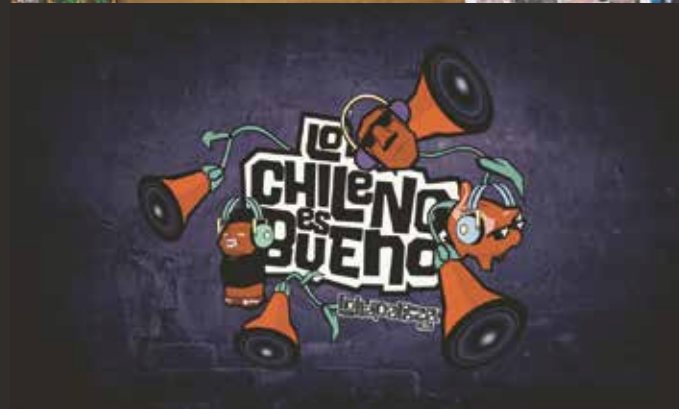
BRANDING

BRANDING

Desarrollo de Marca

SEÑAL LOLLAPALOOZA 2017

Branding y Motion Graphics para el canal Lollapalooza de VTR. Diseño de logotipos para cada programa, rescatando el espíritu del festival y mezclándolo con un lenguaje propio a la línea editorial de los contenidos.

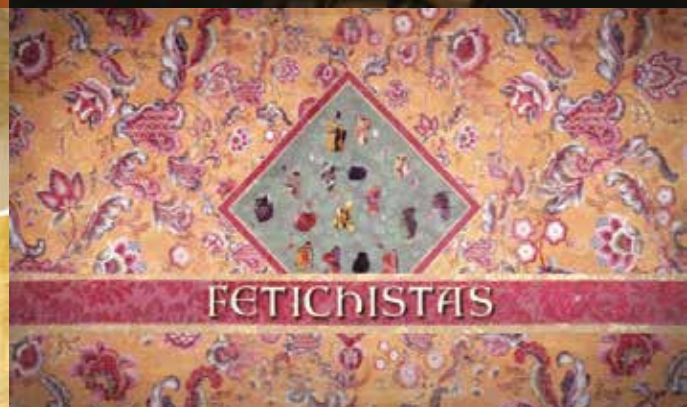


BRANDING

Desarrollo de Marca

MARCAS PARA TELEVISIÓN

Branding y Motion Graphics para diferentes programas de televisión abierta. Se destacan «Documentos» para Chilevisión, el branding para la primera temporada del matinal «Bienvenidos». He colaborado como director creativo en Canal 13 para las teleseries S.O.S y Soltera otra Vez.



BRANDING

Desarrollo de Marca

MARCAS PARA IMPRESIÓN

Selección de Branding Impreso para diferentes clientes y campañas.





**COPYWRITING
& STORYTELLING**

COPYWRITING & STORYTELLING

Redacción Publicitaria



Cliente: CONSORCIO

Proyecto: PorLaCleta

La bicicleta en nuestra sociedad actual se ha convertido en algo más que un medio de transporte económico. Hoy es una extensión de nuestro cuerpo y se ha convertido en una compañera.

Es por ello que trabajé junto a CONSORCIO y MALL SPORT diseñando el branding y copywriting para el primer seguro de bicicletas de Chile y si bien este proyecto no fue el escogido, me encariñé a más no poder con el proceso creativo y su resultado.

PorLaCleta

Has pensado si ella dejara de estar en aquel poste o el portabicicletas de la tienda, ¿a quién acudirías en caso de hurto?.

En CONSORCIO sabemos que tu bicicleta importa y junto a MALL SPORT, presentamos el primer seguro para bicicletas de Chile, «PorLaCleta».

El objetivo de PorLaCleta es brindar un respaldo de calidad a tu bicicleta nueva si ésta es sustraída forzando tu candado de seguridad o si es sustraída con violencia o intimidación.

Y tú ¿Qué harías PorLaCleta?

***PEDALEA TRANQUILO, PEDALEA SEGURO
ASEGURA TU BICICLETA NUEVA HOY***

COPYWRITING & STORYTELLING

Redacción Publicitaria



BiciSegura

Cliente: CONSORCIO

Proyecto: BiciSegura

La bicicleta en nuestra sociedad actual se ha convertido en algo más que un medio de transporte económico. Hoy es una extensión de nuestro cuerpo y se ha convertido en una compañera.

Una versión más estructurada y formal que la versión anterior que logra juntar lo mejor de la narrativa de «PorLaCleta» y la solvencia de una compañía que debe comunicar confianza y por cierto, seguridad.

BiciSegura

Porque sabemos que la bicicleta es una parte muy importante de tu vida, Mall Sport y CONSORCIO se han unido para presentar BiciSegura, un nuevo seguro que protege tu bicicleta.

Cada día somos más los que usamos la bicicleta como medio de transporte, deporte o diversión. Lamentablemente al aumento de ciclistas en nuestras calles y cerros, han aumentado exponencialmente los robos y algunos de ellos, con violencia.

El objetivo de BiciSegura es brindar un respaldo de calidad a tu bicicleta nueva si ésta es sustraída forzando tu candado de seguridad o si es sustraída con violencia o intimidación.

**PROTEGEMOS TU PASIÓN
CUIDAMOS TU BICICLETA**

COPYWRITING & STORYTELLING

Redacción Publicitaria



Cliente: COMPASS GROUP

Proyecto: La Ruta del Break

Estudiar consume energía y Compass Group, administrador de los casinos de la Universidad de Concepción, junto a Coca-Cola, lo saben.

LaRuta del Break es una promoción de duración limitada que busca llamar la atención de los estudiantes a través de entretenidas activaciones y concursos.

LA RUTA DEL BREAK COCA-COLA

Sigue la LA RUTA DEL BREAK rumbo a la cafetería, compra uno de nuestros combos asociados a la promoción, exige tu raspe y gana pendrives al instante. Además participa por el sorteo de Ipad y Macbook.

¿Hambre?

Date un break

¿Cansado?

Date un break

¿Cambio de PC?

Te regalo un MacBook



COPYWRITING & STORYTELLING

Redacción Publicitaria



Cliente: PAPAYA PRODUCCIONES

Proyecto: Nuestros principios

Crear la misión y visión de una organización siempre tiene algo de dificultad ya que los terminos se tienden a confundir y uno termina declarando lo que no es.

Para Papaya Producciones simplifiqué la declaración de principios en tres frases directas que constituyen el Core de la productora, eliminando el carácter de definición de diccionario y con ello aportando el dinamismo de un negocio que busca no hacer perder tu tiempo.

