



Reporte de Sostenibilidad 2023



Índice

01

■ Bienvenida de nuestro CEO
Pág. 33

Cifras e hitos
Pág. 33

Reconocimientos
Pág. 33

■ Tottus
Pág. 33

02

■ Pilar Ambiental
Pág. 45

03

■ Liderazgo y cultura
Pág. 50

04

■ Impacto social
Pág. 56

05

■ Gobierno corporativo
Pág. 70

06

■ Índice de contenidos GRI
Pág. 56

Bienvenida de / nuestro CEO

Atravesamos un 2023 retador, en el que vivimos una contracción económica que nos puso a prueba, así como cambios internos importantes, que finalmente nos trajeron un nuevo enfoque de valores y cultura, en el que apostamos por convertirnos en una marca más humana.

Nuestro propósito: Simplificar y Disfrutar más la Vida impulsó las acciones de sostenibilidad durante este año. Nos alineamos a la estrategia de sostenibilidad corporativa con cinco ejes de acción que se llevan a cabo con diferentes metas de impacto. En ella, aportamos a once Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, en conjunto con las metas en las cuales el grupo contribuye de manera positiva.

Los **ejes de acción climática y circularidad de residuos** incorporan acciones para minimizar nuestro impacto ambiental. Durante el 2023 pusimos en marcha el recambio de sistemas de refrigeración, migrando desde refrigerantes de alto impacto en el cambio climático a refrigerantes a base de CO₂, reduciendo de esa manera nuestra huella de carbono. Además, redujimos la pérdida de alimentos en un 7,2% con respecto a la línea de base 2021 a nivel binacional. Destacamos que los resultados en este rubro generan un alto



impacto positivo a nivel del grupo, ya que Tottus es el negocio que aporta más en la dimensión ambiental.

En la dimensión social, hemos desarrollado medidas concretas que promueven un entorno más diverso e inclusivo, en el **eje de diversidad, equidad e inclusión**. Actualmente, el 42% del total de colaboradores son mujeres, el 54% de los cargos de gerente o subgerente es ocupado también por mujeres y 150 colaboradores con capacidades diferentes se han integrado a nuestro equipo. De esta manera, nos sentimos parte de su desarrollo e integración social a través de nuestro programa Tottus para Todos. Estas acciones son fortalecidas con nuestro fomento del empleo seguro, contando hasta el momento con el 81% de colaboradores contratados indefinidamente.

De cara a nuestros clientes, incrementamos los artículos (SKU) ofertados bajo nuestras marcas propias, logrando ofertar en Chile 251 SKU y en Perú 317. Con mucho orgullo, lanzamos nuestra marca de vinos El Andar en Chile y de gaseosas Fresh en Perú. Asimismo, transformamos nuestra última milla en Tottus App (antes Fazil) para concentrar recursos y energía y agregar valor en el servicio a nuestros clientes. De igual forma, continuamos trabajando de la mano con nuestros proveedores, en especial, con los proveedores agrícolas, logrando ofrecer cada vez más y mejores productos.

Destacamos nuestro programa de donación de alimentos gracias al cual hemos contribuido con la mejora de calidad de

vida de 66.518 personas en Chile; lo que representa un 27% más con respecto al 2022, donando más de 210 toneladas de productos. En Perú, donamos más de 594 toneladas de alimentos, beneficiando a 13.657 personas. De esta manera contribuimos también a la reducción del desperdicio de alimentos.

Con respecto a nuestro **quinto eje, gobierno corporativo**, emitimos e iniciamos la implementación de nuestra Política de Gestión Integral de Riesgos, basada en estándares nacionales e internacionales en materia de riesgos como ISO 31000 y COSO ERM¹. Asimismo, un hito que consideramos de suma importancia es la culminación del proceso de debida diligencia en nuestra Política de Derechos Humanos, a partir de la cual hemos establecido e implementado diferentes planes de acción con la finalidad de fortalecer los controles para evitar la ocurrencia de impactos sobre los derechos humanos de nuestros grupos de interés.

Tanto para Chile como para Perú nuestra mirada hacia el 2024 se enfoca en lograr que **Tottus sea el supermercado preferido por el cliente**. Este liderazgo de preferencias toma en cuenta una ecuación de valor, en la que los componentes principales son los precios bajos y la mejor experiencia del cliente.

La mejor experiencia implica desarrollar una marca más humana y cercana al cliente, donde no solo se ofrezca una selección de los mejores productos,

1. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Enterprise Risk Management.



80.175

personas beneficiadas con nuestro programa de donación de alimentos

sino que sean acompañados durante su experiencia de compra por personas que los atiendan con amabilidad. Contar con una marca de estas características parte de la comprensión de los impactos que generamos en los clientes, colaboradores y comunidad en general.

Tener **“la mejor experiencia del cliente”** es brindarle mejor atención y orientación en tienda y ofrecerle productos enfocados en sus necesidades. Por eso, estamos trabajando a través de nuestro programa de amabilidad, el cual abarca procesos, actividades y comportamientos amistosos hacia el cliente.

Por otro lado, desarrollar una marca más humana, significa también preocuparnos por generar valor compartido, donde la sostenibilidad juega un papel crucial; entendiendo que nuestro impacto no es solo **económico**, preocupándonos de tener un negocio saludable y rentable; que sino **ambiental**, a través una buena gestión de desperdicio de alimentos y de la mitigación de nuestra huella de carbono; y **social**, mediante el desarrollo de proveedores y emprendedores en la cadena de valor, con la contratación personas que pertenecen a la comunidad, porque entendemos que ambos crecemos juntos.

Sin más que agregar, los invito a leer nuestro Reporte de Sostenibilidad que refleja la gestión de nuestras operaciones en la región.

Un abrazo.

(GRI 2-22)

Cifras e hitos

161

TIENDAS EN CHILE Y PERÚ

Supermercado

n° 2



EN PERÚ

n° 4



EN CHILE

Nuevo Tottus en Iquitos (Perú)



Transformamos nuestra última milla Fazil en Tottus App. De esta forma concentramos recursos y energía en nuestras fortalezas y agregamos más valor en el servicio a nuestros clientes.

Participación en el mercado:



28,3%



4,5%



Automatización y ampliación del Centro de Distribución de Huachipa (Lima, Perú) a partir de julio del 2023.

57

Abrimos nuestra tienda N° 57 en Perú:

Tottus Iquitos, brindando empleo a **174** nuevos colaboradores y llevando la mejor atención y servicio a los clientes de esa zona.



Cambio en la Gerencia General Corporativa de Tottus:

Johann Ramberg Arnillas ejerció hasta el 30 de noviembre del 2023. A partir del 1 de diciembre del 2023 asumió el cargo Renato Guersoni Giarola.

(GRI 2-1)

Reconocimientos

Falabella: reconocida dentro de las cinco empresas de retail más sostenibles a nivel mundial, entre más de 13.000 empresas, por la medición internacional Dow Jones Sustainability Index (DJSI), avanzando 3 puestos desde el último año.



SELLO DE CUANTIFICACIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI) 2022 del Programa Huella Chile, otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente.

TERCERA ESTRELLA EN LA PLATAFORMA HUELLA DE CARBONO PERÚ, reconocimiento otorgado por el Ministerio del Ambiente (MINAM) por nuestros esfuerzos en medir, verificar y reducir nuestras emisiones de GEI durante el periodo 2022.

SELLO DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO por la utilización de gas refrigerante CO₂ transcrítico en la tienda de Tottus San Vicente (Chile, año 2022).



CERTIFICADO DE SOSTENIBILIDAD, otorgado por la empresa multinacional IFCO por nuestro compromiso con el medioambiente a través de la reutilización de los envases de transporte de frutas y verduras, fortaleciendo la economía circular y contribuyendo a crear una cadena de suministro de productos frescos para nuestros clientes.

CERTIFICADO DE LA AGENCIA DE SOSTENIBILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO por dar cumplimiento al 100% de los objetivos y metas establecidas en el Acuerdo de Producción Limpia, liderado por la SOFOFA y certificado por la Agencia de Sostenibilidad y Cambio Climático.

SELLO DE RECICLABILIDAD, otorgado en el marco del Acuerdo de Producción Limpia Eco Etiquetado, logrando certificar 81 productos de marcas propias (Chile).

ISO 45001: 2018 Sistema de Gestión en Salud y Seguridad Ocupacional. Alcance: tiendas Tottus Kennedy, Tottus Bio Bio, Tottus Machalí y Tottus Quilpué (Revalidación, Chile).

ISO 9001: 2015 Sistema de Gestión de la Calidad en el Desarrollo de Productos Marcas Propias (recertificación en Tottus Chile, ampliación a Tottus Perú).

Effie Awards 2023

EFFIE DE BRONCE por La fórmula perfecta para ganar en Tik Tok, en la categoría Comunidades Comprometidas.

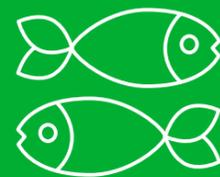
Ranking CXI

MARCA MÁS VALORADA en experiencia y lealtad de clientes, puesto 1 en la categoría Supermercado.

Great Place to Work

- 6^{to} lugar** EN EL RANKING GENERAL.
- 6^{to} lugar** EN LA CATEGORÍA MUJERES.
- 3^{er} lugar** EN LA CATEGORÍA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN.
- 7^{mo} lugar** EN LA CATEGORÍA GESTIÓN SOSTENIBLE.

Falabella: reconocida en la VIII “Noche por la Igualdad”, otorgado por la Fundación Iguales & Pride Connection Chile, categoría Mejor Empresa Nacional debido al esfuerzo de crear ambientes laborales inclusivos para el talento LGBTI+.



Sello azul

OTORGADO POR EL SERVICIO NACIONAL DE PESCA Y ACUICULTURA (SERNAPESCA), que certificó que 19 locales de nuestra cadena comercializan productos que cumplen con todas las medidas de administración, resguardando la sustentabilidad de las pesquerías y el cuidado del entorno en Chile.

Merco

TALENTO, puesto 30 en el ranking general y puesto 2 en la categoría Autoservicio.

REPUTACIÓN CORPORATIVA, puesto 52 en el ranking general y puesto 2 en la categoría Autoservicio.





Tottus

01.





1.1 Somos TOTTUS

Somos TOTTUS, empresa *retail* dedicada a la fabricación y comercialización de productos de las categorías Food (alimentos), Non-Food (no alimentos) y Perecibles. Tenemos presencia en Perú desde el 2002 y en Chile desde el 2004, con una oferta que abarca el mundo físico y digital a través de supermercados e hipermercados, con formatos como Vecino, Hiperbodega y Superbodega Precio Uno.

| TIENDAS | PERÚ | CHILE | TOTAL |
|----------------------------|---------|---------|---------|
| TOTTUS | 57 | 72 | 161 |
| Precio Uno Hiperbodega | 32 | -- | |
| Área (sala de ventas) (m²) | 283.869 | 231.245 | 515.114 |

Nuestras instalaciones de comercialización se complementan con nuestros:

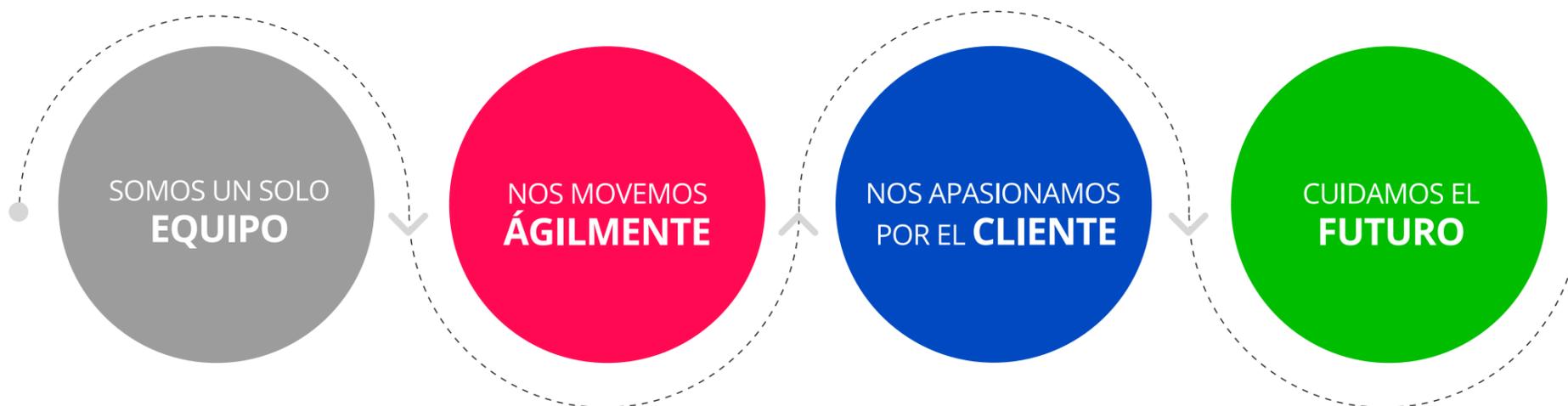
- Plantas y centros de producción de alimentos en Perú y Chile. Procesan alimentos operando tres líneas de producción: panadería, pastelería y platos preparados, ofreciendo un portafolio diversificado de alrededor de 250 productos de los más altos estándares. En Chile durante el 2024 se inaugurará una nueva y moderna planta de producción, similar a la que se encuentra en Perú.
- Centros de Distribución, los que en Chile totalizan una superficie de almacenamiento y abastecimiento de 126.175 m²; en Perú contamos con el Complejo Logístico ubicado en Huachipa, además de Picking Centers y almacenes satélites en Lima y provincias.

(GRI 2-1)



1.2 Propósito y valores

Los valores que todos compartimos



Diverso, que confía y desarrolla a las personas

Anticipando, siendo protagonista, aprendiendo permanentemente

Con empatía, conocimiento y simplicidad

Respeto a las personas, sociedad y el medioambiente

para cumplir nuestro propósito: **Simplificar y Disfrutar más la Vida**

En Tottus sabemos que nuestros valores son la guía con la que debemos de actuar en nuestro día a día porque nos permite cumplir con nuestro propósito.

(GRI 2-23)



- En el que se incluyen distintas miradas, identidades, culturas, edades y trayectorias. Mientrás más diversos son los equipos, mejores resultados y más compromiso logramos.

- Donde todas las personas se sientan escuchadas, puedan expresar sus opiniones e inquietudes, y trabajar de manera horizontal y colaborativa.

- Con conversaciones periódicas de desarrollo con los equipos para conocer sus intereses y explorar oportunidades de crecimiento, pedir retroalimentación continua, celebrar los logros y valorar los hitos.

- Inspiramos a través del ejemplo, generando instancias para estar cerca de la diversidad de clientes con una actitud empática que les permita aliviar dolores y encontrar soluciones.

- Promovemos que el cliente esté en el centro de todas las decisiones que tomamos. Para asegurar un correcto proceso de toma de decisiones, es que impulsamos a que estas se basen en datos, información, tendencias y experiencias pasadas.

- Desafiamos a los equipos a pensar día a día cómo poder simplificar lo que hacemos para que el cliente pueda disfrutar más su experiencia con nosotros.

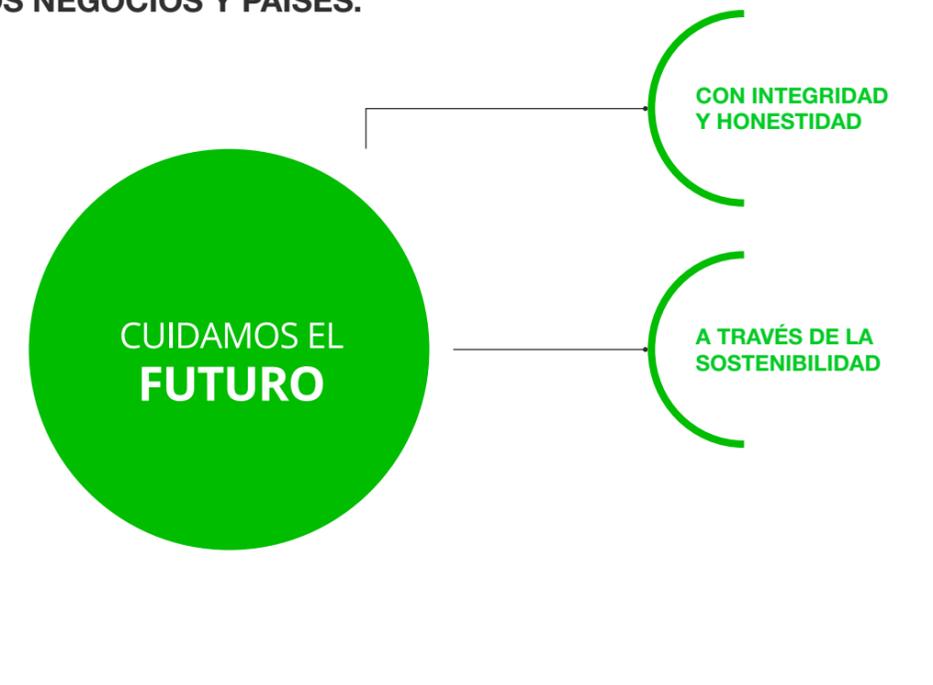


- Motivamos a las personas a cuestionarse la manera en que hacen las cosas, buscando mejora continua e innovación, promoviendo siempre agregar valor al cliente.

- Entregamos autonomía a los equipos y apoyo, según su madurez en la definición de focos, priorización y ejecución.

- Facilitamos espacios donde los equipos puedan atreverse a experimentar o probar, equivocarse, aprender y desaprender para reflexionar e implementar aprendizajes rápidamente.

SUSTENTAMOS NUESTRO PROPÓSITO EN CUATRO VALORES QUE CONSIDERAMOS DESAFÍOS COMPARTIDOS DE TODOS LOS NEGOCIOS Y PAÍSES.



- Somos consistentes entre los dichos y los actos, alineando a los equipos a la estrategia, valores, propósito y políticas de la empresa.

- Promovemos un firme respeto hacia las personas, el medioambiente y la sociedad en todo momento.

(GRI 2-23)

1.3 Modelo de negocio

Hemos desarrollado una propuesta de valor omnicanal, en la que se ofrecen todas las categorías de productos que tenemos, que incluye cinco formatos de tiendas físicas y dos propuestas digitales:

(GRI 2-6)

TIENDAS FÍSICAS

TOTTUS SUPERMERCADOS

Categorías de productos tradicionales en alimentos e higiene.



TOTTUS HIPERMERCADOS

Donde, además, es posible encontrar una oferta ampliada de bienes durables, línea blanca, vestuario, productos electrónicos y artículos para el hogar.



HIPERBODEGA PRECIO UNO

(Perú)

Surtido completo de alimentación y bienes con precios convenientes.



SUPERBODEGA PRECIO UNO

(Perú)

Surtido eficiente de productos de primera necesidad con precios convenientes.



TOTTUS VECINO

(Perú)

Surtido de productos para la compra del día a día.

PROPUESTAS DIGITALES



TOTTUS APP

Aplicación de *on demand delivery*, que fue relanzada desde "Fazil" a Tottus App, para estar 100% enfocada en las entregas de compras de supermercado.



FALABELLA.COM

Marketplace de última milla de Falabella con despacho express en compras en Falabella Retail, Tottus, Sodimac y Linio. Contamos con +17.000 *sellers* adicionales a nivel regional.

1.4 Compromiso con la sostenibilidad

En Tottus, trabajamos todos los días guiados por nuestro propósito: Simplificar y Disfrutar más la Vida. Este orienta la manera de hacer las cosas e impulsa el crecimiento sostenible del negocio, generando impacto positivo en las personas, las comunidades y el medioambiente.

Para potenciar la creación de valor compartido, nos alineamos a la estrategia de sostenibilidad corporativa con cinco ejes de acción que se llevan a cabo con diferentes metas de impacto. En ella, damos cuenta de nuestro aporte a once Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, en conjunto con las metas en las cuales el grupo contribuye de manera positiva.

5

PILARES SUSTENTAN

nuestra estrategia de sostenibilidad

| AMBIENTAL | | SOCIAL | | GOBERNANZA |
|---|--|---|--|---|
| ACCIÓN CLIMÁTICA | CIRCULARIDAD Y RESIDUOS | DIVERSIDAD, EQUITAD E INCLUSIÓN | IMPACTO SOCIAL | GOBIERNO CORPORATIVO |
| Contribuir a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y alcanzar una operación resiliente a los riesgos derivados del cambio climático. | Promover la circularidad a través de un uso óptimo de recursos y lograr la menor cantidad de residuos a vertedero. | Promover una cultura y ambiente de trabajo libre de cualquier tipo de discriminación y que fomente la integración y participación de todas las personas como iguales. | Mejorar la vida de las personas y de las comunidades con las que interactuamos, impulsando la generación de oportunidades y la reducción de la desigualdad para crear una sociedad más equitativa. | Garantizar la transparencia y el comportamiento empresarial íntegro, promoviendo la creación de valor sostenible para la empresa y sus grupos de interés. |
| | | | | |

La estrategia corporativa de sostenibilidad se alinea con el valor “cuidamos el futuro”.

La estrategia corporativa de sostenibilidad se alinea con nuestro valor: Cuidamos el Futuro. Esto implica tener una mirada hacia el futuro en términos de nuestros impactos (positivos y negativos), la construcción de relaciones a largo plazo con nuestros principales grupos de interés y la creación de mutuo valor para nuestra empresa y su entorno, los que son revisados por nuestro directorio de manera semestral.

| | AMBIENTAL | | SOCIAL | | GOBERNANZA |
|--------------|---|---|---|--|---|
| | ACCIÓN CLIMÁTICA | CIRCULARIDAD Y RESIDUOS | DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN | IMPACTO SOCIAL | GOBIERNO CORPORATIVO |
| FOCOS | <ul style="list-style-type: none"> • Descarbonización de fuentes controladas. • Suministro de energía renovable y eficiencia energética. • Gestión de riesgos y oportunidades derivadas del cambio climático. | <ul style="list-style-type: none"> • Reducción del desperdicio de alimentos en supermercados. • Gestión integral de residuos en tiendas y centros comerciales. • Optimización y uso eficiente de los materiales de <i>packaging</i>. | <ul style="list-style-type: none"> • Asegurar la representación de talento femenino en Top y Middle Management y en profesiones relacionadas con la tecnología. • Desarrollo de redes internas. | <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar nuestra contribución en términos de empleo, compras locales y apoyo al emprendimiento local. | <ul style="list-style-type: none"> • Políticas y programas de ética y cumplimiento corporativos. • Implementación de procesos de debida diligencia en Derechos Humanos y Empresa. • Implementación del Modelo de Gestión Integral de Riesgos |
| AVANCES 2023 | <ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de proyectos de recambio de sistemas de refrigeración (migración a CO₂); se avanzó un 96% de los proyectos programados. • Mejora en el control de la generación de emisiones. | <ul style="list-style-type: none"> • Reducción de pérdida de alimentos en un 7,2% con respecto a la línea de base 2021 (binacional). | | | |

(GRI 2-23)

1.5 Relación con los grupos de interés

Identificamos 37 partes interesadas, que fueron clasificadas y priorizadas en seis grupos de interés, considerando los criterios de la capacidad para influir en nuestras operaciones y del impacto que generamos en ellos. En el 2023 revisamos la estructura existente, manteniéndose la misma para este periodo.

