

Memoria  
integrada  
chile

20  
23

# somos RIPLEY



Haz click en nuestra R  
para dirigirte al índice  
principal

Haz click sobre el nombre de  
cada capítulo para acceder a él.  
La portadilla de cada capítulo  
incluye botones para acceder a  
los temas principales.



# bien ven idos

En línea con incorporar las mejores prácticas en materia de sostenibilidad, Ripley Chile presenta, por segundo año consecutivo, su Memoria Integrada, buscando comunicar e informar a los distintos grupos de interés los desafíos, avances y resultados en materia ESG y gestión financiera del año 2023.

# Identificación de la Sociedad

**Razón social** Ripley Chile S.A.  
**Nombre de fantasía** Ripley Chile  
**Domicilio legal** Huérfanos 1052, piso 4, Santiago, Chile.  
**RUT** 99.579.730-5  
**Tipo de entidad** Sociedad Anónima Abierta.  
**Inscripción en el Registro de Valores** N° 812 del año 2003

## Depósito Central de Valores

**Dirección** Av. Los Conquistadores 1730, piso 24, Providencia, Santiago, Chile.  
**Teléfono** +56 2 2393 9029  
**Contacto** Raúl Reyes Berrios  
 rreyes@dcv.cl

## Audidores Externos

Deloitte

## Casa Matriz

**Dirección** Huérfanos 1052, piso 4, Santiago, Chile.  
**Teléfono** +56 2 2694 1000  
**Sitio web** www.Ripley.com

## Relación con Inversionistas

**Dirección** Alonso de Córdova 5320, piso 9, Las Condes, Santiago, Chile.  
**Correo electrónico** ir@ripley.com  
**Contacto:** Natalia Nacif, Subgerente de Investor Relations  
**Sitio web** https://inversionistas.ripley.com/

## Oficina de Acciones Asesores Legales

Cariola, Diez,Pérez-Cotapos Limitada, Chile.

## Clasificadoras de Riesgo

Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada, Chile.  
 Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada, Chile.  
 Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada, Banco Ripley.  
 Internacional Credit Rating Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada, Banco Ripley.



# Índice

## Mejorar la calidad de vida de las personas

Ripley Chile en una mirada

### cap 1 somos ripley chile

- Métricas por negocio
- Una misión y propósito que nos motiva
- Mas de seis décadas al servicio de nuestros clientes
- Ecosistema Ripley: Operaciones eficientes y robustas
- Retail Omnicanal: Estamos donde nos necesitas
- Innovación y transformación digital: RipleyTech
- Banco Ripley: Simples, Dinámicos y Digitales
- Negocio Inmobiliario: Creando experiencias únicas
- Premios y reconocimientos
- Cobertura geográfica

página 09

### cap 2 nuestra estrategia de sostenibilidad

- Compromiso-R
- Ripley Circular
- Ripley Responsable
- Todos Somos Ripley
- Nuestro aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
- Definición de metas ESG
- Relación con los grupos de interés

página 41

## Un enfoque de excelencia y mejora continua

### cap 3 gobierno corporativo sólido

- Propiedad y control
- Estructura societaria
- Filiales y coligadas
- Marco de gobernanza
- Directorio
- Ejecutivos principales
- Organigrama
- Transparencia y gestión responsable
- Modelo de prevención del delito
- Gestión de riesgos

página 65

### cap 4 colaboradores comprometidos

- Gestión de personas
- Desarrollo de nuestros equipos de trabajo
- Diversidad, Inclusión y Equidad
- Salud y seguridad

página 88

## Nuestro impacto en el desarrollo social y sustentable

### cap 5 desarrollo social

- Campañas con propósito social
- Educación financiera: "Corta y Clara"
- Apoyo a emprendedores y proveedores locales
- Relacionamiento comunitario y voluntariado

página 110

### cap 6 negocios con una mirada sostenible

- Nuestros focos ambientales
- Marcas propias con atributos sostenibles: Nuestro compromiso al 2026
- Certificaciones y membresías
- Gestión responsable de los residuos
- Packaging con mirada circular
- Huella de carbono y emisiones
- Energías limpias y renovables

página 117

### cap 7 abastecimiento responsable

- Cadena de suministro limpia y socialmente responsable
- Política de pagos en la cadena de valor

página 129

## Anexos y resumen resumen financiero

### cap 8 resumen económico y financiero

- Hechos esenciales
- Estados financieros resumidos

página 135

### cap 9 anexos y divulgación ESG

- Sobre este reporte
- Proceso de materialidad
- Índice CMF
- Índice SASB
- Índice GRI
- Declaración de responsabilidad

página 139



# Mensaje del presidente del directorio

## Estimados accionistas y personas interesadas:

Me es muy grato presentar la Memoria Anual y los Estados Financieros de Ripley Chile, correspondientes al ejercicio finalizado al 31 de diciembre del 2023, uno de los años más desafiantes para la organización dado el entorno político, social y económico que vive Chile, así como diversos países en la región y el mundo, donde también cabe mencionar las nuevas exigencias medioambientales requeridas a las organizaciones, cosa sin duda beneficiosa para el planeta.

En Chile, dado el IFE y el retiro en las AFPs, muchas personas con un aumento en su liquidez hicieron sus compras de bienes durables en los años previos, por lo que hubo una baja en la demanda en tiendas desde el primer semestre de 2023 que nos obligó a ser adaptativos y ágiles. Así, como estrategia, tuvimos inventarios acotados, con buena relación precio-calidad, buscando mayores eficiencias.

Asimismo, la inflación alcanzó 3,9% anual, y el PIB final para 2023 fue de un aumento de 0,2%. Las bajas cifras llevan a que los consumidores disminuyan su consumo: la demanda interna retrocedió 2,5% en el

cuarto trimestre y cayó 4,2% en todo 2023 incidida, principalmente, por una contracción en el consumo de los hogares. Todo lo anterior, junto a un proceso constitucional que entregó mucha incertidumbre durante todo el año, podemos decir que hemos tenido un año muy duro, qué duda cabe.

Esto, nos ha obligado a ir adaptando nuestra oferta de valor, para entregar bienes, servicios y experiencias que mejoren la calidad de vida de las personas, con retornos distintos a los ideales, pero que obedecen a aspectos circunstanciales donde no se puede perder una visión de mediano y largo plazo, que tiene que ver con el engagement y fidelización de los consumidores con la marca.

A pesar de estas dificultades económicas y sociales, en Ripley Chile, gracias a un propósito claro que no es otro que mejorar la calidad de vida de las personas, y un plan estratégico que coloca a la digitalización en el centro la compañía, entre otras medidas, pudimos hacer frente a los desafíos que nos presentó el entorno local, regional y global.

Respecto de lo primero, no solo decimos en nuestro propósito que las personas están en el centro de nuestras preocupaciones,

sino que actuamos acorde a ello. Esto nos llevó a tener el mejor año en cuanto a resultados de satisfacción al cliente. Así demostramos año a año, nuestra capacidad para generar una relación de cercanía, gracias a un modelo de atención dinámico y que apela a la simplicidad, enfocado cada vez más en canales de atención digitales.

Justamente, nuestro avance en digitalización está íntimamente relacionado a los resultados de satisfacción de clientes con el que contamos, y donde sabemos bien que el éxito está en ofrecer una experiencia “Phygital”, que abra la posibilidad de complementar las experiencias físicas con las digitales, y viceversa.

Unido a lo anterior, seguimos innovando en la plataforma transaccional de e-commerce, con el lanzamiento de la nueva App de Ripley.com, que ha logrado ser el marketplace más entretenido y fácil de usar, otorgando la mejor experiencia de navegación de compra en Chile. Respecto del marketplace, gracias a cambios en la dirección, se ha profesionalizado y crecido de forma virtuosa. Lo anterior nace como un aporte de abrirse a la comunidad y a proveedores más pequeños, ofreciendo un servicio especializando en nichos y que ha funcionado con buenos resultados. Hoy, al cierre





de 2023, sobre 3.800 empresarios y emprendedores en Chile, de distintos tamaños, la ocupan de manera recurrente.

Otro punto a destacar es el de nuestra estrategia de sostenibilidad integral y que considera múltiples acciones en sus tres dimensiones ESG (ambiental, social y de gobernanza), difíciles de resumir en pocas líneas. Nuestro Compromiso R, siguió con fuerza un año más; contamos con diversas iniciativas en materia de circularidad y gestión de residuos, así como en inclusión y diversidad; estuvimos con la Teletón, con la cual, las personas nos identifican históricamente; y, como novedad, apoyamos a los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, interviniendo en cuatro eventos puntuales asociados a ese evento.

Un orgullo especial ha sido el haber organizado junto a Teletón y Canal 13, del encuentro deportivo Campeones sin Límites, y que reunió a más de 400 deportistas de los institutos Teletón a lo largo de todo Chile, siendo una instancia que motivó y unió a los deportistas en su rehabilitación, demostrando el esfuerzo y constancia tras años de terapia de muchos niños.

Otra mención especial amerita el Plan Nacional de Eficiencia Energética al

2026, en que Ripley adelantó y superó la meta prevista. A partir de la incorporación de Soluciones Energéticas, Ripley se transformó en el primer retail en Chile que certifica la eficiencia energética del 100% de sus instalaciones a través de la norma ISO 50001:2018, mejorando el desempeño energético en todas sus tiendas y centro de distribución. Estamos orgullosos de la meta alcanzada: en 2023 logramos mejorar nuestro desempeño energético en un 9% para la totalidad de las tiendas Ripley y centro de distribución, disminuyendo 5,9 GWh/año, equivalente al consumo de energía anual de 2.500 hogares.

Todo lo señalado anteriormente, no lo lograríamos sin el apoyo de nuestros colaboradores y la adaptabilidad que han demostrado los equipos de trabajo para mantener la preferencia de las personas, acompañándolas en sus necesidades.

Tenemos la convicción y tranquilidad de que la forma en que trabajamos, con las personas al centro, nos permite sortear escenarios volátiles, fomentando la innovación y el desarrollo de soluciones creativas. Ripley apuesta al futuro e invierte en el negocio que viene, aquel fuerte mundo digital, en el que estamos presentes junto a nuestras tiendas presenciales.

En 2023, en Ripley Chile hemos demostrado nuestra capacidad de adaptación y resiliencia. Seguiremos trabajando para conectarnos con las personas, nuestros clientes, allí donde ellos quieran encontrarse, ya sea en el mundo físico o virtual. La clave es buscar cada vez más una mejor experiencia para ellos, para que nos sigan prefiriendo en el corto, mediano y largo plazo.

**Hernán Uribe Gabler**

Presidente del Directorio  
Ripley Corp. S.A



# Mejorar la calidad de vida de las personas

# Ripley Chile en una mirada:

## Principales cifras (ASG)

### Ambientales



**11.167.439**

Total de productos con atributos sostenibles



**57%**

Porcentaje de avance meta 2026: Productos con atributos sostenibles



**26 toneladas**

de residuos textiles donados/ recuperados



**35.019,85**

Toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> equivalentes 2022 (primera medición de huella de carbono)



**67,27%**

De uso de energía renovable



**4.357 Ton**

De material renovable en packaging

### Sociales



**12.487**

Colaboradores totales  
61,6% Mujeres



**9.965**

Colaboradores Retail  
61,9% Mujeres



**2.518**

Colaboradores Banco  
60,4% Mujeres



**-32,9%**

Variación de tasa de accidentalidad



**7,8**

Indicador de recomendación a la organización  
\*ex ENPS Employee Net Promoter Score



**53**

Posiciones cubiertas por movilidad interna



**467.145**

Horas de capacitación



**CLP\$1.549 millones**

Inversión en formación



**CLP \$32.545.000**

Invertidos en programas de voluntariado



**425**

Participantes en programas de voluntariado



**2.223**

Total de horas de voluntariado 2023



**15.228.784**

Total de personas alcanzadas en campañas con componente social



**11**

Alianzas con organizaciones sociales

### Económicas y de Gobernanza



**45**

Tiendas de Departamento



**49**

Sucursales Banco Ripley



**3**

Centros Comerciales



**2**

Centros de Distribución



**CLP\$1.278.734 millones**

Ingresos Totales Ripley Chile



**CLP\$-36.345 millones**

EBITDA



**440.865**  
Total de clientes Tarjeta de Crédito

Total de captación en tarjetas de débito y crédito



**47 pts.**  
Satisfacción Retail

Net Promoter Score NPS



**50,9 pts.**  
Satisfacción Banco

Net Promoter Score (NPS) Operacional



**20%**  
Mujeres en el Directorio



**714**  
Total de proveedores



**117**  
Total de proveedores adheridos a vendors code



somos ripley chile.

nuestra estrategia  
de sostenibilidad

gobierno  
corporativo sólido

colaboradores  
comprometidos

desarrollo  
social

negocios con una  
mirada sostenible

abastecimiento  
responsable

resumen económico  
y financiero

anexos y  
divulgación ESG

# Somos Ripley Chile



# Estamos donde nos necesites

## Principales operaciones y negocios

Somos una empresa líder en Chile en el sector retail financiero. Contamos con tres grandes áreas de negocios:



### Retail

Con foco en la experiencia y la satisfacción del cliente, nos centramos en la venta al detalle de vestuario, zapatos, accesorios, electrodomésticos y artículos para el hogar a través de tiendas por departamento físicas y sus canales online: Ripley.com y Marketplace.



### Inmobiliario

Negocio inmobiliario, donde tenemos participación en la propiedad de centros comerciales en Chile a través de Inm. Viña del Mar S.A. y Nuevos Desarrollos S.A.



### Banco

Centrado en las personas y caracterizado por su enfoque sencillo, digital e integral, buscamos contribuir a la realización de las aspiraciones de nuestros clientes, a través de Créditos de Consumo, Tarjetas de Crédito, Cuentas Vista, Cuenta Corriente, Tarjetas de Pago con Provisión de Fondo (Chek), Depósitos a Plazo y Seguros.

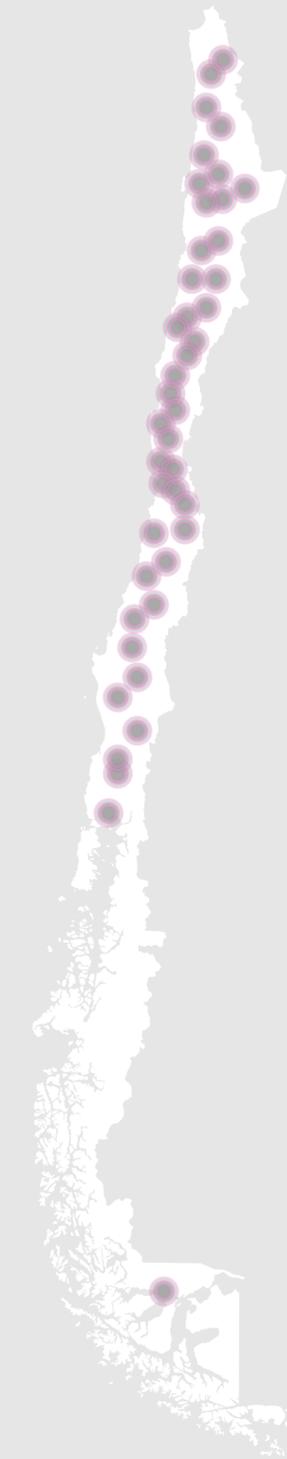
## Presencia geográfica

**45** Tiendas de departamento

**49** Sucursales Banco Ripley

**3** Centros comerciales

**2** Centros de Distribución



**Chile**

# Métricas por negocio

## Ripley Chile

### Ingresos

**CLP\$ 1.278.734  
millones**



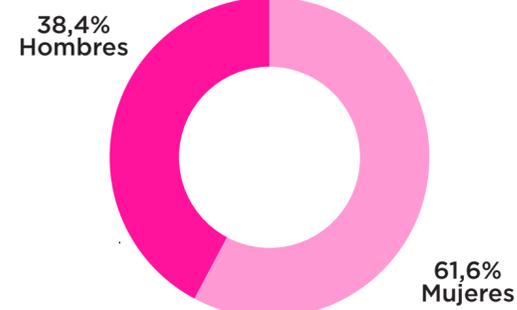
### EBITDA

**CLP\$ -36.345  
millones**



### Colaboradores totales

**12.483**

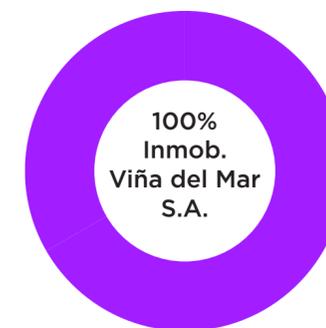


## Segmento Inmobiliario

### Inmobiliaria Viña del Mar

(GLA\* en m<sup>2</sup>)

**94.664**

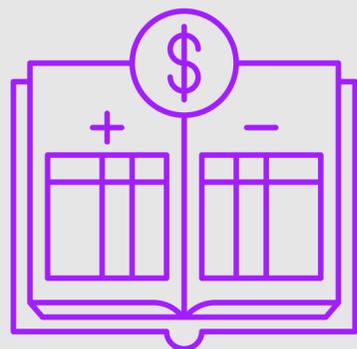


\* GLA: Gross Leasable Area, sector diseñado para ocupación y/o control por parte de los inquilinos.