DISEÑAMOS EXPERIENCIAS

CREANDO INTERACCIONES ENTRE MARCAS Y PERSONAS

ASPIRAMOS A CONVERTIRNOS EN SOCIOS ESTRATÉGICOS

DE TU DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS, COMUNICACIONES, MARKETING Y BIENESTAR

SOLUCIONAMOS DE PRINCIPIO A FIN

TODAS TUS NECESIDADES DE PRODUCCIÓN

COPYWRITING & STORYTELLING

Redacción Publicitaria



indra

Cliente: INDRA

Proyecto: Indra es la respuesta

Durante Expohospital 2015 trabajé junto a Indra, empresa líder en innovación y tecnología, en el resumen de su visión y su adaptación a soportes gráficos impresos y digitales en su presentación para EXPOHOSPITAL 2015, feria dedicada a la promoción de insumos tecnológicos para hospitales, clínicas y laboratorios.



indra

TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA PARA LOS DESAFÍOS DE CHILE

Consultoría, tecnología y outsourcing

indracompany.com

La innovación es la base de nuestro negocio, el eje de nuestra sustentabilidad como compañía y la clave de diferenciación de nuestra oferta de soluciones y servicios. Tenemos pasión por lo que hacemos y nos ponemos en el lugar del otro. Cumplir los compromisos no es una opción, sino un hábito adquirido gracias al dominio de la tecnología y la gestión.

Ante un desafío técnico, Indra es la respuesta.



COPYWRITING & STORYTELLING

Redacción Publicitaria



Cliente: MINK`A

Proyecto: Presentación

Mink`a es un emprendimiento que busca ayudar a organizaciones sin fines de lucro a diseñar estrategias de comunicaciones para mejorar su posicionamiento en medios masivos, vía pública, escrita o digital a través de un trabajo colaborativo.

Junto a la construcción del branding, se elaboró una línea narrativa cercana y simple, que busca introducir a la audiencia los temas propios de la consultoría en comunicaciones como si esta se tratara de la preparación para un viaje que emprendemos juntos.

Minka es un esfuerzo por compartir y ayudar a través de las herramientas de comunicación a organizaciones que no disponen de los medios para pagar una asesoría comunicacional.

Queremos lograr una consultoría itinerante capaz de forjar relaciones basadas en la confianza y el trabajo mutuo en un entorno de aprendizaje y con ello, ayudar a superar los problemas comunicacionales de las organizaciones a través de estrategias de comunicación y relaciones públicas.

*Mink`a (Minga en Quechua):
"trabajo colectivo hecho en favor de la comunidad".*





GRÁFICAS

MUESTRAS GRÁFICAS

Cliente: TELEFÓNICA
Proyecto: Soluciones Mineras



Telefónica

movistar



Conectividad para acortar las distancias en la Minería



Región de Coquimbo
La Serena

Carmen de Andacollo
Los Pelambres

Telefónica | movistar

Soluciones convergentes para apoyar el desarrollo de la minería



2ª Etapa: Construcción

En esta etapa se construye la infraestructura física para entregar servicios de comunicaciones, tanto a la fuerza minera como a los proveedores que participan en la etapa de construcción, atendiendo de esta manera a todo el Cluster Minero que participa en ésta, entregando servicios como:

- Conectividad de datos
- Cobertura móvil
- Internet

Adicionalmente, somos capaces de entregar a los colaboradores que participan en la etapa de construcción, servicios como: televisión para su entretenimiento, Internet, servicios de voz para que las personas que están en fono, sientan más cerca a sus familias, al comunicarse con ellos.



MUESTRAS GRÁFICAS

Cliente: INDRA
Proyecto: Smart Cities



MUESTRAS GRÁFICAS

Cliente: ARAMARK
Proyecto: FoodWise



CUALQUIER SIMILITUD CON LA REALIDAD ES PURA COINCIDENCIA



MUESTRAS GRÁFICAS

Cliente: BELCORP

Proyecto: Familia Protegida



familia protegida
paraLife



COBERTURA

Fallecimiento
(sólo titular)

UF 110

Indemnización diaria por Hospitalización
(sólo titular)

UF 0.50

por día
por asegurado (*)

(*) Mínimo 24 horas y máximo hasta 30 días por asegurado y 120 días por grupo familiar asegurado al año

Seguro Familia Protegida

¿CUÁNTO CUESTA?

PROTÉGELOS CON SÓLO

UF 0,109

POR CAMPAÑA

Con UF 0.005 diarios,
tú y tu familia estarán protegidas

Siniestros

Los siniestros se presentan en cualquier sucursal de Consorcio a nivel nacional y la documentación a presentar es la siguiente:

- 1.- Epicrisis o Carnet de Alta (donde aparezca claramente la fecha de ingreso y egreso del centro hospitalario).
- 2.- Carnet de Identidad de la Consultora.
- 3.- Certificado de Nacimiento, donde aparezca el nombre de los padres (en caso que el hospitalizado sea un hijo(a)).

Reconocemos la permanencia

Por Ser Consultora Belcorp e Incorporarse al nuevo Seguro Familia Protegida tendrán los siguientes beneficios adicionales:

① **Primera Cuota GRATIS** Primera Cuota de Seguro Gratis

② **Tarjeta de descuento PHARMA BENEFITS**

Al permanecer vigente en la segunda campaña y en el seguro, recibirán la tarjeta de Descuento de Pharma Benefits para ser utilizada en todas las farmacias SalcoBrand del país, está tarjeta la distribuye Belcorp.

③ **Limpieza Dental GRATIS**

Al permanecer hasta la tercera campaña consecutiva vigente en el seguro, tendrán una limpieza gratis coordinada por Sigma Dental para todas las consultoras que cumplan con este requisito.

④ **Premio a la permanencia REGALO SORPRESA**

Al permanecer en la cuarta Campaña y vigentes en el seguro, recibirán un regalo sorpresa.

MUESTRAS GRÁFICAS

Cliente: **CONSORCIO**
 Proyecto: BiciSegura



BiciSegura

CletaSegura
 Porque sabemos que la bicicleta es una pasión muy importante de tu vida. Mall Sport, Consorcio y THB se han unido para presentar **CletaSegura**, el primer seguro para bicicletas en Chile.

ASEGURA TU BICICLETA HOY

Pedalea tranquilo, Pedalea seguro.

Porque sabemos que la bicicleta es una pasión muy importante de tu vida. Mall Sport, Consorcio y THB se han unido para presentar **CletaSegura**, el primer seguro para bicicletas en Chile.