Para asegurar una escucha activa y directa con ellos, disponemos de un conjunto de canales y mecanismos de comunicación que facilitan un contacto permanente.

| GRUPOS DE INTERÉS | CANALES DE INFORMACIÓN | FRECUENCIA | CANALES DE ESCUCHA | FRECUENCIA | CANALES DE PARTICIPACIÓN | FRECUENCIA |
|-------------------|---|---|--|---|---|---|
| CLIENTES | <ul style="list-style-type: none"> Sitio web Reporte de Sostenibilidad LinkedIn Corporativo Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram | <p>Diaria</p> <p>Anual</p> <p>Cuando sea requerido</p> <p>Semanal</p> | <ul style="list-style-type: none"> Libro de reclamos en tienda contacto@tottus.cl Servicio Nacional del Consumidor (Chile) Instituto Nacional de Defensa del Consumidor (Perú) Cuestionario de satisfacción (NPS) Canal de Integridad Canal Digital | <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> | <ul style="list-style-type: none"> Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram Asistencia telefónica Asistente virtual (ChatBot) Call Center Canal WhatsApp Gerente/a de Tienda Reporte de Sostenibilidad | <p>Semanal</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Cuando sea requerido</p> <p>Anual</p> |
| COLABORADORES | <ul style="list-style-type: none"> Intranet Biblioteca MiTottus Reporte de Sostenibilidad Bajada de Resultados, Chile Reuniones de información Red social: #Con Tottus (Perú) LinkedIn Corporativo | <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Anual</p> <p>Anual</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Cuando sea requerido</p> | <ul style="list-style-type: none"> Encuesta de cultura Encuesta GPTW (Perú) Canal de Integridad Comités de Clima Embajadores de Clima y Cultura | <p>Semestral</p> <p>Anual</p> <p>Diaria</p> <p>Mensual</p> <p>Diaria</p> | <ul style="list-style-type: none"> Gerente/a de Tienda Reuniones con sindicatos Evaluación del desempeño Diálogo con Comités Paritarios Red social: #Con Tottus (Perú) Workplace App Mi Recibo (Perú) Reporte de Sostenibilidad Tottus Connect (Chile) LinkedIn Corporativo | <p>Cuando sea requerido</p> <p>Mensual</p> <p>Anual</p> <p>Mensual</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Diaria</p> <p>Anual</p> <p>Diaria</p> <p>Cuando sea requerido</p> |

continuación página anterior

| GRUPOS DE INTERÉS | CANALES DE INFORMACIÓN | FRECUENCIA | CANALES DE ESCUCHA | FRECUENCIA | CANALES DE PARTICIPACIÓN | FRECUENCIA |
|----------------------|---------------------------------------|----------------------|--|----------------------|---|----------------------|
| PROVEEDORES | • Plataforma de proveedores | Diaria | • Correo electrónico: contacto directo | Diaria | • Reuniones con gerentes de área | Trimestral |
| | • Reporte de Sostenibilidad | Diaria | • Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) | Anual | • Programas de desarrollo de proveedores | Diaria |
| | • Acuerdo de Venta (Vendor Agreement) | Anual | • Responsable de Servicio al Proveedor (Chile) | Semanal | • Reporte de Sostenibilidad | Anual |
| | • LinkedIn Corporativo | Cuando sea requerido | • servicioalproveedor@tottus.cl (Chile) | Diaria | | |
| | | | • Canal de Integridad | Diaria | | |
| COMUNIDAD | • Sitio web | Diaria | • contacto@tottus.cl | Diaria | • Gerente/a de Tienda | Cuando sea requerido |
| | • Reporte de Sostenibilidad | Anual | • Call Center o teléfono del local | Diaria | • Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram | Diaria |
| | • LinkedIn Corporativo | Cuando sea requerido | • Municipalidad o alcaldía | Cuando sea requerido | • Juntas de vecinos | Cuando sea requerido |
| | | | • Canal de Integridad | Diaria | • Reporte de Sostenibilidad | Anual |
| AUTORIDADES | • Sitio web | Diaria | • Línea directa con Sernac (Chile) e Indecopi (Perú) | Diaria | • Gerente/a de Tienda | Cuando sea requerido |
| | • Reporte de Sostenibilidad | Anual | • Informes a autoridades ambientales y económicas | Cuando sea requerido | • Mesas de trabajo con organismos de interés | Cuando sea requerido |
| | • LinkedIn Corporativo | Cuando sea requerido | • Municipalidad o alcaldía | Cuando sea requerido | • Reporte de Sostenibilidad | Anual |
| | | | • Autoridades y fiscalizadores ambientales | Cuando sea requerido | | |
| | | | • Canal de Integridad | Diaria | | |
| GOBIERNO CORPORATIVO | • Informes al Directorio | Mensual | • Línea directa, teléfono y correo electrónico | Diaria | • Reuniones con el Directorio | Trimestral |
| | • Sitio web | Diaria | | | • Reporte de Sostenibilidad | Anual |
| | • Reporte de Sostenibilidad | Anual | • Canal de Integridad | Diaria | | |
| | • Memoria Falabella | Anual | | | | |
| | • LinkedIn Corporativo | Cuando sea requerido | | | | |

(GRI 2-29)

Acuerdos de negociación colectiva:
 En Chile contamos con **62 sindicatos y 2 federaciones**, que representan el 54% de sindicalización en la empresa. Hasta diciembre del 2023 realizamos **18 negociaciones colectivas satisfactorias** mientras que en el Perú contamos con un sindicato conformado por casi 700 colaboradores, con quienes acordamos un convenio colectivo para el periodo 2022-2024 en un exitoso proceso de diálogo. A nivel regional **no tuvimos huelgas ni interrupciones del negocio.**

(GRI 2-30)



Pilar Ambiental

02.



Estamos comprometidos con minimizar el impacto de nuestra operación. En esta sección, damos cuenta de nuestros compromisos y desafíos ambientales para mitigar los efectos de nuestra operación y cadena de valor. Estas prácticas ambientales responsables están alineadas con nuestro valor: **Cuidamos el Futuro.**

Contamos con una Política Ambiental y de Cambio Climático, con el objetivo de gestionar los impactos ambientales de nuestra operación, mitigar sus efectos negativos y permitir un desarrollo sostenible. Esta es de alcance corporativo, fue aprobada por el Directorio y establece como principios generales:

1. El cumplimiento de la legislación y los compromisos ambientales voluntariamente adquiridos.
2. La protección del medioambiente.
3. La ecoeficiencia operacional.
4. La transparencia en el desempeño ambiental.

La política establece la obligación de que cada una de nuestras empresas implemente un Programa de Cumplimiento Ambiental, acorde a la naturaleza de sus actividades para reducir sus impactos ambientales y poder medir su efectividad a través del tiempo.

El Programa Ambiental busca guiar la conducta de los equipos de trabajo y de nuestros proveedores en su relación con el medioambiente, establecer los mecanismos que permitan dar cumplimiento a las exigencias legales, evaluar y gestionar los riesgos que se manifiestan en su relación con el medioambiente, establecer a los responsables de dichas obligaciones y dar seguimiento a los compromisos ambientales del grupo.

Asimismo, el programa incluye actividades de sensibilización y entrenamiento dirigidas a colaboradores, respecto de cómo impactan sus actividades laborales en el medioambiente, tales como

capacitaciones, *webinars* y comunicaciones periódicas en nuestros canales internos, llegando durante el 2023 a más de 200 colaboradores considerados como cargos expuestos a riesgos ambientales en las diferentes empresas del grupo.

Para cumplir con los principios y medidas contenidas en nuestra política y en el programa, cada empresa promueve, por la vía contractual y a través de capacitaciones, que nuestros proveedores y socios comerciales adopten prácticas que prevengan conductas contrarias a la normativa ambiental, solicitándoles ejecutar sus obligaciones con un alto estándar, y realizando su máximo esfuerzo para reducir su impacto en el medioambiente a lo largo de toda la relación comercial, y durante el ciclo de vida de los productos suministrados.

Para conocer nuestra Política Ambiental y de Cambio Climático, visita el sitio web **Política AMBIENTAL** (q4cdn.com)



Contamos con una Política Ambiental y de Cambio Climático, con el objetivo de gestionar los impactos ambientales de nuestra operación, mitigar sus efectos negativos y permitir un desarrollo sostenible.

HITOS DE CUMPLIMIENTO EN EL 2023:

- Tottus se incorporó formalmente al Gransic ReSimple (Grandes Sistemas de Gestión Colectivo de Residuos) con el fin de cumplir con sus obligaciones en materia de recolección y valorización de productos prioritarios establecidos en la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP).
- Se aprobó el Programa de Cumplimiento Ambiental de Tottus, capacitando a 1.345 colaboradores.

Nuestra actividad se desarrolló en total concordancia con las legislaciones ambientales vigentes. Este año continuamos con la gestión de los asuntos normativos ambientales que son exigidos por el giro de nuestro negocio:

| CHILE | PERÚ |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Residuos peligrosos y no peligrosos. • Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP). 100% de cumplimiento de declaraciones. • Registro de Emisiones y Transferencia de Contaminantes (RETC). • Emisiones de fuentes fijas (Grupo electrógeno y hornos de panadería). • Riles de descarga en alcantarillados. • Norma de Emisiones de Ruido (D.S. 38/2012). • Contaminación lumínica. • Ley de bolsas. • Ley del plástico de un solo uso. • Ley de eficiencia energética. | <ul style="list-style-type: none"> • Ley General del Ambiente – Ley N° 28611. • Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos. • Reglamento de Valores Máximos Admisibles (VMA) para las descargas de aguas residuales no domésticas en el sistema de alcantarillado sanitario. • Estándares de Calidad Ambiental (ECA) para agua y disposiciones complementarias. • Reglamento Nacional para la Gestión y Manejo de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos. |

A diciembre del 2023 logramos el 100% de cumplimiento de las declaraciones realizadas en el Sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), plataforma creada por el Ministerio del Medio Ambiente de Chile para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información de residuos, emisiones y transferencias de contaminantes de las empresas.

En Perú cumplimos con nuestra obligación de declarar toda la información correspondiente a nuestra gestión de residuos sólidos en la plataforma SIGERSOL. Además, cumplimos con todos los compromisos ambientales asumidos en nuestros instrumentos de gestión ambiental aprobados por el Ministerio de la Producción. Al cierre de este periodo, contamos con el 100% de cumplimiento de las declaraciones requeridas por la autoridad.

(GRI 2-27)

COMPROMISOS PÚBLICOS MEDIOAMBIENTALES

| | ACCIÓN CLIMÁTICA | CIRCULARIDAD Y RESIDUOS |
|---------------------|---|--|
| METAS | <ul style="list-style-type: none"> • Reducir un 65% las emisiones en Alcances 1 y 2 para el 2030, respecto a la línea de base 2021. • Llegar a 0 emisiones netas en Alcances 1 y 2 para el 2035 (Net Zero). • Abastecer nuestro suministro eléctrico en un 65 % desde fuentes renovables para el 2030. | <ul style="list-style-type: none"> • Reducir un 20% el desperdicio de alimentos para el 2025, respecto al 2021. |
| AVANCES 2023 | <ul style="list-style-type: none"> • Hemos reducido un 15% las emisiones en Alcances 1 y 2 respecto al 2021. • Estamos abasteciendo nuestro suministro eléctrico en un 68% desde fuentes renovables. | <ul style="list-style-type: none"> • Hemos reducido un 7% el desperdicio de alimentos. |

2.1 Acción por el clima

/ 2.1.1 DESCARBONIZACIÓN

En el 2023 el Grupo Falabella anunció el primer objetivo climático, aprobado por el Directorio, que consiste en lograr cero emisiones netas para el año 2035 en las categorías de Alcance 1 y 2, conforme a la metodología de cálculo internacional Greenhouse Gas Protocol (GHG). Además, nos propusimos como meta intermedia lograr una reducción del 65% de estas emisiones para el año 2030, tomando como referencia el año base 2021. Este compromiso se basa en un trabajo conjunto con la operación de cada una de las unidades de negocio, en donde Tottus juega un rol clave, por el tipo de negocio que desarrollamos. Este plan establece

trabajo no solo con las tiendas, sino en los centros logísticos, oficinas y centros de producción tanto para Chile y Perú.

Nuestros objetivos de corto y largo plazo están alineados con los criterios de Science Based Targets Initiative para los Alcance 1 y 2 y son consistentes con el nivel de descarbonización requerida para mantener el aumento de la temperatura global bajo los 1,5°C.

Nuestro plan de descarbonización se fundamenta en un análisis detallado de nuestras operaciones, de las medidas necesarias para la mitigación, así como también de los factores externos y

riesgos que influyen en nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en las categorías asociadas a estos alcances. Con este compromiso, aspiramos a contribuir a la mitigación del impacto ambiental de la industria en la región, con el principal objetivo de reducir las emisiones con mayor control por parte de la empresa. En esta línea, seguimos trabajando para establecer objetivos específicos de reducción para las categorías de Alcance 3, donde se concentra la mayor parte de nuestro impacto.

Nos propusimos una reducción del

65%

DE NUESTRAS EMISIONES NETAS
para el año 2030

Para lograr el compromiso adquirido, en Tottus identificamos nuestro aporte en cinco acciones palancas con plazos de implementación entre los años 2023-2035:

| COMBUSTIÓN FIJA | COMBUSTIÓN MÓVIL | EMISIONES FUGITIVAS | CONSUMO ELÉCTRICO |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Electrificación de las cocinas. | <ul style="list-style-type: none"> • Electrificación de grúas horquillas. | <ul style="list-style-type: none"> • Mejora del mantenimiento a corto plazo y migración a sistemas de clima de bajo potencial de calentamiento global. • Transición de refrigeradores a sistemas de refrigeración en base a CO₂. | <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar nuestro suministro eléctrico de fuentes de energía renovable. |



Avances 2023:

- Modernización de nuestros supermercados para implementar sistemas de refrigeración con menor potencial de calentamiento global, menores costos de mantenimiento y mayor eficiencia energética. Esta adopción de nuevas tecnologías en Tottus ha sido clave para mitigar nuestras emisiones de Alcance 1, ya que las emisiones fugitivas representan más del 90% de esta categoría en nuestra línea de base de emisiones. Durante el 2023 ejecutamos el recambio de sistemas de frío en seis supermercados en Chile y Perú.
- Establecimos el sistema de refrigeración basado en CO₂ tanto en futuras remodelaciones como en nuevos establecimientos.
- Contamos con acuerdos de suministro renovable con Enel en Chile y desde el 2024 en Perú iniciaremos un acuerdo con Statkraft, avanzando desde un 18% a un 68% de energía proveniente de fuentes renovables.

- En Chile establecimos el sistema de refrigeración basado en CO₂ tanto en futuras remodelaciones como en nuevos locales.

Gracias a las acciones implementadas, destacamos los avances en la **medición de nuestra huella de carbono** en ambos países.

En Chile medimos nuestras emisiones en los alcances 1, 2 y 3 por cuarto año consecutivo, recibiendo el **Sello de Cuantificación 2022**, otorgado por el Ministerio del Medio Ambiente por nuestra gestión en la medición de los gases de efecto invernadero en nuestras tiendas.

En Perú el Ministerio del Ambiente (MINAM) nos otorgó la **tercera estrella** por nuestros esfuerzos en medir, verificar y reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) durante el periodo 2022.

(GRI 305 3-3)

HUELLA DE CARBONO²

| EMISIONES CHILE Y PERÚ (tCO2eq) | 2023 | 2022 | 2021 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Directas Alcance 1 | 121.8 | 138.2 | 120.6 |
| Indirectas Alcance 2 Método ubicación | 57.3 | 60.5 | 63.6 |
| Indirectas Alcance 2 Método mercado | 22.5 | 44.8 | 49.9 |
| Sub-total Alcance 1 y 2 Método Mercado | 144.3 | 183.0 | 170.4 |
| Indirectas Alcance 3 | 1,826.5 | 1,734.9 | 1,944.5 |
| Huella de Carbono Método Ubicación | 2,005.5 | 1,933.7 | 2,128.6 |
| Huella de Carbono Método Mercado | 1,970.8 | 1,918.0 | 2,114.9 |

(GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3)

2. Todos los cálculos de huella de carbono se realizaron de acuerdo con el WRI/WBSCD GHG Protocol.

Status compromiso NetZero

15,4%

DE REDUCCIÓN EN ALCANCES 1 y 2 en base a 2021

Además, mantenemos las siguientes iniciativas para disminuir las emisiones:

- **Logística baja en carbono:** haciendo uso de **vehículos tricámara**, capaces de manejar tres temperaturas diferentes simultáneamente. Esto nos permite eliminar la necesidad de transportes separados para productos congelados, frescos y otros bienes, ya que estos vehículos especializados pueden transportar productos con diferentes requerimientos de temperatura en el mismo compartimento. Esta innovación en el transporte genera **ahorros energéticos y de combustible** y también facilita la **distribución más eficiente de productos a nuestras tiendas**, al permitirles recibir y abastecer las góndolas de manera más dinámica.
- **Movilidad sostenible:** en nuestra tienda Tottus La Marina, en Perú, contamos con una novedosa práctica de *delivery* a través del uso de bicicletas eléctricas, *scooters* eléctricos o triciclos, para entregar los pedidos de las compras realizadas en Tottus.com.
- **Puntos de carga para vehículos eléctricos:** contamos con una estrategia clave para fomentar el uso de la electromovilidad, en alianza con Enel y X Way, contribuyendo a la reducción de emisiones de carbono; tenemos electrolineras de carga rápida en siete tiendas Tottus ubicadas en la Región Metropolitana de Santiago (Chile), equipada con dos cargadores JuicePump de 60 kW, permitiendo a los usuarios cargar sus vehículos en un tiempo estimado de 35 minutos.



Contamos con una Política Energética que establece los principios que guían el comportamiento de nuestra operación para impulsar una cultura de eficiencia energética.

/ 2.1.2 EFICIENCIA ENERGÉTICA

En el marco de las nuevas exigencias normativas en materia de eficiencia energética en Chile y previo a la publicación de este reporte, se aprobó una Política Energética de alcance corporativo, que tiene por objetivo establecer los principios generales que deben guiar el comportamiento de nuestro ecosistema y nuestros colaboradores para impulsar una cultura de eficiencia energética, con el fin de reducir progresivamente las emisiones directas por uso de combustibles fósiles e indirectas por uso de energía eléctrica.

En Tottus hemos diseñado e implementado sistemas de gestión de energía para dar cumplimiento con la exigencia normativa. Los sistemas de gestión diseñados buscan, entre otros elementos, proporcionar un marco para establecer y revisar objetivos y metas energéticas, asegurar los recursos necesarios para el logro de estos objetivos y metas, la mejora continua del desempeño energético y del sistema de gestión, así como también apoyar actividades de diseño y adquisición de productos y servicios de eficiencia energética.

Durante el 2023 nuestras acciones se enfocaron:

- En Perú contamos con un **Sistema de Control Centralizado** para equipos de refrigeración en 26 tiendas, mientras que en Chile, 63 de nuestras 73 tiendas están conectadas a este sistema. Este *software* emite alertas para una gestión correctiva inmediata, mejorando la eficiencia energética.
- En nuestras tiendas y centros comerciales, implementamos medidas de eficiencia energética desde su diseño como la utilización de luminarias LED, el aprovechamiento de la luz natural y la selección de materiales de construcción con un mejor desempeño térmico, contribuyendo a reducir los requerimientos energéticos, con esto disminuimos un 3% nuestro consumo energético en Chile.

(GRI 302 3-3)

CONSUMO DE ENERGÍA

| TIPO DE ENERGÍA | CHILE | | | PERÚ | | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2023 | 2022 | 2021 | 2023 | 2022 | 2021 |
| Consumo de energía de Fuentes no renovables (GWh) | 39 | 58 | 69 | 47 | 138 | 129 |
| Consumo de energía de fuentes renovables (GWh) | 78 | 62 | 43 | 106 | 0 | 0 |
| Total consumo de energía (GWh) | 117 | 120 | 112 | 153 | 138 | 129 |

(GRI 302-1)

2.2 Circularidad y residuos



Implementar modelos de negocio que integren los principios de economía circular en los residuos generados por la operación y el posconsumo es un desafío global. En el Grupo Falabella generamos acciones concretas alineadas con estos desafíos y con nuestro valor: **Cuidamos el Futuro**. Nuestro trabajo enfocado a la economía circular y la gestión integral de residuos busca profundizar un entendimiento y una gestión sistémica de los diversos residuos generados en Tottus con la ambición de alcanzar un uso óptimo de los recursos y lograr la menor cantidad de residuos enviados a vertedero.

/ 2.2.1 RESIDUOS OPERACIONALES

Los residuos operacionales son aquellos que se generan como resultado directo de las actividades y operaciones habituales de nuestras instalaciones: salas de venta y trastienda, centros logísticos, centros de producción y oficinas centrales. Nos dedicamos activamente en mejorar nuestra gestión de residuos no peligrosos, promoviendo su reutilización y reciclaje a través de gestores de residuos y alianzas con organizaciones que aplican la economía circular de forma innovadora. En el 2023 hemos reducido en un 1% nuestros residuos no peligrosos.

Para la gestión de residuos peligrosos, nuestras instalaciones cuentan con bodegas exclusivas para este tipo de residuos y aplicamos procedimientos y

auditorías de seguimiento, dando cumplimiento a las normativas vigentes. Estamos comprometidos con la búsqueda constante de alternativas sostenibles, con la promoción de buenas prácticas en la gestión de residuos y el cumplimiento de la normativa vigente en los países y territorios locales donde operamos, lo que se refleja en una reducción de un 7% del total de residuos peligrosos generados en el 2023, respecto al año anterior.

7%

DE REDUCCIÓN
del total de residuos
peligrosos generados
en el 2023, respecto
al año anterior.

(GRI 306 3-3)



PRINCIPALES INICIATIVAS 2023:

- RAEE³: nos integramos al colectivo ALMI para gestionar la recolección, transporte y reaprovechamiento de estos residuos en Lima y en provincias. Además, realizamos campañas de sensibilización en nuestras redes sociales y en tiendas disponemos de contenedores para este tipo de residuos, sumando tres puntos de acopio durante el 2023.
- Programa Compromiso Verde: concentra las iniciativas de circularidad de nuestra Planta de Producción de Alimentos de Huachipa, que incluye valorización de orgánicos e inorgánicos.
- Proyecto piloto en Santa Anita, El Agustino y Puruchuco, valorizando piochas y colgadores de plástico, recuperando 1,4 toneladas (t) de este material.
- Reciclaje de aceites vegetales utilizados en nuestras cocinas son retirados para su tratamiento por una empresa autorizada. Esta empresa recicla el aceite residual y lo transforma en biocombustible para medios de transporte. Como novedad, en Chile innovamos en tecnologías de valoración positiva que nos permiten entregarles un aceite purificado de mejor calidad.
- De cara a cliente, implementamos puntos verdes en los supermercados de Quilín y Vivaceta donde nuestros colaboradores y vecinos pueden reciclar botellas plásticas y latas de aluminio y a la vez acumular CMR puntos, según la cantidad de residuos depositados. De esta forma, contribuimos a reforzar la importancia del reciclaje.
- APL Cero Residuos a Eliminación es un compromiso que tiene el propósito de generar una mayor valorización de los residuos y reducir al mínimo su disposición final en rellenos sanitarios. Durante el 2023 continuamos implementando los planes de gestión de residuos en la tienda Tottus La Cisterna y en el Centro de Producción de Puente Alto con un 100% de cumplimiento de los objetivos y metas definidas, obteniendo los certificados, otorgados por la Agencia de Cambio Climático que acredita dicha gestión. Estas tiendas reciclaron 536 t de residuos y tienen un 70% de valorización en el programa APL.