## Segmento Banco

### Clientes con saldo

**968 mil**



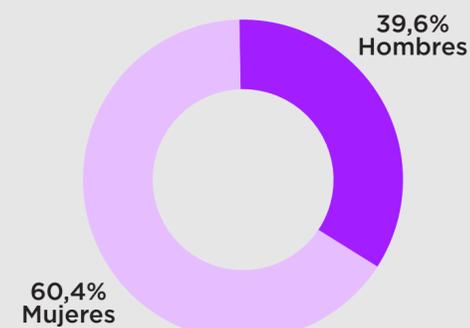
### Cartera de colocaciones brutas

**CLP\$ 903.405  
millones**



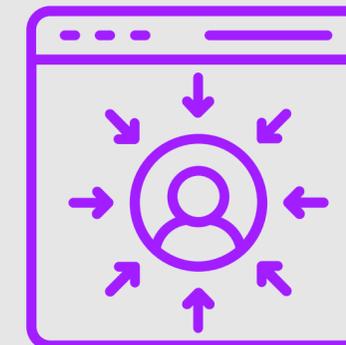
### Colaboradores

**2.518**



### Clientes Digitales

**891 mil**



**35,3%**  
Venta digital de  
productos financieros

**50,9**  
NPS operacional total

**600**  
Personas impactadas  
con temas de  
educación financiera



somos ripley chile.

nuestra estrategia de sostenibilidad

gobierno corporativo sólido

colaboradores comprometidos

desarrollo social

negocios con una mirada sostenible

abastecimiento responsable

resumen económico y financiero

anexos y divulgación ESG



## Segmento Retail

Ingresos

CLP\$ 944.258 millones



EBITDA

CLP\$ -17.320 millones



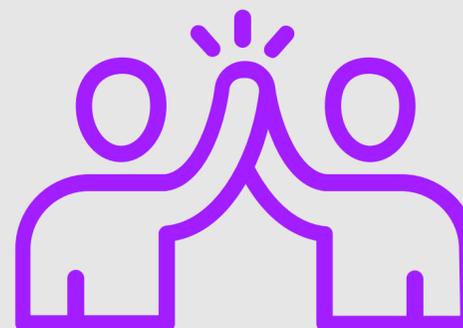
GMV Online\*

CLP\$ 380.046 millones



Colaboradores

9.969 colaboradores



Sellers Mercado Ripley

+2.800



96.083 m<sup>2</sup> en centros de distribución

325.580 m<sup>2</sup> en superficie de venta

47 ptos NPS promedio Chile 2023

11.167.439 Productos con atributos sostenibles

\* GMV: Gross Merchandise Value

# Una visión y propósito que nos motiva

## Nuestro propósito

Trabajamos para mejorar la calidad de vida de las personas a través de nuestros productos y servicios

## Visión

Nuestra visión es ser un ecosistema relevante en los países donde operemos, a través de un modelo de negocio sostenible que genere la preferencia de nuestros clientes, que impulse a nuestros socios estratégicos, facilite el desarrollo de nuestros colaboradores, y maximice el retorno del capital invertido, manteniendo así nuestro compromiso de responsabilidad con la sociedad.



## Valores

En Ripley Chile construimos una cultura de excelencia basada en el respeto y la confianza. Nos caracterizamos por asociar nuestras acciones a la difusión y práctica de nuestros valores. Estos han sido el principal motor para enfrentar las circunstancias adversas y fortalecer la experiencia de quienes formamos parte de la empresa



### Integridad:

Actuamos con honestidad y ética, respetando a las personas, a nuestro entorno, a la compañía y al grupo, velando siempre por el cumplimiento de nuestras normas internas y externas.



### Servicio:

Desempeñamos fielmente nuestra función, orientándola al cumplimiento de nuestras obligaciones y responsabilidades para con nuestros clientes, otorgándoles una atención oportuna, amable y de calidad.



### Confianza:

Nos debemos a nuestros clientes, actuamos con transparencia y resolvemos problemas de manera eficiente, creando lazos que perduren en el tiempo.



### Compromiso:

Cumplimos las promesas y deberes para con nuestros clientes, nuestros colaboradores y proveedores.



### Entrega:

Trabajamos con entusiasmo y nos involucramos en nuestras tareas, siempre orientados a hacer un buen trabajo, contribuyendo a los objetivos y misión de la compañía y el grupo

# Más de seis décadas al servicio de nuestros clientes

**E**l origen de Ripley se remonta a 1956, naciendo como una tienda de confección y venta al por menor de vestuario masculino fundada por la familia Calderón. Con el tiempo, en pleno centro de Santiago, se inauguró la primera tienda Ripley, la que, en la década de los ochenta, mantuvo ese nombre y se transformó en una tienda por departamento.

Tras más de seis décadas, lo que era un negocio familiar es, hoy, Ripley Chile, uno de los mayores conglomerados de retail en el país, que impacta a millones de personas en los mercados en dónde opera

**Línea de tiempo...  
una historia de éxito**

## 1956

Calderón Confecciones, negocio principalmente de confección y venta por tienda al por menor de ropa masculina, abre su primer establecimiento.

## 1990 - 2000



Ripley participa y auspicia por primera vez la Teletón, comprometiéndose con la causa hasta la actualidad **(1991)**

Se inaugura Ripley Parque Arauco, la primera tienda en un mall, junto al cambio de imagen y reposicionamiento de marca. **(1993)**

Se lanza www.ripley.cl y la Corredora de Seguros Ripley. **(2000)**

## 1960 - 1990



En pleno centro de Santiago se inaugura la primera tienda Ripley. **(1964)**

Comienza a operar con un sistema de crédito semiautomático en cada sucursal. **(1976)**

Se abre la primera tienda bajo el nuevo formato de tiendas por departamentos en Santiago **(1985)**

## 2000 - 2005



Ripley Chile S.A realiza su primera emisión de bonos en el mercado local. **(2001)**

Banco Ripley comienza sus operaciones en Chile. **(2002)** y realiza la apertura de 6 sucursales. **(2005)**

Ripley Chile S.A realiza su primera emisión de bonos en el mercado local. **(2003)**



## 2006 - 2010

Ripley Corp S.A realiza emisión de un bono local por UF 10 millones. Se inauguran tiendas en Puerto Montt, La Calera, Maipú, Quilpué y Chillán. **(2007)**

Se inaugura el nuevo centro de distribución con 60 mil m2 de superficie.

Se inaugura en Chile la tienda de Los Andes. Asimismo, Ripley compra el 22,5% de la sociedad Nuevos Desarrollos S.A, propiedad de los centros comerciales Mall Plaza Alameda y Mall Plaza San Bernardo. Ripley Chile realiza la emisión de un bono local por UF 3 millones. **(2009)**

Los Estados Financieros se realizan bajo norma IFRS.

2011

Banco Ripley obtiene la licencia de Mastercard S.A. Ripley Chile participa en la primera versión del “**Cyber Monday**” en Chile.



2013



Se inauguran tiendas de **Los Ángeles y Mall Plaza Egaña en Chile**, a través de la sociedad Nuevos Desarrollos S.A.

2015



Se anuncia el cierre de las operaciones en Colombia. **Banco Ripley Chile mejora su clasificación de riesgo a A+ y N1.**

2017



Banco Ripley emite alrededor de CLP 80.000 millones en bonos en su filial en Chile. Se inauguran tiendas en **San Fernando, Los Dominicos, Coquimbo y Outlet Buenaventura**, en Chile.

Ripley Chile lanza Marketplace potenciando el desarrollo del e-commerce y promoviendo el emprendimiento en el país.

2012



Se inauguran 2 tiendas en Chile. Se abren dos centros comerciales a través de las subsidiarias **Nuevos Desarrollos S.A y Aventura Plaza S.A.**

2014



Se realiza la colocación del primer bono de **Banco Ripley Chile**. Las clasificadoras de riesgo Fitch Ratings y Feller Rate, elevan la clasificación de Banco Ripley Chile hasta A+.

2016

Ripley alcanza el **50% de la participación en Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A.**

2018



Ripley Corp y Ripley Chile mejoran sus clasificaciones de riesgo hasta A+. **Se inaugura Mall Plaza Arica a través de la asociada Nuevos Desarrollos S.A.** Banco Ripley emite un bono por UF 1,5 millones.

Ripley Chile lanza sus primeras campañas sociales con el fin de crear conciencia y erradicar el bullying #ElijoSerTestigo, y promoviendo la igualdad #LaIgualdadPartePorCasa .



2019

**Centro de Concepción S.A a la asociada inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A generando utilidad después de impuestos de \$49.859 mills.** El estallido social afecta negativamente la economía nacional, así como las operaciones y resultados de la compañía.

2021

Año de resultados históricos, reflejando el éxito de su estrategia de desarrollo, su innovadora propuesta omnicanal y su amplia oferta a clientes. **Se robustece el Marketplace con la entrada de nuevos emprendedores y alianzas.** Por el lado de las tiendas físicas, se avanza en la implementación de cajas de autoatención y se lanza el método de pago Scan&Go. En Banco Ripley se consolida el canal digital, y alcanza más de 1 millón de usuarios.

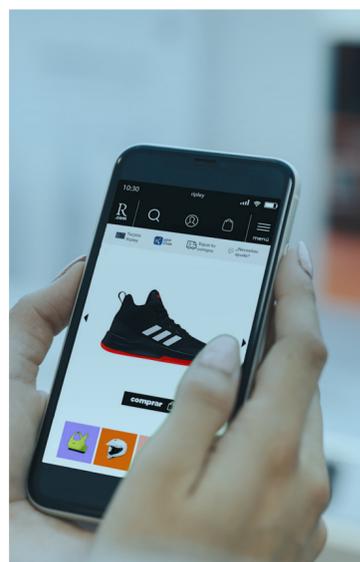
 **Ripley Chile emiten su primer Reporte de Sostenibilidad en línea con GRI Standards.**



2023

**Se vendió el 22,5% de participación en Nuevos Desarrollos S.A. filian inmobiliaria en Chile.** En el negocio retail, se lanzó la nueva aplicación de Ripley.com que servirá como canal de venta para Chile.

 **SOSTENIBILIDAD.** Primera medición de huella de carbono de los negocios de Retail y Banco. Superamos la meta comprometida para el 2023 para ambos países alcanzando en total 2.920 horas. Logramos tener el 100% de nuestras tiendas con certificación ISO: 500001



2020

La pandemia afecta los mercados donde opera la compañía. En este sentido, las habilidades omnicanales y digitales le permitieron a Ripley superar los peores meses y fortalecer paulatinamente su posición competitiva. **Las ventas digitales de retail tienen un crecimiento histórico, y se alcanza alta digitalización en el segmento bancario.**

 **El Directorio aprueba la estrategia de sostenibilidad, naciendo Compromiso-R, nuestra causa de impacto social y ambiental.**



2022

Además, se lanza la nueva plataforma e-commerce desarrollada 100% inhouse por el equipo de Tecnología e Innovación. **En el Banco se lanza la Cuenta Corriente 100% digital, la tarjeta de Crédito Mastercard Black, y la Mastercard Chek.**

 **La Compañía se compromete a alcanzar la meta de 100% en productos de vestuario de marcas propias con algún atributo sostenible al año 2026.**

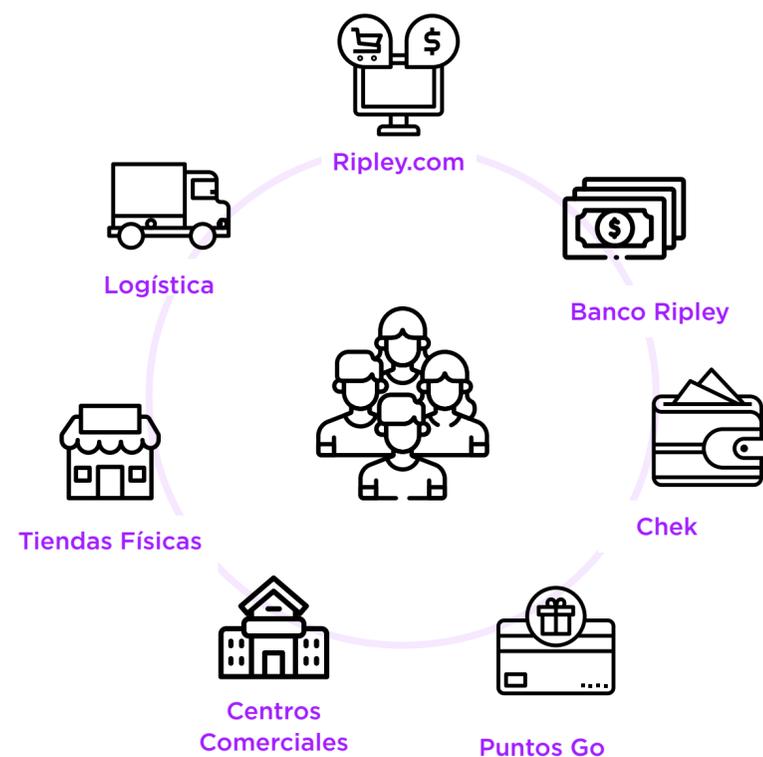
# Ecosistema Ripley: Operaciones eficientes y robustas

Ripley Chile tiene alrededor de 870 mil clientes digitales.

Los más de 60 años desarrollando lazos y construyendo experiencias únicas, nos permitieron evolucionar hacia un ecosistema omnicanal donde conviven centros comerciales, tiendas físicas, e-commerce, marketplace, un negocio bancario, billetera digital y seguros. Todo lo anterior, enmarcado en una propuesta logística y un programa de fidelidad diseñado para establecer relaciones duraderas con nuestros clientes.

En nuestro compromiso por brindarles una experiencia excepcional a nuestros clientes, hemos creado un ecosistema integral que busca satisfacer todas sus necesidades: desde consumo hasta soluciones financieras. Nos esforzamos por ofrecerles la mejor experiencia, acompañándolos en cada paso y asegurándonos de que encuentren todo lo que necesitan en un solo lugar.

## Nuestro Ecosistema Omnicanal



Esta estrategia ha promovido una estrecha integración entre las tiendas por departamentos y el sector bancario, junto con otras áreas que complementan y refuerzan la operación, fortaleciéndose, en los años más recientes, con el impulso de la omnicanalidad y la digitalización de procesos comerciales, siendo esta última uno de sus activos fundamentales, caracterizada por la innovación, agilidad, flexibilidad y escalabilidad arraigados en el ADN de Ripley.

Por lo mismo, contamos con una historia marcada por la innovación. He-

mos sido precursores en el desarrollo de experiencias memorables en el retail, lanzando nuestro marketplace y fuimos pioneros en instalar sistemas de autoatención y pago con QR en una tienda física. También fuimos el primer retailer en lanzar su propia billetera digital en el ecosistema fintech: Chek, que ya cuenta con cerca de 1,4 millones de usuarios y más de 100 mil comercios adheridos en Chile.

En 2023, enfrentamos un entorno económico desafiante marcado por una desaceleración macroeconómi-

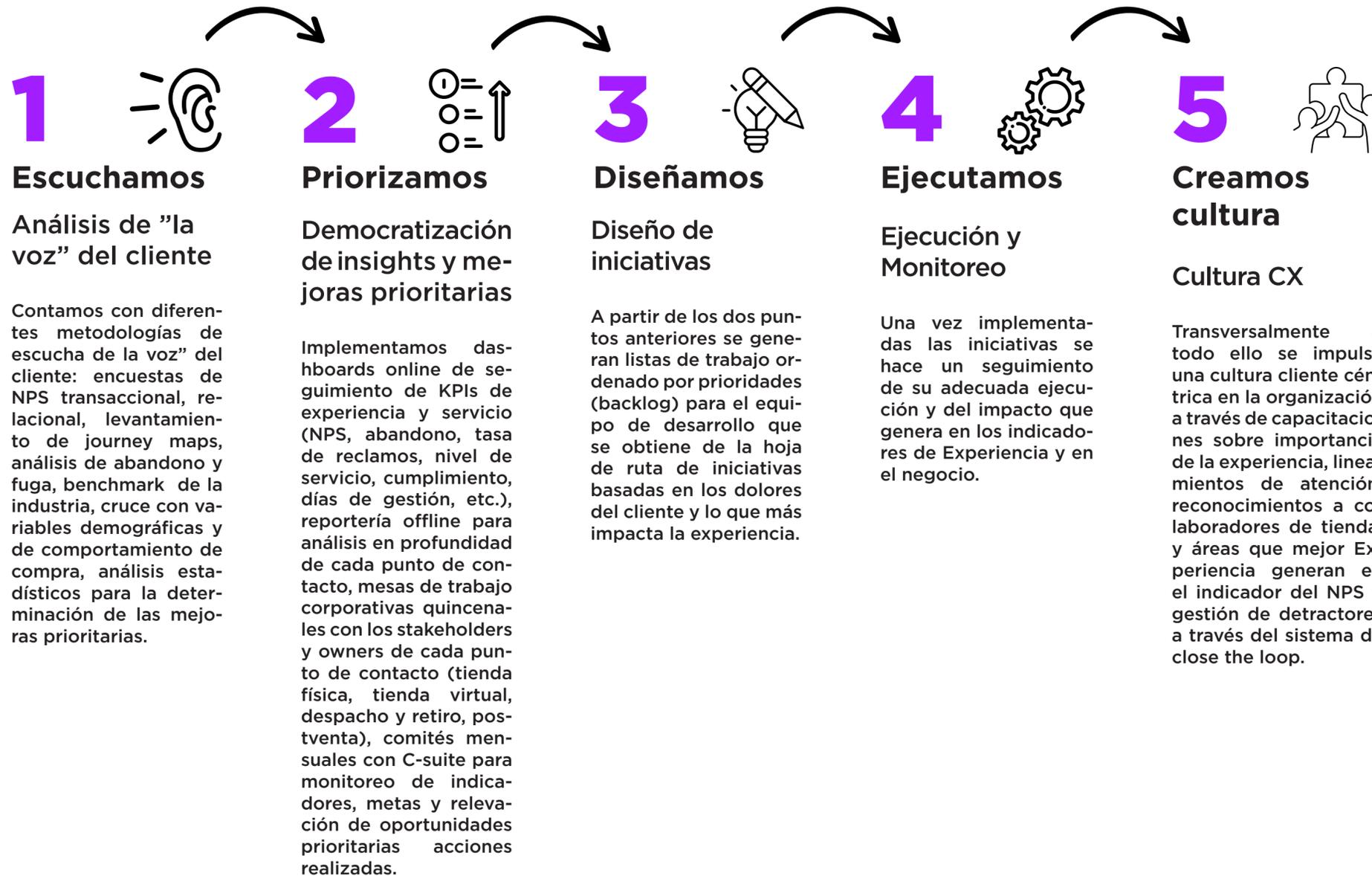
ca en los mercados donde operamos. Ante este escenario, implementamos ajustes estratégicos y medidas importantes para mantener nuestra competitividad y agilidad; con una capacidad de adaptación en diversos aspectos de la organización que nos permite responder de buena forma a este entorno cambiante, gracias entre otras decisiones, a la innovación y tecnología que incorporamos en los procesos. Así, gestionamos nuestros recursos de manera eficiente y aprovechamos las oportunidades que emergen para continuar generando valor a nuestros inversionistas.



# Experiencia del Cliente

**T**enemos a las personas en el centro de nuestra estrategia y trabajamos día a día para cumplir el propósito de mejorar su calidad de vida a través de sus productos y servicios.