Cada día somos más los que usamos la bicicleta como medio de transporte, deporte o diversión, pero lamentablemente el aumento de las caídas en nuestros calles y caminos, ha aumentado exponencialmente los hurtos y seguros de ellas con violencia.

El objetivo de **CletaSegura** es brindar un respaldo de calidad tanto a ti, como a tu bicicleta nueva si esta es sustraida firmando tu certificado de seguridad o si es sustraida con violencia o intimidación.

Robos **Robos con violencia**

Pedalea tranquilo, pedalea seguro
ASEGURA TU BICICLETA NUEVA HOY

MALL SPORT CONSORCIO THB



Protegemos tu pasión, Cuidamos tu **Bicicleta.**



La compañía que cubre el riesgo es Compañía de Seguros de Generales Consorcio Nacional de Seguros S.A. Las Condiciones Generales de la póliza, coberturas y exclusiones se encuentran debidamente incorporadas en el Depósito de Pólizas de la superintendencia de Valores y Seguros bajo los códigos POL 1 2015 0757.

MUESTRAS GRÁFICAS

Cliente: **CONSORCIO**
Proyecto: BiciSegura

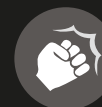
 **BiciSegura**

Cobertura



Robo con Fuerza en las Cosas

Máximo a Indemnizar:
Valor de compra de la Bicicleta siniestrada, con **Tope de UF 40**
Deducible: 30%



Robo con Violencia en las Personas

Máximo a Indemnizar:
Valor de la Bicicleta siniestrada, con **Tope de UF 40**
Deducible: 30%

* Condiciones de asegurabilidad

- Edad mínima de ingreso: 18 años, sin límite de edad de ingreso.
- Serán asegurables solo bicicletas nuevas compradas en Mall Sport el mismo día de la contratación del seguro.

Siniestros

El denuncia del siniestro se realiza a través de www.consorcio.cl/denuncios-varios 

1 DENUNCIA

Denuncia en la Unidad Policial o Fiscalía Criminal más cercana al Siniestro dentro de las primeras 24 horas.

2 REEMBOLSO

Se reembolsará el valor de la bicicleta siniestrada con tope de UF 40, posterior al pago del deducible correspondiente al delito que genera el siniestro, una vez presentados los documentos necesarios para su liquidación.

3 DOCUMENTACIÓN

La documentación debe ser presentada hasta 10 días seguidos de ocurrido el siniestro:

- Comprobante de Denuncia de unidad Policial o Fiscalía más cercana.
- Adjuntar Fotografía Comprobante de tarjeta (Voucher) o Estado de Cuenta, adjuntar Fotografía, copia o Boleta original de la Compra de la bicicleta.
- Fotografía de Bicicleta.
- Fotografía del número de serie de la bicicleta.

Características

Límite de Eventos al año por Robo:


Sólo Bicicletas Nuevas
Compradas en Mall Sport

Solo se asegurarán bicicletas nuevas compradas en Mall Sport contra Robo.

1 Evento Anual

1 Evento al año (Una vez ocurrido el siniestro, el seguro se extinguirá).



Sin período de Carencia.

PAT

Pago de prima a través de PAT (Pago Automático de Tarjeta de Crédito)



Solo se asegurarán bicicletas nuevas contra Robo.

Al momento de Contratar el seguro contra robo, el asegurado debe declarar estar en conocimiento de los documentos a presentar al momento de un siniestro.

MUESTRAS GRÁFICAS



NESCAFÉ
Alegria



EL FRÍO SE PASA
-MEJOR-
ACOMPAÑADO



Por la compra de un combo de
2 CAFÉ + 4 MEDIALUNAS
llévate este práctico MUG NESCAFÉ.

(promoción válida desde el 03/08/2015, hasta agotar stock)



amigo





CAMPAÑAS

CAMPAÑAS

Conceptos para eventos y BTL

Ciente: ARAMARK

Proyecto: Corrida Santander

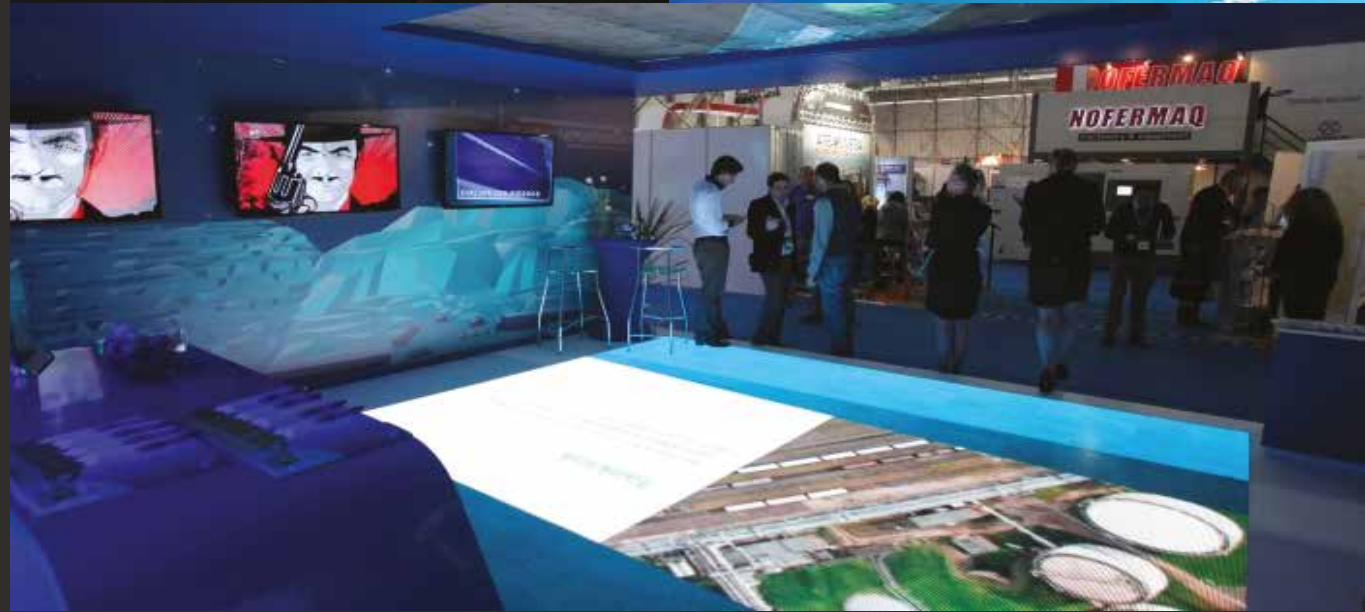


CAMPAÑAS

Conceptos para eventos y BTL

Cliente: TELEFÓNICA

Proyecto: Expomin



CAMPAÑAS

Conceptos para eventos y BTL

Cliente: TELEFÓNICA

Proyecto: Smart Solutions





CASOS DE ESTUDIO

CASOS DE ESTUDIO

Plan de Comunicaciones

Cliente: CASA AZUL

Proyecto: Consultoría



Investigación Cualitativa



Relaciones Públicas



Gestión de Stakeholders



Branding



Reputación Corporativa



Redes Sociales

Asesoría comunicacional, diagnóstico y plan de comunicaciones para la Escuela Casa Azul de la comuna de La Granja. Actualmente la organización entrega educación gratuita a los niños y niñas más vulnerables de la comunidad y hoy, se ven enfrentados a problemas de gestión, financiamiento, rechazo al cambio y autodefinición institucional.