3. RAEE: residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

- Firmamos un Acuerdo de Producción Limpia (APL) con el Ministerio del Ambiente (MINAM), el que establece compromisos durante 12 meses. Se inició en febrero del 2023; a los 6 meses, se generaron los siguientes logros:

| | |
|-------------|---|
| | N° 1 |
| META | Promover el uso eficiente de recursos, mediante la donación de alimentos. Iniciamos con 29 tiendas que donaban alimentos al Banco de Alimentos Perú y a la Fundación Don Bosco, y al cierre del convenio se contaba con XX tiendas. |
| | N° 2 |
| META | Minimizar la pérdida y el desperdicio de alimentos, promoviendo el uso eficiente de recursos. El objetivo era de 512 t y logramos 219 t. |
| | N° 3 |
| META | Valorización de residuos orgánicos en el Complejo Logístico de Huachipa. La meta era sobrepasar las 180 t y logramos valorizar 249 t. |
| | N° 4 |
| META | Educar, capacitar y sensibilizar en el manejo de residuos sólidos. Nuestro objetivo era capacitar al 26% de nuestros colaboradores, logrando 10.351 personas capacitadas, que representan un 97% de nuestros colaboradores. |



97%

DE NUESTROS COLABORADORES capacitados en el manejo de residuos sólidos.



| | |
|-------------|--|
| | N° 5.1 |
| META | Promover la educación y ciudadanía ambiental en nuestros grupos de interés, generando al menos 150 de voluntarios ambientales en materia de residuos sólidos. Generamos una limpieza en la playa Sombrilla en Barranco en la que participaron 35 voluntarios con 105 horas en total y también la limpieza del río Itaya en Iquitos, donde 12 voluntarios estuvieron durante 4 horas recogiendo residuos. En total tuvimos 153 horas de voluntariado. |
| | N° 5.2 |
| META | Promover la educación y ciudadanía ambiental en nuestros grupos de interés, llegando al menos a 9,9 millones de usuarios que interactúan con contenidos sobre el cuidado del ambiente y gestión de residuos sólidos. Generamos contenido mediante 15 piezas de TikTok e Instagram, generando la interacción de 10.288.777 usuarios. |
| | N° 6 |
| META | Impulsar el programa de segregación en la fuente y recolección selectiva de residuos sólidos en un Gobierno local. Tuvimos dos iniciativas, una con la Municipalidad de San Isidro quienes están recogiendo los desechos orgánicos de la tienda Tottus Begonias. En la tienda de San Hilarión, junto a la Municipalidad de San Juan de Lurigancho, realizamos una activación para promover la gestión de residuos con clientes y vecinos de la tienda para apoyar el programa que realiza dicho municipio. |



Residuos peligrosos

Para la gestión de residuos peligrosos, nuestras instalaciones cuentan con bodegas exclusivas para este tipo de residuos y aplicamos procedimientos y auditorías de seguimiento, dando cumplimiento a las normativas vigentes.

En Chile contamos con un proyecto pionero en la industria en el Manejo de Residuos Peligrosos. En este ámbito, en el 100% de nuestras tiendas contamos con bodegas exclusivas para este tipo de residuos y aplicamos procedimientos y auditorías de seguimiento, dando cabal cumplimiento a las normativas vigentes.

En Perú disponemos de contenedores especiales en tiendas para este tipo de residuos y trabajamos junto a un proveedor especializado.

(GRI 306 3-3)

GENERACIÓN Y DISPOSICIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

| RESIDUOS (t) | 2023 | | 2022 | | 2021 | |
|--|--------|--------|--------|-------|--------|-------|
| | CHILE | PERÚ | CHILE | PERÚ | CHILE | PERÚ |
| Peligrosos | 70 | 498 | 92 | 520 | 39 | 798 |
| No Peligrosos | 18.323 | 12.221 | 21.011 | 9.792 | 22.446 | 8.589 |
| MÉTODO DE DISPOSICIÓN | | | | | | |
| Reciclaje | 7.178 | 5.199 | 8.314 | 5.581 | 10.017 | 4.816 |
| Compostaje | 164 | 45 | 183 | 28 | S/I | 14 |
| Vertedero | 10.982 | 6.977 | 12.515 | 4.183 | 12.429 | 3.759 |
| Porcentaje de residuos valorizados (no enviados a eliminación) | 40% | 41% | 40% | 54% | 45% | 51% |

(GRI 306-3) (GRI 306-4) (GRI 306-5)

Nota: En Tottus hacemos recuperación energética.

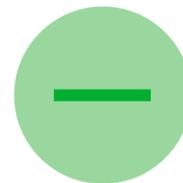
2.2.2 REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos para mejorar nuestra eficiencia en el uso de los recursos naturales, reducir nuestro impacto ambiental y contribuir a los desafíos globales de seguridad alimentaria definida por Naciones Unidas y enmarcada en objetivos específicos de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) son importantes para nuestra empresa; por eso, nos hemos comprometido en lograr una reducción del 20% en términos absolutos del desperdicio de alimentos para el 2025, tomando como base el año 2021.

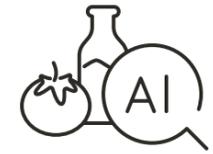
Hemos puesto en marcha un plan que busca definir y ejecutar estrategias en todas las etapas de la cadena de valor:



COSTO EFICIENCIA



- Mejorar la cobertura y precisión de los métodos de captura de datos.



- Robustecer el proceso de abastecimiento de perecibles, usando herramientas analíticas e inteligencia artificial.



- Realizar liquidaciones y descuentos.



- Donación a bancos de alimentos.



- Valorización de residuos: compostaje REUTILIZABLE.

(GRI 306 3-3)

TOTAL DESPERDICIO DE ALIMENTOS POR AÑO

| 2023 | 2022 | 2021 | Variación vs. 2021 |
|--------|--------|--------|--------------------|
| 11.062 | 12.248 | 11.895 | - 7% |

1.262 toneladas de alimentos no terminaron en vertedero, reduciendo un 7% vs. el 2021.

Asimismo, estamos robusteciendo la precisión en nuestro proceso de abastecimiento de productos perecibles por medio del uso de herramientas analíticas e inteligencia artificial. Estas permiten mejorar las proyecciones de demanda por parte de nuestros clientes, y de otros factores que afectan la cadena de suministro. Esto nos ayudará a reducir las pérdidas de alimentos por concepto de mermas y hace más eficiente la operación.

El 10% de la merma de alimentos fue utilizado con fines alternativos, a través de donaciones y compostaje de orgánicos durante el 2023.

(GRI 306-4)

Programa de donación de alimentos

Las donaciones de alimentos son un aporte al bienestar y desarrollo local y permiten la reducción de desperdicios en supermercados. Hemos implementado estrategias de redistribución efectivas, reduciendo las pérdidas y contribuyendo activamente a la comunidad a través de alianzas con entidades como Red de Alimentos de Chile, Fundación Don Bosco y Banco de Alimentos Perú.

Actualmente, en Perú, tenemos +33 tiendas que forman parte del programa y nos encontramos en un plan de despliegue para lograr que el 100% done alimentos en el 2024. En el caso de Chile, la donación se hace en el 100% de nuestras tiendas y centros logísticos y de producción.

Durante el 2023 entregamos 385 toneladas de alimentos en Perú y 162 toneladas en Chile, beneficiando a 768 instituciones.

+33

TIENDAS EN PERÚ

forman parte de nuestro Programa de Donaciones.

Por otro lado, continuamos con la campaña de Producto Solidario de Marcas Propias, con motivo del Día Mundial de la Leche. A través de esta iniciativa, donamos S/ 30.000.00 al Banco de Alimentos Perú.

Nuestro Programa de Donaciones en Chile en alianza con la Red de Alimentos tuvo un desempeño y crecimiento relevante en la gestión 2023, aumentando su impacto, estructura operativa y beneficiarios. Durante su segundo año de ejecución, integramos los esfuerzos de nuestras 75 tiendas a este modelo de operación, permitiéndonos beneficiar a **52.331 personas**. Con respecto al año anterior:

- Aumentamos en un 71% la cantidad de peso entregado.
- Aumentamos las entregas en un 78%.
- Aumentamos los locales participantes en un 8%.

52.331

PERSONAS BENEFICIADAS

con nuestro Programa de Donaciones en Chile en alianza con la Red de Alimentos.



Valorización de residuos orgánicos

Destacamos los siguientes proyectos de valorización de residuos en Chile:

- Continuamos con la segregación de los residuos provenientes del orgánico seco o merma farinácea (masas crudas, pan crudo, harina en polvo, arroz, tallarines, entre otros) con el fin de ser utilizados como materia prima para producir alimento principalmente para rumiantes. En el 2023 implementamos este proyecto en 15 tiendas y en el Centro de Distribución.
- Producción de alimentos principalmente para peces a partir de residuos orgánicos. Este proyecto se basa en la alimentación de larvas de mosca soldado negro con residuos orgánicos, aprovechando el alto rendimiento de su organismo en la conversión de residuos en alimento.
- Además, este año valorizamos 1.221 toneladas de residuos que corresponden al compostaje de lodos de todas nuestras tiendas y de residuos orgánicos biodegradables de las tiendas que participan del APL Cero Residuos a Eliminación.

78

TONELADAS DE RESIDUOS FARINÁCEOS

valorizados en 2023

125

TONELADAS DE RESIDUOS ORGÁNICOS

valorizados para alimento para peces en 2023

Y los siguientes proyectos en Perú:

- En nuestra Planta de Producción de Alimentos en Huachipa continuamos con el proyecto de segregación y reaprovechamiento de residuos orgánicos para la elaboración de piensos para consumo animal.
- Mantenemos un convenio con la Universidad Cayetano Heredia, institución que junto a la IRD de Francia lideran un proyecto de bioconversión de residuos orgánicos en insumos para alimentos de aves. En el 2023 les entregamos una donación de 3 toneladas de mermas de alimentos orgánicos, los cuales son recogidos de nuestra tienda Tottus MegaPlaza.
- Impulsamos iniciativas de rescate de mermas. Nuestras tiendas en la Avenida Comandante Espinar y en la Avenida 28 de Julio, ubicadas en el distrito de Miraflores (Lima) entregan mensualmente frutas y verduras a la comuna miraflorina con la finalidad de ser transformadas en compost para uso de los vecinos y las áreas verdes del distrito. En total, donamos 45 toneladas de residuos orgánicos durante el año.

347

TONELADAS DE RESIDUOS ORGÁNICOS

valorizados en 2023



(306 3-3) (GRI 306-4)



/ 2.2.3 EMPAQUE SOSTENIBLE

En la búsqueda de **envases más sustentables** para nuestras Marcas Propias, en Chile, desde el 2020 integramos el **Primer APL Eco Etiquetado**, liderado por la SOFOFA y la Agencia de Cambio Climático, que también cuenta con la participación del Ministerio del Medio Ambiente y Sernac. En el 2022 nos incorporamos al **Segundo APL Eco Etiquetado**, que busca potenciar los objetivos de transparencia y reciclabilidad de los envases y ser un puente en el proceso de elaboración de un esquema de regulación

Desde el 2020 integramos el Primer APL Eco Etiquetado, liderado por Sofofa y la Agencia de Cambio Climático, que también cuenta con la participación del Ministerio del Medio Ambiente y Sernac.

sobre esta temática. Durante el 2023 continuamos con nuestra participación en este Segundo APL, el cual finalizará en abril del 2024.

Mediante nuestra participación en los APL Eco Etiquetado, este año logramos que **81 SKU** de nuestras Marcas Propias obtuvieran la certificación del **Sello #ElijoReciclar**, adicionando 30 SKU más respecto del periodo anterior. Este sello garantiza que los envases de estos productos certificados poseen al menos un 85% de reciclabilidad.

Paralelamente, participamos en el Primer Sistema de Gestión de Envases y Embalajes del país en alianza con un grupo de empresas y en mesas de trabajo relacionadas con la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP). Durante el 2023 nos incorporamos a Gransic ReSimple para dar cumplimiento a lo establecido en la Ley REP.



Talento
y cultura

03.



3.1 Cultura Tottus

La cultura organizacional es el corazón de la marca, donde se ven arraigados los valores y los comportamientos que fomentan una cultura de aprendizaje, de reconocimiento y del trabajo en equipo. Hoy tenemos una marca que se identifica con el compañerismo y la camaradería; todo esto genera un impacto positivo en los equipos porque trabajamos constantemente para lograr un trabajo participativo, en donde todos nuestros colaboradores se sientan parte de algo mucho más grande. Al contar con equipos con alto nivel de compromiso, impactamos positivamente en el cumplimiento de las metas y en el entorno de nuestros colaboradores.

Nuestra estrategia es construir una cultura unificada acorde a los valores de nuestra empresa con beneficios que nos permitan cumplir nuestro propósito, aumentando el *Engagement* a la marca.

A inicios del 2023, a nivel del Grupo Falabella se lanzaron los nuevos valores compartidos y para lograr la identificación con nuestros nuevos valores realizamos diferentes iniciativas, fomentando la participación de nuestros colaboradores como un factor clave para lograr el conocimiento y la recordación.

Como parte del Grupo Falabella, nos inspira un propósito común: Simplificar

y Disfrutar más la Vida, en especial de nuestros clientes y colaboradores.

Para alcanzar este objetivo común, debemos responder a los desafíos actuales del negocio y del contexto. Para ello, creamos una estrategia corporativa de personas que genera valor e impacto, basada en tres grandes pilares: cultura, talento y organización.

Con el primer pilar, queremos construir una cultura compartida basada en nuestros valores: Somos un Solo Equipo, Nos Movemos Ágilmente, Nos Apasionamos por el Cliente y Cuidamos el Futuro. Estos valores, junto a nuestras ocho competencias asociadas, nos permiten construir relaciones de confianza, permitiendo que las personas puedan expresar sus opiniones, sintiéndose escuchadas, seguras y respetadas. También nos ayudan a experimentar, equivocarnos, aprender, desaprender y reflexionar para implementar aprendizajes rápidamente, siendo respetuosos entre nosotros, con la sociedad y cuidando a los clientes y al medioambiente.

Con el segundo pilar, buscamos generar una ventaja competitiva, dado los diversos negocios que operamos y los roles que podemos ofrecer en todos ellos. Anticipar las necesidades de capacidades organizacionales para atraer el mejor



+90%

DE LÍDERES Y SUS EQUIPOS PARTICIPARON EN ESPACIOS DE CONVERSACIÓN DE CONOCIMIENTO DE LOS NUEVOS VALORES A NIVEL REGIONAL

talento y/o desarrollarlo internamente, generando condiciones para potenciar la movilidad interna entre diversas áreas y negocios son palancas claves para lograr nuestros objetivos y convertirnos en el mejor lugar para trabajar.

Con el tercer pilar, buscamos transformarnos en una organización más efectiva, productiva, flexible y de alto rendimiento, con procesos y estructuras simples, mejorando la experiencia del colaborador y la del cliente.

Impulsamos un trabajo de sensibilización en colaboración con los gerentes y jefaturas de oficinas y tiendas, a quienes les brindamos recursos de apoyo para transmitir el espíritu y la esencia de los nuevos valores y la importancia de promover los nuevos comportamientos que son la base de nuestra cultura para poder cumplir con nuestro propósito: Simplificar y Disfrutar más la Vida.

Implementamos campañas y activaciones en las tiendas para incentivar el protagonismo de los colaboradores y difundimos material informativo en forma permanente a través de nuestros canales físicos y digitales.

Esta ruta nos ha permitido alinear y motivar a todos los integrantes de la empresa en torno a un propósito y valores compartidos, obteniendo resultados satisfactorios.



Otras acciones desarrolladas en el 2023:

- Fomentamos la cultura de reconocimiento y *Engagement* en oficina y tiendas a través de eventos, conmemoraciones, celebraciones y ceremonias que destaquen a nuestros colaboradores.

Renovamos nuestras oficinas ubicadas en Nataniel Cox, diseñadas especialmente para nuestros colaboradores, con espacios que fortalecen el trabajo colaborativo y la innovación. Reconocemos a la Gerencia de Store Planning Tottus por esta labor.

- Construimos un proceso de identidad y sentido de pertenencia a través de la creación de grupos de afinidad.
- Atraemos y retenemos talento con beneficios justos, fortaleciéndolos o modificándolos, según sus necesidades para enriquecer nuestra cultura.

- Desarrollamos desayunos interáreas para potenciar las relaciones humanas dentro de la empresa y tener conocimiento del trabajo de los demás colegas, entregándoles ejemplos claros de la importancia de la labor de cada uno en la cadena de valor de la empresa.

Evaluamos nuestra gestión de construcción cultural a partir de la encuesta de cultura, los pulsos de encuesta para seguimiento de planes de acción y reuniones bimensuales de equipos.

A través de estas herramientas identificamos que, para el siguiente año, debemos seguir fortaleciendo la comunicación efectiva con los equipos y los espacios de conexión entre los colaboradores y líderes.

Encuesta de cultura

Con el objetivo de optimizar la medición de la cultura corporativa, migramos a la plataforma internacional Qualtrics. Esta plataforma nos permite generar sinergias y mejoras desde una visión común entre las unidades de negocio del Grupo Falabella. La herramienta incluye indicadores como el compromiso de los colaboradores, el eNPS, el liderazgo, las emociones y la identificación con la empresa y el Grupo Falabella.

La encuesta tiene una frecuencia anual, junto a un plan de trabajo asociado a nuestros nuevos valores que buscan alinear nuestra cultura desde la base.

Uno de los aportes importantes para seguir fortaleciendo nuestros valores fue cambiar las dimensiones de la encuesta que agrupan las preguntas por nuestros nuevos valores, asociando cada pregunta con los valores.

SUPERAMOS LA META DE CONOCIMIENTO DE VALORES PROPUESTA POR EL CORPORATIVO DE 60% A 78%

82%

DE LOS COLABORADORES

conoce nuestro propósito a nivel regional

82%

PARTICIPACIÓN

67%

ENGAGEMENT

38%

eNPS

3.2 Diversidad, equidad e inclusión

Impulsamos una cultura en la que todas las personas tengan sentido de pertenencia, se sientan incluidas, respetadas y que les permita mostrar libremente su mejor versión independiente de su género, orientación sexual, religión o cualquier característica de su identidad. Hoy somos 17.252 colaboradores, lo que nos permite ser representativos de los clientes que atendemos en los dos países que estamos presentes. Para nosotros, la diversidad y la inclusión nos hace trabajar como un solo equipo colaborativo, respetuoso y capaz de adaptarse a distintas miras y formas de hacer las cosas.

Para nosotros, la diversidad y la inclusión nos hace trabajar como un solo equipo colaborativo, respetuoso y capaz de adaptarse a distintas miras y formas de hacer las cosas.

Diseñamos una estrategia de diversidad, equidad e inclusión para impulsar una cultura constructiva, de respeto y trato digno con todos los colaboradores de nuestras áreas,

clientes y otros grupos de interés. Contamos con tres redes internas: Mujeres Conectadas Falabella, Red Comunidad LGBTI + aliado y la Red por la Accesibilidad. A través de ellas realizamos acciones de sensibilización y promovemos la accesibilidad y la no discriminación, para que cada persona pueda ser la mejor versión de sí mismo en Tottus.

Contamos con una Política de Diversidad e Inclusión a nivel de todo el Grupo Falabella, que se aplica a nuestra empresa. Promovemos una cultura organizacional y un ambiente laboral basado en tres principios fundamentales:

- Representación del talento diverso.
- Promoción de la apertura cultural.
- Velar por la igualdad de oportunidades.

En las tiendas y sucursales, contamos con personas formadoras de inclusión para construir en conjunto una cultura inclusiva y promover el respeto y la diversidad.



Como resultado de esta política, hemos implementado:

- El Procedimiento de Inclusión Laboral a través del cual estandarizamos la forma en que la empresa cumple con las obligaciones sobre la inclusión laboral establecidas en la Ley N° 29973, de acuerdo con sus capacidades y con la naturaleza del negocio, agregando valor a la empresa y contribuyendo a una transformación progresiva de Falabella en una empresa inclusiva.
- El Protocolo de Transición de Género, que guía los pasos de algún colaborador que esté en proceso de transición de género.

/ CIFRAS CLAVES



17.044

COLABORADORES

100%

DE COLABORADORES
TRABAJA a tiempo completo

81%

DE COLABORADORES
SE ENCUENTRA
bajo la modalidad de
contratación indefinida

42%

DEL TOTAL DE
COLABORADORES
son mujeres

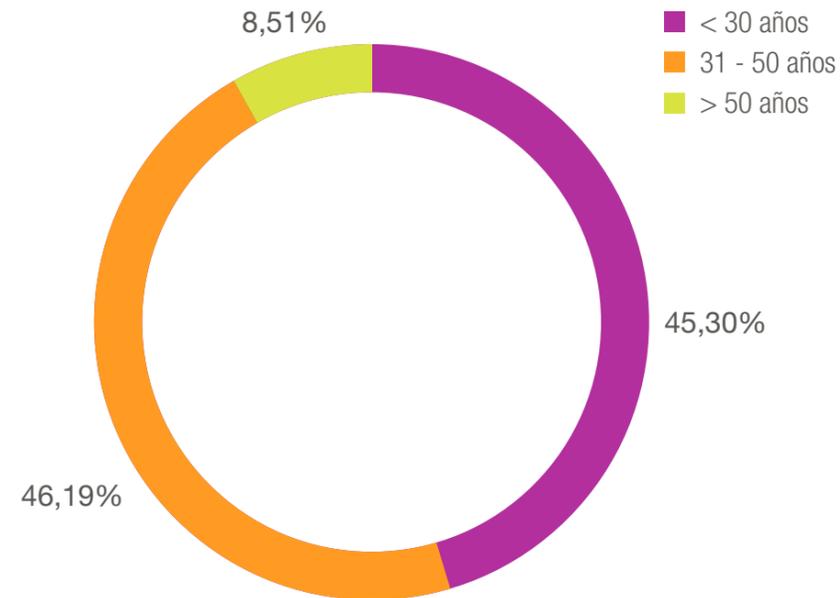
54%

DE LOS CARGOS DE
GERENTE o subgerente
es ocupado por mujeres



(GRI 405 3-3)

DOTACIÓN POR GRUPO ETARIO - 2023



DOTACIÓN POR RANGO ETARIO

| DOTACIÓN POR CARGO Y GRUPO ETARIO | 2023 | | | 2022 | | | 2021 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| | <30 años | 31-50 años | >50 años | <30 años | 31-50 años | >50 años | Total |
| Gerentes y subgerentes | 3 | 362 | 64 | 8 | 324 | 59 | 436 |
| Profesionales y técnicos | 778 | 2.617 | 269 | 1.022 | 2.991 | 289 | 3.734 |
| Otros colaboradores | 7.790 | 5.761 | 1.278 | 9.184 | 5.544 | 1.226 | 19.263 |
| TOTAL | 8.571 | 8.740 | 1.611 | 10.214 | 8.859 | 1.574 | 23.433 |

DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO

| TIPO DE CONTRATO | 2023 | | | 2022 | | | 2021 |
|------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| | Mujeres | Hombres | Mujeres (%) | Mujeres | Hombres | Mujeres (%) | Total |
| Plazo indefinido | 7.855 | 6.052 | 60,9% | 8.656 | 6.696 | 56,4% | 15.456 |
| Plazo fijo | 1.184 | 2.161 | 38,2% | 2.189 | 3.106 | 41,3% | 7.977 |
| TOTAL | 9.039 | 8.213 | 52,4% | 10.845 | 9.802 | 52,5% | 23.433 |

(GRI 2-7) (GRI 405-1)

DOTACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y SEXO

| DOTACIÓN POR CARGO Y SEXO | 2023 | | | 2022 | | | 2021 |
|---------------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|--------------|-------------|---------------|
| | Mujeres | Hombres | Mujeres (%) | Mujeres | Hombres | Mujeres (%) | Total |
| Gerentes y subgerentes | 141 | 202 | 41% | 157 | 234 | 40% | 436 |
| Profesionales y técnicos | 1.108 | 988 | 53% | 2.162 | 2.140 | 50% | 3.734 |
| Otros colaboradores | 7.790 | 7.023 | 53% | 8.526 | 7.428 | 53% | 19.263 |
| TOTAL | 9.039 | 8.213 | 52% | 10.845 | 9.802 | 53% | 23.433 |
| PROPORCIÓN | 52% | 48% | | 53% | 47% | | |

(GRI 2-7) (GRI 405-1)

Contamos con una red interna:

Mujeres Conectadas Falabella, que busca vincular a los profesionales para promover Networking, generar colaboración, atraer, visibilizar y retener talento y apoyar a la organización en promover el talento femenino y en ser parte de la construcción de una cultura común en cuanto a equidad de género. Hoy la empresa cuenta con una meta de 40% para mujeres de cargos de liderazgo para el 2024 y 30% de mujeres para el 2026 en cargos de primera línea.