La gestión del cliente tiene por objetivo generar mejoras importantes en la experiencia a partir de la escucha de su voz; un círculo virtuoso basado en metodología de Lean y Design Thinking, y que se traduce en 5 pilares: Análisis de la voz del cliente, Democratización de insights y mejoras prioritarias, Diseño de iniciativas, Ejecución y Monitoreo, y Cultura CX.



Durante 2023 avanzamos en la transformación digital que apunta a la construcción de un viaje omnicanal que permite mantener la preferencia de los clientes, brindándoles mayores niveles de seguridad en todos los servicios, así como accesibilidad desde cualquier lugar y en todo momento. Este es un trabajo conjunto y coordinado entre áreas, que al mismo tiempo permite obtener importantes mejoras en el Net Promoter Score (NPS, indicador con el que se mide la satisfacción de los clientes) en las tres unidades de negocio del Grupo.

## Principales avances 2023 en satisfacción y atención de clientes:

En negocio Retail  
**47 pts.**  
NPS Ripley.com

En negocio Bancario  
**50,9 pts.**  
NPS Banco Ripley

**48,9 pts.**  
Promedio NPS clientes: Total 2023

\*NPS: Net Promoter Score (por sus siglas en inglés NPS), es una herramienta que mide la lealtad de los clientes basándose en las recomendaciones

# Retail Onminicanal: Estamos donde nos necesitas

## E-commerce y marketplace

**+23** millones de visitas mensuales

**\$380.046** CLP millones GMV Online

**32,5%** Penetración Digital

**6%** de nuestro productos Almacenados por el Fulfillment Ripley

**52%** Promedio de despachos en menos de 48 hrs

**+2.800** Sellers en nuestro marketplace

Por más de una década, hemos sido pioneros y referentes en el desarrollo del comercio electrónico. Para eso fortalecimos significativamente nuestra propuesta de valor sumando categorías en nuestro marketplace que nos permitan acompañar a los clientes en sus nuevos hábitos de consumo. Hoy, somos una compañía de retail as a service, evolucionando de una empresa tradicional del rubro a contar con una plataforma que ofrece acceso a grandes comunidades de consumidores, retailers y partners, todo en un mismo lugar.

En 2017, fuimos la primera compañía del sector en América Latina en desarrollar un marketplace abierto, Mercado Ripley, donde hoy conviven más de 2.800 sellers y que permite a gran-

des, medianos y pequeños comercios exhibir y comercializar sus productos a través del sitio web de Ripley.com, otorgándoles un gran nivel de exposición al mercado y, al mismo tiempo, permite a la empresa ampliar la variedad de productos y servicios disponibles para los clientes, permitiéndoles ganar en escala. Así es como nuestra oferta de productos se ha ido ampliando a nuevas categorías como supermercado, farmacia, automotriz, mejoramiento del hogar y mascotas, entre otros.

Durante 2023, seguimos con el foco en crecimiento del marketplace, y para esto hubo un cambio en la estructura con nuevos equipos de hunting de sellers. Esto, nos permitió aumentar su número.

Actualmente, el 6% de los productos vendidos en Ripley.com son almacenados y administrados por el fulfillment Ripley, lo que permite mejorar la velocidad de entrega, logrando que un 52% de las unidades vendidas y gestionadas por los servicios logísticos de Ripley sean entregadas en menos de 48 horas.



# Innovación y transformación digital: RipleyTech

En Ripley Chile buscamos adelantarnos a las demandas de los clientes. Por ello, desde 2016 contamos con Ripleytech, un laboratorio digital destinado a promover el cambio a través del desarrollo de innovaciones tecnológicas. El foco es generar soluciones escalables que se incorporen al ecosistema Ripley.

## Hitos 2023

Estas son iniciativas que nos han permitido continuar potenciando y escalando nuestras capacidades, para estar más cerca de nuestros clientes y ofrecer entregas más rápidas y eficientes.

## Nueva App Ripley.com

Este año realizamos el lanzamiento de nuestra nueva App, destacando no solo la personalización de la experiencia del cliente, sino también por brindar descuentos exclusivos para quienes utilicen este canal. La aplicación ofrece una experiencia sencilla para acceder a miles de productos en diversas categorías como vestuario, belleza, automotriz, supermercados y mascotas, entre otras. Además, incluyó un cambio significativo en el proceso de pago en un solo paso tanto para la App como la Web.

## +2 millones

de descargas en App Store y Play Store de Google.

## Mejora en la experiencia de nuestros Sellers

Los Sellers también son nuestros clientes; su buena experiencia es clave para que sigan formando parte de nuestro ecosistema Ripley. Es por ello que este año hemos avanzado en la integración del inventario de los Sellers al sistema de gestión de inventario del Centro de Distribución, facilitamos la carga y actualización masiva de productos de los Sellers (introducción de R-link y el módulo MCM de Mirakl en ambos países, con considerable reducción en los tiempos de carga masiva de productos, ofreciendo respuestas más eficientes a posibles errores durante el proceso).

Además, se ha adaptado nuestro sistema para que traduzca planillas de otros marketplaces y puedan ser leídas por nues-

tros sistemas e implementación de un módulo front para la modificación unitaria de productos, que les permite gestionar y modificar su ficha de productos de manera más rápida, fácil y eficiente.

También, y gracias al esfuerzo conjunto con el área de Logística, logramos concretar fechas programadas para los sellers, igualando los plazos de entrega de los productos Ripley y controlando la capacidad de entrega por seller. En Chile, esto ya es una realidad al 100%. Esto se suma al lanzamiento de la plataforma corporativa de transporte, TMS, y la App de control de entrega "Tracking Seller", que permite gestionar directamente la trazabilidad de nuestros despachos.

## Logística y distribución

	Ripley Chile
Total de centros de distribución:	2
Total de m <sup>2</sup> disponibles:	96.083
Total de envíos realizados:	3.130.064
Total de puntos de retiro	107
Porcentaje de unidades vendidas entregadas en menos de 48 hrs.	52%



Con el proceso de transformación que hemos experimentado en Ripley hacia la omnicanalidad, a nivel de infraestructura comenzó a configurarse una nueva forma de entender la distribución, enfocada en fortalecer nuestras capacidades logísticas para soportar el crecimiento de los canales online. Así es como adaptamos los centros de distribución a esta realidad, implementando nuevas funcionalidades y robusteciendo el área dedicada a paquetería e-commerce y así poder atender el fuerte crecimiento experimentado en la venta online.

Durante el año se continuamos escalando y robusteciendo las capacidades logísticas para ofrecer una mejor experiencia de compra a los clientes de marketplace y fortalecer aún más la relación con los sellers. En ese sentido, nuestros centros de fulfillment está a disposición de los sellers, permitiéndoles aprovechar la infraestructura y procesos logísticos de la compañía, mejorando así su nivel de servicio con el cliente y acordando los tiempos de entrega. Igualmente, ellos pueden utilizar la red de tiendas Ripley como puntos de retiro de sus productos.

### Consolidación del despacho de última milla a través Cross Dock

Este sistema permite entregas combinadas de productos tanto de Ripley como de los Sellers, donde se consolidan los productos de los Sellers en nuestros centros de distribución y desde ahí se despachan al cliente, Ganando eficiencias operacionales, al tener mayor control en el proceso de entrega, ofreciendo menores tiempos de entrega a nuestros clientes de cara al cliente y mejorando los niveles de servicio.

### Implementación de puntos de retiro en Chile

Hemos establecido puntos de retiro para la entrega de pedidos online. Estos puntos tienen como objetivo proporcionar comodidad a nuestros clientes, ofreciendo ubicaciones más cercanas a sus hogares o lugares de trabajo, especialmente en áreas donde no hay tiendas Ripley cercanas. En contraste con la entrega a domicilio, esta opción brinda a los clientes flexibilidad en el horario para recoger sus pedidos.

**107**

puntos de retiro en Chile

### Servicio de Fulfillment para Sellers

Durante el 2023, continuamos escalando nuestro servicio de fulfillment para nuestros sellers, mejorando y adaptando nuestros sistemas para potenciar el crecimiento de este canal. Este servicio nos permite seguir impulsando el crecimiento de las ventas de terceros (Sellers), mejorando la experiencia de compra para los clientes, optimizando la experiencia de los Sellers al gestionar integralmente la logística de sus pedidos, y mejorando la utilización de capacidades logísticas y flujos de nuestro centro de distribución REDEX.

### Batch Picking - Ecommerce: Productividad y trazabilidad de la operación en tiempo real

En 2023, se incorporó al sistema de gestión de almacenes (WMS por sus siglas en inglés) la función de picking dirigido por lotes o batch picking, permitiendo la recopilación consolidada de pedidos. Este método optimiza los desplazamientos al utilizar totes o rollbox (contenedores para trasladar producto), trasladándolos luego a mesas de packing para su empaque individual y generación de etiquetas de salida. Esta mejora no solo efficientiza los procesos, sino que proporciona trazabilidad en tiempo real, visibilidad sobre la productividad y eficacia de los equipos de trabajo.

**95**

Unidades gestionadas por operario



# Tiendas físicas y experiencia presencial

Tiendas

## 45

en Chile 2023

Las operaciones de Ripley Chile consideran 45 tiendas en total, ubicadas en lugares céntricos de las ciudades más importantes del país, totalizando una superficie de venta de 325.580m<sup>2</sup>. Las tiendas físicas representan en torno al 70% de la venta del segmento retail, siendo un activo clave en la propuesta de valor omnicanal desde el punto de vista de la experiencia de los clientes que las visitan y, también, al operar como mini centros de distribución, lo que nos permite apalancar la infraestructura logística a nuestra red de tiendas físicas.

En 2023, cerca del 66% de las unidades vendidas en Chile a través de los canales online pasaron por la red de tiendas físicas, ya sea a través de la modalidad de envíos al hogar (ship from store), acortando los tiempos en la actividad. Nuevo sistema de Reposición de

Inventario LEI nuevo sistema de reposición de inventario ofrece una mejora sustancial en el pronóstico de la demanda, lo que conlleva a una optimización de los niveles de inventario y a un aumento significativo en la disponibilidad de productos. Este sistema de gestión se fundamenta en indicadores clave de desempeño, permitiéndote reducir los quiebres y mejorar tanto la reposición como los niveles de servicio de manera efectiva. de última milla en el despacho al domicilio, o bien, con aquella que permite a los clientes retirar en tienda sus compras online. Esta estrategia permite reducir costos y tiempos de despacho, siendo un pilar muy relevante para soportar el sostenido crecimiento del canal e-commerce.

En términos de innovación en el mundo físico, durante los últimos años nuestro enfoque ha sido rediseñar la infraestructura de las

tiendas, ofreciendo una propuesta de valor que se ajuste a las necesidades de cada cliente. Además de contar con cajas de pago atendidas por colaboradores, agregamos cajas de autoatención y herramientas de pago vía celular (por ejemplo, Ripley Pago), haciendo más eficiente el tiempo que los clientes permanecen en las tiendas. El 98% en Chile de las tiendas cuentan con cajas de autoatención, en todos los pisos, logrando que cerca de un 25% de los clientes sean atendidos por canales de autoatención.

Otro foco del mundo físico ha sido rentabilizar los metros cuadrados disponibles, poniéndole focos en categorías con gran potencial de crecimiento y rentabilidades atractivas como lo son nuestras marcas propias de Moda Mujer (Index y Marquis).

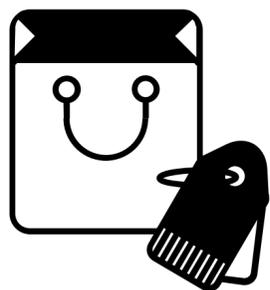
## Nuevo sistema de Reposición de Inventario

El nuevo sistema de reposición de inventario ofrece una mejora sustancial en el pronóstico de la demanda, lo que conlleva a una optimización de los niveles de inventario y a un aumento significativo en la disponibilidad de productos. Este sistema de gestión se fundamenta en indicadores clave de desempeño, permitiéndote reducir los quiebres y mejorar tanto la reposición como los niveles de servicio de manera efectiva.

## Nueva herramienta de gestión de precios

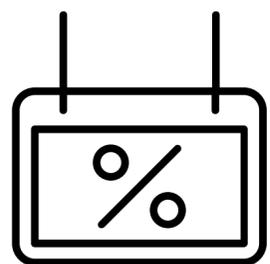
Hemos potenciado nuestra herramienta PriceR 360° para una gestión más integral y efectiva del ciclo de vida de los productos, con el objetivo de alcanzar el agotamiento deseado y maximizar el margen. Introducimos una nueva funcionalidad que recomienda precios para la mercadería nacional, basándose en el desempeño individual de cada producto, la cual está en funcionamiento desde diciembre de 2023. Asimismo, hemos implementado sugerencias de precios a nivel de cluster de tiendas, en lugar de a nivel de cadena, para una mayor precisión y adaptabilidad a las necesidades locales.

## Nuestras marcas



# 37.132

productos de marcas propias  
comercializados



# 19,9%

de productos de marcas  
propias, en relación al total de  
productos

**E**n Ripley Chile nos centramos en la venta al detalle de vestuario, zapatos, accesorios, electrodomésticos y artículos para el hogar. Poseemos contratos de licencia, compra-venta y franquicias de reconocidos productores, además de un pool de marcas propias en todas las categorías que, desde 2022 y siguiendo en 2023, la empresa ha ido fortaleciendo. Las marcas propias son uno de los focos de la empresa a nivel transversal, ya que generan una alta rentabilidad.

A nivel de categoría, Mujer sigue siendo una división clave, en donde se han puesto todos los esfuerzos, destacando las marcas Index y Marquis, con muy buenos resultados. Para ambas marcas, en Marina Arauco, Costanera Center y Parque Arauco, implementamos corners que otorgaran una experiencia diferenciadora, con un mix orientados a la moda, con atención personalizada, colgadores, visual, aroma y layout enfocado a lo que nuestras clientes quieren y buscan.

Deporte también es una de nuestras categorías foco, en donde hemos potenciado la licencia Head, creciendo en forma importante en metros durante 2023. Durante el 2023 incorporamos 16 corners lo que permitió un importante crecimiento en las ventas.

Además de las marcas propias, es importante contar con marcas reconocidas y valoradas por el cliente, que nos permiten una mejor presencia de cada al cliente, con una amplia variedad y gama de productos.

En materia de look frente al cliente, así como en marketing y comunicaciones, en 2023 nos enfocamos en hacer nuestras tiendas más entretenidas, aumentando el número de lanzamientos, activations y colaboraciones con personas reconocidas, mientras que el uso de influencers fue esencial en la comunicación del año.



### Nuestras marcas

Las marcas propias de Ripley juegan un papel muy relevante en la propuesta comercial a los clientes, mientras que al mismo tiempo la compañía ofrece las mejores marcas nacionales e internacionales para complementar una amplia oferta de productos.

### Meta 2026: 100% de nuestras marcas propias con atributos sostenibles

Para nosotros es muy importante ofrecer productos que aporten a la calidad de vida de las personas. Por ello, en 2022, anunciamos nuestro compromiso de alcanzar al 2026, que el 100% de nuestras marcas propias de vestuario de mujer, hombre, infantil y deporte, contarán con al menos un material o proceso sostenible avalado por una certificación o al ser parte de alguna iniciativa global.

Conoce más sobre los avances en nuestra meta 2026, en el capítulo

# 6

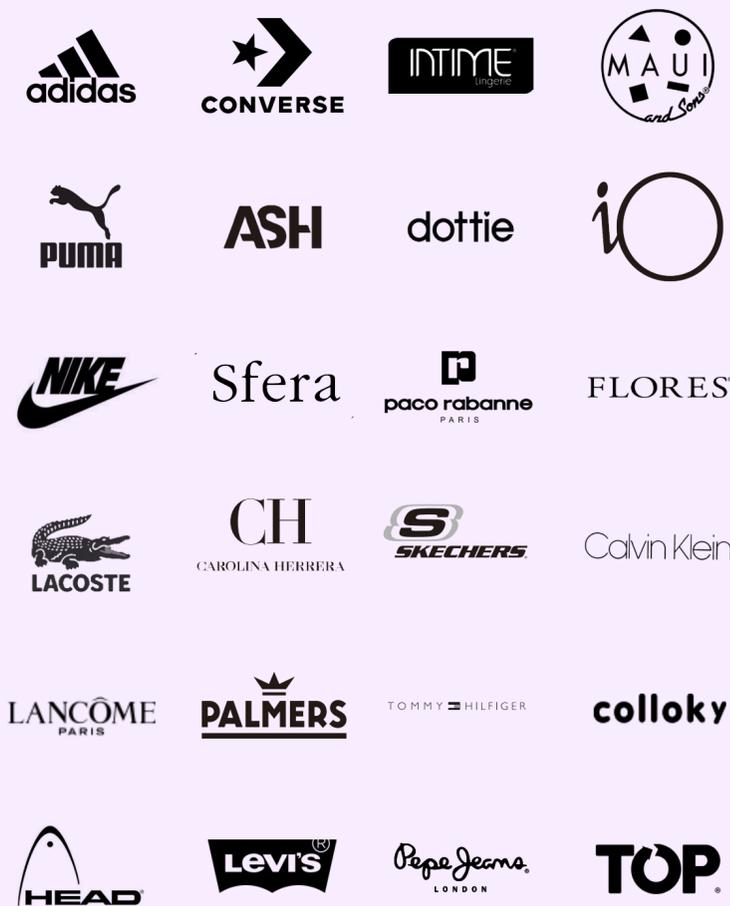
# Principales marcas

## Marcas propias



 **Marca propia con atributos sostenibles.**

## Marcas nacionales e internacionales



## Bienes durables



## Contratos de licencia



En Ripley Chile contamos con diversos procesos para evaluar y gestionar los riesgos o peligros asociados a las sustancias químicas en nuestras marcas propias:

### Certificados obligatorios

En el proceso de importación de productos se exigen todos los certificados normativos dependiendo de las categorías.

### Certificado de Fumigación

Acredita la fumigación de muebles de madera y flores y es requerido por las Autoridades Aduaneras de Chile para la importación de productos no procesados, muebles y para mercancías paletizadas sin tratamiento.