OBJETIVOS

Objetivo Comunicacional: Implementar y dar a conocer el área de “Gestión y Difusión” en la organización, que trabajará en la definición institucional de la escuela y en la consolidación su rol público a través de una comunicación integral; que se pueda reconocer en el tiempo como un actor relevante en la comuna y cimentar las bases que permitan acercar y vincular a actores relevantes y potenciales donantes para ayudar financiar el proyecto educativo.

Estrategia: La estrategia plantea en una primera etapa la superación de los problemas operacionales de la escuela, es decir, solucionar aquellos temas inherentes a la organización y que no pueden ser solucionados con comunicación puesto que necesitan de la alineación de la comunidad educativa en la elaboración de un programa educativo institucional que sea confeccionado y validado por la organización. Tras la superación de los problemas operacionales, se busca la consolidación de las bases institucionales a través de las redes internas y externas que hoy posee la organización.

RESULTADOS

Creación del área “Gestión y Difusión” que alinea la comunicación corporativa de la escuela a través de la búsqueda de espacios de encuentro entre la comunidad educativa, socios e inversionistas.

Legitimación de la escuela ante la Comunidad a través del diálogo constante, visitas a terreno de personalidades políticas y sociales, y envío de material gráfico informativo.

Aumento en el número de “Amigos de Casa Azul” con el envío de información constante, entrevistas personales y relacionamiento con organizaciones afines. El interés de los nuevos actores permite la generación de redes de cooperación, participación y nuevas donaciones.

CASOS DE ESTUDIO

Gestión de Crisis

Encuentran con vida a andinista chileno extraviado hace dos días en Bolivia

Pedro Mayea, de 33 años, desapareció el pasado 14 de septiembre mientras subía el volcán Parinacota, ubicado en el país altiplánico, en compañía de dos personas.

16 de Septiembre de 2015 | 12:38 | Emol



Gestión de Crisis



Relaciones Públicas



Gestión de Stakeholders



Redes Sociales

En Septiembre de 2015 un grupo de andinistas se embarcó en una expedición al volcán Parinacota, ubicado en la región de Atacama. Haciendo caso omiso al plan trazado, el grupo cruzó a territorio boliviano para ascender al Nevado Sajama, un macizo de hielo y roca con más de seis mil de altura. Uno de los andinistas, quien ascendió en solitario, fue visto por última vez en las inmediaciones de la cumbre.

OBJETIVOS

Objetivo Institucional: Coordinar la logística del rescate del montañista extraviado en Bolivia a través de un operativo civil, policial y militar considerando el peor escenario posible: Accidente con riesgo vital.

Objetivo Comunicacional:

- Generar y consolidar un canal único de información que sirva como nexo entre la gestión de comunicaciones, las familias y el operativo de rescate; se busca eliminar el ruido, los trascendidos y el cruce de información entre cada organismo.
- Difundir y hacer visible la tragedia en medios de comunicación tradicionales y redes sociales, buscando la cobertura de la prensa del centro y en especial la del norte de Chile, se busca generar un bloque de presión tanto a las autoridades locales, como a las bolivianas.
- Vincular y lograr la adhesión de la comunidad montañista chilena y sus referentes, buscar apoyos y generar mayor tracción y legitimidad a la historia.

Estrategia: Dada la escasa información acerca del estado del montañista extraviado, fue necesario implementar una rápida estrategia de dos pasos: **información y presión**. La primera (información) entra en juego apenas se levanta el operativo civil de rescate; el segundo paso (presión), considerando las tensiones internacionales, aparecerá sólo si se encuentra cualquier problema de carácter burocrático y limítrofe durante el rescate.

RESULTADOS

- Rescate exitoso del andinista extraviado
- Consolidación de un único canal de información (online RRSS y telefónico) para familiares, cuerpo de rescate, comunidad y medios de comunicación.
- Cobertura de prensa en Santiago, Arica y Bolivia.
- Alta participación de la comunidad montañista chilena en RRSS.

CASOS DE ESTUDIO

Consultoría

Cliente: DICUNT

Proyecto: Investigación y estrategia de posicionamiento para plataforma de social media.



Investigación Cualitativa



Branding



Redes Sociales



Relaciones Públicas



Gestión de Stakeholders



Storytelling

Investigación cualitativa y diagnóstico para el emprendimiento “Dicunt”, plataforma de Social Media que se encuentra en etapa de incubación. El enfoque estratégico utilizado fue lograr que Dicunt sea conocida como una plataforma creada por hinchas a través de una estrategia de social media, logrando que la plataforma sea capaz de integrarse en el mundo del fútbol como un nuevo actor, capaz de proveer instancias de opinión, engagement, relacionamiento y registros estadísticos e históricos co-creados con hinchas y seguidores, y que a su vez, estos puedan convertirse en portavoces que permitan replicar los mensajes de la plataforma y generar relaciones con otros actores clave.

OBJETIVOS

Objetivo General: Dar a conocer la plataforma a hinchas del fútbol chileno a través de internet, logrando que sea percibida como una opción empática, útil y entretenida para sus actores clave en el entorno del fútbol chileno.

Objetivos Específicos:

- Lograr el engagement con los hinchas y seguidores del fútbol chileno, en particular con los adherentes de Universidad de Chile y Colo Colo.
- Conseguir que la plataforma y sus herramientas sean utilizadas por los hinchas y seguidores del fútbol chileno.
- Convertir a hinchas y seguidores en portavoces que permitan replicar los mensajes y generar relaciones con un mayor número de hinchas para así despertar la atención de otros actores claves (entorno del fútbol, medios y financiamiento).