Nos esmeramos en generar ingresos que sean superiores al mínimo fijado por el Estado y avanzar hacia a una mayor equidad salarial entre hombres y mujeres. Contamos con un sistema de remuneraciones definido por escalas salariales y con un componente variable basado en incentivos.



/ ACCIONES 2023

- Implementamos el uso de baño sin género en oficinas centrales, haciendo que todas las personas se sientan bienvenidas y cómodas al usarlos, independiente del género o si está en un proceso de transición.
- Incluimos dentro del proceso de inducción de todos los colaboradores capacitaciones en diversidad, equidad en inclusión.

50%

DEL PERSONAL DE TIENDA CAPACITADO EN LENGUAJE DE SEÑAS

- Iniciamos un plan piloto en tienda con una iniciativa inclusiva, donde capacitamos al 50% de colaboradores de la tienda (líderes en liderazgo inclusivo y al jefe de personas en liderazgo y reclutamiento inclusivo) en lenguaje de señas. A los colaboradores se les capacita en sensibilización de personas diversas con discapacidad o neurodivergentes.
- En Tottus:
 - » Hacemos posible que 150 colaboradores con capacidades diferentes se sientan como un solo equipo, nos emociona ver que somos parte de su desarrollo e integración social a través de nuestro programa Tottus para Todos.

» Nuestro programa Oye, sí se puede, integra personas con discapacidad en distintos puestos de trabajo, brindándoles oportunidades de desarrollo, asesoramiento y acompañamiento junto con las familias, así como capacitación y sensibilización a nuestros equipos de trabajo, para que el proceso de adaptación sea una experiencia única en la que todos Somos un Solo Equipo.

- Realizamos la capacitación de Guía de Buen Trato a líderes de operaciones, recursos humanos y empresas proveedoras de personal externo de seguridad, sumando una participación de 204 personas.
- Con Pride Connection, participamos:
 - » Como empresa mentora en sus programas de mentorías.
 - » En la certificación como los mejores lugares de trabajo para la comunidad LGBT+.

Nos sentimos orgullosos de ser parte de un ecosistema donde valoramos la importancia de crear espacios de respeto, diversos e inclusivos, mejorando la calidad de vida de nuestras personas.

Nuestros retos para el 2024 son elevar los liderazgos femeninos en la empresa y elevar los beneficios a personas con discapacidad o de la diversidad LGBT+.

Realizamos el seguimiento al cumplimiento de objetivos y compromisos en este tema, cumpliendo las cuotas de personas con discapacidad, diversidad, así como el porcentaje de mujeres líderes.

3.3 Atracción y retención del talento

Para cumplir con la estrategia de negocio de nuestro ecosistema, cada persona que conforma Tottus es clave, y la construcción de un gran equipo comienza con la atracción y selección del mejor tanto.



Buscamos que nuestros equipos sean diversos desde todas las perspectivas: nacionalidad, género, edad, estudios, cultura, entre otros, porque entendemos que esa diversidad tiene valor en sí misma y responde mejor a las necesidades de nuestros clientes.

La empresa **otorga igualdad de oportunidades** a quienes aspiran a ocupar cargos dentro de ella; por lo tanto, la importancia del proceso de selección está orientado a atraer y/o potenciar al mejor talento sobre la base del perfil de cargo al cual se está postulando, velando así por la **productividad, rendimiento y mejora del ambiente laboral** de la empresa.

Toda contratación o recontractación de personas se canaliza con el área de Atracción de Talentos y se solicita a través del portal corporativo Aira (ATS), plataforma de reclutamiento y selección que usa inteligencia artificial, logrando procesos de selección más ágiles, simples e inclusivos.

Por otro lado, incentivamos la movilidad interna como primera fuente con el objetivo de desarrollar profesionalmente a nuestros talentos, sin dejar la búsqueda externa de lado, en el caso que corresponda.

Para que una persona pueda ingresar o moverse dentro de los negocios de Falabella, contamos con “Muévete”, un portal único de empleo (externo/interno), en español e inglés, en el que se publican diariamente las oportunidades laborales de Tottus tanto en Chile como Perú.

Este portal se integra con nuestra plataforma de Applicant Tracking System (ATS) de reclutamiento y selección, lo que permite que más del 95% de los negocios de Falabella vivan la misma experiencia de atracción de talento, logrando procesos más eficientes y una experiencia superior para nuestros reclutadores, Hiring Managers y candidatos. Este proceso nos ha permitido brindar a todos nuestros candidatos transparencia en nuestras ofertas, simplificar la movilidad interna, una experiencia digital ágil y unificar toda nuestra oferta laboral en un solo lugar.

A mediados del año 2023 los equipos de Atracción de Talentos de todos los negocios se integraron para trabajar como un solo equipo (aplica solo para el equipo Tottus de oficina central). Los logros que hemos obtenido gracias al trabajo conjunto fueron:

- Homologamos procesos de selección, creamos un solo protocolo de servicio con pautas claras sobre el proceso de reclutamiento y selección para gestionar vacantes en conjunto y así tener procesos más ágiles y a la vez de mayor calidad; creamos células de trabajo para seguir mejorando nuestros procesos tanto en el ámbito overhead como en el de tiendas.
- Impulsamos el Programa de Prácticas 3.0, logrando contratar 109 jóvenes talentos de diferentes universidades, potenciando la marca empleadora. Realizamos una feria laboral para jóvenes talentos en conjunto con la Pontificia Universidad Católica de Chile, en su sede San Joaquín. Además, participamos en la Feria de Conexión Empresarial UAI 2023 para alumnos y egresados de 0 a 3 años de experiencia, que buscan prácticas, pasantías y/o primeros trabajos.
- Ajustamos el proceso de reclutamiento y comunicación de vacantes, alineados al nuevo perfil Modo Pro como parte del Proyecto Tiendas Ágiles (Perú).
- Cerramos los procesos de selección en un promedio de 14 días hábiles con un cumplimiento del 80 % dentro del tiempo establecido en nuestros KPI.
- Cambiamos el el portal “Muévete” a “Muévete, yo impulso mi desarrollo” con un botón exclusivo para colaboradores, donde se ven las diferentes oportunidades dentro del ecosistema de Falabella, siendo más simple su navegación y más ágil para la postulación.
- Logramos cubrir el 36% de las vacantes totales (tiendas y oficina) con candidatos internos. Tres puntos más que el año anterior.
- Estamos trabajando junto al área de Formación y Desarrollo de la Banca de Talentos, donde invitamos a participar de un proceso de entrenamiento y una posterior selección a colaboradores de tienda para que en un corto plazo puedan asumir posiciones de liderazgo dentro de la empresa.

36%

DE VACANTES TOTALES en tiendas y oficinas fue **cubierta con candidatos internos**

Desafíos 2024

- Fortalecer la movilidad interna y aumentar el porcentaje sobre un 40%.
- Implementación continua de *machine learning* e inteligencia artificial para mejorar la efectividad y eficiencia de los algoritmos de selección.
- Reformulación y estandarización del proceso de *Onboarding* en

Mensualmente recopilamos los indicadores del área (cobertura de vacantes, movimiento interno, rotación temprana, presencia en redes sociales) y los compartimos con las áreas especialistas. A partir del 2024 se trabajará con una planilla compartida para todos los negocios del grupo, donde se detallará la información de los indicadores de cada proceso con el objetivo de sacar los KPI de forma

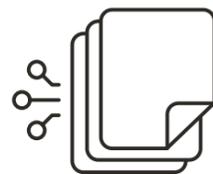
Tottus, alineado a las iniciativas transversales del Grupo Falabella, manteniendo la calidad de la primera experiencia del colaborador en el negocio.

- Identificación, creación de oportunidades y respuesta a las necesidades del colaborador para contribuir a la retención del talento.

automática y de manera simultánea para ser compartidos posteriormente con los líderes de cada negocio.

Por otro lado, al cerrar un proceso de selección, se envía una encuesta de satisfacción al candidato seleccionado, al no seleccionado y al Hiring Manager para que puedan evaluar el servicio entregado por el área de Atracción de Talentos y así mejorar la experiencia del proceso.

(GRI 401 3-3)



A partir del 2024 se trabajará con una planilla compartida para todos los negocios del grupo, donde se detallará la información de los indicadores de cada proceso con el objetivo de sacar los KPI de forma automática y de manera simultánea.

Contrataciones nuevas y rotación

Una característica propia de nuestra empresa es el alto índice de rotación, especialmente entre los menores de 30 años. Por esta razón, hemos implementado acciones específicas para mejorar la selección, los beneficios, las

oportunidades de crecimiento y las condiciones laborales con el objetivo de fomentar la retención de nuestros colaboradores. Además, nos enfocamos en desarrollar líderes que promuevan equipos colaborativos y un ambiente laboral positivo.

| PAÍS | ROTACIÓN LABORAL | 2023 | | 2022 | | 2021 |
|-------|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|-------|
| | | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres | Total |
| CHILE | Ingresos (N° de colaboradores) | 1.084 | 1.054 | 3.592 | 2.311 | 5.741 |
| | Tasa de rotación laboral | 40% | 58% | 60,20% | 80,70% | 41% |
| PERÚ | Ingresos (N° de colaboradores) | 2.521 | 3.928 | 3.033 | 4.302 | 8.340 |
| | Tasa de rotación laboral | 57% | 67% | 36,60% | 44,80% | 61% |

(GRI 401-1)



Beneficios

Buscamos ofrecer a todos nuestros colaboradores un mayor bienestar y balance entre trabajo y vida personal, potenciando el desarrollo integral de las personas y valorando la diversidad. Además, nos esforzamos por entregar beneficios que respondan a las necesidades de los colaboradores, aportando a su calidad de vida laboral y familiar.

Contamos con una amplia variedad de beneficios, convenios y alianzas de salud para simplificar la vida de nuestros colaboradores facilitando el acceso a operativos preventivos que se realizan en nuestras tiendas a lo largo de todo el país, para cuidar a nuestras personas con una atención de calidad en sus lugares de trabajo.

Protección:

- Seguro complementario de salud.
- Ayudas sociales y préstamos de la empresa.
- Asesorías y charlas informativas.

Vida sana:

- Chequeos médicos y vacunaciones.
- Convenios de salud.
- Operativos de salud.
- Alimentación saludable y vida sana: asesorías nutricionales, campañas y talleres.

En el ámbito de la salud, brindamos servicios de telemedicina, promovemos campañas de vacunación y operativos oftalmológicos y dentales en todas las operaciones. Además, realizamos asesorías y charlas con expertos a través del programa Crecer Sano en Chile y el programa Tottus Fit en Perú para promover una alimentación saludable y la salud física. Fortalecimos con charlas de salud y llamadas proactivas a los colaboradores. Asimismo, en el marco aún vigente de la contingencia sanitaria mundial, en ambos países mantuvimos medidas de apoyo a nuestros equipos.

Conciliación trabajo – vida personal:

- Medidas de flexibilidad laboral.
- Día de Cumpleaños libre.
- Becas estudiantiles y beneficios para la familia.
- Celebraciones.

Durante agosto celebramos el Mes de la Niñez, con una iniciativa interna de puertas abiertas para que los hijos/as de nuestros colaboradores conozcan el lugar donde trabajan sus padres.

Para acompañar el teletrabajo con los colaboradores de Oficina de Apoyo, a nivel binacional implementamos la campaña Modo Flex, que permite administrar el tiempo laboral en forma flexible bajo determinados criterios, ampliando las opciones de modalidad de trabajo híbrido. También adicionamos el beneficio de día libre de cumpleaños a colaboradores de tiendas con jornada *part-time*.

En el ámbito de clima laboral, realizamos celebraciones en fechas especiales y reconocimientos con entrega de *gift cards* y diplomas para los colaboradores.

En el ámbito de clima laboral, realizamos celebraciones en fechas especiales y reconocimientos para nuestros colaboradores.



En el ámbito de diversidad sexual y de género, entregamos los mismos beneficios como el seguro de salud extendido a la pareja o conviviente y licencias por matrimonio o unión libre. En cuanto a equidad de género, aumentamos la asignación de la compensación de sala cuna y entregamos días adicionales a lo legalmente establecido como beneficio de posnatal para padres.

En el ámbito de educación, otorgamos acceso a cursos gratuitos y financiamiento para estudios superiores. Además, entregamos becas de estudio como estímulo estudiantil al esfuerzo y excelencia académica de los hijos de los colaboradores.

3.4 Desarrollo del talento

La formación es un pilar fundamental para que la empresa logre sus resultados; por lo tanto, utilizamos el desarrollo del talento de los colaboradores como estrategia, generando conocimientos y habilidades que permitan el crecimiento y la mejora de la gestión. Por otro lado, a partir de la gestión del talento identificamos a los colaboradores más destacados mediante criterios objetivos, reconociendo su rendimiento y potencial. Estos procesos se alinean con los objetivos y estrategia de la empresa.

Un ejemplo de ello es nuestro primer Talent Day: Mi Desarrollo, que busca empoderar a nuestros colaboradores para que sean los protagonistas de sus historias de carrera.

Nuestra estrategia durante el periodo del reporte se enfocó en:

- Proporcionar herramientas de gestión diseñadas para mejorar las habilidades y competencias de los gerentes de tiendas, fortaleciendo así su capacidad para liderar equipos de manera efectiva y alcanzar los objetivos operativos.
- Apoyar el proyecto Tiendas Ágiles mediante programas de *Upskilling* destinados a los colaboradores de tienda con el fin de adaptarse a las nuevas dinámicas de la operación y optimizar los recursos y resultados en tienda.
- Liderando mi desarrollo: promover la autogestión del crecimiento profesional entre los colaboradores, facilitando el acceso a recursos y herramientas que les permitan desarrollar sus habilidades y avanzar en sus carreras.



Utilizamos el desarrollo del talento de los colaboradores como estrategia, generando conocimientos y habilidades que permitan el crecimiento y la mejora de la gestión.

A nivel de aprendizaje:

- Lanzamiento de programas importantes para cumplir con los objetivos propuestos:
 - » Programa Banca de Talento, un proceso transparente, donde los colaboradores que quieren crecer y asumir cargos de liderazgo postulan y luego de un robusto proceso de selección son formados en habilidades de liderazgo y trabajo en equipo.
 - » Programa de *Onboarding* en tienda, donde se realizó un proceso de ramificación del proceso, fortaleciendo la autogestión y el autoaprendizaje.
 - » Primera fecha del Taller Experiencia a Clientes, dirigido a cajeros/os Tottus, en colaboración con el Instituto Profesional AIEP. Esta actividad fue una importante contribución a la estrategia del negocio.
- Implementamos la formación Modo Pro junto a la operación, fortaleciendo el *know-how* de las tareas en unidades para el nuevo modelo multifunción. Capacitamos al 71% de los colaboradores.
- Implementamos la metodología 70/20/10, la cual se basa en el principio de que el 70% del aprendizaje se produce a través de experiencias prácticas, el 20% a través de la interacción con otras personas y el 10% mediante la instrucción formal para garantizar un aprendizaje sostenible con mayor compromiso por parte de nuestros colaboradores.



- Ofrecimos Capacitación en *Retail Management* a nuestros gerentes de Tienda, enfocándonos en las tendencias del mercado y el liderazgo, impactando a un total de 64 gerentes.
- Creamos la Escuela de Líderes Hiperbodegas, centrada en potenciar el liderazgo de nuevos líderes con un total de 23 capacitados.
- Contamos con la Academia Tottus, donde damos la oportunidad a los colaboradores para formarse profesionalmente mediante becas, que financian carreras técnicas, cursos de especialización, inglés, Udemy, MBA y diplomados.
- Desplegamos diversos programas de desarrollo para nuestros colaboradores, tanto de tiendas, como oficinas centrales, incluyendo programas de Coaching y charlas con líderes del negocio con el objetivo de fortalecer nuestros vínculos, valores, propósito compartidos y potenciar su crecimiento profesional. En el 2023 se realizó un encuentro con nuestros/as Jefes/as de Personas.
- Elaboramos el programa Yo impulso mi desarrollo, diseñado específicamente para los colaboradores de oficina central, ofreciendo una variedad de capacitaciones centradas en potenciar el liderazgo y el crecimiento profesional, empoderando a los colaboradores para que tomen la iniciativa en la gestión de su desarrollo profesional.

23

LÍDERES
POTENCIARON SU
 liderazgo en la **Escuela**
 de Líderes Hiperbodegas



Retos 2024:

- Lanzar y consolidar la Academia Modo Pro, dirigida a todas las unidades.
- Potenciar el programa Yo impulso mi desarrollo en oficina central y el lanzamiento en unidades.
- Identificar a los potenciales sucesores de puestos estratégicos y levantar iniciativas de alto impacto en el área de formación para nuestros colaboradores, luego del análisis de los resultados de la evaluación del desempeño.

Evaluamos la gestión de este tema a través de un seguimiento mensual de horas de capacitación, además, monitoreamos la participación de los colaboradores en la plataforma de capacitación Academia Falabella. Reportamos periódicamente al corporativos nuestros resultados.

Para la evaluación del desempeño contamos con una plataforma que nos permite gestionar el proceso de *End to End* y una etapa de *feedback* intermedio para dar seguimiento a los planes de acción. De forma corporativa todos los años implementamos mejoras en el proceso de evaluación, según aprendizajes de procesos previos.

3.5 Salud y seguridad

Trabajamos diariamente para ser el Mejor Supermercado para Trabajar; por eso, la seguridad y la salud constituyen ejes fundamentales de nuestra gestión corporativa.

Nuestras Políticas de Seguridad y Salud en el Trabajo son supervisadas por la Gerencia de Prevención, Pérdidas, Riesgos y Seguridad en Chile y la Gerencia de Gestión Humana en Perú. En ambos países contamos con instancias formales y responsables de velar por el cumplimiento de las normativas y protocolos exigidos por las autoridades y el cumplimiento de los planes de acción e indicadores definidos. Además, compartimos buenas prácticas y aprendizajes cruzados a nivel binacional y con las distintas unidades de negocio del Grupo Falabella.

A nivel binacional, contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud (SGSST) basado en la norma ISO 45001, que nos permite una

identificación oportuna y una gestión eficiente de los riesgos críticos para la continuidad operacional, garantizando que los colaboradores, contratistas, proveedores y clientes permanezcan seguros y sanos. En Chile renovamos la certificación con la norma en mención para cuatro centros de trabajo ubicados en Tottus Quilpué, Kennedy, Bio Bío, Machalí, así como la distinción de siete tiendas con cero accidentes ubicadas en Tottus Antofagasta Centro, Antofagasta Mall, Antofagasta Norte, Rengo, La Florida, Quilicura y el Centro de Distribución ubicado en La Farfana.

En Perú fuimos auditados en 95 unidades sobre la base de dicha norma y la Ley N° 29783 de Seguridad y Salud en el Trabajo, manteniendo un alto nivel de cumplimiento del 90%, lo cual ratifica la constante evolución de mejora continua del Sistema de Gestión de las unidades auditadas.

(GRI 403-1)



Promovemos la participación de todo el personal en la identificación de peligros y en la implementación de medidas preventivas.

Nuestras políticas se centran en la anticipación y mitigación de riesgos. Promovemos la participación de todo el personal en la identificación de peligros y en la implementación de medidas preventivas. Nuestros colaboradores pueden denunciar actos

inseguros a través del Canal de Integridad. Asimismo, investigamos a fondo cada accidente para comprender sus causas y aplicar acciones correctivas eficaces.

(GRI 403-2)

A través de la Asociación Chilena de Seguridad, nuestro aliado estratégico en esta materia, hemos priorizado la salud y bienestar de nuestros trabajadores mediante una gestión preventiva e integral de

servicios y la atención de la salud. Esta estrategia se centra en garantizar atención médica de calidad y oportuna en caso de accidentes laborales o enfermedades ocupacionales.

(GRI 403-3)

Nuestros Comités de Salud y Seguridad se reúnen con **frecuencia mensual** y en forma extraordinaria cuando sea requerido. En su conformación cuentan con **representación conjunta y equitativa**: el 50% de sus integrantes se definen, según un proceso eleccionario democrático de los colaboradores y el 50% restante corresponde a representantes de la empresa que son designados por el gerente de Tienda en Chile y el gerente general en Perú.

En Chile contamos con 78 Comités Paritarios que operan de forma activa, en comisiones de trabajo formadas de acuerdo con lo establecido en el Decreto Supremo 54.

En Perú el Comité Central de Seguridad y Salud en el Trabajo fue renovado en el 2023, aumentando de 8 a 12 miembros. El proceso de elección de miembros/colaboradores se desarrolló de forma exitosa, logrando una buena participación. La vigencia de este nuevo comité es de dos años y es presidido por nuestro gerente de Relaciones Laborales, el cual es el responsable de informar, vigilar y recomendar los mecanismos de prevención para la seguridad de los colaboradores en toda la empresa. Todos sus integrantes

participan activamente en los programas de capacitación e inspecciones como refuerzos de las **buenas prácticas existentes a través del programa Ruta Cuita-T**. Además, se mantiene una comunicación fluida y continua a través de WhatsApp y canales internos de la empresa.

En Tottus integramos la innovación para mejorar nuestras prácticas de trabajo. En Chile contamos con una App Móvil que nos permite alertar, gestionar y trazar las desviaciones de nuestros estándares de seguridad y salud en el trabajo de manera efectiva y rápida. Gracias a este aplicativo podemos contar con datos en tiempo real para una buena toma de decisiones.

En Perú desarrollamos la digitalización de las distintas actividades del sistema de Gestión de Seguridad y Salud del Trabajo a través del *software* y aplicativo ITE Prevengo, que se desplegará en el 2024 en todas las unidades para brindar a cada líder de unidad, una herramienta que centralice la visualización de desviaciones y permita un mayor control y eficiencia en la gestión de los riesgos en este ámbito.

(GRI 403-4)

En Tottus integramos la innovación para mejorar nuestras prácticas de trabajo.



895

LÍDERES CERTIFICADOS como **Embajadores de SST en Acción** en el 2023, Perú.

Por otro lado, continuamos disminuyendo permanentemente la cantidad y la gravedad de los accidentes en todas nuestras tiendas, centros de producción y de distribución, a través del fortalecimiento de una cultura de seguridad preventiva, donde el liderazgo, el autocuidado y el cuidado mutuo son elementos claves.

En Chile impulsamos instancias de capacitación, llegando a 15.508 personas a través de charlas, capacitaciones y cursos.

En Perú continuamos con el fortalecimiento de nuestra Estrategia de Seguridad y Salud en el Trabajo, brindando herramientas conceptuales, procedimentales y actitudinales para

que nuestros Embajadores de SST en Acción y colaboradores se conviertan en los verdaderos protagonistas de la cultura preventiva de seguridad en sus respectivas unidades. En este orden, mantuvimos un robusto plan de formación, controles operacionales de seguridad y el programa de Certificación de Embajadores de Seguridad y Salud en Acción, enfocándonos en la intervención de actos y condiciones inseguras a través del *Coaching*.

(GRI 403-5)

30

AUDITORÍAS EXTERNAS EJECUTADAS EN CHILE EN 2023

Nuestra empresa adopta una estrategia proactiva para salvaguardar la salud y seguridad de los trabajadores vinculados a nuestras relaciones comerciales. Exigimos a nuestros proveedores y contratistas el cumplimiento estricto de normativas de seguridad y salud ocupacional, así como la adopción de medidas preventivas adecuadas. El reglamento especial de empresas contratistas de Hipermercados Tottus

establece estándares mínimos para la ejecución de obras y servicios, específicamente en el contexto de Hipermercados Tottus. Estos estándares abarcan aspectos fundamentales de prevención de riesgos laborales, seguridad, control de riesgos, medidas en caso de emergencias y salud ocupacional.

(GRI 403-7)

Con el objetivo de evaluar nuestra gestión, en el 2023 el Comité Central de SST de Perú realizó inspecciones en diferentes tiendas. Asimismo, en Chile se ejecutaron 30 auditorías internas.