### Certificados fitosanitarios y veterinarios

En Chile es válido para el caso de productos con pluma de edredón, pluma de cojín, pluma de almohada, decoración de flores secas, frutos secos, bambú, artesanía, figuras y máscaras en madera, decoración y piezas de hueso en general.

### Certificado opcional OEKOTEX

Certificadora externa para validar que un producto es libre de sustancias nocivas para el ser humano.

### Certificado de biodisponibilidad y tolueno (juguetes)

Requerido por las Autoridades Aduaneras para la importación de todos los juguetes sin excepción.

### Certificado de Libre Venta

Para productos alimenticios, medicamento y otros elaborados, el proveedor deberá enviar un Certificado de Libre Venta también conocido como "Exportación Certificado". Este, valida que el producto ha sido distribuido y comercializado legalmente.

### Material Safety Data

Documento requerido por las Autoridades Aduaneras para la importación de productos cosméticos para clasificar las cantidades de alcohol utilizadas en un producto cosmético. Se requiere MSDS para los siguientes productos: cosméticos, perfumes, cremas, lociones y bronceadores lociones.



# Banco Ripley: Simples, Dinámicos y Digitales



**+960 mil**

Clientes con saldo



**CLP\$903.405  
mil millones**

Cartera bruta de colocaciones\*

\*Colocaciones digitales consideran colocaciones de avances y súper avances



**+890 mil**

Clientes digitales

## Estrategia del banco y focos 2023

En Ripley Chile continuamos fortaleciendo nuestro plan estratégico que apunta a desarrollar en Chile un banco orientado a las personas, simple, digital e integral; para establecer relaciones duraderas con nuestros clientes y ayudarlos a cumplir sus sueños. Para ello, contamos con un mix de productos y servicios que se encuentran en permanente desarrollo y donde destacan los créditos de consumo, tarjetas de crédito, cuentas corrientes, cuentas vistas, depósitos a plazos, seguros y Chek.

Durante 2023 seguimos trabajando en robustecer el desarrollo de productos y servicios en materia de digitalización y fortalecimiento de las plataformas móviles, además de continuar con nuestros esfuerzos para hacer realidad el propósito de “simplificar la vida financiera de las personas”.

Junto con implementar nuevos sistemas tecnológicos que permiten ofrecer una mayor variedad de productos, medios de pago y ser-

vicios bancarios, en Ripley Chile hemos impulsado la digitalización de aplicaciones y procesos, permitiendo a los clientes, acceder a sus servicios en cualquier momento, lugar y con el dispositivo de su preferencia, ya sea la app, teléfono móvil, computador con un navegador web, o en forma presencial en la red de sucursales y en los tótems de autoatención de las tiendas Ripley. A la fecha es posible realizar todas las transacciones bancarias, desde abrir una cuenta vista hasta generar tarjetas de crédito y débito 100% digitales. Adicionalmente y en línea con su estrategia digital, Banco Ripley implementó múltiples soluciones en el homebanking y la app móvil, que permitieron impulsar fuertemente la transaccionalidad digital, incluyendo colocaciones y pagos a través de dichos medios.

El 2023 estuvo marcado por un deterioro en los indicadores de riesgo como resultados del contexto económico del país, lo cual impactó directamente en el poder adquisitivo de nuestros clientes,

cerrando el año con un costo por riesgo sobre la cartera promedio de 13,6% en Chile. En respuesta a esta situación, implementamos políticas de control de riesgo crediticio, con medidas muy restrictivas en la originación de productos financieros y concentrando la oferta de productos en clientes de menor riesgo. Es así como al cierre de diciembre la cartera en disminuyó un 6,1% (moneda local) en Chile.

A pesar de los anterior, nuestro foco este 2023 estuvo en asegurar los lineamientos de la promesa de marca y sobre la base de ellos diseñar o rediseñar las principales interacciones con nuestros clientes en cada punto de contacto relevante identificado a través del levantamiento del customer journey de nuestros productos más importantes y el análisis de causa raíz de los principales dolores de nuestros clientes detractores. Para diseñar o rediseñar nuestras interacciones nos concentramos en 3 pilares estratégicos que determinaron nuestra ruta de acción:

### Ser más simples

Buscando entregar a nuestros clientes la solución a consultas y problemas en el primer contacto.

### Ser más ágiles

Se profundizó en la estrategia de fomentar canales de atención no tradicionales como el WhatsApp, logrando con este canal una mayor satisfacción que en los canales tradicionales.

### Ser más digitales

Se desarrollaron mejoras sustanciales en la aplicación de Banco Ripley que le hacen la vida más sencilla a nuestros clientes, las 24 horas del día y además se hicieron mejoras en las herramientas digitales que utilizan nuestros colaboradores para la venta de nuestros productos

## Atención al cliente: First Contact Resolution

Durante el 2023, enfrentamos la tarea de El enfoque en simplificar las interacciones con los clientes llevó a una colaboración con el centro de contacto para ofrecer soluciones inmediatas, agilizar procesos y mejorar la satisfacción del cliente. El objetivo era optimizar el Net Promoter Score (NPS) operativo del Call IN, proporcionando respuestas rápidas y reduciendo la necesidad de recurrir al back office. Esta iniciativa resultó en un incremento del NPS operativo del Call IN, pasando del 2% en el primer trimestre al 20% en el último trimestre, junto con una contención de reclamos en la primera línea superior al 85%.

**+18 pts NPS Operativo Call In último trimestre 2023**

**85% de reclamos gestionados y resueltos en primera línea**

## Rediseño de herramientas para gestión de cartera riesgosa

Durante el 2023, enfrentamos la tarea de mantener niveles óptimos de cobranza y un historial crediticio sólido. En colaboración con las áreas de Cobranzas y Riesgos, se revisaron comunicaciones, rediseñaron herramientas y se alinearon canales para gestionar clientes, canalizando consultas de manera eficiente y enfocando los esfuerzos en canales específicos como el Call Center y WhatsApp, minimizando el impacto en el NPS operacional.

## Reducción de reclamos y solicitudes en back office del área de soluciones al cliente

Se logró una notable reducción de Reclamos y Solicitudes en el back office del área de Soluciones al Cliente mediante la transformación de procesos y funciones. Esta iniciativa no solo optimizó la gestión presupuestal del gasto anual, sino que también incluyó un análisis de la causa raíz de los principales reclamos. Este análisis profundo permitió definir acciones de mejora en colaboración con las áreas de producto y operativas, asegurando una respuesta efectiva y sostenible a las preocupaciones de los clientes.

**-70% de solicitudes al área de back office de Soluciones al Cliente**

**-6% de reclamos en back office de Soluciones al Cliente.**

**-20% del presupuesto operativo utilizado.**



## Cartera de producto

Un pilar de nuestro plan estratégico en Ripley Chile apunta a desarrollar servicios bancarios orientados a las personas, fáciles de usar, digitales e integrales, que permitan establecer relaciones duraderas con los clientes. Para ello, brindamos un mix de productos y servicios en permanente desarrollo, donde destacan los créditos de consumo, tarjetas de crédito, cuentas corrientes, cuentas vistas, depósitos a plazos, seguros y Chek.

Nuestra estrategia 2023 estuvo enfocada en la rentabilización de productos previamente lanzados en 2022: apertura de nuevas cuentas corrientes, rentabilización de la cartera de usuarios Chek a través de la colocación de créditos digitales y aumento de captaciones de Tarjeta de Crédito Mastercard y Mastercard Black.

Además, se realizaron diversas optimizaciones en las campañas de Always On de todos los productos, reforzando los productos

existentes, con especial énfasis en la conversión en campañas de captación y de productos financieros, tanto en Banco como en Chek, al igual que en la maximización de alcance en campañas de uso de la tarjeta fuera del ecosistema Ripley.

En el último trimestre del año, se potenciaron esfuerzos de Branding para comunicar la trayectoria del Banco (+20 años) y reforzar el pilar de confianza de cara al cliente.



### Campaña de Trayectoria

Hemos ampliado nuestra variedad de productos para proporcionar a nuestros clientes una oferta más completa, consolidando así nuestra posición como un banco integral y destacando la solidez de nuestra entidad financiera. Además, nos esforzamos por comunicar a nuestros clientes actuales y potenciales los más de 20 años de experiencia de Banco Ripley en el sector financiero, reforzando nuestra posición consolidada en el mercado.

**+10 millones de impresiones alcance a la cartera de clientes y potenciales clientes**

### Campaña Ponle Ojo

Campaña para concientizar a nuestros clientes sobre fraudes financieros y fomentar la vigilancia frente a posibles situaciones de riesgo.

### Educación financiera: Corta y Clara

Para Ripley Chile la educación financiera de las personas en los países en los que está presente resulta fundamental. A través del programa "Corta y Clara", presente desde 2018, se difunden pequeñas cápsulas que resuelven dudas y ayudan al público en materia de seguridad, productos y servicios bancarios, además de un adecuado manejo de las finanzas personales. De esta forma las personas pueden familiarizarse con conceptos financieros básicos, entre ellos: tasa de interés, CAE, estado de cuenta, pago mínimo, compra en cuotas, endeudamiento responsable y gasto hormiga.

Conoce más sobre nuestra gestión en educación financiera en el capítulo

7

## Cuenta Corriente

Esta cuenta corriente que se puede abrir de forma 100% digital, cuenta con una tarjeta de débito Mastercard, que puede ser utilizada para compras presenciales y online, tanto en Chile como en el extranjero. Además, es compatible con la tecnología de Google Pay, Garmin y Fitbit, pudiendo pagar desde el celular o smartwatch.

### Total captación

	2022	2023	Variación 2022-2023
<b>Total captación</b>	104.617	172.172	64,6%

### Total stock cuentas corrientes: Personas

	2022	2023	Variación 2022-2023
<b>Total cuentas corrientes</b>	100.571	264.515	163%

### Monto cuentas corrientes (MMCLP\$): Personas

	2022	2023	Variación 2022-2023
<b>Total cuentas corrientes</b>	6.666	23.694	2,55%

\*La compañía no cuenta con cuentas de ahorro y tampoco comercializa créditos a pequeñas empresas, corporativos, y/o proyectos para el desarrollo de la comunidad. Además no existen de cuentas corrientes minoristas sin coste proporcionadas a clientes previamente no bancarizados o infrabancarizados.



## Tarjetas Ripley

Permite realizar pagos y acceder a avances en efectivo tanto nacionales como internacionales, sin necesidad de emplear efectivo, asociado a un crédito que entrega el banco. Hoy comercializamos 4 tipos de tarjetas: Tarjeta de crédito MasterCard Black, Tarjeta de crédito MasterCard; Tarjeta de débito MasterCard y Tarjetas digitales.

### MasterCard Black

En septiembre 2022, Banco Ripley lanzó la tarjeta MasterCard Black, buscando aumentar participación en nuevos segmentos socioeconómicos, y ofrecer una experiencia a través de múltiples beneficios, siendo los primeros en la región con una estrategia de Mix & Match, esto significa, beneficios de Mastercard Black en conjunto con otros extras que permiten dar una mejor experiencia y más cercana al perfil de nuestros clientes. Beneficios únicos en el extranjero, en salones Pacific nacional e internacional y en Duty Free Santiago. +25% en acumulación de Ripley Puntos GO en todas las compras realizadas.

#### Tarjeta de Crédito Mastercard Black: Total captación

	2022	2023	Variación 2022-2023
<b>Total captación</b>	347.072	322.597	-7,1%

### Tarjetas Digitales

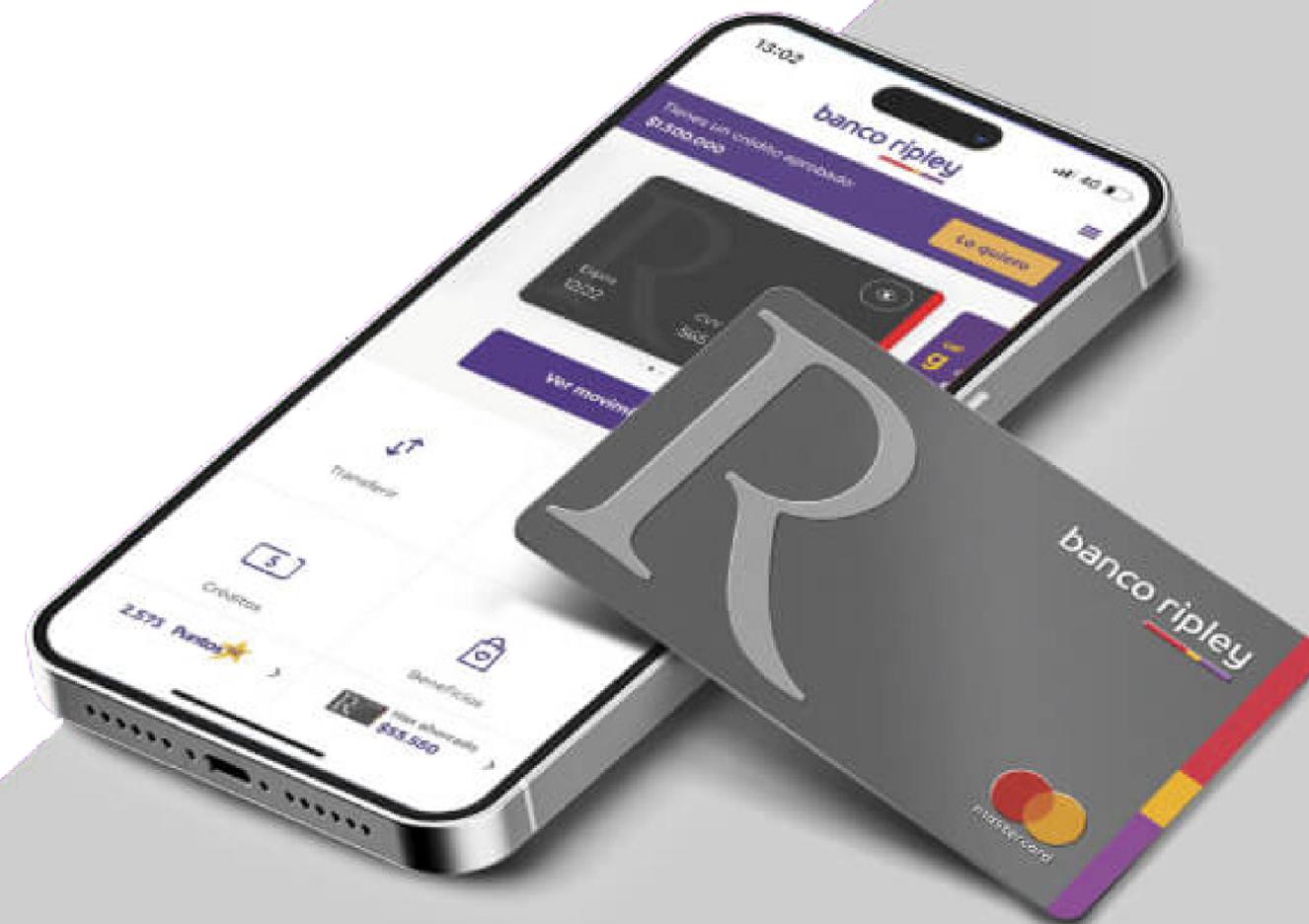
Ofrecemos un medio de pago que no requiere plástico donde el cliente pueda hacer todo de manera digital (pago, compras, transacciones, visualización de movimientos, etc). Disponible para Google Pay, Garmin Pay, Fitbit

### Depósito a plazo (DAP)

El Depósito a Plazo es un instrumento de inversión que permite obtener una rentabilidad en forma segura, con diversas posibilidades de plazo y moneda. Puede ser fijo o renovable. Característica: siempre se generan ganancias a partir de la inversión. Como nuevas características, en 2023 aumento en monto de inversión hasta 100 millones e incorporamos DAP renovable online.

#### Depósitos a plazo (MMCLP\$): Total captación

	2022	2023	Variación 2022-2023
<b>Total captación</b>	614.779	652.369	

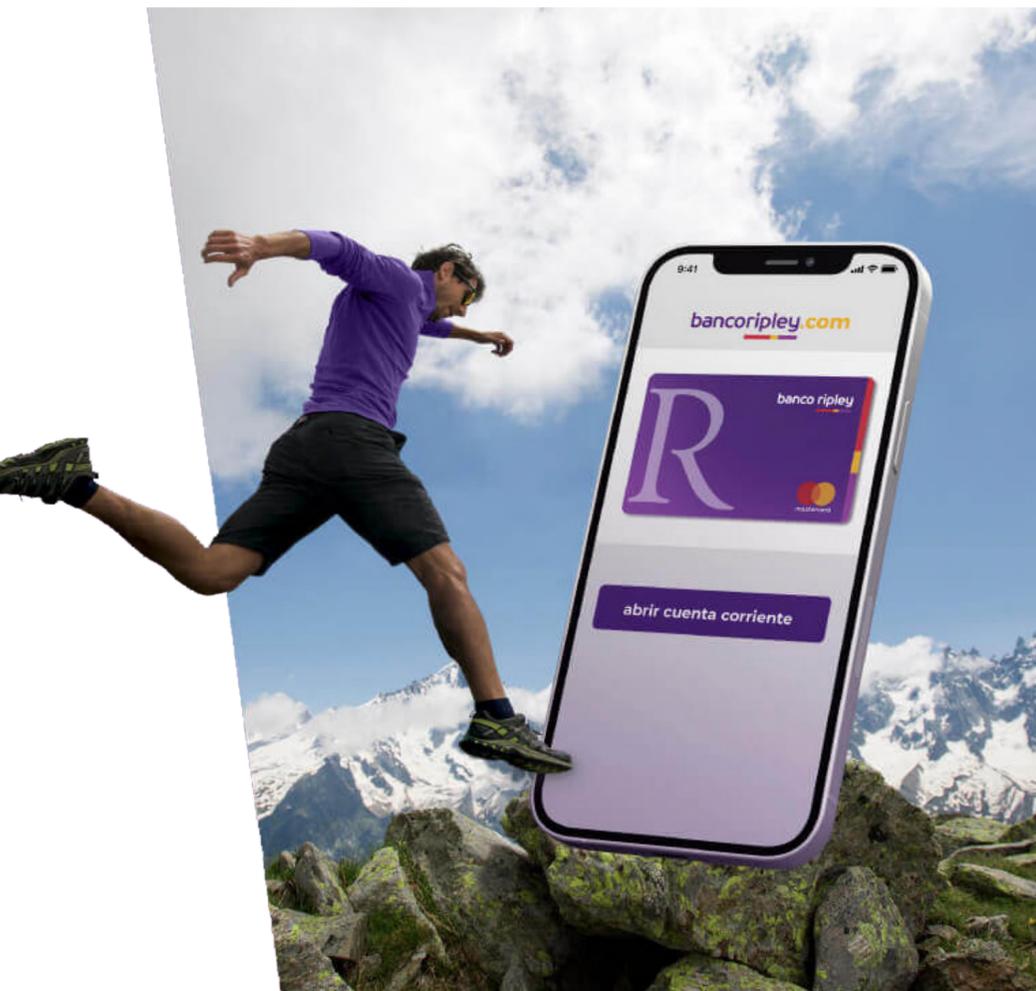


## Cuenta Vista Cero

Es una cuenta vista unipersonal en pesos, para personas naturales, que permite manejar dinero de forma ordenada y segura. Incluye una tarjeta de débito Mastercard con la que se pueden hacer compras nacionales e internacionales, giros en cajero, entre otros.