RESULTADOS

- Plataforma inviable, requiere la superación de sus issues operacionales. Su actual interfaz, usabilidad y características no son capaces de competir y lograr el engagement de su potencial público.

The logo for Falabella, featuring the word "FALABELLA" in a bold, dark blue, sans-serif font. To the left of the text is a dark blue triangle pointing to the right, which is part of the brand's graphic identity.

Van casi 3 años trabajando con el Grupo Falabella, desde el área legal y gobernanza se han desarrollado las campañas para los siguientes programas:

- Yo juego Limpio
- Código y Canal de Integridad (Yo Confío)
- Modelo de Prevención de Delitos (MPD)
- Programa Mi Cliente
- Política de Regalos
- Política de Notificaciones (mailing y video)
- Política de Operaciones con Partes Relacionadas
- Política de Inclusión
- Política de Donatarios y proveedores (mailing y video)
- Encargado de prevención de delitos EPD
- Videos Libre Competencia
- Videos Delitos Ley 20.393
- Actualización Ley 20.393
- Video Política de Viajes
- Encuentro de Directores (2019-2018)
- E-Learning "Tu rol en la prevención de delitos"
- E-Learning "Programa Mi Cliente" (en producción)

Para Falabella S.A. ex S.A.C.I. se desarrollaron las siguientes campañas:

- Rediseño de los comunicados corporativos a partir de la nueva imagen de marca.
- Programa Mentoring
- Programa Mujeres Conectadas
- Mesa Redonda (2019-2018)
- Rediseño Evaluación 360º 2018 (mailings, ppt, videos)
- Comunicados varios (aniversarios, desayunos, iniciativas internas, etc.)
- Programa Brigadistas Edificio Catedral
- Sesión fotográfica colaboradores
- Diseño nueva evaluación 360º 2019 (mailings, videos, ppt) En producción.



REALIZA TU CONSULTA O DENUNCIA



LINK CANAL DE INTEGRIDAD
INTRANET / INTERNET



E-MAIL
contactochile@gerenciadeetica.com



LÍNEA GRATUITA
800726100



REALIZA TU CONSULTA O DENUNCIA



LINK CANAL DE INTEGRIDAD
INTRANET / INTERNET



E-MAIL
contactochile@gerenciadeetica.com



LÍNEA GRATUITA
800726100

NUEVO CANAL DE INTEGRIDAD

ANÓNIMO • CONFIDENCIAL • SIN REPRESALIAS

NUEVO CANAL DE INTEGRIDAD

ANÓNIMO • CONFIDENCIAL • SIN REPRESALIAS



YO PREGUNTO • YO REPORTO • YO ELIJO



YO PREGUNTO • YO REPORTO • YO ELIJO

CÓDIGO DE INTEGRIDAD



CARTA DEL PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras accumsan gravida metus vitae commodo. Donec peritor velit et turpis voluport, eget imperdiet neque suscipit. Sed luctus urna porta in mi ut, lacinia varius sem. Crassemper luctus diam, non ullamcorper nuncscelerisque at. Proin venenatis diam sit amet dui feugiat, at congue urna ultricies. Proin pretium eros sed nulla tincidunt dicitum. Aliquam vestibulum urna mattis, pulvinar ante nec, feugiat lectus. Vestibulum vehicula neque nulla, nec placerat, motus molestie quis. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Donec, eget congue ipsum. Vestibulum dignissim eget nibh nec consectetur. Nam laoreet venenatis libero, non dignissim nisi consectetur a.

Eriam voluport: pellentesque auctor. Phasellus sit amet rutrum diam, et ornare ante. Sed commodo tincidunt elit in euismod. Nunc in tincidunt ex. Nulla eu mi non enim viverra fermentum sit amet placerat ante. Praesent et neque pulvinar, commodo eros vel, sagittis nulla. Quisque ut imperdiet magna. Vestibulum vehicula malesuada sapien, nec luctus libero interdum eget. Pellentesque cursus et iifend ex at interdum.

Carlo Solari Donaggio
Presidente del Directorio S.A.C.I. Falabella

CÓDIGO DE INTEGRIDAD

Integridad deriva de la palabra de origen latino *integrus* o *integrítis*, que significa totalidad, pureza, robustez y buen estado físico. *Integridad* deriva del adjetivo *integer*, que significa intacto, entero, no tocado o no alcanzado por un mol. ... Lo *integer* es algo que tiene todas sus partes intactas o puros.

Integridad es hacer lo correcto y al mismo tiempo tiene que ver con un todo completo.

Actuar con *Integridad* nos mantiene unidos a través de este valor que debe guiarnos en nuestro actuar en el trabajo y en sociedad.

Soy Integridad

Prácticamente la totalidad y la transparencia que existe en las relaciones humanas, más allá de cualquier interés o beneficio que exista por venir, que es nuestro propósito y el de cada uno que tiene la fuerza y la pasión de alcanzar los sueños, a veces adversos, pero de uno al mismo tiempo, de *desafiar el futuro*.

LEGAL Y GOBERNANZA

REVISTA

ACTUALIDAD
¿CONOCES LA FILANTROPIA DE DATOS?

DERECHOS Y OBLIGACIONES
LA IMPORTANCIA DE UN CONTRATO

ALFREDO MORENO

"Comunicar la integridad, que es lo que a la empresa le importa, es fundamental."



LUIS LARRAÍN



SERGIO CARDONE

CONTENIDOS

- 03 | EDITORIAL
- 04 | DESAYUNO DE CAMPEONES
 - 05 | ALFREDO MORENO
 - 06 | SERGIO CARDONE
 - 07 | LUIS LARRAÍN
- 08 | ACTUALIDAD INTERNACIONAL
LA FILANTROPIA DE DATOS
- 09 | ACTUALIDAD LEGAL
 - 09 | LEY 20.920 REP: RECICLAJE Y RESPONSABILIDAD EXTENDIDA DE PRODUCTORES
 - 10 | ¿CÓMO ADOPTAMOS NUESTRAS DECISIONES DE NEGOCIO?
 - 12 | LA IMPORTANCIA DE UN CONTRATO
 - 14 | LEY DE INCLUSIÓN LABORAL
 - 16 | PROYECTO DE LEY: FORTALECIMIENTO SERNAC
- 18 | TERCER ENCUENTRO DE REFLEXIÓN PARA DIRECTORES DE LAS EMPRESAS FALABELLA
- 20 | DESDE COLOMBIA
- 22 | PRESENTAMOS
 - 22 | GERENCIA ASUNTOS LEGALES OPERACIONALES: LA GERENCIA DE LA TRINCHERA
 - 24 | CERTIFICADO: MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS
- 26 | TRABAJO EN EQUIPO
RETIRO ESTRATÉGICO LEGAL Y GOBERNANZA: REVISE, REFRESH, RE-ENERGIZE
- 28 | NUESTRAS HISTORIAS
- 30 | TE RECOMENDAMOS