(GRI 403, 3.3)

INDICADORES DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

| INDICADOR - PERÚ | PAÍS | 2023 | | | 2022 | 2021 |
|---|------|-------|---------|---------|-------|-------|
| | | Total | Hombres | Mujeres | Total | Total |
| Nº de víctimas mortales | Nº | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tasa de accidentes laborales | % | 3,76% | 1,96% | 1,80% | 3,35% | 3,20% |
| Tasa de enfermedades profesionales | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nº de Comités Paritarios | Nº | 2 | -- | -- | 2 | 2 |
| % de colaboradores representados en los comités | % | 100% | -- | -- | 100% | 100% |

| INDICADOR - CHILE | PAÍS | 2023 | | | 2022 | 2021 |
|---|------|-------|---------|---------|-------|-------|
| | | Total | Hombres | Mujeres | Total | Total |
| Nº de víctimas mortales | Nº | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tasa de accidentes laborales | % | 4,18% | 2,54% | 1,64% | 4,73% | 4,45% |
| Tasa de enfermedades profesionales | % | 0,18% | 0,12% | 0,05% | 0,23% | 0,11% |
| Nº de Comités Paritarios | Nº | 78 | -- | -- | 78 | 76 |
| % de colaboradores representados en los comités | % | 100% | --- | --- | 100% | 100% |

(GRI 403-9) | (GRI 403-10)

Entre los resultados obtenidos en Perú contamos con 27 tiendas que no registraron accidentes durante el 2023.



Impacto social

04.



4.1 Clientes

/ 4.1.1 MARCAS PROPIAS

La gestión de marcas propias es crucial porque permite a Tottus diferenciarse, mantener un control de calidad y obtener rentabilidad para el negocio. En términos de sostenibilidad, impacta positivamente en la economía al mejorar la rentabilidad; en el medioambiente permite prácticas más sostenibles de producción y en la sociedad ofrece productos de altísima calidad a precios accesibles y potencialmente apoya iniciativas en favor de la comunidad.

Desarrollamos y ofrecemos una gama de productos únicos, de alta calidad y a precios convenientes, a través de nuestras Marcas Propias como protagonistas. Desde esta visión, nuestros equipos de trabajo se dedican a identificar y desarrollar las tendencias de consumo actuales para brindarlas a nuestros clientes.

EL 2023 fue un año retador con un entorno competitivo cambiante, lo que nos exigió profundizar algunas medidas:

- Análisis de mercado para ajustar el surtido.
- Optimización del inventario y gestión eficiente.
- Colaboración con proveedores para mejorar variables logísticas y costos.

Entre los principales logros, consideramos:

- Mejora en la rentabilidad al eliminar productos de bajo rendimiento (GMROI).
- Reducción de costos de inventario mediante una gestión más eficiente.
- Adaptación a cambios en las preferencias del consumidor y en el entorno competitivo.
- Manejo de la volatilidad en la cadena de abastecimiento.

Estamos en un camino que pretende que nuestra propuesta de valor sea la más reconocida dentro de su segmento, lo que nos compromete con altos niveles de excelencia en todas las dimensiones del producto.

Además, desde el punto de vista del control de calidad, trabajamos bajo los estándares de la certificación ISO-9001, lo que garantiza tener productos inocuos y seguros.

Además, desde el punto de vista del control de calidad, trabajamos bajo los estándares de la certificación ISO-9001, lo que garantiza tener productos inocuos y seguros.

Retos para el 2024:

- Continuar innovando el surtido con una mirada en ser la mejor alternativa para el cliente.
- Mejorar la eficiencia en la gestión de inventario, enfocándonos en el GMROI.
- Seguir monitoreando las tendencias de mercado para mantener competitividad.



Presentamos reportes mensuales del estado del negocio. Dentro de las lecciones aprendidas están seguir agudizando nuestro foco en el cliente, ofreciendo un surtido que logre capturar su preferencia no solo por su conveniencia, sino por el compromiso por tener siempre la mejor alternativa para todos nuestros clientes.



LÍNEAS DE PRODUCTOS MARCAS PROPIAS

| | |
|-------------------------|--|
| TOTTUS ORÍGENES: | Línea creada para ofrecer productos tradicionales, artesanales de regiones típicas y reconocidas de Chile o Perú. |
| TOTTUS PREMIUM: | Línea creada para ofrecer productos de alimentación diferenciados de valor en ingredientes, origen y/o momento de consumo. |
| TOTTUS LIFE: | Línea creada para brindar opciones de alimentación saludable. |
| TOTTUS MEN: | Línea dirigida a cubrir las necesidades y preferencia de los consumidores masculinos. |
| TOTTUS BEBÉ: | Línea creada para cubrir las necesidades del bebé. |
| TOTTUS KIDS: | Línea creada para niños/as de 2 a 6 años. |

MARCAS EXCLUSIVAS

| | | | |
|--------------------------|--|---------------------|---|
| CASA JOVEN: | Línea de decoración, menaje, textil, hogar y aseo con excelente precio – calidad. | ALLBASICS: | Línea de vestuario para hombre, mujer, niño, bebé y calzado. |
| STAHLTEK KITCHEN: | Menaje de cocina. | REDWOOD: | Vestuario de adulto, infantil, calzado y ropa interior, desarrollada exclusivamente para Tottus. |
| TERRACINA: | Menaje de comedor. | MURANA: | Línea de belleza y cuidado personal que ofrece productos de valor a precios accesibles. |
| RECCO: | Marca de “Primer Precio” con amplio surtido de electrodomésticos y video. | HEURA: | Línea de productos veganos, de carne 100% vegetal. |
| WURDEN: | Marca de electrodomésticos de excelente diseño y calidad. | PORTERHOUSE: | Línea Premium de cortes y productos de carne americana, calidad Choice. |
| JVC: | Equipos de audio y video. Importador exclusivo. | SCOLTA: | Marca de cervezas caracterizada por su excelente calidad, sabor y precio. |
| OFISCOOL: | Artículos de oficina, cuadernos y útiles escolares en líneas Ofiscool y Ofiscool Collection. | EI ANDAR: | Gran selección de vinos chilenos, con una amplia variedad de cepas para disfrutar en distintas ocasiones, provenientes de reconocidos valles valorados por su gran calidad. |
| DORSAY: | Marca de mochilas escolares y maletas. | FRESH: | Línea de bebidas gaseosas con gran variedad de sabores y formatos a precios accesibles. |

En el 2023 alcanzamos en Chile 251 SKU mientras que en Perú 317 SKU. Dentro de los principales lanzamientos, podemos destacar El Andar, vinos en Chile y Fresh, marca de gaseosas para Perú.

(GRI 203 3-3) (GRI 203-2)

Expertos en carnes

En Tottus nos enorgullecemos de ser expertos en carnes, con una propuesta de valor que va desde nuestra línea conveniente La Gran Estancia hasta nuestra línea de orígenes seleccionados marca Tottus (Chile, Argentina, Uruguay y Estados Unidos), siendo, además, distribuidores exclusivos en *retail* de Angus certificado CAB, marca Reserve, que nos posicionan como referentes en la industria.

Este 2023 mantuvimos una estrategia robusta de Marcas Propias en la categoría de carnes, estandarizando la propuesta de valor en todas las salas. Cabe destacar que la trazabilidad es un aspecto crucial en nuestro proceso de aseguramiento de calidad. En Tottus, garantizamos que nuestros clientes tengan acceso a carne de alta calidad con trazabilidad transparente.

(GRI 416 3-3)



/ 4.1.2 ALIMENTACIÓN SALUDABLE

En Chile y Perú contamos con la certificación en el estándar internacional ISO 9001:2015, que avala nuestro sistema de gestión de calidad en el desarrollo de productos de Marcas Propias. Este año Chile tuvo auditoría de seguimiento y Perú obtuvo la certificación de esta norma, en un proceso de auditoría donde no se detectaron desviaciones. Este hito reafirma nuestro robusto Sistema de Gestión de la Calidad, enfocado en sus procesos y el análisis de riesgo.

En Chile continuamos con nuestro compromiso con el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura (Sernapesca), formalizando el ingreso de 47 locales de la cadena de supermercados al **Programa Sello Azul de Consumo Responsable de Pescados y Mariscos**. Este distintivo certifica que dichos locales comercializan productos que cumplen con todas las medidas de administración, resguardando la sustentabilidad de las pesquerías y compromiso con el cuidado del entorno, en el marco de la Ley de Pesca y Acuicultura.

(GRI 416 3-3)

En Perú también sumamos dos logros muy importantes. Por una parte, fuimos acreditados en la norma ISO 17025:2017 por el Instituto Nacional de Calidad (Inacal) que avala la competencia de nuestros laboratorios de ensayo. Así, nos convertimos en el primer *retail* con laboratorio acreditado y en la tercera planta de producción de alimentos con laboratorios acreditados en el país.

Por otra parte, nuestros Centros de Distribución de Secos y Frescos fueron certificados con los Principios Generales de Higiene por la autoridad sanitaria Digesa. Gracias a este hito, nos convertimos en el primer *retail* en Perú con centros de distribución certificados.



Gestión de calidad en nuestras operaciones

Desde la rigurosidad que nos caracteriza, promovemos iniciativas tanto para el estricto cumplimiento normativo como para una robusta gestión proactiva en el ámbito de la alimentación saludable. Durante el 2023 en Perú destacamos las siguientes medidas y resultados:



Complejo Logístico Huachipa:

- Lanzamos exitosamente la línea de gaseosas con fórmula propia (Gaseosas Fresh).
- Lanzamos exitosamente el panetón Precio Uno con saborizantes exclusivos y desarrollados para Tottus.
- 469 nuevos SKU desarrollados.
- Habilitamos a doce proveedores para productos de licitación (atunes, aceites y conservas de fruta), buscando siempre la mejor calidad y mejor precio para nuestros clientes ante un contexto de alta inflación.
- Desarrollamos fórmulas propias para panes de molde (blanco, integral, pan hamburguesa, pan hot dog).
- Logramos extender vida útil de 16 a 26 días con el uso de enzimas de Alemania y Dinamarca, sin incrementar dosis de conservantes.
- Validamos nuevas fórmulas mediante test de consumidor, asegurando la aceptabilidad y preferencia de nuestra marca propia.

Tiendas:

- Actualizamos los Manuales de Buenas Prácticas de Manufactura e Higiene.
- Implementamos los KPI de Gestión de Calidad y Mejora Continua.
- Realizamos monitoreos microbiológicos e inspecciones higiénico-sanitarias.

Picking Center:

- Homologamos empaques y el manual de buenas prácticas en empaques, logrando un ahorro de S/ 991.274.00.

(GRI 416 3-3)



/ 4.1.3 EXPERIENCIA DEL CLIENTE

El corazón de nuestro negocio son los clientes. Desde esta visión, nos esmeramos por conocer sus necesidades, sintonizar con sus expectativas y crear la mejor experiencia de compra.

En este contexto, este año continuamos trabajando con consistencia en nuestra propuesta comercial para brindar una experiencia de compra más fácil, rápida y omnicanal, acorde a las preferencias actuales de nuestros clientes.

A través de ajustes operacionales, una mayor eficiencia de nuestras capacidades logísticas y operativas de e-commerce y la inversión en nuevas tecnologías, entre otras medidas, nos esmeramos en entregarles las mejores soluciones desde un robusto ecosistema físico y digital.

Evolucionando a un nuevo ecosistema omnicanal

El 2023 fue un año en el que nos centramos en posicionarnos como un actor clave en la estrategia digital del Grupo Falabella mediante la expansión en nuestras plataformas comerciales Falabella.com y Tottus App⁴. Esta iniciativa trajo como resultado una mayor penetración de mercado, visibilidad de nuestra oferta y alcance en el ámbito digital, fortaleciendo así nuestra integración con el ecosistema empresarial al que pertenecemos.

Tottus App empieza a trabajar en el segundo semestre. Esta plataforma de última milla con despacho *express*, está orientada a satisfacer la conveniencia de los clientes por medio de la rapidez de la entrega gracias a una importante red logística y al respaldo de un equipo dedicado a gestionar la experiencia de compra. A través de Tottus App en el 2023 entregamos +950 000 pedidos en Perú y +570.000 pedidos en Chile, apoyados en una logística virtuosa entre nuestros Picking Centers. De esta manera, hemos logrado eficiencias mediante nuestros activos existentes al

servicio del crecimiento y logística de Tottus App con excelentes resultados. Además, en Tottus hemos incorporado el novedoso sistema FEMS (Fazil Express Management System), que mejora la experiencia de entrega y gestión de pedidos de la App. En marzo del 2023 finalizamos el Roll Out a todas las tiendas en donde operamos.

Además, migramos a la nueva plataforma centralizada de *e-commerce* Falabella.com, un hito que se concretó en el mes de agosto en Chile y en diciembre del 2022 en Perú. En este canal estamos avanzando en el posicionamiento de compras por volumen para categorías como líquidos, abarrotes, alimentos para mascotas y limpieza para el hogar y también en las categorías de *Non Food* como juguetería, electro, hogar, bazar y textil donde nos diferenciamos de otros *sellers*. Al cierre de este periodo, obtuvimos:



+125.000

PEDIDOS MENSUALES ENTREGADOS por nuestras tiendas a través de la **APP a nivel regional**

+45%

DE VENTAS DE E-COMMERCE a través de la APP, **Perú**

+30%

DE VENTAS DE E-COMMERCE a través de la APP, **Chile**

IMPLEMENTACIÓN DE FEMS AL 100%

en ambos países

4. Reemplaza a Fazil.

Estos avances se complementan con una vasta red de puntos de retiro para compras online realizadas en Tottus, Sodimac y Falabella a través de Falabella.com. El **Sistema Click & Collect** hoy tiene un alcance de 137 puntos de retiro en Perú y 37 puntos de retiros en Chile con entregas promedio mensuales de 42.373 y 48.319 pedidos respectivamente. Actualmente, este sistema también permite gestionar devoluciones, independientemente del canal o formato del producto.

Otra innovación del 2022 que se consolidó en el 2023 es la implementación de **Home Delivery**, la plataforma de logística de última milla del Grupo Falabella para la entrega de los pedidos de *e-commerce* de Tottus en Perú. Con esta plataforma, estamos transformando nuestras tiendas en *hubs* logísticos, lo que implica que nuestros locales no solo venden productos, sino que también cumplen funciones de despacho y devoluciones de las diferentes unidades del Grupo Falabella.

Nuestro desafío para el 2024 es seguir trabajando para consolidarnos como *seller* relevante en Falabella.com, en las categorías donde complementamos el surtido de Falabella Retail; por lo tanto, nos enfocaremos en la optimización de nuestra oferta digital con un surtido diferenciador y la mejora continua de la experiencia del cliente. Además, continuaremos avanzando en la adopción de soluciones corporativas para mejorar la eficiencia, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Transformación digital para una compra más fácil y rápida

Disponemos de novedosas tecnologías para propiciar una experiencia de compra acorde a las nuevas tendencias de los clientes.

Nuestras cajas de autoatención y balanzas de autoservicio cumplen un rol clave. En Chile nuestra amplia red de cajas de autoatención o *self check out* está disponible en el 100% de los locales, lo que nos diferencia en el sector supermercados en este país. A su vez, en todas nuestras tiendas brindamos acceso a balanzas de autoatención en las secciones de frutas y verduras y panadería. Y para garantizar un mejor control y una pronta reposición de los productos, utilizamos una plataforma centralizada y en línea para administrar el contenido de las balanzas de autoservicio.

Además, operamos cuatro túneles de escaneo automático de productos. Gracias a su tecnología basada en la inteligencia artificial, nos permiten entregar una mejor experiencia

de autoatención, aportando automatización y productividad.

En la industria nos destacamos por el empleo de una innovadora tecnología 100% automatizada para el retiro en tienda de compras *online*: los robots Cleveron. Su sistema funciona por medio de la lectura de un código de barra que permite la entrega de los productos al cliente, de una forma más rápida y sin contacto. Al cierre del 2023 contamos con nueve equipos con esta tecnología en nuestras tiendas (tres de ellos en Chile y seis en Perú), alcanzando una participación del 15% y 26% respectivamente del total de entregas. Con la finalidad de hacer más fácil los cambios y devoluciones se habilitaron los puntos de Click & Collect como puntos de devolución representando para Chile 6,6% y para Perú 7% del total de productos recibidos.

En Chile nuestra amplia red de cajas de autoatención o self check out está disponible en el 100% de los locales, lo que nos diferencia en el sector supermercados en este país.



/ 4.1.4 MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

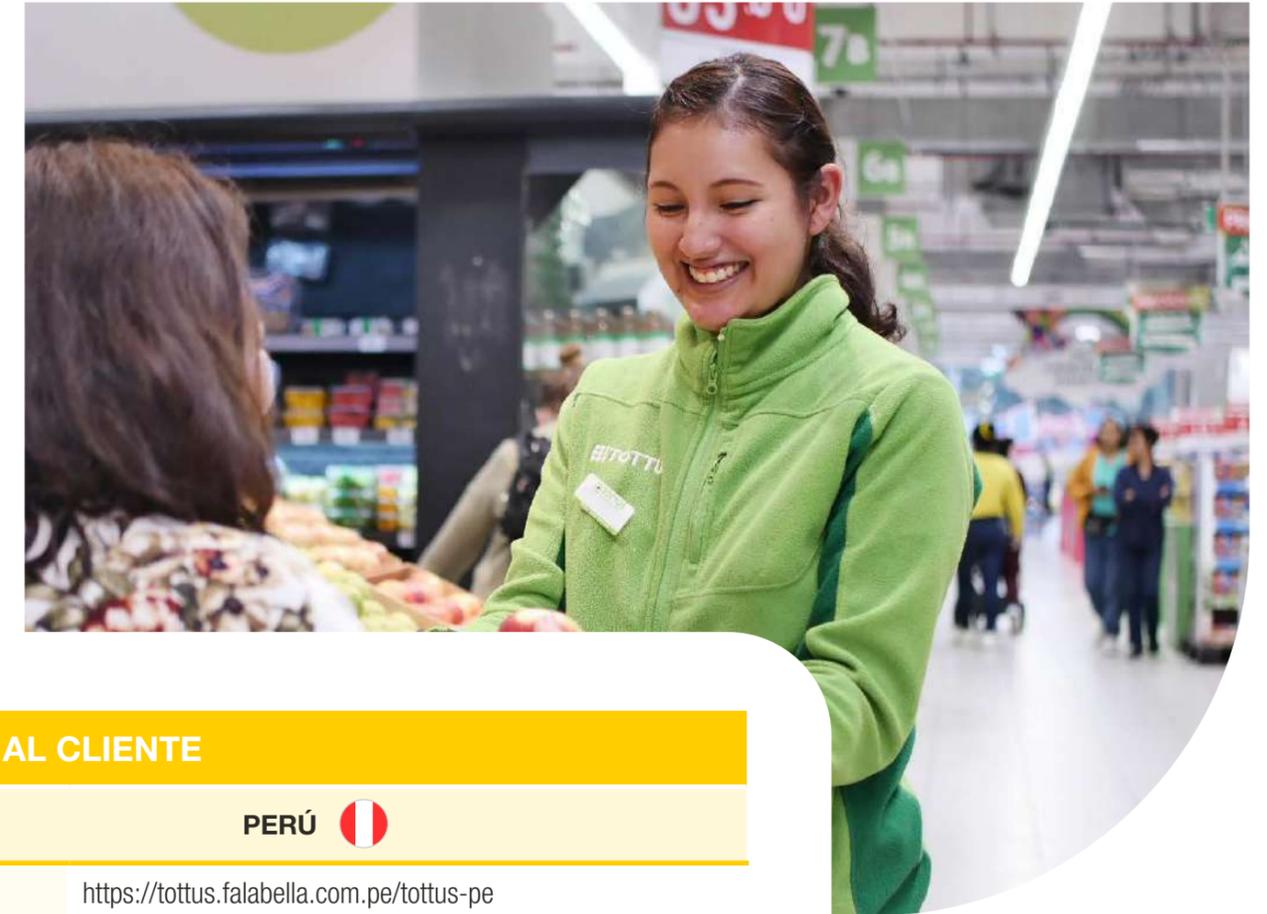
Buscamos escuchar activamente a nuestros clientes, sintonizar con sus expectativas y atender sus solicitudes en forma oportuna. Nos preocupamos por capacitar de manera permanente a nuestros cajeros y cajeras, este año lo hicimos en conjunto con el Instituto Profesional AIEP en “Taller Experiencia a Clientes” con el que buscamos fortalecer sus habilidades y talento, para superar las expectativas de quienes nos prefieren día a día.

Bajo este enfoque, impulsamos el monitoreo permanente del índice NPS (Net Promoter Score), que nos permite identificar el grado de recomendación hacia la marca, de acuerdo con la última experiencia de compra y su percepción del producto, servicio y atención recibida. En el 2023 logramos una valoración del 65% en ambos países.

Paralelamente, este año continuamos optimizando nuestro nuevo CRM Salesforce, una plataforma que unifica la gestión de nuestros clientes con una mirada 360° e integra la información de todos nuestros canales de atención en un único panel de control,

siendo un sistema compatible con todo el Grupo Falabella. Gracias a su innovadora tecnología y análisis de datos, Salesforce facilita la toma de decisiones informadas y una mejor atención de las prioridades expresadas.

Disponemos de diversos canales para mantener una comunicación abierta y fluida. En este sentido, avanzamos en un nuevo Modelo de Atención de Clientes que se integra en la estrategia omnicanal del Grupo Falabella. Bajo esta estructura, hoy contamos con un equipo corporativo que atiende consultas y registra requerimientos en primera línea para todas las unidades de negocio del grupo y gestiona las resoluciones con los equipos responsables de cada negocio. Con este nuevo modelo de atención, reorganizamos las responsabilidades de los agentes del área de Soporte de Tottus, adoptando un enfoque ágil donde todos los miembros del equipo son capaces de resolver cualquier caso, independientemente de su tipología, lo que agiliza y perfecciona la atención brindada.



MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

| CHILE | | PERÚ | |
|--------------------------------------|--|--|---|
| SITIO WEB: | https://tottus.falabella.com/tottus-cl | SITIO WEB: | https://tottus.falabella.com.pe/tottus-pe |
| RECLAMOS VIRTUALES: | <ul style="list-style-type: none"> • Asistente Virtual Ema • Portal de Tottus en Falabella.com | LIBRO VIRTUAL DE RECLAMACIONES: | https://www.falabella.com.pe/falabella-pe/myorders/claimbook |
| CALL CENTER: | 600 329 2002 | CALL CENTER: | 01 6020000 |
| WHATSAPP: | +56 9 5814 3902 | CHAT FALABELLA: | 946 510 900 |
| REDES SOCIALES: | Facebook, Twitter e Instagram | REDES SOCIALES: | Facebook, Twitter, Instagram y You Tube |
| MÓDULO SAC EN TIENDAS FÍSICAS | | MÓDULO SAC EN TIENDAS FÍSICAS | |

Con el fin de optimizar nuestra atención a las solicitudes de los clientes, este año materializamos nuevas sinergias entre los equipos de Chile y Perú para abordar de manera efectiva las causas raíz de los reclamos y de los planes de mejora asociados. A su vez, generamos indicadores binacionales e instancias de seguimiento quincenales.

En Chile optimizamos procesos de escalamiento interno, a través de Salesforce implementamos la automatización de notas de crédito para mejorar

los reembolsos de nuestros clientes digitales. Además, rediseñamos el flujo de los servicios técnicos para entregar a nuestros clientes una posventa ágil y controlar la recuperación de productos con las marcas proveedoras. Logramos una disminución de los reclamos en Falabella.com asociados a reembolsos y en el mundo físico obtuvimos un NPS del 70%, mejorando la satisfacción de los clientes en disponibilidad y calidad de productos.

| INDICADOR | 2023 | | 2022 | | 2021 | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | CHILE | PERÚ | CHILE | PERÚ | CHILE | PERÚ |
| NPS sucursales | 70% | 67,9% | 63% | 65% | 60% | 71% |
| N° de reclamos de clientes por cada millón de transacciones (casa) | 1.200 | 708 | 783 | 1.481 | 1.665 | 1.810 |



Logramos medir el CSAT por tipo de cajas en las tiendas físicas, adicionalmente se agregó un apartado donde el cliente puede colocar la categoría del producto que no encontró en la tienda, lo cual nos sirve para poder recabar información. Por otro lado, cerramos el despliegue general de las cajas de autoservicio, cambio de clusterización⁵ y el despliegue del Proyecto Amabilidad, lo que impactó de manera positiva en el NPS. Cabe mencionar que a partir del 2022 hacia adelante solo medimos el NPS por invitación; esto quiere decir que al cliente le llega la encuesta solo por correo electrónico. En años anteriores las tiendas impulsaban en los locales para que el cliente complete la encuesta; por ende, teníamos un mayor NPS. Actualmente, a partir del 2022 tenemos un crecimiento sostenible en el tiempo.