Cuenta Vista Cero (MMCLP\$): total captación

	2022	2023	Variación 2022-2023
<b>Total captación</b>	614.779	652.369	



## Créditos

Prestamos de dinero de libre disposición, que se pactan en cuotas mensuales según la necesidad de nuestros clientes. El cliente puede elegir pagar desde 3 a 60 cuotas, y comenzar a pagar en hasta 3 meses más.

### Subdivisión de los créditos

#### Avance en efectivo

Para acceder se debe contar con la tarjeta Banco Ripley MasterCard vigente. Se pueden solicitar desde \$5 mil a \$2 millones, que se transfieren directamente a la cuenta del cliente. El pago puede ser realizado en 3 a 36 cuotas, y permite acumular Puntos Ripley Go.

#### Súper Avance

Puede ser solicitado por el titular de la cuenta, y los montos van desde los \$200 mil hasta los \$8 millones. Se transfieren de manera directa a la cuenta bancaria, siendo cancelados desde 6 a 48 cuotas. Este producto no afecta el cupo de la Tarjeta Banco Ripley MasterCard.

#### Crédito de Consumo

Con montos que van desde los \$500 mil hasta los \$20 millones, puede ser solicitado vía online y ser cancelado hasta en 60 cuotas. Asociado a este producto, de forma adicional y voluntaria pueden ser contratados los seguros de desgravamen y desempleo.

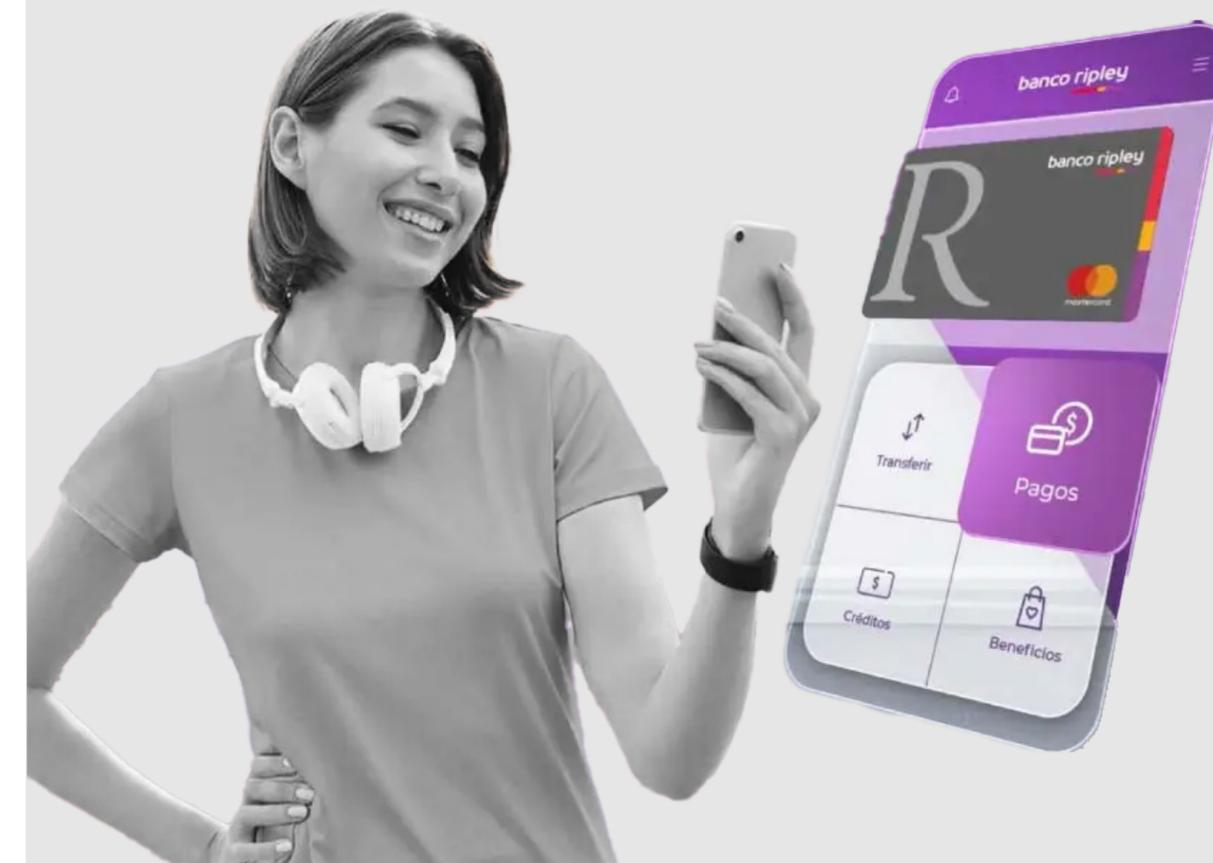
### Créditos: Total Colocaciones

	2022	2023	Variación 2022-2023
<b>Total captación</b>	961.721	903.404	

### Monto Créditos (MMCLP\$): Total captación

*La compañía no comercializa créditos a pequeñas empresas, corporativos, y/o proyectos para el desarrollo de la comunidad.*

	2022	2023	Variación 2022-2023
<b>Total monto créditos</b>	944.054	888.803	



# Chek: transacciones con un solo click

## 1.658.151

de usuarios

## 260.792

nuevos usuarios 2023

## 179.882

aperturas de Tarjeta MasterCard  
Chek en 2023

**E**n el ámbito financiero, enfrentando los retos surgidos con la digitalización y la conexión de las nuevas generaciones a diversos canales de interacción, y con la meta de mantenerse a la vanguardia en los distintos modelos de negocio, en Ripley Chile hemos respondido a esta realidad con el lanzamiento de Chek en 2019, incursión en el mundo Fin-tech.

Chek es una aplicación móvil que funciona como una billetera digital y más. Facilita pagos, cobros y transacciones con un solo clic, utilizando únicamente el celular y códigos QR. Esto posibilita realizar transacciones entre personas y efectuar compras en distintos comercios afiliados, que incluyen tiendas Ripley, Ripley.com y cualquier establecimiento que acepte MasterCard.

Diseñada para ser accesible tanto para nativos digitales como para personas mayores, la plataforma

ofrece una experiencia agradable durante la interacción. Cualquier persona mayor de 18 años, con su cédula de identidad en mano, puede abrir fácilmente esta cuenta digital directamente desde su teléfono, beneficiándose de la estabilidad que la plataforma proporciona.

Chek ha permitido atraer nuevos clientes que antes no tenían ninguna interacción con el ecosistema Ripley.




A diciembre de 2023, la App ha sido descargada por 1,6 millones de usuarios, ofreciendo funciones como pagos peer-to-peer, transacciones en comercios afiliados, recarga de celulares, pago de servicios, recarga de tarjeta Bip! y contratación online de productos financieros.



Chek ha permitido atraer nuevos clientes que antes no tenían ninguna interacción con el ecosistema Ripley. Cerca de un 50% de los usuarios que descargaron la App no tenían relación con Ripley al momento de enrolarse.



La gran escala de Chek constituye un desafío para seguir trabajando, ejecutando el ambicioso plan de crecimiento y seguir poniendo a los usuarios en el centro del desarrollo de nuevos productos y funcionalidades.



## Tarjeta virtual Chek Mastercard

Los usuarios pueden obtener de manera gratuita y ágil la tarjeta virtual Chek Mastercard, que permite pagar compras por internet y presenciales en todo el mundo mediante la tecnología NFC para celulares Android, además de dar acceso a múltiples beneficios, entre ellos, descuentos exclusivos en Ripley y plataformas de delivery.

## Talento corporativo Chek

El equipo humano consolidado en Chek se compone, principalmente jóvenes de diferentes profesiones que buscan desempeñarse en un ambiente digital, lo que ha permitido una adaptación a la virtualidad, potenciando la diversidad y el trabajo en equipo.

## ¿Para qué sirve la app Chek?

- ✓ Dividir la cuenta y cobrar fácilmente
- ✓ Pagar sin contacto en miles de comercios
- ✓ Acceder a descuentos exclusivos en ripley y ripley.com
- ✓ Acumular Ripley Puntos GO en todas las compras

## Beneficios Chek

### Check Personas

- Sin costos por pagos, compras ni mantención.
- Pagar con el teléfono móvil de manera segura, sin tarjetas ni efectivo.
- Permite la venta al instante, sin tiempos de instalación.
- Acumula "Ripley Puntos Go".

### Check Comercios

- Sin costo de arrendos y mantención.
- Posibilidad de ver las ventas y movimientos en línea.
- Acceder a descuentos en tiendas Ripley y ripley.com
- Posibilidad de transferir en cualquier momento el dinero de las ventas a cualquier cuenta bancaria.



	2022	2023	Variación 2022-2023
Total de usuarios registrados	1.397.359	1.658.151	18,66%
Total Aperturas de Tarjeta MasterCard Chek	107.048	179.882	68,04%

## Ripley Puntos Go: Mejores beneficios, mayor fidelización



**N**uestra Estrategia de Fidelización busca gestionar a sus millones de clientes que interactúan día a día con el ecosistema de la empresa, siendo el principal punto de interacción el programa Ripley Puntos Go, el cual, con más de 6 millones de clientes enrolados, ofrece una oferta de valor diferenciada y un pool de beneficios concretos, obtenidos por gestión de categorías segmentadas por la acumulación y canje de puntos.

Este programa da la oportunidad de acumular puntos al comprar en las tiendas, ya sea presencialmente o a través de Ripley.com. También, al contratar algún producto de Banco Ripley y al usar sus tarjetas de crédito o débito. A través de categorías, se entrega al cliente una oferta diferenciada, con beneficios obtenidos de la acumulación de puntos que pueden canjearse por una serie de productos, como Gift Card, alianzas con terceros, experiencias, viajes, gastronomía y productos Ripley.

Durante 2023 buscamos seguir potenciando las sinergias entre el Banco y el negocio retail para crecer en clientes y lograr tener un pool de productos canjeables en las tiendas o por el canal digital. Nuestro gran desafío es seguir avanzando en el programa con un catálogo apalancado en Ripley.com, junto con una tangibilización del programa y las categorías en todos los asset digitales de Ripley Chile.

También revisamos durante todo el año la oferta de valor del programa y los beneficios de las distintas categorías (Gold-Silver-Plus) respecto de la competencia, para buscar eficiencias en los presupuestos sin afectar los beneficios percibidos por los clientes.

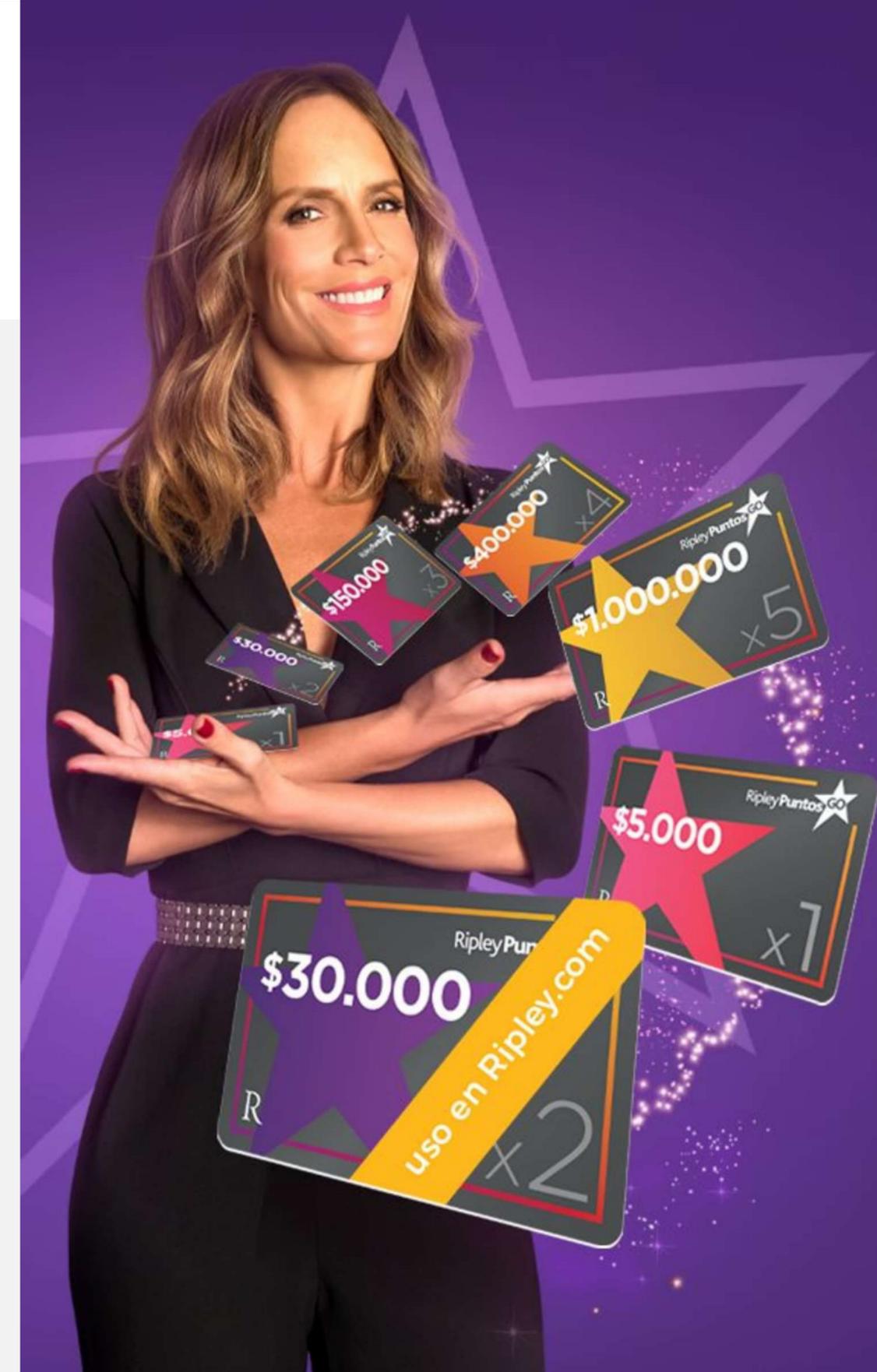
### Nuevo dashboard en la APP

Para mejorar la experiencia de canje de los clientes, se desarrolló y lanzó un nuevo dashboard en la APP y sitios web del Banco para visualizar los productos para canje ordenados por categorías y en el que se evidencian con mayor claridad las alianzas con terceros.

**+81%** de participación del canje digital en Chile (sobre el total)

#### Porcentaje de avance en las metas Ripley Puntos Go:

Ripley Chile	Valor 2022	Valor 2023
Total clientes Chile	452.366	424.991
Porcentaje de participación canje digital: Chile	-	77%



## Seguros: protegiendo lo que más valoras

El negocio de seguros complementa y genera sinergias con otras divisiones del grupo, nos permite ofrecer productos de protección para los diversos bienes y servicios financieros contratados por los clientes a lo largo de la cadena de valor de Ripley. El desafío es llegar a cada cliente con seguros que aborden sus inquietudes en el momento y contexto adecuados, construyendo confianza y relaciones a largo plazo.

Una de las principales fortalezas de Seguros Ripley radica en su capacidad de adaptación al cambio. Al operar de manera integrada con el grupo, podemos implementar estrategias con la celeridad necesaria para ofrecer las mejores opciones de protección a los clientes, logrando resultados positivos en la mayoría de los productos.

Desde 2019, nos enfocamos en digitalizar nuestra oferta y procesos, priorizando el desarrollo del negocio de seguros generales y de vida sin vinculación a productos financieros. Buscamos expandir nuestras opciones de protección de forma clara y accesible.

También, nos integramos a un gremio comprometido con el cumplimiento normativo del mercado, cultivando relaciones positivas con nuestros grupos de interés.

En la actualidad, nuestra gama de productos se encuentra disponible en diversos canales del grupo, abarcando Ripley.com, Banco Ripley y el sitio web de Seguros Ripley, con el objetivo de llegar tanto a clientes existentes como a aquellos que aún no lo son.

# 1.040.019

Total de seguros  
en stock 2023

## Nuestra oferta de productos:



Seguro  
de salud



Seguro  
de auto



Seguro  
de hogar



Seguro  
de vida



Seguro  
de celular



# Negocio Inmobiliario: Creando experiencias únicas

**N**uestra estrategia se centra en contar con centros comerciales ubicados estratégicamente y con alta conectividad. Buscamos ofrecer un variado conjunto de locatarios, así como una amplia oferta de entretenimiento y servicios para consolidarnos como un referente en el ámbito del retailtainment.

Total de superficie Centros Comerciales en Chile

## 94.664 m<sup>2</sup>

En Chile, la operación de centros comerciales se realiza a través de inversiones en empresas asociadas. La empresa posee el 50% de la sociedad Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A., que opera 3 centros comerciales.

Centro Comercial	Sociedad	Superficie (m <sup>2</sup> )	Propiedad	Apertura
Mall Concepción	Inmob. Mall Viña del Mar S.A	36.701	50,0%	2012
Marina Arauco (*)	Inmob. Mall Viña del Mar S.A	100.934	50,0%	1999
Mall del Centro de Curicó	Inmob. Mall Viña del Mar S.A	51.692	50,0%	2006
<b>Total Chile</b>	-	<b>189.327</b>	-	-
<b>Total Chile Ponderado</b>	-	<b>94.664</b>	-	-

(\*) Incluye Ampliación.