LEGAL Y GOBERNANZA
GERENCIA CORPORATIVA DE ASUNTOS
LEGALES OPERACIONALES



TOTTUS | **MI CLIENTE**

EMPRESAS FALABELLA

LO QUE NECESITAS SABER PARA
PRODUCIR MATERIAL PUBLICITARIO
Y PROMOCIONAL

TOTTUS

LO QUE NECESITAS SABER PARA
PRODUCIR MATERIAL PUBLICITARIO
Y PROMOCIONAL

APRENDE NUESTRAS
DEFINICIONES



PROTEGE NUESTROS
PRINCIPIOS



PROCEDIMIENTO



REQUISITOS



UTILIZA BIEN LAS
**PALABRAS
CLAVE**



CHECKLIST



S.A.C.I. FALABELLA

PROCEDIMIENTO

f....

REALIZA TU CONSULTA O DENUNCIA



LINK CANAL DE INTEGRIDAD
INTRANET / INTERNET



E-MAIL
contactochile@gerenciodeetica.com



LÍNEA GRATUITA
800726100

NUEVO CANAL DE INTEGRIDAD

ANÓNIMO • CONFIDENCIAL • SIN REPRESALIAS

YO CONFÍO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat

MIRA EL MENSAJE DEL
PRESIDENTE Y GERENTE GENERAL



EMPRESAS FALABELLA

EL VALOR DE HACER LO CORRECTO

LEGAL Y GOBERNANZA
GERENCIA DE GOBERNANZA, ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

S.A.C.I. FALABELLA

PROGRAMA MI CLIENTE

¡NUESTROS CLIENTES SON LO MÁS IMPORTANTE Y DEBEMOS PROTEGER SUS DERECHOS, SIEMPRE!

Cualquiera sea el cargo que ocupes en la organización, nuestro compromiso es el mismo: entregar lo mejor de nosotros a quienes son la razón por la que estamos aquí, nuestros clientes.

Es nuestro deber como colaboradores seguir fortaleciendo la confianza que nuestros clientes han depositado en nosotros, la cual es fruto de nuestro esfuerzo y dedicación hacia ellos a lo largo de nuestra historia.

TE INVITAMOS A VER EL SIGUIENTE VIDEO

NUESTROS CLIENTES
SON LO MÁS IMPORTANTE

Y DEBEMOS
PROTEGER
SUS DERECHOS
SIEMPRE



CUANDO ATIENDAS O INTERACTÚES CON UN CLIENTE, TE QUEREMOS PEDIR LO SIGUIENTE:

- Que lo hagas de la mejor forma posible, con respeto y buen trato
- Que entregues siempre la mejor versión de ti
- Que hagas de su compra la mejor experiencia
- Que seas consciente de que nuestros clientes tienen altas expectativas de nosotros, por lo que no podemos defraudar su confianza

Gracias por hacer de nuestros clientes lo más importante para nosotros

PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO MI CLIENTE:
PROTEGIENDO LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

EL VALOR DE HACER LO CORRECTO



UN MILLÓN DE GRACIAS, PERO NO

¡DEJA QUE LA CALIDAD DE TUS PRODUCTOS Y SERVICIOS HABLE POR TI!

La costumbre de hacer regalos dentro del contexto de una relación comercial puede tener por finalidad cumplir con un sentido genuino de cortesía para reforzar vínculos profesionales de cercanía y confianza.

Sin embargo, te aseguramos que no necesitas invertir en regalos para nosotros.

¿POR QUÉ?

Porque los regalos suelen hacerse solo a algunos colaboradores y no queremos que haya diferencias con los demás.

Porque los regalos aumentan el costo de hacer negocios, en perjuicio de mejores condiciones para ustedes y nosotros.

Porque buscamos consolidar relaciones cimentadas en la confianza y la transparencia.

Por todo esto, te decimos:

UN MILLÓN DE GRACIAS, PERO NO

S.A.C.I. FALABELLA

EL VALOR DE HACER LO CORRECTO

Como proveedor, si tienes cualquier duda, puedes consultar directamente al canal de integridad de la empresa, llamando al teléfono 800 726 100 o escribiéndonos a contactochile@gerenciodeetica.com.

CANAL DE INTEGRIDAD

ANÓNIMO • CONFIDENCIAL • SIN REPRESALIAS

YO CONFÍO

Porque tú nos importas, hemos creado el Canal de Integridad, para que hagas consultas o denuncias sobre temas de integridad. Estas serán gestionadas, investigadas y resueltas de manera imparcial y objetiva.

- **Pregunta:** tus dudas al Canal de Integridad
- **Reporta:** infracciones al Código de Integridad
- **Elige:** si quieres contactarte de manera anónima con...
- **Confía:** porque no habrá represalias si haces una denuncia de buena fe o colaboras en una investigación...

La integridad la construimos todos día a día, así nos cuidamos y cuidamos a Falabella Retail.

VER LA PRESENTACIÓN DEL
CANAL DE INTEGRIDAD



REALIZA TU CONSULTA O DENUNCIA



LINK CANAL DE INTEGRIDAD
INTRANET / INTERNET



E-MAIL
contactochile@gerenciodeetica.com



LÍNEA GRATUITA
800726100

FALABELLA RETAIL S.A.
EL VALOR DE HACER LO CORRECTO





YO JUEGO LIMPIO

NUNCA ACEPTO NI OFREZCO SOBORNO A UN FUNCIONARIO PÚBLICO

Recuerda los controles para la prevención del soborno en tus reuniones con funcionarios públicos:

- Agenda** tus reuniones en el calendario de la empresa, en dicha cita agrega a tu jefatura directa y a la casilla cumplimiento@falabella.cl
 - Reúnete** exclusivamente en dependencias de la Empresa o de la repartición pública
 - Asiste** acompañado con otro colaborador
 - Utiliza** además, la plataforma de la Ley del Lobby para solicitar la reunión **INGRESA A LA LEY DEL LOBBY**
 - Confecciona** una minuta donde indiques los temas tratados en la reunión y los asistentes
 - Envía** la minuta a tu jefatura directa y a la casilla cumplimiento@falabella.cl
- DESCARGA AQUÍ LA MINUTA**

MIRA EL VIDEO DE SOBORNO



DESCARGA EL AFICHE DIGITAL



Depende de todos nosotros contribuir a una Cultura de Integridad.