5. Descubrir grupos de clientes similares, a través de variaciones similares dentro de cada grupo. Todo a través de modelos matemáticos y *machine learning*.

4.1.5 MARKETING RESPONSABLE

Como empresa, promovemos una comunicación responsable, ética y veraz hacia nuestros clientes, con estricto apego a las normativas y exigencias legales. En esta línea, buscamos el cumplimiento de nuestras promesas comunicacionales sobre valores, calidad y promoción de productos, usando siempre mensajes claros, precisos y transparentes.

Participamos en instancias que velan por las buenas prácticas en marketing responsable como la Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile y la Sociedad Peruana de Marketing.

81 productos de nuestras **MARCAS PROPIAS** poseen un **85%** del índice de reciclabilidad en sus envases.

En materia de etiquetado, nos esmeramos en entregar información clara que permita tomar una decisión responsable sobre el producto, basándonos en sus beneficios y posibles impactos en la salud y el medioambiente. Por eso, trabajamos junto a nuestras Marcas Propias para dar cumplimiento a las exigencias de las normativas que aplican en Chile y Perú y también para promover la comunicación de buenas prácticas.

En Chile acorde a la Ley N° 20.606 de Etiquetado de Alimentos, detallamos los componentes nutricionales y aplicamos con rigurosidad los sellos exigidos. En Perú damos cabal cumplimiento a la Ley N° 30.021 sobre alimentación saludable para niños y adolescentes, que regula las advertencias

publicitarias. Cabe mencionar que en este país somos pioneros en la industria de supermercados en colocar los tiempos de vida útil de los productos en nuestra página web.

Por otra parte, en Chile participamos en los Acuerdos de Producción Limpia (APL) Eco Etiquetado I y II, liderados por la SOFOFA y la Agencia de Cambio Climático, en alianza con el Ministerio del Medio Ambiente y Sernac. En el marco de estas importantes iniciativas, obtuvimos la certificación del Sello #ElijoReciclar, que avala que 81 productos de nuestras Marcas Propias (30 productos más que el periodo anterior) poseen al menos un 85% del índice de reciclabilidad en sus envases. En Perú iniciamos un proceso de sustitución de las etiquetas de productos de vestuario por otras de material reciclado.

Finalmente, este año impulsamos campañas que buscan fomentar el bienestar de las familias, promoviendo estilos de vida saludables y poniendo de relieve temas de relevancia social como el rol de la mujer en la sociedad y la importancia de la diversidad e inclusión. Asimismo, nos hemos enfocado en el cuidado del medioambiente, generando conciencia sobre la necesidad de prácticas sostenibles en nuestra vida cotidiana. Estos esfuerzos reflejan nuestro compromiso por contribuir a un futuro más equitativo y sostenible para todos.



Con motivo de la conmemoración del Día Mundial contra el Cáncer de Mama, en el que se promueve el diagnóstico prematuro de la enfermedad, nos sumamos con la campaña “Un preciado que salva vidas” una iniciativa que busca facilitar a las mujeres peruanas el acceso a mamografías de primer nivel, con el objetivo de contribuir a la detección temprana de esta enfermedad y salvar vidas. Por diversos motivos, miles de mujeres en el Perú no pueden acceder a este crucial examen médico de manera rápida y eficiente. Gracias a esta campaña podían conseguirla en un contexto cotidiano como un supermercado, y por primera vez en el Perú.

Para que esta campaña tenga un mejor alcance o conocimiento de más personas, trabajamos con la actriz, Adriana Zubiato, quien tiene las credenciales para fomentar la prevención, ya que fue una paciente de cáncer años atrás y gracias a la prevención, pudo salvarse a tiempo. Además, varias mujeres influyentes se sumaron a la causa y comentaron desde sus propias redes sociales los beneficios de esta iniciativa y la promovieron.

Las tarjetas podían ser usadas por aquellas mujeres que por diversos motivos no cuentan con un seguro médico o EPS que cubra el costo de la mamografía y acceder a este crucial examen de forma rápida y eficiente.

Las tarjetas les permitían reservar una cita en la Clínica Internacional de forma rápida y digital, ya que solo debían scanear el código QR que encontraban dentro y complementar un formulario.

(GRI 417 3-3)

No hemos tenido casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.

(GRI 417 3)

4.2 Aprovechamiento responsable

4.2.1 EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Nuestra promesa de productos de Marcas Propias garantizadas se sustenta en un trabajo junto a los proveedores para asegurar la mejor calidad desde el origen.

Gestión alimentaria junto a proveedores

Nuestra promesa de productos de Marcas Propias garantizadas se sustenta en un trabajo junto a los proveedores para asegurar la mejor calidad desde el origen.

Seleccionamos rigurosamente a nuestros proveedores de Marcas Propias nacionales y extranjeros y, en el rubro de los alimentos, les exigimos como norma básica para ser parte de

Tottus la implementación de un sistema de gestión de inocuidad alimentaria.

En Chile desde finales del 2021, establecimos como nuevo requisito la implementación del sistema de gestión basado en el IFS (International Food Standard), una norma reconocida por Global Food Safety Initiative (GFSI), por lo que evaluamos el nivel de cumplimiento.

En este contexto, este año dimos continuidad al Programa de Desarrollo a Proveedores, en alianza con la Academia de IFS con el objetivo de facilitar la adecuación a la norma IFS. Este programa nos permite entregar a todos nuestros proveedores nacionales, independientemente de su tamaño, asesorías, acompañamiento técnico y auditorías para alcanzar, de manera progresiva, el desempeño esperado. En este sentido, si un proveedor no cumple con el estándar mínimo del 75%, trabajamos en conjunto un plan de

(GRI 2-6) (GRI 416 3-3) (GRI 414 3-3)

acciones correctivas para que pueda alcanzar el nivel de cumplimiento en un plazo determinado. De esta forma, nos aseguramos que todos los productos que ofrecemos cumplen con los requisitos de calidad y seguridad exigidos.

Además, junto a los proveedores con certificaciones GFSI, realizamos un proceso de homologación de estas.

Al cierre del 2023 el 63% de los proveedores nacionales de Marcas Propias cuenta con la implementación efectiva de este sistema mientras que los proveedores importados disponen de sus certificaciones vigentes. Respecto a nuestros proveedores sensibles a plagas, brindamos apoyo en auditorías para el control de estas.

En Perú el 98% del total de nuestros proveedores de Marcas Propias cuenta con la validación oficial de su Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control (HACCP), otorgada por el Ministerio de Salud. El 2% de proveedores restantes cuenta con certificaciones HACCP, otorgadas por empresas privadas. Todos estos proveedores importados disponen de sus certificaciones vigentes. Sin embargo, por nuestra parte, continuamos avanzando con el compromiso para que ellos obtengan la validación oficial, conforme a la normativa peruana.

Programa SEDEX

Sedex es una plataforma global de gestión de datos en la cadena de suministro que permite monitorear, evaluar y mejorar de manera eficiente y transparente las prácticas sostenibles y éticas en toda la cadena de suministro.

Desde el inicio del Programa de Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex (SMETA, por su sigla en inglés) en Perú contamos con proveedores de Marcas Propias que son auditados por este programa.

Los proveedores de marcas propias binacionales que se encuentran bajo la evaluación de SMETA en el marco del programa SEDEX son los siguientes:

| DETALLE | CANTIDAD |
|--|----------|
| Proveedores binacionales | 92 |
| Proveedores seleccionados (Continuidad y proyectos en curso) | 76 |
| Proveedores evaluados: | 32 |
| Auditoría SMETA | 8 |
| Revalidación de informes | 24 |

(GRI 2-6) (GRI 414 3-3) (GRI 414-1)

4.2.2 DESARROLLO DE PROVEEDORES

En Tottus, estamos comprometidos con entregar una atractiva propuesta de productos frescos, garantizando la inocuidad del producto desde su origen. Para esto, impulsamos programas e iniciativas junto a nuestros proveedores, que nos permiten contribuir no solo a la comercialización de sus productos, sino también al alcance de altos estándares de calidad y la generación de más puestos de trabajo.

Proveedores agrícolas

Desde este marco de gestión, implementamos el Programa de Desarrollo de Proveedores en Chile, donde acompañamos en la adopción e implementación paulatina de un sistema de gestión enfocado en la calidad, legalidad, inocuidad, mejora continua y eficiencia operacional, según los lineamientos de la norma Global G.A.P. Cabe señalar que este estándar es reconocido en buenas prácticas agrícolas por la Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria (GFSI). Durante el 2023 evaluamos al 100% de nuestros proveedores de frutas y verduras, visitando y controlando sus instalaciones representativas y no representativas, garantizando el cumplimiento de un alto porcentaje de sus requisitos.

Para respaldar a nuestros pequeños proveedores, adoptamos un enfoque diferenciado, evaluándolos conforme al protocolo previo de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Para este año, avanzamos con ellos en la adopción de la norma, implementando un plan de acción y monitoreo constante.

Por otra parte, con nuestros clientes hemos impulsado campañas de comunicación en redes sociales para socializar los beneficios vinculados a estas prácticas sostenibles.



En Perú aplicamos la misma rigurosidad, por lo que les solicitamos a todos los proveedores la autorización sanitaria otorgada por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa), una exigencia de esta entidad que da cuenta del cumplimiento en BPA y BPM. Al cierre de diciembre de 2023 el 100% de los proveedores de Marcas Propias cuenta con esta autorización. Además, renovamos la certificación de productos orgánicos de nuestro Centro de Distribución de Frescos de Huachipa, otorgada por Senasa y SANIPES, obteniendo un 100% de cumplimiento.

Trabajamos con proveedores tanto propietarios directos como indirectos de las cosechas, con el fin de garantizar el abastecimiento futuro de productos a precios acordados previamente y promoviendo a su vez el uso adecuado de pesticidas y fertilizantes en sus procesos agrícolas.

En Chile el Programa de Buenas Prácticas Agrícolas no solo fomenta prácticas sostenibles en la agricultura, sino que también funciona como una plataforma valiosa para identificar, seleccionar y desarrollar pequeños productores agrícolas en diversas regiones del país.

En este contexto, nos enorgullece compartir que este año **graduamos a dos proveedores** que han superado todas las etapas necesarias para convertirse en proveedores permanentes de nuestra empresa.

Gracias a estos esfuerzos, podemos ofrecer productos frescos y de alta calidad durante los meses de verano, que pasan directamente del campo al supermercado. Al mismo tiempo, fortalecemos nuestra cadena de suministro al apoyar y desarrollar a pequeños y medianos proveedores locales.

(GRI 414 3-3) (GRI 414-1)

4.2.3 MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO

Tenemos un alcance del

100%

en nuestro Programa de Proveedor Confiable.

La medición del desempeño de nuestros proveedores es clave para una mayor trazabilidad, promover mejoras en temas prioritarios y premiar el buen desempeño. En este ámbito, a nivel binacional contamos con el Programa de Proveedor Confiable que cuenta con métricas asociadas y mapeo de proveedores que establece en qué categorías o rangos se ubica su desempeño sobre la base de su calidad, *fill rate*, rechazos, entre otros. Este programa tiene un alcance del 100% de los proveedores de Tottus y en el caso de los proveedores de Marcas Propias, les exigimos un desempeño de proveedor confiable; es decir, el rango más elevado de las categorías.

En Perú sostuvimos mesas de trabajo con proveedores estratégicos con frecuencia semanal para mejorar sus indicadores de desempeño, obteniendo muy buenos resultados, especialmente en la reducción de reclamos.

En Chile implementamos el Ranking de Proveedores para medir el desempeño de los proveedores nacionales de Marcas Propias en parámetros de calidad. Esta evaluación se realiza con frecuencia mensual y se aplica al 100% de los proveedores tanto de productos *Food* como *Non Food*. Gracias a este sistema, podemos visualizar el nivel de riesgo a través de un sistema de alertas y tomar medidas correctivas de manera oportuna.

(GRI 2-6) (GRI 414 3-3) (GRI 414-1)

En Perú sostuvimos mesas de trabajo con proveedores estratégicos con frecuencia semanal para mejorar sus indicadores de desempeño.



4.3 Comunidad

Nos enfocamos en generar valor en nuestros grupos de interés. En ese sentido, contamos con una política y un modelo de relación con la comunidad que, de acuerdo con las circunstancias, se enfocan en:

- La Comunidad Saludable, que tiene como objetivo inspirar hábitos de alimentación y vida saludables.
- La Comunidad Emprendedora, que busca impulsar y apoyar el crecimiento comercial de emprendedores y pequeñas y medianas empresas locales.
- La Comunidad Sustentable, que se centra en contribuir al cuidado del medioambiente, a través de iniciativas que mitiguen nuestro impacto ambiental.



Los gerentes de Tienda desempeñan un rol activo en la conexión con la comunidad tanto en las instancias de escucha y diálogo con vecinos, autoridades y organizaciones sociales como en las iniciativas comunitarias.

El Comité de Donaciones, liderado por el gerente general e integrado por el gerente de Control de Gestión y Administración, gerente de Personas y Sostenibilidad, gerente de Operaciones y gerente de Cumplimiento, es el responsable de dar seguimiento al Programa de Donaciones de Alimentos y también lidera las iniciativas de apoyo social enmarcadas en nuestro Programa Crecer Sano con Tottus y revisa el avance de temáticas de índole regulatoria en materia de donaciones.

(GRI 413 3-3)

Alineados a estos enfoques, durante el 2023 desarrollamos las siguientes acciones:

Crecer Sano

Crecer Sano es el programa de supermercados Tottus que trabaja en promover la educación para una alimentación sana, actividad física y hábitos saludables desde la infancia en Chile.

El programa trabaja con niños, sus familias y la comunidad escolar y, con el apoyo de nutricionistas y educadores, imparte talleres, desarrolla actividades y gestiona una plataforma digital orientada a educar en torno a la vida sana.



Programa de donación de alimentos

Este programa no solo es parte de las acciones estratégicas para la disminución del desperdicio de alimentos, sino que está diseñado para entregar una solución de alto impacto social (lucha contra el hambre, enfocándonos en la desnutrición y la anemia), convirtiéndolo en una solución sostenible (impacto ambiental, social y consecuentemente, económico).

Red de Alimentos: es la organización con quien mantenemos una alianza en Chile. Esta alianza tuvo un desempeño y crecimiento relevante en la gestión 2023, aumentando su impacto, estructura operativa y beneficiarios.

Durante su tercer año de ejecución:



Alianza con el Banco de Alimentos Perú y la Fundación Don Bosco:

donamos frutas, verduras y productos de gran consumo provenientes de nuestro Complejo Logístico de Huachipa y de +30 tiendas a nivel nacional. De esta manera, rescatamos productos que han perdido su valor comercial pero aún se encuentran aptos para el consumo. Durante el 2023 entregamos 594,2 toneladas de alimentos, equivalentes a 13.657 personas beneficiadas.

A su vez, participamos en una campaña de Producto Solidario de Marcas Propias, con motivo del Día Mundial de la Leche, llevamos a cabo una campaña en la que, por cada leche marca Tottus adquirida por nuestros clientes, realizamos una

contribución económica en beneficio del Banco de Alimentos Perú. A través de esta iniciativa, donamos S/ 30.000.00 a dicha institución.

Nuestro desafío para el 2024 es ampliar la gestión de donaciones en todas las tiendas a nivel nacional, buscando así contribuir a la lucha contra el desperdicio de alimentos. Por ello, durante el 2023 empezamos a trabajar con la organización Don Bosco que también brinda un servicio de alimentación y se encarga de distribuir los alimentos donados a comunidades vulnerables en todo el país. A la Fundación Don Bosco le hemos donado 80 toneladas de alimentos.

BENEFICIAMOS A 66.518 PERSONAS, LO QUE REPRESENTA UN 27% MÁS CON RESPECTO AL 2022.

237

organizaciones sociales
PARTICIPANTES

210

toneladas de
PRODUCTOS

Integramos los
esfuerzos de nuestras

72 TIENDAS



Haciendo Escuela

Mantuvimos nuestra donación anual realizada a través del programa Haciendo Escuela, destinada a la mejora de la infraestructura e instalaciones de los colegios beneficiados. Además, continuamos difundiendo la rifa anual en nuestros canales de comunicación y realizando la venta de sus boletos en nuestras cajas registradoras a nivel nacional.

DONACIÓN S/ 185 000.00

| | | | | |
|------|-----------------|-------------------|--|-------------|
| | | | | |
| IIEE | AULAS DIGITALES | DOCENTES FORMADOS | INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN+MEDICIÓN APRENDIZAJE 2023 | ESTUDIANTES |
| 21 | 96 | 183 | | 16.806 |

En Perú ofrecemos Productos Solidarios de Marcas Propias que tienen un valor social. Bajo este enfoque, por cada artículo solidario adquirido por los clientes, Tottus destina una donación económica en favor de la educación a los colegios Fe y Alegría. En este contexto, por cuarto año consecutivo impulsamos la campaña solidaria de nuestros panetones solidarios Tottus, con una venta de 50.000 unidades.

Impulsando capacidades en el uso de las TIC. Tottus Lab

Desarrollamos el programa Tottus Lab, en alianza con CDI Chile. El objetivo fue proporcionar a los participantes conocimientos prácticos y estratégicos que potencien sus proyectos en sus emprendimientos y en sus áreas laborales. El programa comprendió tres cursos: dos de Gestión Estratégica de Redes Sociales, dirigidos a emprendedores con un total de 79 personas que culminaron el proceso y un curso de Técnicas de Análisis y Visualización de Datos con un total de 38 personas que culminaron el proceso, sumando un total de 117 beneficiarios.

Voluntariado

En Perú como parte de nuestro compromiso con el medioambiente, nos sumamos a la campaña HAZla por tu playa, donde nuestros voluntarios participaron en la limpieza de residuos de la playa Sombrilla, en el distrito de Barranco (Lima).

Asimismo, junto a Recicla Latam, realizamos una limpieza del río Itaya

en Iquitos contando con la participación de 320 personas entre colaboradores, vecinos, la Municipalidad de Belén y otros negocios del Grupo Falabella que tienen presencia en la zona, recuperando más de 20 t de residuos.

Aportamos
153
HORAS de
VOLUNTARIADO

Somos Precio Uno

En Hiperbodega y Superbodega Precio Uno tenemos la firme convicción de que podemos generar un impacto positivo en la calidad de vida de las comunidades donde estamos presentes. Esto se refleja desde las etapas iniciales de nuestros proyectos y se refuerza durante la operación de nuestras tiendas.

Gracias a un importante esfuerzo logístico, nuestras tiendas están presentes en zonas geográficas remotas del Perú (incluso donde otros *retails* modernos aún no han llegado como la selva peruana), permitiéndonos acercar a miles de personas nuestra propuesta de valor basada en productos de calidad a precios bajos. En este marco, en cada apertura de nuestras tiendas, generamos alianzas con las municipalidades locales para nuestros procesos de selección y capacitamos a personas para cubrir nuestros puestos de trabajo. La mayoría son jóvenes de las comunidades aledañas, de esta manera, aportamos a la calidad del empleo y a las competencias de los trabajadores.

Siempre nos hemos caracterizado por mantener relaciones de cercanía y de buenos vecinos con nuestros clientes y la comunidad. Durante la pandemia, creamos la plataforma virtual Juntos con UNO, que se mantiene activa en la actualidad. En este portal, compartimos contenidos basados en los intereses expresados por nuestros seguidores, destacándose los videos de deliciosas recetas de fácil preparación con productos Precio Uno y *tips* sencillos para el cuidado del hogar, familia y entretenimiento.

En el 2023 lanzamos nuestro primer bingo que se realizó en las 32 tiendas a nivel nacional y que motivó la participación entusiasta de nuestros clientes.

Nuestro desafío para el 2024 es seguir escuchando y desarrollando nuevas propuestas para estar cerca de nuestros clientes y de las comunidades, desde el lema que nos inspira día a día: ¡Crecer mejorando!

(GRI 413-1)



**Gobierno
corporativo**

05.

5.1 Gobierno corporativo

/ 5.1.1 DIRECTORIO

El Directorio establece los lineamientos generales para la conducción de la empresa, vela por su cumplimiento y responde frente a los accionistas, supervisa el desempeño y la gestión en los diversos ámbitos del negocio, recibiendo reportes regulares del gerente general y el resto de los gerentes de primera línea.

(GRI 2-12)

La elección del Directorio es una facultad privativa de los accionistas reunidos en junta, al igual que la fijación anual de la cuantía de sus remuneraciones.

(GRI 2-10)

La estructura del gobierno corporativo para la región está compuesta por dos directorios:

- En Chile, presidido por Cristóbal Hurtado Rourke. Integrado por nueve miembros, sin suplentes. Incluye una representante femenina.
- En Perú, presidido por Juan Fernando Correa Malachowski. Integrado por tres miembros.

En Junta Ordinaria de Accionistas con fecha del 5 de abril del 2023 se procedió a la renovación total del Directorio resultando elegidos los siguientes directores:

| DIRECTORIO TOTTUS CHILE | | |
|----------------------------|----------------|----------------------------|
| CRISTÓBAL HURTADO ROURKE | Presidente | Ingeniero Comercial |
| FRANCISCO LEYTON FRANCIONE | Vicepresidente | Empresario |
| SEBASTIÁN ARISPE KARLEZI | Director | Empresario |
| ESTEBAN IVOVIC SCHIRRER | Director | Ingeniero Comercial |
| JAVIER DEL RÍO ARTEAGA | Director | Geógrafo |
| SANDRO SOLARI DONAGGIO | Director | Ingeniero Civil Industrial |
| CAROLINA ARROYO LAGOS | Directora | Ingeniera Comercial |
| FELIPE ROSSI HELLER | Director | Ingeniero Comercial |
| PABLO DÍAZ DEL RÍO | Director | Empresario |

El Directorio no cuenta con comités, solo con una Comisión de Auditoría, integrada por tres miembros del Directorio. Durante el 2023 esta comisión revisó materias propias de su competencia, entre ellas, analizó y aprobó el Plan Anual de Auditoría Interna y efectuó reuniones para revisar avances y riesgos detectados en auditorías.

| DIRECTORIO TOTTUS PERÚ | | |
|----------------------------------|------------|----------------------------|
| JUAN FERNANDO CORREA MALACHOWSKI | Presidente | Ingeniero Industrial |
| JUAN XAVIER ROCA MENDENHALL | Director | Ingeniero Civil Industrial |
| LUIS CHU | Director | Abogado |

Por estatutos e independencia en las decisiones, los directores no ocupan cargos ejecutivos y responden a la confianza de la Junta de Accionistas de Falabella.

(GRI 2-9) (GRI 2-11)



La sociedad cuenta con una Política de Gestión de Conflicto de Intereses, aprobada por su Directorio, que establece los principios y criterios para la efectiva declaración de intereses y la gestión de los conflictos de intereses por parte de colaboradores y la dirección.

Por otro lado, el Código de Integridad establece que se debe informar todo interés económico, vínculo personal o comercial con cualquier grupo de interés que puedan generar un conflicto de interés. Además, todos los años se solicita a la dirección, a la Alta Administración de la empresa y a ciertos cargos expuestos que completen su declaración de intereses.