# Premios y reconocimientos



## Índice Nacional de Satisfacción de categoría de tiendas por departamento

Índice nacional de satisfacción de clientes 1er lugar

Entregado por: PROCALIDAD

Segmento de negocio: Retail

Esta premiación distingue a las empresas destacadas a nivel nacional por su excelencia en la prestación de servicios, abarcando diversas categorías de evaluación.



## Merco Empresa

1er lugar entre “Nuevas empresas” y puesto 32 en la general

Entregado por: Merco talento

Segmento de negocio: Ripley Chile

Ripley Chile fue reconocido con el primer lugar dentro de las nuevas empresas que entraron al ranking Merco Talento. Además, se ubicó en el puesto 32 del top 100 de empresas que atraen y retienen talento en Chile. Este ranking considera la opinión de diversos grupos objetivos y realiza un análisis comparativo con otras grandes compañías en el país.



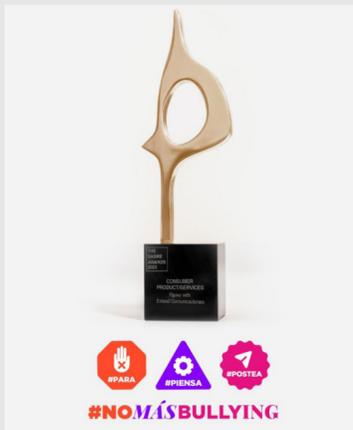
## Merco ESG

Puesto 7 en ranking de Responsabilidad ESG .

Entregado por: Merco talento

Segmento de negocio: Ripley Chile

Ripley Chile fue reconocido por primera vez en el ranking MERCO Responsabilidad ESG obteniendo la 7ma posición en la categoría retail y formando parte de las 100 empresas más sostenibles de Chile.



## SABRE Awards Latin America 2023

1er lugar en la categoría Consumo y Servicio

Entregado por: PRovoke Media

Segmento de negocio: Retail

Nuestra campaña “Para, piensa, postea #NomásBullying”, con un alcance de más de 8 millones de personas a través de diversos puntos de contacto, entregaron herramientas a padres, docentes y alumnos, impactando a más de 100 colegios y 65 mil niños y adolescentes, junto a una alianza con 12 municipios a nivel país.



## Merco Talento

Entre las mejores empresas con Reputación Corporativa

Entregado por: Merco talento

Segmento de negocio: RipleyChile

Ripley Chile obtuvo el puesto 39, subiendo 11 puestos desde la última versión del año anterior

## ¡Todos Reciclamos Awards!

1er lugar categoría Mejor Reducción de Impacto

Entregado por: Todos Reciclamos

Segmento de negocio: Retail

Gracias al trabajo colaborativo con COANIQUEM y Ecocitex, recibimos el premio a la “Mejor reducción de impacto” por el proyecto de economía circular de textiles. Este proyecto innovador se centra en la reutilización en colaboración con COANIQUEM y en el reciclaje en asociación con Ecocitex. El reconocimiento destaca la visión estratégica de los equipos de Ripley, que buscan establecer modelos de economía circular, cerrando el ciclo de los procesos para asegurar que los “desechos” se conviertan nuevamente en fuentes de valor social y ambiental.



## Reconocimiento Empresa Generadora de Empleo 2023

2do lugar en categoría Centros Comerciales

Entregado por: Ministerio del Trabajo

Segmento de negocio: Ripley Chile

El Ministerio de Trabajo entregó a Ripley el reconocimiento por su compromiso en la contratación de 300 jóvenes durante el 2023, especialmente en las ferias laborales organizadas por esta institución.

# Cobertura geográfica

Al cierre de 2023, Ripley Chile cuenta con 45 tiendas, 49 sucursales de Banco Ripley y 3 centros comerciales y 2 centros de distribución.

## Propiedades e Instalaciones

En el ámbito del retail, contamos con locales propios y arrendados en ambos países, destinados tanto a tiendas como a centros de distribución, así como oficinas para las operaciones administrativas de la empresa. En el sector bancario, predominan los locales bajo arrendamiento. En cuanto al segmento inmobiliario, tenemos participación en diversas cadenas de centros comerciales.

## Sucursales Ripley en Chile

### XV Región

**Ripley Mallplaza Arica**  
Av. Diego Portales 640, Arica  
Arriendo

### I Región

**Ripley Iquique**  
Vivar N°550, Iquique  
Propia

**Ripley Antofagasta**  
Arturo Prat N°530, Antofagasta  
Propia

**Ripley Mallplaza Calama**  
Av. Balmaceda N°3242, Calama  
Arriendo

### III Región

**Ripley Mallplaza Copiapó**  
Maipú N°109, Copiapó  
Arriendo

## Región Metropolitana

**Ripley Huérfanos**  
Huérfanos N°967, Santiago  
Mixta

**Ripley Mall Parque Arauco**  
Av. Kennedy N°5413  
Las Condes, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mallplaza Vespucio**  
Vicuña Mackenna Oriente  
N°7110, La Florida, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mall Vivo del Centro**  
Paseo Puente N°689,  
Santiago  
Arriendo

**Ripley Alto Las Condes**  
Av. Kennedy N°9001, Las  
Condes, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mallplaza Tobalaba**  
Av. Camilo Henríquez N°3296,  
Puente Alto, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mallplaza Oeste**  
Av. Américo Vespucio N°1501,  
Cerrillos, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mallplaza Norte**  
Av. Américo Vespucio Norte  
N°1737, Huechuraba, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mall Florida Center**  
Av. Vicuña Mackenna N°6100  
La Florida  
Arriendo

**Ripley Crillón**  
Agustinas N°1025, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mall Arauco Maipú**  
Américo Vespucio N°399,  
Maipú, Santiago.  
Arriendo

**Ripley Mallplaza Alameda**  
Libertador Bernardo  
O'Higgins N°3470, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mallplaza Sur**  
Av. Jorge Alessandri N°20030  
San Bernardo, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mall Costanera Center**  
Av. Andrés Bello N°2422,  
Providencia, Santiago  
Arriendo

**Ripley Mallplaza Egaña**  
Av. Larraín N°5800, La Reina  
Arriendo

**Ripley Los Domínicos**  
Padre Hurtado Sur N°875,  
Las Condes  
Arriendo

**Banco Ripley Puente**  
21 de Mayo N° 668, Santiago.  
Arriendo

**Banco Ripley Parque Arauco**  
Presidente Kennedy N° 5413,  
Las Condes  
Arriendo

**Banco Ripley Moneda**  
Moneda 888, Santiago  
Arriendo

**Centro de Distribución Redex**  
Av. Roberto Simpson 1200,  
San Bernardo

Situación: Propia|  
Superficie (m²): 71.320  
Características principales:  
Operación Omnicanal +  
tiendas e-commerce.

**Centro de Distribución Bodegas San Francisco**  
Puerto Madero 9710, Santiago

Situación: Arrendada|  
Superficie (m²): 44.300  
Características principales:  
Gran volumen.

**Centro de Distribución Cimenta**  
Almirante Simpson 1401,  
San Bernardo

Situación: Arrendada|  
Superficie (m²): 2.000  
Características principales:  
Logística inversa.

-  Tiendas y Centros de Servicios Financieros
-  Banco Ripley
-  Centros de Distribución



## IV Región

**Ripley Mall Vivo Coquimbo**  
Baquedano N°86, Coquimbo

Arriendo

**Ripley La Serena**  
Gregorio Cordovez N°499,  
La Serena

Propia

## V Región

**Ripley Viña del Mar**  
Sucre N°290, Viña del Mar.

Propia

**Ripley Valparaíso**  
Plaza Victoria N°1646, Valparaíso

Propia

**Ripley Mall Marina Arauco**  
Av. Libertad N°1348, Viña del Mar

Propia

**Ripley La Calera**  
José Joaquín Pérez N°90,  
La Calera

Arriendo

**Ripley Quilpué**  
Claudio Vicuña N°992, Quilpué.

Arriendo

**Ripley Los Andes**  
Santa Teresa N°683, Los Andes

Arriendo

## VI Región

**Ripley Mall Patio Rancagua**  
José Mujica N°490, Rancagua.

Arriendo

**Ripley Mall Vivo San Fernando**  
Bernardo O'Higgins N°701,  
San Fernando.

Arriendo

## VII Región

**Ripley Curicó**  
Bernardo O'Higgins N°201, Curicó.

Arriendo

**Ripley Talca**  
8 Oriente N°1212, Talca.

Propia

**Banco Ripley Talca**  
8 Oriente N° 1212, Talca.

Arriendo (Propiedad de Retail)

## XVI Región

**Ripley Chillán**  
5 de Abril N°699, Chillán.

Arriendo

## VIII Región

**Tienda Concepción**  
Barros Arana N°839, Concepción.

Propia

**Ripley Concepción Castellón**  
Castellón N°520, Concepción.

Propia

**Ripley Mallplaza El Trébol**  
Av. Jorge Alessandri N°3177  
Talcahuano.

Arriendo

**Ripley Mall Centro Concepción**  
Barros Arana N°1068,  
Concepción.

Propia

**Ripley Mallplaza Los Ángeles**  
Valdivia N°440, Los Ángeles.

Arriendo

## IX Región

**Ripley Temuco**  
Arturo Prat N°656, Temuco

Propia

**Ripley Portal Temuco**  
Av. Alemania N°0671, Temuco.

Arriendo

## XIV Región

**Ripley Valdivia Mall Plaza de Los Ríos**  
Arauco N°561, Valdivia.

Arriendo

## X Región

**Banco Ripley Osorno**  
Eleuterio Ramírez N° 978, Osorno

Arriendo

**Ripley Puerto Montt**  
Urmeneta N°580 TA, Puerto Montt

Arriendo

**Ripley Mall Paseo Costanera**  
Juan Soler Mafredini N°10,  
Puerto Montt

Arriendo

## XII Región

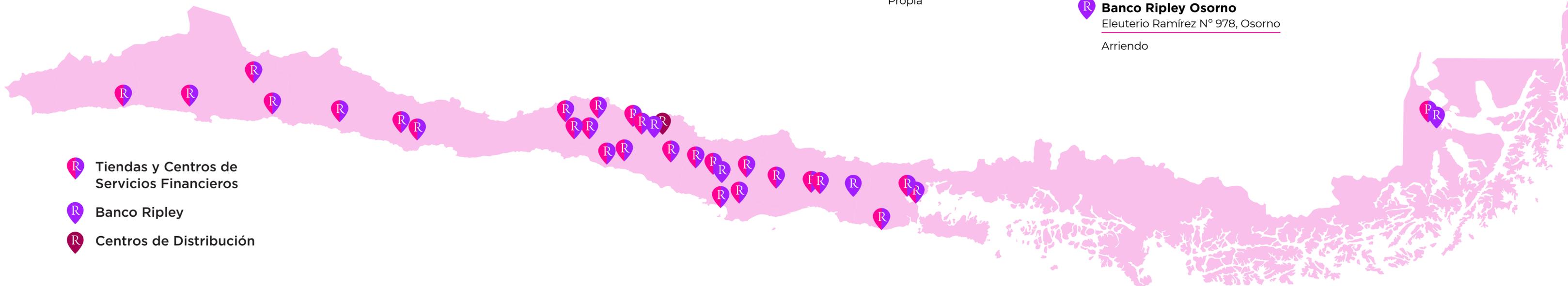
**Ripley Punta Arenas Espacio Urbano Pionero**  
Eduardo Frei N°01110, Punta Arenas

Arriendo

**R** Tiendas y Centros de Servicios Financieros

**R** Banco Ripley

**R** Centros de Distribución



## Activos y su vida útil

En Ripley Chile procuramos estar preparados frente a eventuales obsolescencias de edificios, instalaciones y equipos, adoptando decisiones en torno al tiempo que debe contar con ellos, así como respecto a su vida útil.

Los activos ubicados en propiedades arrendadas se deprecian en el plazo menor entre el contrato de arrendamiento y la vida útil económica estimada. El valor residual y la vida útil de los elementos de propiedades, planta y equipo se revisan anualmente y su depreciación empieza cuando los activos están en condiciones de uso. Los terrenos se registran de forma independiente de los edificios o instalaciones que puedan estar asentadas sobre los mismos, y se entiende que tienen una vida útil indefinida y, por tanto, no son objetos de depreciación.

Respecto de la depreciación, los elementos de propiedades, planta y equipo se deprecian siguiendo el método lineal, mediante la distribución del costo de adquisición de los activos menos el valor residual estimado entre los años de vida útil estimada de los elementos. Las vidas útiles asignadas se determinan a partir de un estudio técnico de uso de los bienes, de las clases de instalaciones, equipos de comunicación y seguridad, enseres, muebles y equipos que forman parte del rubro, otras propiedades, planta y equipos.



### Vida útil financiera

Edificios

**20-80 años**

Enseres y accesorios

**3-10 años**

Equipos de redes y comunicación

**4-8 años**

Equipos informáticos

**4-10 años**

Maquinarias

**3-30 años**

Mejoras en derechos arrendados

**5-33 años**

Otras propiedades, planta y equipo

**3-20 años**

# Nuestra estrategia de sostenibilidad



# Compromiso-R

**D**entro del marco de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y frente a los diversos desafíos locales y globales relacionados con la sostenibilidad, en Ripley Chile hemos desarrollado Compromiso R. Esta iniciativa tiene como meta guiar la gestión de la Compañía a través de un propósito definido, fomentando un equilibrio entre los aspectos económicos, sociales y medioambientales. Con una perspectiva transversal sobre los impactos en nuestros distintos grupos de interés, Compromiso R se hace cargo de iniciativas concretas que impactan a las personas y su entorno, así como una proyección estratégica de las operaciones a largo plazo.

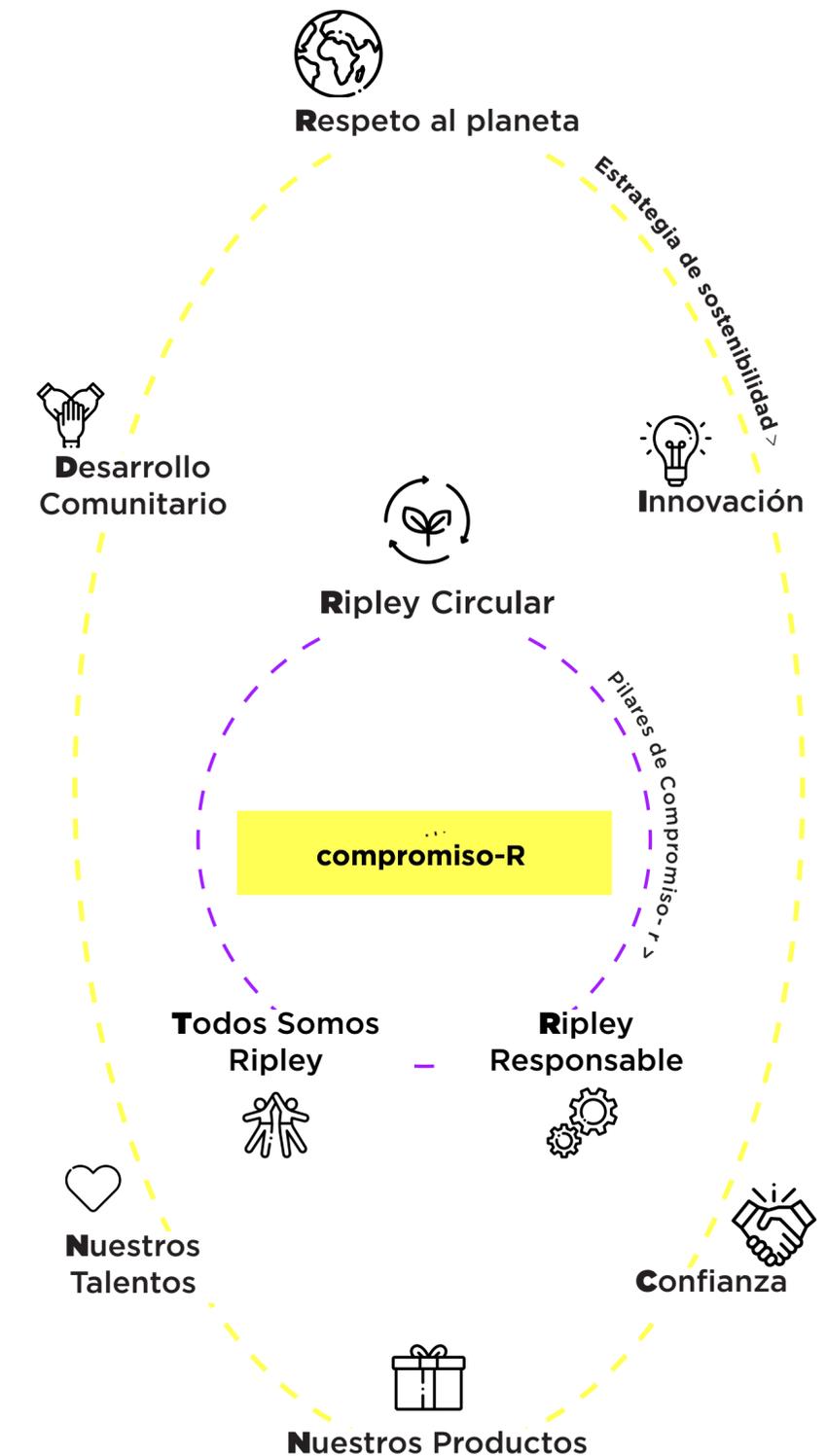
Nuestro desafío consiste en ser una compañía sostenible en todos los aspectos, desde los productos y servicios hasta la cadena de valor completa. Nuestro enfoque de gestión impulsa la economía circular, abarcando desde las materias primas hasta el packaging. Buscamos constantemente gestionar los residuos y utilizar materias primas certificadas, garantizando el uso responsable de los recursos naturales; midiendo y gestionando de manera eficiente nuestra huella de carbono.

Compromiso-R se alinea con los pilares de la estrategia de sostenibilidad de la empresa con tres focos:

**Ripley Circular**  
 + Programas o iniciativas que incorporan una mirada circular en los procesos y productos / servicios.

**Ripley Responsable**  
 + Iniciativas que buscan impulsar una cadena de valor responsable con las personas y el entorno.