S.A.C.I. FALABELLA

EL VALOR DE HACER LO CORRECTO

LEGAL Y GOBERNANZA
GERENCIA DE GOBERNANZA, ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

S.A.C.I. FALABELLA



YO JUEGO LIMPIO

EN MIS VIAJES ✈️

NUNCA ACEPTO NI OFREZCO SOBORNO A UN FUNCIONARIO PÚBLICO

Recuerda los controles para la prevención del soborno en tus reuniones con funcionarios públicos:

- Agenda** tus reuniones en el calendario de la empresa, en dicha cita agrega a tu jefatura directa y a la casilla cumplimiento@falabella.cl
 - Reúnete** exclusivamente en dependencias de la Empresa o de la repartición pública
 - Asiste** acompañado con otro colaborador
 - Utiliza** además, la plataforma de la Ley del Lobby o Cabildeo según la ley del país que visites
 - Confecciona** una minuta donde indiques los temas tratados en la reunión y los asistentes
 - Envía** la minuta a tu jefatura directa y a la casilla cumplimiento@falabella.cl
- DESCARGA AQUÍ LA MINUTA**

MIRA EL VIDEO DE SOBORNO



DESCARGA EL AFICHE DIGITAL



Depende de todos nosotros contribuir a una Cultura de Integridad.

S.A.C.I. FALABELLA

EL VALOR DE HACER LO CORRECTO

LEGAL Y GOBERNANZA
GERENCIA DE GOBERNANZA, ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

S.A.C.I. FALABELLA



UNA INTEGRIDAD PARA TODOS

PARA HACER LO CORRECTO HAY QUE SABER QUE ES LO CORRECTO.

Porque para nosotros la integridad es lo más importante, con orgullo te presentamos nuestro nuevo Código de Integridad, el que a partir de hoy reemplaza al Código de Ética de la empresa.

- Porque esperamos que tomes decisiones éticas siempre.
- Porque para hacer lo correcto hay que saber qué es lo correcto.
- Porque es importante que todos tengamos claridad acerca de cuál es el comportamiento que se espera de nosotros.

Con este Código de Integridad reforzamos nuestro compromiso con las Empresas Falabella, con la honestidad, la vocación de servicio, nuestra iniciativa para aportar nuevas ideas, el trabajo en equipo, el respeto, la construcción de un ambiente de confianza y un clima laboral sano.

Además, en este Código encontrarás respuestas y ejemplos que te ayudarán a aclarar qué significa actuar con integridad y qué hacer cuando te enfrentas a una situación que no es ética.

Que nuestros valores nos inspiren día a día, porque la integridad de la empresa la construimos entre todos.

Por nosotros, por la compañía y por el país...vivamos el valor de hacer lo correcto.



EMPRESAS FALABELLA

EL VALOR DE HACER LO CORRECTO

LEGAL Y GOBERNANZA
GERENCIA DE GOBERNANZA, ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

S.A.C.I. FALABELLA

JUNTOS DECIMOS NO

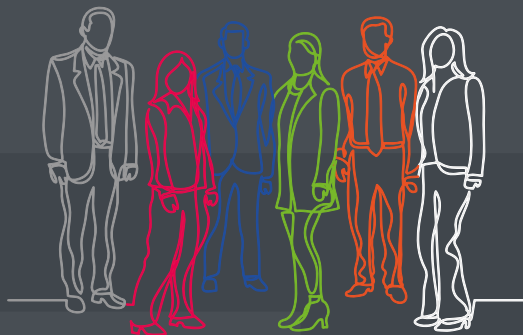
AL ACOSO SEXUAL

En Falabella estamos comprometidos con un ambiente laboral digno y de mutuo respeto entre los trabajadores. Conductas que atentan contra la dignidad de las personas como el acoso sexual están estrictamente prohibidas.

Es acoso sexual cualquier requerimiento de carácter sexual no consentido por quien lo recibe. Si además se da entre colaboradores y amenaza o perjudica la situación laboral o las oportunidades de empleo de quien lo sufre, es acoso sexual laboral.

Por tanto, es indispensable que revisemos, y de ser necesario ajustemos, la forma en que cada uno de nosotros se relaciona con los demás, empatizando y reflexionando si nuestros dichos o actos podrían percibirse como acoso sexual. Si, además, tienes una posición de superioridad jerárquica, debes ser doblemente cuidadoso.

Cuenta con nosotros y plantea tus dudas o denuncias al Canal de Integridad. Así podremos evitar que situaciones de esta naturaleza ocurran en nuestra empresa.



JUNTOS DECIMOS NO

AL ACOSO SEXUAL

En Falabella estamos comprometidos con un ambiente laboral digno y de mutuo respeto entre los trabajadores. Conductas que atentan contra la dignidad de las personas como el acoso sexual están estrictamente prohibidas.

Es acoso sexual cualquier requerimiento de carácter sexual no consentido por quien lo recibe. Si además se da entre colaboradores y amenaza o perjudica la situación laboral o las oportunidades de empleo de quien lo sufre, es acoso sexual laboral.

Por tanto, es indispensable que revisemos, y de ser necesario ajustemos, la forma en que cada uno de nosotros se relaciona con los demás, empatizando y reflexionando si nuestros dichos o actos podrían percibirse como acoso sexual. Si, además, tienes una posición de superioridad jerárquica, debes ser doblemente cuidadoso.

Cuenta con nosotros y plantea tus dudas o denuncias al Canal de Integridad. Así podremos evitar que situaciones de esta naturaleza ocurran en nuestra empresa.



MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS

LEY N° 20.393



ALCANCE

El MPD es aplicable a los Colaboradores en general, aun cuando su relación contractual sea temporal. Adicionalmente se agenciarán los medios para que los proveedores y prestadores de servicios cumplan con éste en las relaciones con la Compañía.



MARCO JURÍDICO

La Ley ha establecido un catálogo restringido de delitos que pueden generar responsabilidad penal corporativa, los delitos son los siguientes: cohecho, corrupción entre particulares, lavado de activos, financiamiento del terrorismo, recepción, negociación incompatible, administración desleal y apropiación indebida (en adelante los "Delitos de la Ley").

S.A.S. - ILLABILLA

MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS - 191

MARCO JURÍDICO CORRUPCIÓN ENTRE PARTICULARES

Es un delito similar al cohecho, pero sin intervención de empleados públicos. Se presenta en dos modalidades:

1. El empleado o mandatario que solicita o acepta un beneficio indebido, y;
2. Cualquier persona que ofrece o da un beneficio indebido a un empleado o mandatario.