(GRI 2-15)

El Directorio es informado sobre inquietudes críticas a través de la Gerencia de Ética, quien le presenta anualmente una actualización de la implementación y funcionamiento del Programa de Ética, sus principales indicadores y las estadísticas del Canal de Integridad.

(GRI 2-16)

El Directorio recibe capacitación colectiva de forma anual. En el 2023 las capacitaciones fueron:

- Dos instancias de capacitación anual permanente.
- Lanzamiento de la plataforma de entrenamiento con cursos digitales obligatorios para todos nuestros directores (temas: deberes fiduciarios de los directores, libre competencia, prevención de delitos y protección de datos personales).
- Además, al asumir el cargo, los directores pasan por un proceso de inducción que incluye la descripción y entrega de documentos y antecedentes relevantes sobre la operación de la empresa.

(GRI 2-17)

Finalmente, todos los años, con el asesoramiento de una consultora externa independiente, se realiza una encuesta sobre prácticas de gobierno corporativo a nuestros directores. El objetivo de la encuesta es evaluar el desempeño eficaz y eficiente de cada integrante para detectar e implementar mejoras relacionadas con los roles y responsabilidades de la dirección, las estructuras y los procesos involucrados en la toma de decisiones y el tiempo dedicado a las distintas tareas asignadas a los directores.

(GRI 2-18)

Todos los años, con el asesoramiento de una consultora externa independiente, se realiza una encuesta sobre prácticas de gobierno corporativo a nuestros directores.

5.1.2 ASOCIACIONES Y MEMBRESÍAS

- Cámara de Comercio de Santiago (CCS).
- Asociación Gremial Supermercados de Chile A.G. (ASACH).
- Sociedad de Fomento Fabril de Chile (SOFOFA).
- Pacto Global de las Naciones Unidas, Red Chile.
- Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos a Eliminación, Chile.
- Acuerdo de Producción Limpia (APL)Eco Etiquetado, Chile.
- Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile (AMDD).
- Asociación Nacional de Avisadores de Chile.
- Cámara de Comercio de Lima (CCL).
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú - Comex.
- Cámara de Comercio Americana del Perú - AmCham.
- Sociedad Nacional de Industrias de Perú.
- Consejo Directivo de GS1 Perú.
- Asociación Nacional de Anunciantes de Perú (ANDA).
- Sociedad Peruana de Marketing.
- Comité de Comerciantes de Artefactos Electrodomésticos de Perú.
- Asociación de Buenos Empleadores (ABE).
- Pride Connection, Chile y Perú.
- Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).

(GRI 2-28)



5.2 Gestión de riesgos

El entorno en el cual la empresa desarrolla sus actividades es inherentemente dinámico y variable, lo que la hace estar expuesta a una amplia gama de riesgos que, de materializarse, podrían afectar el cumplimiento de los objetivos y la sostenibilidad del negocio. En este contexto, la gestión de riesgos se presenta como un elemento esencial para resguardar de manera efectiva el valor generado, potenciando la necesidad de mantener una gestión continua y adaptativa para abordar las particularidades y desafíos específicos de este entorno en constante evolución.

La implementación de prácticas proactivas de gestión de riesgos se convierte en una necesidad estratégica, que permite identificar y evaluar de forma anticipada los riesgos para desarrollar respuestas eficaces para mitigar sus impactos. Además, es fundamental para fortalecer la resiliencia frente a diversas situaciones, ya sean internas o externas.

Conscientes del entorno en el que vivimos, reconocemos que la gestión de riesgos es una inversión permanente en la protección del valor creado. La mejora continua de nuestras estrategias y el enfoque proactivo de gestión de riesgos son esenciales para afrontar los desafíos del día a día y para asegurar la preservación del valor, contribuyendo así al desarrollo sostenible de nuestras actividades.

Nuestro modelo de gestión de riesgos se encuentra documentado en la Política de Gestión Integral de Riesgos y en la Política de Auditoría Interna, las que determinan los lineamientos para actuar en la prevención y mitigación de riesgos. Ambas políticas tienen alcance para todos nuestros negocios, los que pueden emitir políticas y lineamientos adicionales, siempre y cuando no entren en contradicción ni en conflicto con las políticas ya mencionadas.

Conscientes del entorno en el que vivimos, reconocemos que la gestión de riesgos es una inversión permanente en la protección del valor creado.



La Política de Gestión Integral de Riesgos se basa en estándares nacionales e internacionales en materia de riesgos, tales como, ISO 31000 y COSO ERM⁶. En ella se establecen:

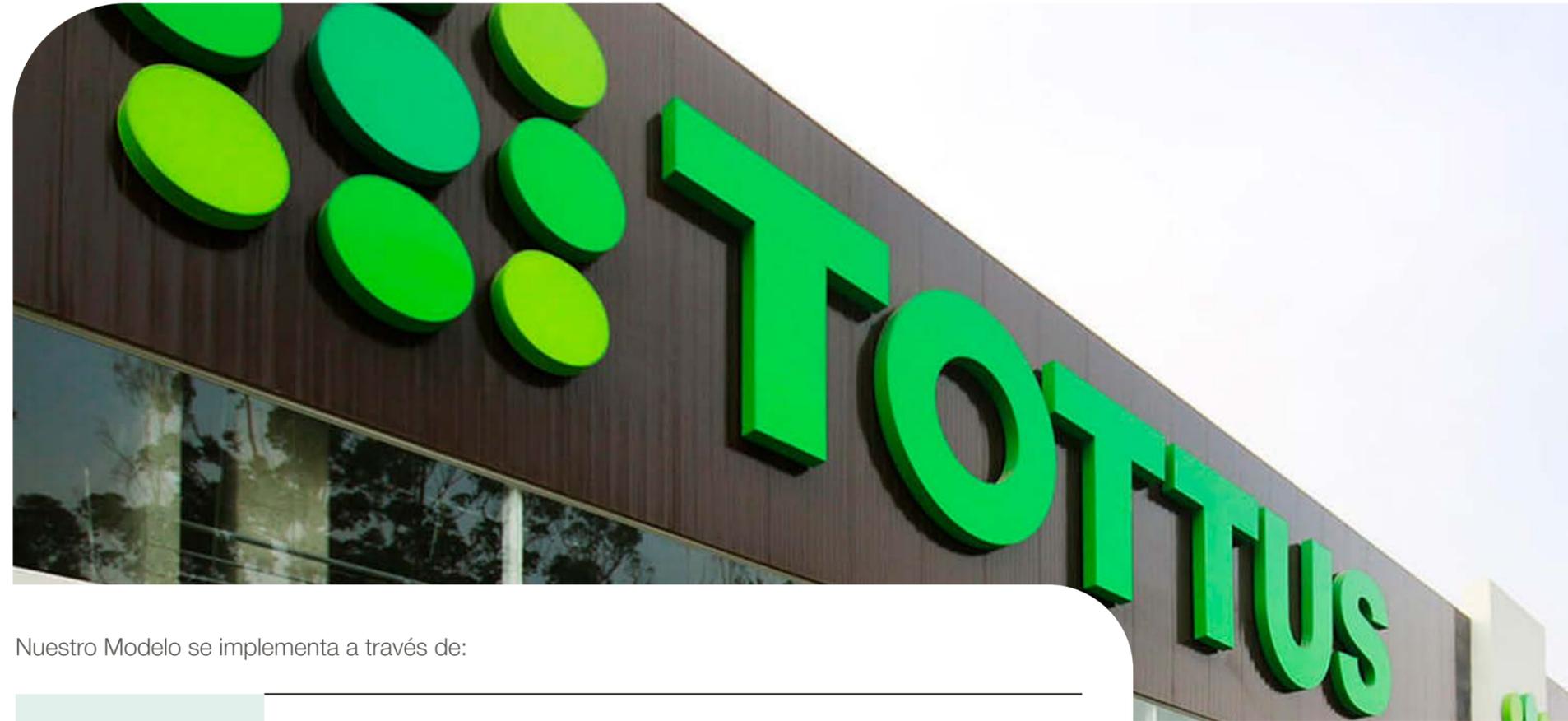
- Los pilares fundamentales del modelo de gestión de riesgos, detallando los lineamientos generales que orientan las prácticas y procesos asociados.
- Las responsabilidades asignadas a los principales roles involucrados en esta gestión, definiendo sus funciones específicas para garantizar su participación coordinada.
- La forma de funcionamiento del modelo de gestión de riesgos para asegurar la coherencia y consistencia en la aplicación de las prácticas de gestión de riesgos en todas las áreas y niveles de la organización.
- Los canales de comunicación oficiales y efectivos a través de los cuales se transmitirá la información relevante relacionada con los riesgos.
- Se definen las líneas de reporte, estableciendo cómo y cuándo los informes de gestión de riesgos deben ser presentados a los diferentes niveles de la organización, incluyendo la Alta Administración y el Directorio.

Durante el 2023 nuestro esfuerzo se centró en comunicar la Política de Gestión Integral de Riesgos a todos nuestros negocios, a través de reuniones constantes y capacitaciones para explicar su aplicación. Además, nos focalizamos en la aprobación de esta política en los Directorios correspondientes.

6. Committee of Sponsoring Organizations of the
 Tradeway Commission. Enterprise Risk Management.

El modelo de gestión integral de riesgos:

- Nos permite agrupar los principales riesgos de diferentes ámbitos y así implementar medidas que tienen como objetivo identificar, gestionar y mitigar los mismos, integrando también aquellos asociados a los riesgos ASG. Esta integración nos permite fortalecer nuestra visión global, abordando los riesgos de manera holística y alineada con los principios de sostenibilidad. Dicho modelo busca preservar no solo la estabilidad financiera, sino también contribuir positivamente al entorno que nos rodea.
- Se basa en el Modelo de las Tres Líneas del Instituto de Auditores Internos (IIA), que establece estructuras claves para asegurar un gobierno sólido en esta materia y que nos guía en la gestión efectiva de riesgos.
- El tono, la visión y las expectativas en relación con la identificación, evaluación y gestión efectiva de los riesgos, permeando a toda la organización, bajo una cultura Tone at the Top se fomenta desde los niveles más altos de liderazgo (el Directorio y la Alta Administración).



Nuestro Modelo se implementa a través de:

| | |
|-----------------------------|---|
| ÓRGANOS DEL GOBIERNO | Reflejado en el Directorio, quien asume la responsabilidad última de la gestión de riesgos, incluyendo la aprobación de políticas y apetito al riesgo, la supervisión de riesgos claves, el establecimiento de estructuras y procesos y la promoción de una cultura de riesgos. También existen comités en los cuales el Directorio delega responsabilidades de gestión de riesgos, conservando la supervisión y responsabilidad general. |
| DIRECCIÓN | Conformada por la primera línea, que se centra en la entrega de los productos y servicios hacia los clientes, a cargo de los dueños de cada proceso y la segunda línea, que proporciona asistencia, monitoreo y asesoramiento para la gestión de riesgos. Estas áreas se encuentran en diferentes posiciones dentro de la organización, de manera que ejercen un rol independiente en materia de riesgos. |
| AUDITORÍA INTERNA | Al ser un ente independiente de la administración, proporciona un aseguramiento objetivo sobre la adecuación y eficacia de la gestión de riesgos, mediante la aplicación de procesos de auditoría con la finalidad de verificar que el ambiente de control sea adecuado. |

5.3 Ética y cumplimiento

Asumimos como propia la necesidad de promover una cultura de integridad y cumplimiento que guíe la conducta de todos nuestros colaboradores. Velamos para que nuestros proveedores y socios comerciales sigan estos estándares. Buscamos que en todas las relaciones que nos involucren se prioricen los valores de honestidad, equidad, respeto e integridad.

Mecanismos de incorporación de los compromisos

En Tottus contamos con programas de cumplimiento para establecer, comunicar y guiar las conductas esperadas de nuestros equipos y proveedores. Además, establecemos los mecanismos que permitan dar cumplimiento a las exigencias legales y a los compromisos asumidos por cada empresa, gestionamos los riesgos y designamos a un Oficial de Cumplimiento para la implementación y gestión de cada programa.

Contamos con programas de cumplimiento relacionados con la prevención de delitos, ética e integridad, la libre competencia, la protección de los datos personales, la protección de los derechos de los consumidores y del medioambiente.

La Alta Administración de cada empresa es la encargada de aprobar los programas y designar al Oficial de Cumplimiento, quien reporta semestral

o anualmente, según corresponda, sobre la gestión y las actividades contenidas en cada programa.

La función preventiva de los programas se integra a la operación a través de los distintos controles que se identifican en la matriz de riesgos. Los programas actúan como mitigantes de cada uno de los riesgos identificados, a través de un proceso y responsable específico. Estos últimos son los encargados de implementar los planes de acción que se elaboren para hacer frente a los riesgos que requieren mayores o mejores controles. Además, los programas contemplan elementos que exigen un estándar de cumplimiento para una conducta empresarial responsable a los equipos de trabajo, socios comerciales y proveedores, a través de la inclusión de cláusulas contractuales.

(GRI 2-24)



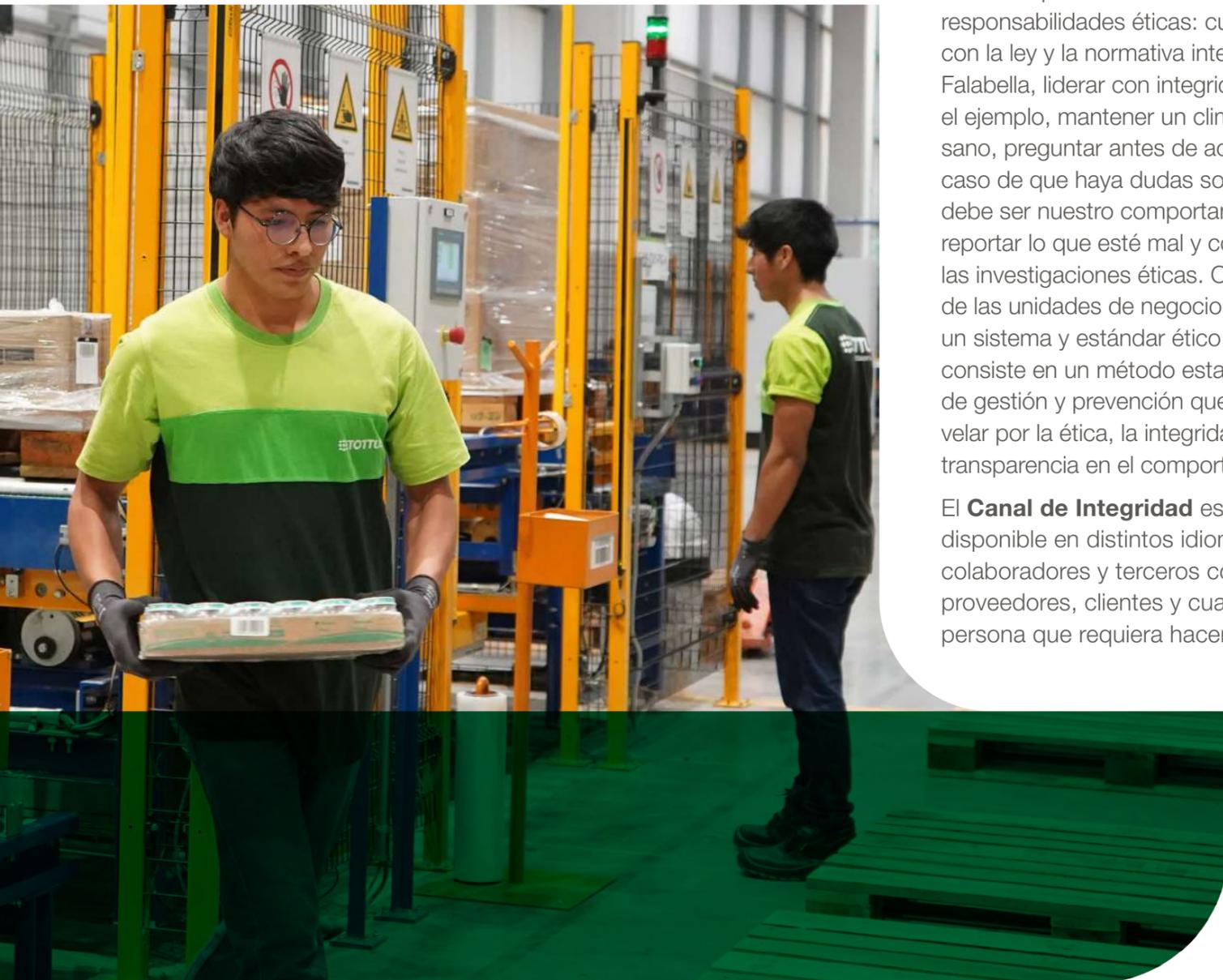
Programa de Ética

El objetivo del Programa de Ética es establecer, comunicar y guiar la conducta esperada de quienes trabajan en el grupo para contar con un estándar ético uniforme para todas las unidades de negocio, mantener relaciones de confianza con nuestros grupos de interés, proteger el valor y la reputación de la empresa y promover un comportamiento basado en principios comunes de integridad.

Este programa es una forma de dar cumplimiento al deber de diligencia del Directorio y de la administración de cada una de las empresas para asegurar que las conductas esperadas de los equipos de trabajo se difundan de manera clara, simple y apoyada por acciones, incentivos y controles.

Los instrumentos que forman parte del programa son:

- Código de Integridad
- Canal de Integridad
- Política General de Investigación
- Procedimiento General de Investigación
- Política de Gestión de Conflicto de Intereses
- Política de Regalos
- Política de Invitaciones
- Protocolo de Investigación de Denuncias



El **Código de Integridad** define los principios que deben guiar el comportamiento de nuestros colaboradores, directores, personal temporal y proveedores en su relación con la empresa. Establece como responsabilidades éticas: cumplir con la ley y la normativa interna de Falabella, liderar con integridad y con el ejemplo, mantener un clima laboral sano, preguntar antes de actuar en caso de que haya dudas sobre cómo debe ser nuestro comportamiento, reportar lo que esté mal y colaborar en las investigaciones éticas. Cada una de las unidades de negocio opera con un sistema y estándar ético único, que consiste en un método establecido de gestión y prevención que permite velar por la ética, la integridad y la transparencia en el comportamiento.

El **Canal de Integridad** está disponible en distintos idiomas para colaboradores y terceros como proveedores, clientes y cualquier persona que requiera hacer una

consulta o denuncia de carácter ético o plantear dudas o inquietudes relacionadas con infracciones o incumplimientos a la ley o a la normativa interna. Las vías de comunicación de este canal son por correo electrónico, por teléfono, por el enlace ubicado en la página web e intranet de cada empresa y de manera presencial, acudiendo directamente a las oficinas de la Gerencia de Ética correspondiente.

Nuestros **compromisos y políticas**, reflejados en nuestros distintos programas de cumplimiento y sus respectivos elementos normativos son, por regla general, aplicables a toda la organización. Excepcionalmente, algunos de ellos pueden estar orientados a un grupo particular de colaboradores, dependiendo de la materia o la jurisdicción en las que se requieran. Estos compromisos también alcanzan a nuestros socios comerciales y proveedores.

- **Relación con proveedores:** promovemos que nuestros proveedores ajusten su conducta a los estándares, lineamientos y principios establecidos en sus compromisos y políticas. Esto se realiza, principalmente, mediante la incorporación de una cláusula de cumplimiento en los contratos, además de exigirle a nuestros proveedores declaraciones de conflictos de intereses y de relación con personas expuestas políticamente. Mediante la cláusula de cumplimiento, el proveedor se obliga a establecer los mecanismos de prevención y control suficientes para dar cumplimiento a la ley aplicable, con estricto apego a las leyes laborales, previsionales, de seguridad e higiene en el trabajo, tributarias, ambientales, de derechos del consumidor, de protección de datos personales, de prevención de delitos y, en general, a toda otra norma que sea aplicable al contrato, así como en relación con sus subcontratistas, si los tuviere.

La suscripción de dicha cláusula asegura que el proveedor tome

conocimiento de nuestro Código de Integridad y también considera la declaración de que quienes se relacionan comercialmente con Tottus, conforme a la Guía Práctica de Cumplimiento para Proveedores de nuestra empresa.

Durante el 2023 se modificó el sistema de revisión de antecedentes de nuestros nuevos proveedores, mediante la contratación de una nueva plataforma, la cual nos permite realizar un monitoreo continuo de los mismos. Esta revisión es uno de los requisitos para la creación de los proveedores en los sistemas de la empresa.

Además, para aquellos proveedores que puedan representar los intereses de la empresa ante terceros, hemos implementado capacitaciones especiales, de manera que conozcan los controles implementados para mitigar el riesgo de algún delito que pueda conllevar responsabilidad penal para la empresa.

POLÍTICA Y PROGRAMA DE LIBRE COMPETENCIA

Estamos comprometidos en competir de forma libre, justa y leal y cumplir proactivamente la normativa de libre competencia en todos los países donde operamos.

La **Política** establece como principios generales la independencia en la adopción de decisiones comerciales, el rechazo a la exclusión o explotación de cualquier agente del mercado y la competencia leal en el mercado.

Forma parte del **Programa de Libre Competencia**, que contiene diversos elementos normativos para establecer controles que puedan mitigar y prevenir cualquier conducta que desaliente la libre competencia y promover el compromiso de Tottus de competir de forma libre, justa y leal.

Además, establece controles para mitigar y prevenir cualquier conducta que desaliente la libre competencia. Estos elementos son el Instructivo para la Negociación con Proveedores, el Instructivo sobre la Protección de la Información Comercialmente Sensible, el Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales y el Protocolo ante Medidas Intrusivas.

En el 2023 continuamos la ejecución de este programa, implementando controles automatizados que nos permitan mitigar flujos de información indeseados entre nuestros equipos y los proveedores. Asimismo, se realizaron actividades de comunicación y entrenamiento en las que dimos a conocer los principales riesgos a los que están expuestos los equipos de trabajo, y los controles existentes para su prevención y mitigación. Realizamos capacitaciones a cargos expuestos, *webinars* disponibles para toda la organización y talleres específicos para diversas áreas de las diferentes unidades de negocio.

Realizamos la “Semana de la Libre Competencia” para comunicar los principales aspectos del Programa de Libre Competencia y para capacitar sobre la aplicación e interpretación de la normativa que han desarrollado las autoridades de libre competencia en el mundo con respecto a mercados que cada vez cobran más relevancia como el *e-commerce*.

Finalmente, durante el año 2023, en conjunto con la Pontificia Universidad Católica de Chile, se realizó un curso de profundización en materia de libre competencia. Este curso fue dirigido a todos los equipos de cumplimiento y a algunos cargos específicos en las empresas de Chile y de otros países. Con estas capacitaciones queremos lograr un conocimiento cada vez más profundo en los distintos equipos, de manera que la evaluación de los riesgos y la implementación de los controles en cada una de las empresas sea cada vez más efectiva y acorde con las tendencias actuales en la materia.

(GRI 206 3-3)

Durante el 2023 no recibimos sanciones en esta materia.

(GRI 206-1)

MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS Y POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE DELITOS Y ANTISOBORNO

Considerando el tamaño, estructura, diversidad y multiplicidad de los mercados y los países en que Tottus desarrolla sus actividades, se hizo necesario definir estándares adecuados de comportamiento que permitieran prevenir conductas que puedan generar responsabilidad penal para la empresa. En este sentido, este modelo y política prohíben categóricamente la comisión de cualquier ilícito al interior de la organización como el cohecho, la prevención del lavado de activos, el financiamiento del terrorismo, la corrupción entre particulares y la negociación incompatible.

A través de estos instrumentos, desarrollamos e implementamos controles internos que involucran a diversas áreas de Tottus con el objetivo común de prevenir cualquier hecho ilícito en la empresa.

Para fortalecer nuestra cultura de integridad en todos los niveles, en el 2023 continuamos con las actividades para comunicar los riesgos y controles existentes para la prevención de delitos, a través de nuestras plataformas de comunicación interna. También realizamos capacitaciones para nuestros equipos de trabajo y llevamos adelante la “Semana contra la Corrupción” en la que, a través de actividades y publicaciones, se buscó comunicar y concientizar sobre la buena conducta empresarial.