**Todos Somos Ripley**  
 + Programas que promueven una mirada inclusiva y diversa en la cultura corporativa y con nuestras comunidades, incluyendo iniciativas en materia de diversidad y voluntariado corporativo.



# Ripley Circular

**B**uscamos minimizar nuestro impacto en el medio ambiente, fomentando prácticas de economía circular para reducir el consumo de recursos, promover la reutilización para prolongar la vida útil de los productos, y mitigar la generación de residuos mediante su reintegración al ciclo productivo. Nuestra gestión se sustenta en tres líneas principales:

**1** Diseñar y elaborar productos de marca propia, con menor impacto ambiental potenciando atributos o procesos más sostenibles en cada categoría .

**2** Reducir y cambiar la materialidad del packaging incluyendo trazabilidad por tipo de residuo para una mejor gestión.

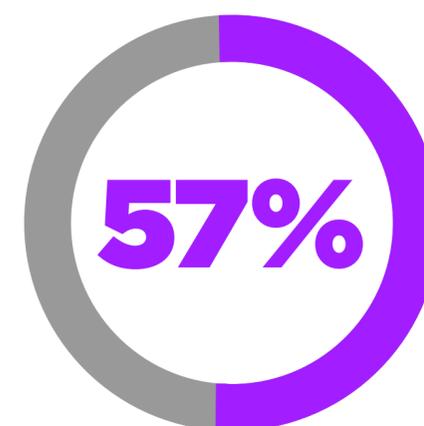
**3** Fomentar la implementación de prácticas circulares en los distintos procesos de negocio, mediante capacitación de los diversos equipos.

## Todos nuestros productos de vestuario de marca propia tendrán algún atributo sostenible de aquí al 2026.

Nos hemos propuesto avanzar de manera concreta en el camino de la sostenibilidad, por ello, como parte de nuestras metas ambientales nos comprometimos a que el 100% de los productos de vestuario marca propia incorporen al menos un atributo sostenible certificado por un organismo internacional o a ser parte de alguna iniciativa global hacia el 2026. Con este fin, hemos establecido un sistema de medición y seguimiento que nos permite evaluar el progreso y asegurar que cada división y ventana de compra cumpla con las metas establecidas. Esta iniciativa cuenta con la colaboración activa de ambos países y de la oficina de Hong Kong para la implementación de prácticas sostenibles desde el diseño hasta la producción de nuestras marcas; buscando incentivar a nuestros proveedores y fabricantes en la adopción de prácticas más sosteni-

bles. Además, nos permite colaborar con organizaciones y entidades internacionales que están impulsando iniciativas globales para una industria más sostenible.

Porcentaje de avance  
al 2023



Conoce más en nuestro capítulo

**6**

¡Todos Reciclamos Awards!:

**1er lugar**

categoria Mejor  
Reducción de  
Impacto

Este año recibimos el premio a la “Mejor reducción de impacto” por el proyecto de economía circular de textiles, centrado en el modelo de reutilización y reciclaje junto a Ecocitex y Coaniquem, Este reconocimiento destaca las iniciativas sustentables de la industria que promueven el aumento de la recuperación de residuos y disminuyen su generación e impacto.

Conoce más de nuestros  
premios y reconocimientos  
en el capítulo

**1**

## Proyectos destacados



Línea de gestión: Reduce

### Eliminación de entrega de bolsas compostables

Principales objetivos:



Reducir residuos plásticos



Fomentar hábitos de consumo sostenibles



Ahorro económico

#### Descripción del proyecto:

El proyecto de eliminación de entrega de bolsas plásticas compostables en los puntos de retiro en tienda, se enfoca en reducir la generación de residuos plásticos al final de la cadena de suministro, integrar a nuestros clientes como agentes activos en la gestión de los recursos y generar ahorro en la compra de este insumo.

Desde septiembre de 2023 los clientes son informados a través de un mensaje al momento de su compra online, promoviendo que traigan su bolsa reutilizable para llevar sus compras retiradas en tienda.

#### Principales resultados 2023:

**22.938 kg.**

Total de plástico no comprado

**CLP\$105 millones**  
disminuido Ahorrado en inversión

**764.000**

bolsas no compradas



Línea de gestión: Reduce

### Disminución de etiquetas en prendas

Principales objetivos:



Reducción de residuos



Ahorro económico

#### Principales resultados 2023:

**33%**

Cantidad de papel ahorrado

**USD\$ 580.000**

Ahorrado en inversión

\*Estimación en base a 350 gramos por muestra y usando el 2021 como referencia.

#### Descripción del proyecto:

Mejoramos nuestro etiquetado textil con cambios que abarcan desde la unificación de información normativa a una sola etiqueta, hasta la elección de materiales que van en línea con nuestra estrategia de circularidad. Adicionalmente, nos hicimos cargo de la utilización de materiales en las etiquetas, priorizando las que faciliten el reciclaje y reduzcan los desechos.

Línea de gestión: Reutiliza

## Reutilización de piochas de seguridad

Principales objetivos:



Reutilización de residuos



Ahorro económico

### Descripción del proyecto:

En línea con nuestro Compromiso-R, administramos de manera sostenible nuestros recursos. Comenzamos con la venta de piochas usadas lo que nos permitió reinsertar en el ciclo más de 62 toneladas de piochas de seguridad. Además, este año sumamos una nueva iniciativa: la reutilización de piochas dentro de nuestra operación Redex, pudiendo reutilizar 4,5 toneladas de piochas de productos que salen del Centro de Distribución directamente a clientes, logrando un total de 66,5 toneladas de piochas reutilizadas en 2023.

Principales resultados 2023:

# 66,5 tons de piochas

Reutilizadas en 2023, incluyendo al CD.

# CLP\$123 millones

por concepto de venta de piochas usadas.



### Descripción del proyecto:

Para la creación de una nueva colección, nuestros equipos reciben variadas muestras de prendas como parte del proceso de diseño, fabricación y selección de prendas de vestir. Desde 2017 estas muestras tienen una segunda oportunidad y son entregadas a fundaciones para darles una segunda vida y recaudar fondos para sus programas, generando un impacto positivo en lo social y ambiental. Adicionalmente generamos un ahorro económico en la gestión de estos residuos al alargar su vida útil.

**Donación de muestras que están en perfectas condiciones:** En 2023 hemos donado 40.265 unidades a Fundación Coaniquem y Debra, lo que equivalen a 10.969 kilos de textil reutilizado. Con este aporte Fundación Debra logro financiar el 100% del costo anual en exámenes y procedimientos médicos y material y en COANIQUEM a la fecha hemos financiado 1.340 curaciones.

**Donación de muestras que no están en perfectas condiciones:** En 2023, hemos donado 592 kilos de textiles a Fundación Entre Tribus quienes, junto con otras telas traídas de África, los convierten en productos como morrales, estuches, cojines, los que luego son comercializados en tienda online y en Ripley.com. Hasta la fecha, el aporte de Ripley se ha convertido en 193 atenciones dentales en África (Sichili, Zambia).

Línea de gestión: Reutiliza

## Reutilización de muestras textiles

Principales objetivos:



Reutilización de residuos



Aporte social a las fundaciones



Ahorro económico

Principales resultados 2023:

# 11.561 kg.

De muestras donados

# 40.265

Unidades de muestras donadas en perfectas condiciones

# 385

Curaciones financiadas en COANIQUEM

# 47

Pacientes con Epidermolisis Bulosa Distrófica de Debra beneficiados con Tratamientos Médicos Integrales gratuitos\*

\*Atención Médica a Pacientes Distrófica: \$240.000 mensual (valor referencial)



Línea de gestión: Reutiliza

## Reutilización de conos de cartón de Stretch Film

Principales objetivos:



Reutilización de residuos



Beneficio económico

### Descripción del proyecto:

En agosto de 2023, establecimos un acuerdo con nuestro proveedor de Stretch Film Inversol para la reutilización de los tubos de cartón que contienen el film, dándoles una segunda vida y contribuyendo a la sostenibilidad de nuestra cadena de suministro. Este proyecto ha generado beneficios económicos al establecer un modelo de reutilización rentable con el proveedor y al mismo tiempo ha tenido un impacto positivo en el medioambiente.

Principales resultados 2023:

**9.300**

tubos de cartón reutilizado

**2,8 tons**

de cartón reutilizado



Principales resultados 2023:

**12 toneladas**

de residuos textiles reconvertidos  
mediante economía circular

**69,6 tCO<sub>2</sub>e**

mitigadas desde 2020\*

\*Factor de conversión: 1 tonelada de textil reciclado mitiga 5,8 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente, de acuerdo a estudio realizado por la Universidad de Santiago de Chile (USACH).

Línea de gestión: Recicla

## Fomento de negocios con foco en la economía circular

Principales objetivos:



Reducción de impacto  
ambiental



Apoyo a la economía  
local

### Descripción del proyecto:

En línea con nuestro plan de circularidad en productos y procesos, desde 2020, trabajamos en colaboración a Ecocitex en distintos pilotos que nos han permitido aprender y formalizar un modelo de negocios circular pionero en el país, aumentando el uso del textil y transformando los desechos en nuevos productos. Durante este año lanzamos la iniciativa "El mejor textil es el que ya existe" donde lanzamos productos disponibles en 10 tiendas y ripley.com. Estos productos además son generados con un bajo impacto ambiental ya que no utilizan agua ni tinturas en el proceso.



### Principales resultados 2023:

**14,2 toneladas**  
recuperadas de plástico polietileno

**478,3 toneladas**  
de cartón, madera, colgadores, film  
y piochas recuperadas

Línea de gestión: Recicla

## Proyecto de reciclaje en nuestras tiendas y centro de distribución Rede

Principales objetivos:



**Reciclaje de residuos**

### Descripción del proyecto:

Hemos focalizado nuestros esfuerzos en aumentar la cantidad y la amplitud de los insumos gestionados, sumando este año el polietileno al listado de 2022 (cartón, madera, colgadores y film). Desde abril 2023, comenzamos a recuperar las bolsas de plástico polietileno con que llegan embolsados los productos que comercializamos, bolsa que no se puede eliminar por razones operacionales. La recuperación la hacemos desde tiendas a través de un proceso de logística inversa y sumándose a lo acopiado en el centro de distribución, para luego ser gestionadas por nuestro gestor Greendot, que aplica el pretratamiento correspondiente a este residuo para posteriormente ser reciclado.



Línea de gestión: Recicla

## Reciclaje de equipos electrónicos

Principales objetivos:



**Reciclaje de residuos electrónicos**

### Descripción del proyecto:

Hemos reciclado a través de DEGRAF, gestor de residuos, más de 17 toneladas de residuos electrónicos de uso interno que ya terminaron su vida útil al no poder ser reparados o reacondicionados.

Esto incluye equipos de POS (cajas de tiendas), PC de escritorio, monitores, accesorios como placas, cables y fuentes dañadas.

### Principales resultados 2023:

**17 toneladas**  
de residuos electrónicos reciclados



Línea de gestión: Recicla

## Reciclaje de productos de gran volumen

Principales objetivos:



**Aporte social a fundaciones**



**Reciclaje de residuos**

### Descripción del proyecto:

Generamos una alianza con Puelche Servicios Ltda (Mayday) con el fin de implementar un servicio de reutilización y reciclaje de productos de gran volumen como muebles y electrodomésticos, que ofrecemos a nuestros clientes. Con esta alianza entregamos a Coaniquem aquellos que están en buen estado para su reutilización y los que no, se destinan a empresas especialistas en reciclaje.

### Principales resultados 2023:

**183.174** kilos  
de productos reciclados

**18**  
curaciones financiadas en COANIQUEM

# Ripley Responsable

Este ámbito de Compromiso-R abarca todas las estrategias que Ripley Chile desarrolla en materia de producción responsable, incluyendo el apoyo a emprendedores/as y la educación financiera.

**1 Fomentar** en toda la cadena de suministro prácticas laborales y ambientales que se alineen a nuestra estrategia de sostenibilidad.

**2 Ser parte activa y voluntaria** de los cambios impulsados por distintos actores nacionales en la industria, yendo más allá de la normativa legal.

**3 Comunicación de nuestras iniciativas** sostenibles y de nuestros compromisos por los distintos canales disponibles.

## Proyectos destacados

Línea de gestión: Participación activa

### Incorporación voluntaria a Acuerdos de Producción Limpia (APL)

Principales objetivos:



**Reducción de residuos**



**Alianzas público-privadas**

### Descripción del proyecto:

Porque queremos ser parte activa de los cambios en nuestra industria, hemos adherido voluntariamente a Acuerdos de Producción Limpia (APL) e iniciativas articuladas por el sector público en donde participan distintas empresas que contribuyen al desarrollo sostenible.

**APL Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) nuevo sello:** Después de cumplir el 100% de las acciones y metas comprometidas, estamos autorizados para usar el Sello que certifica el cumplimiento de Ripley del APL para el sector de aparatos eléctricos y electrónicos, confirmando su compromiso con procesos responsables con foco en la economía circular.

**Participación en comité de Transformación de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (TRAEE):** En línea con el APL de Residuos de Aparatos Eléctricos y

Electrónicos (RAEE), somos parte del comité TRAEE, con el objetivo de avanzar en la constitución de un Sistema Integrado de Gestión Colectivo para los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos y pilas (productos prioritarios de la Ley REP).

**APL Packaging Sostenible para e-commerce:** En octubre de 2023 nos sumamos a este APL que tiene por objetivo desarrollar estrategias que se enfoquen tanto en reducir los embalajes utilizados en el comercio electrónico, como en introducir aspectos de economía circular en su ciclo de vida.

**APL Textiles:** Casi en paralelo al APL de packaging de e-commerce, nos sumamos al APL de textiles, que busca mejorar la información base del sector para una futura regulación de textiles, lo que es significativo para nuestro negocio ya que la fabricación de vestuario marca propia es uno de los ejes centrales de nuestra cadena de valor.

## Principales resultados 2023:

### Obtención Sello RAEE





## compromiso-R

comprometidos con el bienestar  
del planeta y las personas

INICIO

NOVEDADES

¿QUÉ ES COMPROMISO R?

NUESTROS COMPROMISOS

META 2026

NUEVO MENÚ RIPLEY SOSTENIBLE

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD



Línea de gestión: Transparencia y comunicación

### Nueva Categoría Ripley Sostenible en Ripley.com

Principales objetivos:



**Mejora de la experiencia  
a cliente**

### Descripción del proyecto:

En noviembre 2023 lanzamos la categoría Ripley Sostenible en Ripley.com para que nuestros clientes puedan encontrar de forma fácil, rápida y en un solo lugar, nuestras marcas y productos que cumplen con algún criterio de sostenibilidad. Esto se suma a nuestro sitio de sostenibilidad donde pueden conocer nuestras iniciativas y compromisos sostenibles de modo de fomentar la transparencia de nuestras acciones y mejorar la experiencia a cliente en término de accesibilidad a productos y servicios sostenibles.

Línea de gestión: Fomento de la sostenibilidad en la cadena de suministro

### Código de ética para fábricas de marcas propias

Principales objetivos:



**Gestión responsable de  
la cadena de suministro**

### Descripción del proyecto:

Con el fin de ampliar nuestra responsabilidad a toda nuestra cadena de valor y ser generadores de cambios en nuestra industria, en Ripley definimos un Código de Conducta y Ética de Negocios (“Vendor Code of Business Conducts and Ethics”), que enviamos a cada proveedor internacional. Con su firma, cada aliado comercial toma un compromiso formal, con su entorno laboral y medioambiental. Durante el segundo semestre de 2023, comenzamos a implementar un plan de auditorías a proveedores de marca de fabricación propia, para el cumplimiento de criterios sociales y ambientales realizado por la empresa externa QUIMA, bajo el estándar Smeta2 pillar.

Con este nuevo protocolo esperamos implementar controles y acciones concretas de cara a las prácticas de nuestros proveedores de Oriente, que se alineen con nuestra estrategia de sostenibilidad.

### Principales resultados 2023:

**117**

Proveedores adheridos a nuestro Vendor Code of Business Conducts and Ethics

**57%**

Proveedores auditados



Cumplimiento normativo

### Adherimos al Gran Sistema de Gestión Colectivo (GRANSIC) RESIMPLE

Principales objetivos:



**Gestión responsable de  
envases y embalajes**

### Descripción del proyecto:

En el Marco de la Ley REP, adherimos al Gran Sistema de Gestión Colectivo RESIMPLE para así poder cumplir con esta normativa para el sector (o producto prioritario) de Envases y Embalajes. Parte de nuestra gestión es declarar las toneladas de residuos de envases y embalajes producidos por nuestra marca propia, productos de primera importación e insumos para la operación. Por otro lado, demostrar a través de documentos tributarios la gestión que realizamos respecto a ellos.

Línea de gestión: Participación activa

## Programa Better Cotton - Retail Corp.

Principales objetivos:



**Gestión responsable de la cadena de suministro**

### Descripción del proyecto:

En Ripley, queremos contribuir a que el cultivo y producción y del algodón sea responsable con el medio ambiente y las personas. El algodón es una de las fibras más utilizadas en moda, por ello, nuestra empresa es miembro del programa de algodón sostenible más grande del mundo: Better Cotton, con el cual aportamos a la reducción del impacto ambiental, la mejora en la calidad de vida y el desarrollo económico en las zonas productoras de algodón.

### Principales resultados 2023:

# 1,2 tons

de abastecimiento de algodón Better Cotton en la producción textil en 2023. (2,8 ton. acumuladas al 2023)

# 1.349 Millones de litros

Ahorrado en consumo de agua (acumulado a 2023)

# 861,14 kl

Evitados en uso pesticidas (acumulado a 2023)

# USD\$660.207

Ganancias de comunidades algodoneras (acumulado a 2023)



Línea de gestión: Educación Financiera

## Programa Corta y Clara

Principales objetivos:



**Inclusión Social**

### Descripción del proyecto:

Creemos que la educación financiera de las personas en los países en los que estamos presentes resulta fundamental. A través del programa “Corta y Clara”, desde 2018 se difunden materias en torno a la seguridad, productos y servicios bancarios, y adecuado manejo de las finanzas personales. También se brinda información sobre los tipos de estafas más comunes y las medidas a tomar para evitarlas, abordando temas como: cajeros automáticos, cuidado de claves, fraudes por WhatsApp, Phishing y Smishing. Este año fuimos más allá, impactando a más de 600 estudiantes de educación superior de Duoc UC Plaza Vespucio a través de talleres del atractivo juego Financity liderado por voluntarios de Banco Ripley y Duoc UC.