En ambos casos la coima busca que se favorezca la contratación de un oferente sobre otro, o se produce cuando ya se tomó esa decisión?

Este delito se comete en la presentación de ofertas para la adquisición de bienes o la contratación de servicios. Se configura cuando se entregan, solicitan u ofrecen coimas a privados para que se adquieran los bienes o servicios que una empresa ofrece, o para adquirir aquellos que ofrece un oferente en particular.

A modo de ejemplo, este delito podría configurarse si una empresa abre un proceso de solicitud de propuestas de compra o servicio a varios oferentes y un empleado de uno de dichos oferentes hace llegar un presente de valor a uno de los encargados de resolver la operación para ser favorecido.



MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS - 192

MARCO JURÍDICO LAVADO DE ACTIVOS

El delito de lavado de activos o blanqueo de capitales es cometido: i) por quien realice actos u operaciones que oculten o disimulen el origen ilícito de dineros o bienes que provengan directa o indirectamente de una actividad ilícita señalada en la ley, ii) por quien derechamente oculte esos bienes, o, iii) por quien los utilice con ánimo de lucro; en todos los casos, sabiendo el origen ilícito de tales dineros o bienes, o desconociéndolo por negligencia inexcusable.

Las actividades ilícitas descritas en la ley como fuente de los activos cuyo origen se intenta lavar o blanquear son:

- | | |
|---|--|
| 1. Tráfico de droga | 10. Delitos funcionarios, especialmente el cohecho y el fraude al fisco; |
| 2. Conductas terroristas | 11. Secuestro y sustracción de menores; |
| 3. Tráfico de armas | 12. Producción de material pornográfico infantil; |
| 4. Delitos de mercado de valores | 13. Promoción de la prostitución; |
| 5. Algunos delitos bancarios | 14. Trata de personas y tráfico de migrantes; |
| 6. Delitos de contrabando | 15. Asociaciones ilícitas; y, |
| 7. Delitos contra la propiedad intelectual | 16. Estafa, apropiación indebida, administración desleal y fraude de subvenciones al Estado. |
| 8. Delitos de fabricación y circulación de billetes falsos; | |
| 9. Algunos delitos tributarios; | |

El delito se comete conociendo el origen ilícito de los activos o bienes, pero también se sanciona la conducta de quien por negligencia inexcusable no conoció el origen ilícito de los activos y bienes. Ejemplo de esto es, la compra a un proveedor que lava activos y aparece en las listas negras internacionales, sin una debida y suficiente averiguación al respecto.

193. LEGAL Y SUSTENTABLE



Gracias, Álvaro Rojas

Lorem ipsum dolor sit am,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat,

- Vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum.
- Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore.

Te deseamos mucho éxito en tus nuevos desafíos.



Gracias, Álvaro Rojas

Lorem ipsum dolor sit am,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat,

- Vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum.
- Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore.

Te deseamos mucho éxito en tus nuevos desafíos.

Salidas Diciembre

Informamos los colaboradores que salieron del equipo **FALABELLA TECNOLOGÍA** durante este mes.

- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP

Salidas Diciembre

Informamos los colaboradores que salieron del equipo **FALABELLA TECNOLOGÍA** durante este mes.

- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP
- **Lorem Ipsum**
JEFE DE ÁREA
Gerencia Proyecto ERP

Cyber Seguridad

¿Qué es el business email compromise (BEC)?

Es un tipo de phishing en que ciberdelincuentes suplantando responsables de alto nivel de una empresa, para que los empleados, clientes o vendedores transfieran fondos o información sensible.

Modo de ataque

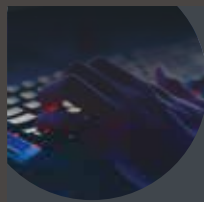
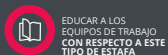
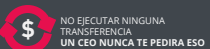
Envío de email o texto, desde email del CEO, solicitando transferir fondos a una cuenta externa.

Efecto de BEC en el mundo empresarial



¿Qué hacer?

Durante las fiestas de fin de año, el phishing aumenta, protege tus contraseñas en tus compras online.



Cyber Seguridad

¿Qué es el business email compromise (BEC)?

Es un tipo de phishing en que ciberdelincuentes suplantando responsables de alto nivel de una empresa, para que los empleados, clientes o vendedores transfieran fondos o información sensible.

Modo de ataque

Envío de email o texto, desde email del CEO, solicitando transferir fondos a una cuenta externa.

Efecto de BEC en el mundo empresarial



¿Qué hacer?

Durante las fiestas de fin de año, el phishing aumenta, protege tus contraseñas en tus compras online.



Apple

Es afectado por bug (defecto de software) que bloquea iPhone o iPad.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat,

Vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore.

Informe Técnico

- EMPRESA: APPLE
- PAIS: Estados Unidos
- FECHA DE EXPOSICION: 13 de febrero de 2018
- TIPO DE ATAQUE: Bug de software que afecta al hardware que hace que un programa no funcione correctamente.
- TIPO DE EMPRESA: Telecomunicaciones
- IMPACTO GENERAL: Bug de software que afecta al hardware que hace que un programa no funcione correctamente.
- ALCANCE DEL ATAQUE: Despliegue de servicios
- PERIODO DE LA INTRUSION: 13 febrero de 2018
- IMPACTO PARA EL HOLDING: Sin impacto directo para el Holding Falabella

NO DEBES COMPARTIR ESTA INFORMACION CON PERSONAS EXTERNAS A FALABELLA



Apple

Es afectado por bug (defecto de software) que bloquea iPhone o iPad.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat,

Vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore.

Informe Técnico

- EMPRESA: APPLE
- PAIS: Estados Unidos
- FECHA DE EXPOSICION: 13 febrero de 2018
- TIPO DE ATAQUE: Bug de software que afecta al hardware que hace que un programa no funcione correctamente.
- TIPO DE EMPRESA: Telecomunicaciones
- IMPACTO GENERAL: Bug de software que afecta al hardware que hace que un programa no funcione correctamente.
- ALCANCE DEL ATAQUE: Despliegue de servicios
- PERIODO DE LA INTRUSION: 13 febrero de 2018
- IMPACTO PARA EL HOLDING: Sin impacto directo para el Holding Falabella

NO DEBES COMPARTIR ESTA INFORMACION CON PERSONAS EXTERNAS A FALABELLA

CONVERSEMOS



ANDRÉS ČANČAR C.

andres@engage-up.com

+56 9 553 89 521

Santiago, Chile.