Cumpliendo con nuestro propósito: Simplificar y Disfrutar más la Vida, digitalizamos y simplificamos algunos de los controles ya implementados como, por ejemplo, la creación de formularios digitales a través de una plataforma para el registro de las reuniones con funcionarios públicos. De esta manera, simplificamos la comunicación de dichas reuniones por parte de los colaboradores y la gestión y reporte de estas por parte de los equipos de cumplimiento.

Todos los que han sido identificados como cargos expuestos dentro de la organización, incluidos los que forman el equipo ejecutivo, deben asistir a la capacitación anual Yo Juego Limpio, que trata temas sobre prevención de delitos, relación con funcionarios públicos y proveedores, libre competencia, protección de datos personales.

Además, en el 2023 lanzamos una plataforma de entrenamiento con cursos digitales para todos nuestros directores, en materias relacionadas con la prevención de delitos, libre competencia y protección de datos personales.

Tottus está comprometido en prevenir y evitar la ocurrencia de cualquiera de los delitos contemplados en la Ley N° 20.393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas. En ese sentido, y en virtud de la modificación de dicha ley mediante la publicación de la Ley de Delitos Económicos ocurrida en agosto del 2023, realizaremos un proceso de actualización de las matrices de riesgos y de los Modelos de Prevención de Delitos de todos los negocios que tienen operación en Chile, en un trabajo coordinado con todas las áreas de cumplimiento de los negocios, acompañados de asesores expertos en la materia.

(GRI 205, 3-3)

Durante el 2023 no hubo sanciones relacionadas con la Ley N° 20.393.

(GRI 205_3)

POLÍTICA Y PROGRAMA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Con el objetivo de cumplir proactivamente con la normativa de protección de datos personales y de proteger los datos personales a los que accede, esta política y programa establecen los principios generales y las directrices para determinar, comunicar y guiar la conducta esperada de nuestros colaboradores en esta materia y velar por la existencia de un estándar único para todo el Grupo Falabella para la protección de los datos personales.

La Política de Protección de Datos Personales contempla los principios generales que rigen el actuar de Tottus en este ámbito, entre los cuales, se encuentran el tratamiento de los datos personales de manera leal y lícita, el tratamiento únicamente de aquellos datos que sean adecuados, relevantes y limitados a la consecución de los fines informados a sus titulares y el tratamiento de los datos para las finalidades y por los destinatarios consentidos por los titulares, cuando corresponda. La Política de Privacidad está publicada en el sitio web de Tottus.

El Programa de Cumplimiento de Protección de Datos Personales está estructurado sobre la base de un enfoque de gestión de riesgos, que es auditado anualmente. Mediante este programa se establecen las directrices para determinar, comunicar y guiar la conducta esperada de nuestros colaboradores en esta materia y velar por la existencia de un estándar consistente y homogéneo para la protección de los datos personales en todo el Grupo Falabella. **(GRI 418 3-3)**

POLÍTICA DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Establece los principios básicos de comportamiento de todas las personas de Tottus para promover una cultura organizacional y un ambiente laboral diverso e inclusivo. Entre sus principios generales están el respeto a la dignidad de las personas, la inclusión, la no discriminación arbitraria y la diversidad en los equipos de trabajo. Se relaciona con esta Política el Procedimiento de Inclusión de Personas con Discapacidad o Asignatarias de Pensión de Invalidez.

POLÍTICA DE EQUIDAD DE GÉNERO

Mediante esta política, Tottus busca consolidar una cultura organizacional que promueva la equidad de género y la conciliación de la vida laboral y familiar de sus colaboradores. Esta política establece como principios la igualdad de oportunidades, la no discriminación arbitraria y la conciliación entre trabajo y familia.

POLÍTICA CONTRA EL ACOSO SEXUAL Y LABORAL

Promovemos y exigimos un ambiente laboral en que las personas sean tratadas con respeto y dignidad y se proteja su integridad física y psíquica de agresiones sexuales o laborales en el desempeño de su trabajo. Por lo tanto, contamos con una política que establecen los principios básicos y las directrices que deben regirse en Tottus y en todos sus colaboradores para prevenir toda forma de acoso sexual o laboral.

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS Y EMPRESA

Contamos con una Política de Derechos Humanos y Empresa aprobada por el Directorio, que refleja su compromiso de respetar y promover los derechos humanos, estableciendo los principios que guiarán su comportamiento para mantener, activa y sostenidamente, un estándar de observancia de los derechos humanos y los impactos que genere el desarrollo de sus actividades.

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

En Tottus queremos lograr un crecimiento responsable, que genere valor en y para la comunidad. Para eso, contamos con una Política de Sostenibilidad que incorpora en nuestro negocio mejores prácticas, tomando como referencia las orientaciones de las organizaciones internacionales más importantes en dicha materia.

POLÍTICA AMBIENTAL Y DE CAMBIO CLIMÁTICO Y PROGRAMA AMBIENTAL

La Política Ambiental:

- Establece como principios generales el cumplimiento de la legislación y los compromisos ambientales voluntariamente adquiridos, la protección del medioambiente, la ecoeficiencia operacional y la transparencia del desempeño ambiental.
- Considera la revisión del cumplimiento legal y regulatorio ambiental de terceras empresas en procesos de adquisición o fusión con el Grupo Falabella.
- Establece la obligación de que cada una de nuestras empresas implemente un Programa de Cumplimiento Ambiental, acorde a la naturaleza de sus actividades, y determine objetivos con metas y medidas específicas para reducir sus impactos ambientales y medir su efectividad.

El Programa de Cumplimiento Ambiental está dirigido a colaboradores e incluye actividades de sensibilización y entrenamiento sobre cómo impactan sus actividades laborales en el medioambiente. Además, el programa contempla actividades de monitoreo, evaluación de riesgos, definición de responsabilidades, declaraciones a la autoridad y procedimiento de respuesta frente a fiscalizaciones preventivas.

Con la aprobación de este programa se aprobaron también la Política Ambiental y de Cambio Climático, el Protocolo de Fiscalización de Autoridades Ambientales, el Instructivo para la Obtención y Gestión de Permisos Ambientales, el Protocolo sobre el Reporte de Información a la Autoridad y el Protocolo de Cumplimiento de la Responsabilidad Extendida del Productor.

Conflictos de interés

Tottus cuenta con una Política de Gestión de Conflicto de Intereses aprobada por su Directorio, que establece los principios y criterios para la efectiva declaración de intereses y la gestión de los conflictos de intereses por parte de colaboradores y la dirección.

El Código de Integridad establece que se debe informar todo interés económico, vínculo personal o comercial con colaboradores, clientes, proveedores y/o competidores, así como también empleados externos y cualquier otra actividad, asociación o vinculación con otras personas que puedan generar un conflicto de interés.

Todos los años se solicita a la dirección, a la Alta Administración de la empresa y a ciertos cargos expuestos, que completen su declaración de intereses. Para ello, contamos con una herramienta tecnológica que permite acceder al formulario de declaración y responder de manera online.

La información levantada es analizada por los equipos de cumplimiento para gestionar los riesgos que se hayan identificado.

Además, la empresa implementó un sistema para que las personas puedan declarar cualquier conflicto de intereses en el momento en que este se produzca, asimismo, para declarar regalos, invitaciones, participación en reuniones de asociaciones gremiales y reuniones con funcionarios públicos. El acceso a los formularios de declaración es a través de un código QR, enlace o ícono de escritorio. Además, en los estados financieros de la sociedad se incluye una nota en la que se detallan las operaciones con partes relacionadas, indicando la naturaleza de la relación y los montos involucrados. Dichos estados financieros se preparan y se hacen públicos (cualquier persona puede acceder a ella), de forma trimestral en la página de la Comisión para el Mercado Financiero.

La empresa implementó un sistema para que las personas puedan declarar cualquier conflicto de intereses en el momento en que este se produzca.



5.4 Derechos humanos

Tottus realiza comunicaciones periódicas a los colaboradores sobre la Política de Derechos Humanos y Empresa y sobre el proceso de debida diligencia, además de la campaña Semana de Derechos Humanos y Empresa.

Conforme a los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresa de las Naciones Unidas, Tottus promueve y considera en sus impactos, el respeto por los derechos humanos.

En el 2021 el Directorio aprobó una Política de Derechos Humanos y Empresa que, además de reflejar el compromiso de Tottus de respetar y promover los derechos humanos, establece mecanismos para una adecuada identificación y evaluación de riesgos en esta materia para prevenir y mitigar impactos en los derechos fundamentales de las personas y, en caso de que corresponda, su rectificación.

Además, promovemos que nuestros proveedores ajusten su conducta a nuestros estándares, lineamientos

y principios. Nuestro Canal de Integridad es una vía de comunicación para que sus grupos de interés y cualquier tercero puedan realizar denuncias y consultas.

Esta política fue actualizada durante el 2023 y contempla los siguientes principios generales que guían el

actuar de Tottus: el respeto a los derechos humanos reconocidos internacionalmente, la promoción de una cultura organizacional diversa, equitativa e inclusiva, la no discriminación arbitraria, el respeto de los derechos laborales y el rechazo del trabajo forzado, el respeto y promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, el reconocimiento de la integridad como elemento central de la organización, la promoción de la transparencia en el desempeño de sus actividades y la protección y respeto del medioambiente.

De acuerdo con esta política, cada unidad de negocios debe realizar un proceso de debida diligencia que le permita identificar y evaluar los riesgos e impactos en materia de derechos humanos, incorporando a sus matrices de riesgo las brechas detectadas y los planes de acción para su mitigación y rectificación. Durante el 2022 el Grupo Falabella inició un proceso de debida diligencia para todas sus unidades de negocios de Chile y de otros países. Este esfuerzo se suma al de Sodimac Chile, Sodimac Colombia y Mallplaza Chile, empresas que iniciaron sus procesos entre el 2018 y el 2020.

La metodología utilizada para los procesos de debida diligencia considera el análisis de normativa interna, entrevistas, focus groups y encuestas a colaboradores, proveedores, clientes y comunidades para recoger e integrar la percepción de nuestros grupos de interés relevantes, cuyos derechos fundamentales podrían verse vulnerados potencialmente por nuestras actividades.

En el 2023 continuaron los procesos de debida diligencia en curso. En estos procesos se están revisando los siguientes riesgos y aspectos de derechos humanos: salud y seguridad de colaboradores, visitantes y clientes, condiciones de trabajo, atracción, retención de talentos y capacitación, libertad de asociación y negociación colectiva, no discriminación a visitantes, clientes y colaboradores, diversidad e igualdad de oportunidades, trabajo forzoso, trata de personas y trabajo infantil en la cadena de valor, impactos en el medioambiente que afecten los derechos humanos y la calidad de vida, privacidad de la información y mecanismos de reclamo.

Sobre la base de los procesos de debida diligencia ya finalizados

a la fecha se han establecido e implementado diferentes planes de acción con la finalidad de fortalecer los controles del Grupo Falabella en determinados riesgos identificados. Algunos ejemplos de estos planes de acción son la incorporación de cláusulas que consideran temáticas relacionadas con los derechos humanos en los contratos con colaboradores y terceros (proveedores, arrendatarios, entre otros), actividades de sensibilización, capacitación y comunicación para colaboradores y proveedores y el refuerzo de la comunicación de nuestro Canal de Integridad, que recibe consultas y denuncias de todos nuestros grupos de interés y terceros.

En cuanto a las actividades de comunicación y capacitación, Tottus realiza comunicaciones periódicas a los colaboradores sobre la Política de Derechos Humanos y Empresa y sobre el proceso de debida diligencia, además de la campaña Semana de Derechos Humanos y Empresa, que se celebra anualmente desde el 2022. Asimismo, se realizan charlas anuales dirigidas a colaboradores de Chile y Perú para capacitarlos sobre nuestros estándares en la materia.

5.5 Canal de integridad

Nuestro Canal de Integridad se difunde periódicamente a través de capacitaciones, afiches, correos electrónicos, campañas digitales y presenciales.

Una parte muy importante del Programa de Ética y de todos nuestros Programas de Cumplimiento es el Canal de Integridad, disponible en distintos idiomas para colaboradores y terceros como proveedores, clientes y cualquier persona que requiera

hacer una consulta o denuncia de carácter ético o plantear dudas o inquietudes relacionadas con infracciones o incumplimientos a la ley o a la normativa interna. Las vías de comunicación de este canal son por correo electrónico, por teléfono, por el enlace ubicado en la página web e intranet de cada empresa y de manera presencial, acudiendo

directamente a las oficinas de la Gerencia de Ética correspondiente.

Nuestro Canal de Integridad es único para todos los negocios del Grupo Falabella y es confidencial, anónimo y sin represalias; es decir, se exige confidencialidad a todos los involucrados en una investigación interna o consulta; se permite efectuar consultas y denuncias de forma anónima y no se admiten represalias en contra de quienes de buena fe lo utilizan.

Una vez que ingresa una denuncia en nuestro canal, y conforme a nuestra Política y Procedimiento General de Investigación, se realiza una investigación que es derivada desde la Gerencia de Ética a investigadores capacitados para tales efectos, quienes posteriormente entregan un informe para que, en conjunto con cada negocio, se tomen las medidas que se estimen necesarias. Estas pueden traducirse en acciones disciplinarias hasta la desvinculación del colaborador.

Es importante señalar que, el uso de esta herramienta, no implica la renuncia del derecho de aquellos para presentar su denuncia ante las autoridades correspondientes, ni la exigencia de mantener confidencialidad respecto de los hechos denunciados ante las mismas.

Nuestro Canal de Integridad se difunde periódicamente a través de capacitaciones, afiches, correos electrónicos, campañas digitales y presenciales. Para nuestra mejora continua, estamos permanentemente recibiendo retroalimentación de los colaboradores respecto de esta herramienta, a través de encuestas, reuniones con colaboradores, sindicatos, entre otros.

Una vez al año, la Gerencia de Ética presenta al Directorio una

actualización de la implementación y funcionamiento del Programa de Ética, lo que incluye estadísticas del funcionamiento del Canal de Integridad. Se presenta información sobre los contactos recibidos (tanto éticos como no éticos) y su evolución en el año, junto con distintos índices que miden el alcance y la eficacia del funcionamiento de dicho canal.

Durante el 2023 a nivel grupo se registraron 51 incidentes de discriminación, de los cuales 2 resultaron probados y cerrados y se aplicaron las sanciones correspondientes, de acuerdo con los procesos de gestión internos. Además, se registraron 71 denuncias de acoso sexual directamente ante las empresas del grupo, mientras que hubo 6 ante la Dirección del Trabajo u organismo equivalente. En cuanto a acoso laboral, se presentaron 190 denuncias directamente ante las empresas del grupo, en tanto que otras 16 denuncias por ese mismo concepto se presentaron ante la Dirección del Trabajo u organismo equivalente. Las denuncias recibidas se investigaron de acuerdo con nuestros procedimientos internos, resultando probadas un porcentaje menor de las mismas.

(GRI 2-26)



Anexos **06.**

Acerca de este reporte

Nuestro Reporte de Sostenibilidad es una publicación anual que resume nuestra estrategia, desempeño y desafíos en materia ambiental, social, económica y de gobernanza. Abarcamos el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2023⁷ de las siguientes sociedades:

- **Hipermercados Tottus S.A.**

En esta oportunidad, decidimos no someter nuestro reporte a la revisión de un verificador externo.

Para consultas y/o sugerencias contactarse con:

Rosemarie Ríos

Jefe de Sostenibilidad
TOTTUS

rmriosv@tottus.com.pe

(GRI 2-2) (GRI 2-3)



7. Para una mejor comprensión, comparación y visualización de tendencias se presentan cifras y datos de los dos últimos años.

DEFINICIÓN DE CONTENIDOS

Para la definición de contenidos, hemos hecho uso de la metodología de determinación de temas materiales recomendada por el Global Reporting Initiative, versión 2021. Los pasos fueron los siguientes:

- Contexto de la organización:** desarrollamos una descripción general de las actividades de la empresa, relaciones comerciales (socios de negocio y cadena de valor), contexto de sostenibilidad y grupos de interés. Para ello, recurrimos a:
 - Información de la empresa.
 - Benchmarking con empresas pares y revisión de documentos claves en sostenibilidad.
 - Revisión de los grupos de interés y los temas tratados en los diferentes canales de comunicación con los mismos.

Como resultado de este paso, obtuvimos una lista inicial de temas de sostenibilidad vinculados al negocio.
- Identificación de impactos reales y potenciales:** a partir de la lista inicial de temas de sostenibilidad vinculados al negocio, realizamos la identificación prioritaria de impactos negativos y positivos, reales y

potenciales de la empresa con respecto a la sostenibilidad y sus grupos de interés. Para ello, hicimos uso de información interna y externa referidas a la empresa.

- Evaluación de la importancia de los impactos:** tomando criterios de gravedad (la evaluación de la escala y el alcance y carácter de los impactos negativos) o de beneficio (la evaluación de la escala y el alcance y carácter de los impactos positivos) así como la probabilidad de ocurrencia, evaluamos los impactos identificados asignándoles una valoración.

- Priorización de los impactos más significativos:** la valoración de los impactos nos brindó una lista priorizada de los mismos. Los impactos con las valoraciones más altas fueron relacionados con los temas de sostenibilidad respectivos, obteniendo una lista priorizada de temas materiales.

(GRI 3-1)

De esta manera, establecimos la siguiente lista de temas materiales en orden de prioridad:

| TEMAS MATERIALES | CONTENIDO GRI RELACIONADO |
|--|---|
| 1. Privacidad de datos del cliente: uso indebido de datos. | GRI 418: Privacidad del cliente. |
| 2. Empleo: atracción y retención del talento. | GRI 401: Empleo. |
| 3. Materiales de empaque: reducción de materiales de empaque. | GRI 306: Residuos. |
| 4. Generación de emisiones de gases de efecto invernadero: uso de fuentes renovables de energía. | GRI 305: Emisiones. |
| 5. Residuos: desperdicio de alimentos. | GRI 306: Residuos. |
| 6. Calidad y conveniencia de marcas propias. | GRI 203: Impactos económicos indirectos. |
| 7. Diversidad e igualdad de oportunidades: incremento de la participación de la mujer. | GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades. |
| 8. Salud y seguridad de los clientes: alimentos saludables. | GRI 416: Salud y seguridad de los clientes. |
| 9. Prácticas de abastecimiento: proveedores locales y emprendedores. | GRI 2-6: Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales. GRI 414: Evaluación social de proveedores. |

Los temas sobre derechos humanos y cumplimiento se consideran como temas materiales por defecto.

(GRI 3-2)

Índice de contenidos GRI

DECLARACIÓN DE USO

Hipermercados TOTTUS S.A. presenta la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre del 2023, utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI 1 USADO

GRI 1: FUNDAMENTOS 2021.

ESTÁNDAR GRI/OTRA FUENTE

CONTENIDO

UBICACIÓN

CONTENIDOS GENERALES

GRI 2

CONTENIDOS GENERALES GRI 2021

| | |
|--|--|
| 2-1 Detalles organizacionales | 5, 8, 35 |
| 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad | 75 |
| 2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | 75 |
| 2-4 Actualización de la información | No se actualizó información |
| 2-5 Verificación externa | No se cuenta con políticas de verificación externa |
| 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 55, 57 |
| 2-7 Empleados | 35 |
| 2-9 Estructura de gobernanza y composición | 62 |
| 2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno | 62 |
| 2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno | 62 |
| 2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos | 62 |
| 2-15 Conflictos de interés | 63 |
| 2-16 Comunicación de inquietudes críticas | 63 |
| 2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno | 63 |
| 2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno | 63 |
| 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | 3, 4 |
| 2-23 Compromisos y políticas | 9, 10, 12, 13, 70, 72 |
| 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas | 67, 72 |

continuación página anterior

| ESTÁNDAR GRI/OTRA FUENTE | CONTENIDO | UBICACIÓN |
|---|---|--|
| CONTENIDOS GENERALES | | |
| GRI 2 CONTENIDOS GENERALES GRI 2021 | 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos | 72 |
| | 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | 73 |
| | 2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas | 17, 18 |
| | 2-28 Afiliación a asociaciones | 64 |
| | 2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés | 14, 15 |
| | 2-30 Convenios de negociación colectiva | 15 |
| TEMAS MATERIALES | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales | 76 |
| | 3-2 Lista de temas materiales | 76 |
| ESTÁNDAR TEMÁTICO ECONÓMICO | | |
| GRI 203 IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 46, 47 |
| | GRI 203 IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS, 2016 | 203-2 Impactos económicos indirectos significativos |
| GRI 205 ANTICORRUPCIÓN | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 69 |
| | GRI 205 ANTICORRUPCIÓN 2016 | 205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas |

continúa en la página siguiente

continuación página anterior

| ESTÁNDAR GRI/OTRA FUENTE | CONTENIDO | UBICACIÓN |
|--|--|------------------------|
| GRI 206 COMPETENCIA DESLEAL | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 69 |
| GRI 206 COMPETENCIA DESLEAL 2016 | 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | 69 |
| ESTÁNDAR TEMÁTICO: AMBIENTAL | | |
| GRI 302 ENERGÍA | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 21 |
| GRI 302 ENERGÍA 2016 | 302-1 Consumo energético dentro de la organización | 21 |
| GRI 305 EMISIONES | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 19, 20 |
| GRI 305 EMISIONES 2016 | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | 20 |
| | 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) | 20 |
| | 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) | 20 |
| GRI 306 RESIDUOS | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 22, 23, 24, 25, 26, 28 |

continúa en la página siguiente

continuación página anterior

| ESTÁNDAR GRI/OTRA FUENTE | CONTENIDO | UBICACIÓN |
|---|---|---|
| GRI 306 RESIDUOS | | |
| GRI 306 RESIDUOS 2020 | 306-3 Residuos generados | 25 |
| | 306-4 Residuos no destinados a eliminación | 25, 26, 28 |
| | 306-5 Residuos destinados a eliminación | 25 |
| ESTÁNDAR TEMÁTICO: SOCIAL | | |
| GRI 401 EMPLEO | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 31, 32, 38 |
| | GRI 401 EMPLEO 2016 | 401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal |
| | 401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | 39 |
| GRI 403 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 42, 43, 44 |
| | GRI 403 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018 | 403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo |
| 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes | | 42 |
| 403-3 Servicios de salud en el trabajo | | 42 |
| 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo | | 42 |
| 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo | | 42 |
| 403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales | | 42 |

continúa en la página siguiente

continuación página anterior

| ESTÁNDAR GRI/OTRA FUENTE | CONTENIDO | UBICACIÓN |
|--|---|-------------------|
| GRI 403 | 403-9 Lesiones por accidente laboral | 44 |
| SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018 | 403-10 Dolencias y enfermedades laborales | 44 |
| GRI 404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA | | |
| GRI 3 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 40, 41 |
| TEMAS MATERIALES 2021 | | |
| GRI 405 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | | |
| GRI 3 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 33, 34, 36 |
| TEMAS MATERIALES 2021 | | |
| GRI 405 | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados | 35 |
| DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016 | | |
| GRI 413 COMUNIDADES LOCALES | | |
| GRI 3 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 58 |
| TEMAS MATERIALES 2021 | | |
| GRI 413 | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | 59, 60 |
| COMUNIDADES LOCALES 2016 | | |
| GRI 414 EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES | | |
| GRI 3 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 55, 56, 57 |
| TEMAS MATERIALES 2021 | | |
| GRI 414 | 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales | 55, 56, 57 |
| EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES, 2016 | | |

*continuación página anterior*

| ESTÁNDAR GRI/OTRA FUENTE | CONTENIDO | UBICACIÓN |
|--|--|------------|
| GRI 416 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 48, 49, 55 |
| GRI 417 MARKETING Y ETIQUETADO | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 54 |
| GRI 417 MARKETING Y ETIQUETADO, 2016 | 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing | 54 |
| GRI 418 PRIVACIDAD DEL CLIENTE | | |
| GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 70 |



Reporte de
Sostenibilidad
2023