### Principales resultados 2023:

# 13.316.377 personas

impactadas con campañas comunicacionales

# 600 estudiantes

de educación superior participaron de talleres

Conoce más en nuestro capítulo

# 6

# AENOR

## GESTIÓN DE LA CALIDAD

### ISO 9001

Línea de gestión: Eficiencia energética

## Certificación ISO 50001

Principales objetivos:



**Gestión responsable de la cadena de suministro**

### Descripción del proyecto:

Para Ripley, el consumo de energía representa una parte importante de los costos operativos. Por ello, en línea con la tendencia a reducir el consumo de energía, la compañía ha venido innovando y desarrollando su Sistema de Gestión de Energía (SGE) de la mano de Colbún. Así es como este 2023 Ripley se convirtió la primera empresa del área de retail en Chile en certificar este sistema en todas sus instalaciones bajo la norma ISO 50001:2018.

A partir de la incorporación de Soluciones Energéticas, contamos con sistemas y procesos necesarios para mejorar el desempeño energético, contribuyendo a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y disminuyendo el costo de la energía, así como otros impactos ambientales y económicos relacionados. Esto ha permitido a Ripley reducir considerablemente su consumo y gasto energético, equivalente a un 9% del consumo anual, y sobre todo en horarios nocturnos, de no atención a clientes.

Línea de gestión: Eficiencia energética

## Energías renovables y colaboración con Colbún

Principales objetivos:



**Uso responsable de recurso**

### Descripción del proyecto:

En Ripley hemos desarrollado una Estrategia de Sostenibilidad que ha impactado positivamente en su abastecimiento y eficiencia energética, aumentando el mayor nivel de suministro con energías renovables, que representa el 67% de su matriz eléctrica.

Gracias a este suministro de energía renovable, el cual es certificado a través de la emisión de un International Renewable Certificate (I-REC), Ripley ha dejado de emitir 15.030 tCO<sub>2</sub> anuales, equivalentes a sacar de circulación más de 4 mil autos y plantar 143 mil árboles en un año. Este avance está en línea con la Estrategia de Sostenibilidad de la empresa, que busca, entre otras cosas, reducir los impactos del negocio y aportar en la mitigación del cambio climático desde su propósito corporativo: mejorar la calidad de vida de las personas.

# Todos Somos Ripley

Este ámbito incluye iniciativas en materia de diversidad y voluntariado corporativo.

Línea de gestión: Cultura de la Diversidad

## Programa de Diversidad e Inclusión: Yo Soy Diferente Igual Que Tú - Ripley Chile

Principales objetivos:



**Inclusión y Diversidad**

### Descripción del proyecto:

Durante 2023 relanzamos nuestro grupo de afinidad “Yo Soy Diferente, Igual que Tú”, en el que más de 35 colaboradores comparten sus puntos de vista y desarrollan iniciativas que nos permiten seguir fortaleciendo nuestra cultura inclusiva y diversa. Además, nuevamente fuimos parte de la Expoinclusión para así promover la inclusión de personas con discapacidad. Y porque nos gusta compartir buenas prácticas y aprender de otras industrias y empresas, como parte de la Red de Empresas Inclusivas de Sofofa fuimos empresa mentora del equipo de D&I de Duoc UC, donde compartimos nuestra experiencia en la comunicación y gestión de la diversidad; y fuimos guiados por P&G y Medtronic en instalaciones de género neutras y beneficios para la comunidad LGBTQ+ en el contexto de la red Pride Connection.

Línea de gestión: Cultura de la Diversidad

## Mujeres Imparables

Principales objetivos:



**Inclusión y Diversidad**

### Descripción del proyecto:

Desarrollamos distintas iniciativas para potenciar el empoderamiento y liderazgo de las mujeres líderes de Ripley y Banco Ripley. Este 2023 dimos el kick off oficial al Programa de Mentorías, en colaboración con WoomUp donde participaron 36 mujeres talentos de la Compañía.

A esto se suma el diagnóstico de la Norma 3262 de Gestión de igualdad de género y conciliación de la vida laboral, familiar y personal, que realizamos en nuestras oficinas corporativas, centro de servicio y tienda Parque Arauco. Comunicacionalmente entregamos mensajes claros y potentes para el 8M y el 25N, acompañado de charlas para todos nuestros equipos y en el día contra la violencia de género, instalamos stickers en los baños de todas nuestras instalaciones, con los números telefónicos donde las personas pueden denunciar violencia de género.

Línea de gestión: Cultura de la Diversidad  
**Semana de la Diversidad  
Corporativa**

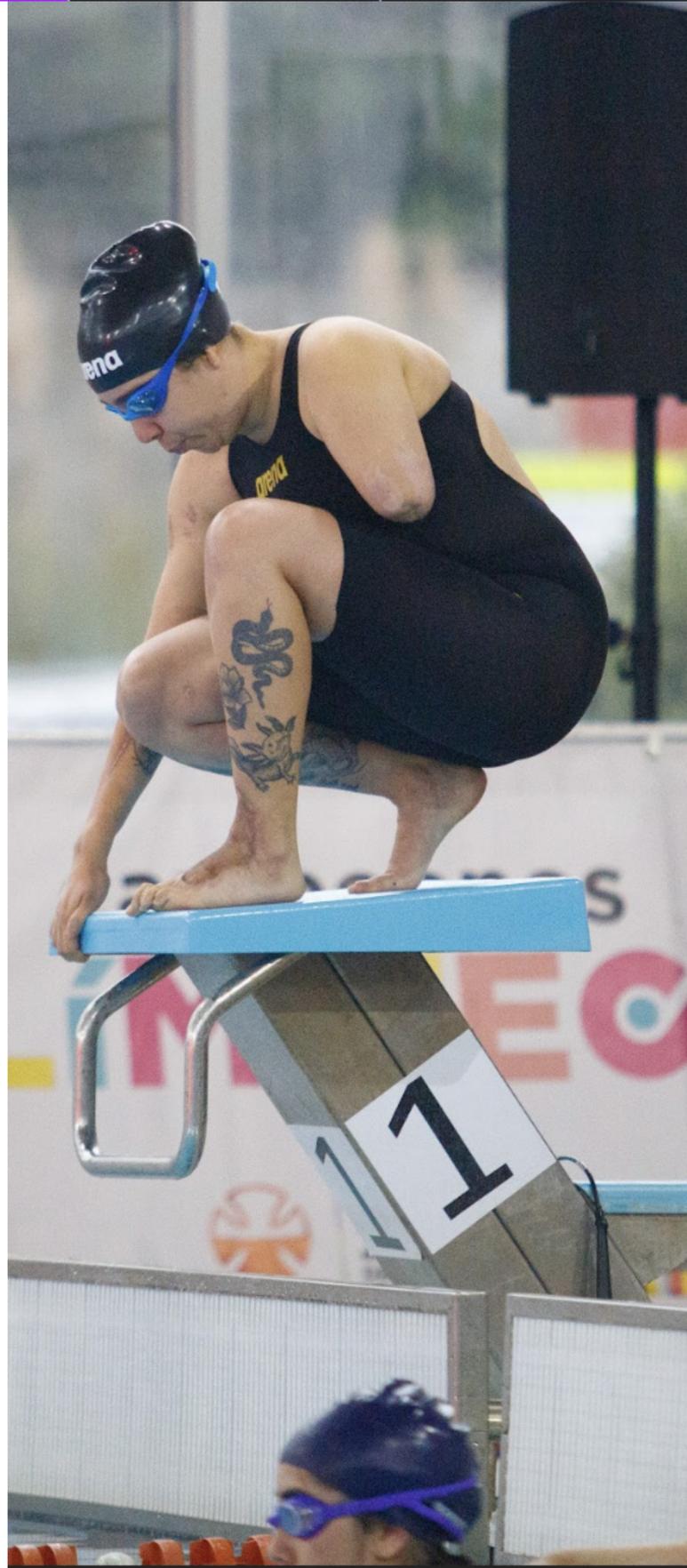
Principales objetivos:



**Inclusión y Diversidad**

**Descripción del proyecto:**

Decidimos llevar nuevamente este tema a la acción con nuestra Semana de la Diversidad, donde conversamos sobre cómo vivimos la diversidad y la inclusión, y destacamos nuestra forma de relacionarnos con la comunidad LGBTI+, personas mayores, personas con discapacidad, entre otros grupos de la diversidad. Todo esto a través de charlas y paneles de conversación, las que realizamos de manera corporativa, llevando este mensaje a Chile.



Línea de gestión: Cultura de la Diversidad y Calidad de vida

**Campeones Sin Límites y Proud  
Supporter de Santiago 2023**

Principales objetivos:



**Inclusión y Diversidad**



**Aporte social a fundaciones**

**Descripción del proyecto:**

Por primera vez llevamos a cabo “Campeones Sin Límites” -organizado por Ripley, Teletón y Canal 13-, que reunió a 420 deportistas paraolímpicos de Teletón. Se desarrolló en Antofagasta, Coquimbo, Santiago y Temuco y logró visibilizar el deporte paralímpico y mostrar el camino que recorren los deportistas de Teletón para desempeñarse en las diferentes disciplinas. 200 colaboradores fueron voluntarios/as en las cuatro ciudades donde se desarrolló el torneo.

También fuimos colaboradores de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023, como Proud Supporter, colaborando en la entrega de recursos utilizados para la ejecución de los Juegos, así como en uniformes para el equipo organizador y voluntarios del evento deportivo.

Línea de gestión: Voluntariado Corporativo

**Ripleytón: Nuestro compromiso  
con la Teletón**

Principales objetivos:



**Inclusión y Diversidad**



**Aporte social a fundaciones**

**Descripción del proyecto:**

Teletón ha sido una alianza crucial para Ripley al tener un compromiso durante todo el año, llevando el voluntariado a 13 ciudades donde nuestras tiendas están presentes en Chile. En 2023, fortalecimos este vínculo con activaciones y programas como: Verano Teletón, Manos a la obra Teletón, Campeones sin Límite y Acompañamiento en los Institutos Teletón. A esto se suma la campaña anual de recaudación donde nuestros equipos se unen para recaudar fondos para donar a la campaña.

Conoce más en nuestro capítulo

**5**

**Principales resultados 2023:**

**317 personas**

Participaron de nuestro programa de voluntariado

**1.362 hrs**

de voluntariado



Línea de gestión: Voluntariado Corporativo  
**COANIQUEM**

Principales objetivos:



**Voluntariado**



**Aporte social a  
fundaciones**

**Descripción del proyecto:**

Nuestros equipos se han sumado a través de diversos voluntariados para aportar a COANIQUEM. Entre las acciones realizadas está el acompañamiento a pacientes y sus familias en Santiago, Concepción y Puerto Montt, la participación como recaudadores en la colecta nacional que anualmente COANIQUEM realiza en las calles de las principales ciudades del país y la asesoría profesional de nuestro equipo de Visual que contribuyó con técnicas de mejora en la exhibición en las tiendas solidarias, entregando herramientas y útiles consejos para hacer más atractiva la distribución.

Conoce más en nuestro capítulo

**5**

**Principales resultados 2023:**

**31 colaboradores**

Participaron de nuestro programa de voluntariado

**74 hrs.**

de voluntariado.

Línea de gestión: Capacitaciones Sostenibles

**Economía circular y EcoDiseño -  
Retail Corp.**

Principales objetivos:



**Capacitación y formación  
en sostenibilidad**

**Descripción del proyecto:**

En Ripley buscamos reducir la generación de desechos desde el diseño de los productos. Por eso realizamos capacitaciones en Economía y EcoDiseño Circular a los equipos de diseño y compras de Chile con el fin de entregarles herramientas para nuestros productos de marcas de fabricación propia. La implementación de estas acciones busca generar un cambio cultural en la organización y en nuestra cadena de valor, aportando al cumplimiento de las metas para un Ripley más Circular.

**Principales resultados 2023:**

**83 personas**

Capacitadas en economía circular

**157 hrs**

de capacitación totales



### Línea de gestión: Capacitaciones Sostenible

## Sellers en sostenibilidad

Principales objetivos:



**Capacitación y formación en sostenibilidad**

### Descripción del proyecto:

Durante el 2023 capacitamos a nuestros Sellers en materia de sostenibilidad de modo de poder transmitirles las oportunidades y desafíos que representa para el negocio, más allá del impacto que este tema tiene para la sociedad. Adicionalmente, presentamos nuestro Programa de Sostenibilidad Compromiso-R, los atributos y certificaciones con las que actualmente trabajamos para empezar a motivar su inclusión en los catálogos de venta.

### Principales resultados 2023:

# 13 sellers

Capacitados

Línea de gestión: Capacitaciones Sostenibles

## Capacitación Ley REP

Principales objetivos:



**Capacitación y formación en sostenibilidad**

### Descripción del proyecto:

Durante el 2023, en concordancia con la Ley REP (Responsabilidad Extendida del Productor), llevamos a cabo capacitaciones a diversos equipos de la empresa. Desde Redex hasta equipos comerciales y tiendas, abordamos los impactos generales y específicos de la ley, revisando la gestión actual de residuos para identificar oportunidades de mejora. Además, se proporcionó información detallada sobre los costos asociados a la implementación de la normativa, asegurando una comprensión integral y la preparación necesaria para cumplir con los requisitos establecidos.

### Principales resultados 2023:

# 400

personas

# 50 hrs

de capacitación totales

## Alianza con COANIQUEM

La alianza con COANIQUEM es una expresión concreta de nuestro compromiso con la responsabilidad social y ambiental. A través de diversas iniciativas, desde donaciones hasta el voluntariado corporativo, buscamos contribuir a la labor de COANIQUEM y reducir nuestro impacto ambiental. Además, el programa de suscripción socios vía PAT de Banco Ripley (pago automático tarjeta) demuestra nuestro enfoque innovador para involucrar a nuestros clientes en acciones solidarias de manera sostenible.



Conoce esta y otras alianzas en el capítulo

# 1

# Nuestro aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

**C**onsolidamos una Estrategia de Sostenibilidad con líneas claras en los ámbitos medioambiental, social y de gobernanza (ESG). Entre los aspectos más destacados se encuentran la ética empresarial, el desarrollo del talento, la diversidad e inclusión, la innovación y las iniciativas que buscan generar un impacto positivo en el planeta y las personas a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos en 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU), tienen el propósito de lograr un futuro mejor y más sostenible para todos.

Para asegurar un compromiso efectivo y demostrar resultados tangibles, nuestra Estrategia de Sostenibilidad se estructura en 6 ejes de acción, aborda 6 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y asume 17 compromisos.

6

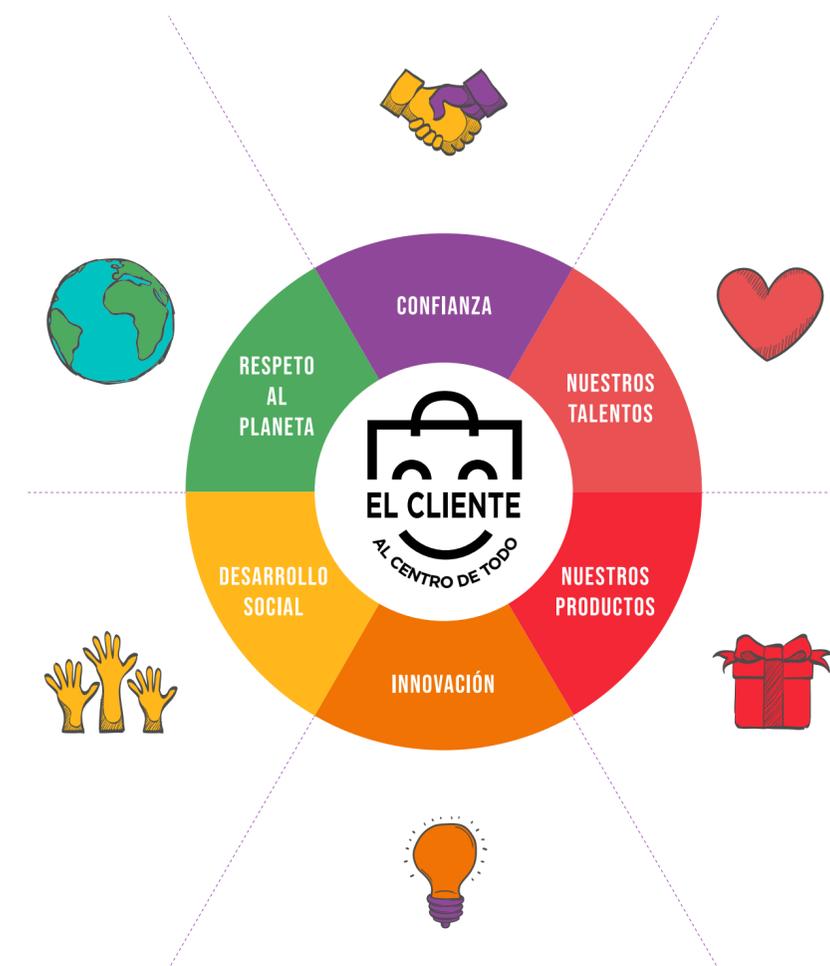
Ejes de acción

17

Compromisos para mejorar nuestro impacto

6

Objetivos de Desarrollo Sostenible



# Compromiso activo con los ODS

**Nuestra visión de sostenibilidad apunta a demostrar con metas concretas y medibles el compromiso con estas temáticas sociales, ambientales y de gobierno corporativo.** Tenemos la convicción de que respetar y proteger el medio ambiente o ayudar a las comunidades en las que estamos presentes es parte de una empresa moderna y de vanguardia. Y esto es ir más allá de las normativas. Asumimos la responsabilidad de escuchar a los clientes que ya no solo valoran una gestión ambiental o social proactiva, sino que la exigen.



## Confianza

Hacemos las cosas bien, resguardando contar con una gestión ética robusta, con seguridad de la información y trazabilidad de nuestras operaciones.

### Compromisos:

- Promover una gestión ética y transparente en la relación con todos nuestros grupos de interés.
- Velar por la seguridad de información de nuestros clientes y proveedores en toda nuestra cadena de valor.



## Nuestros talentos

Miles de colaboradores hacen realidad nuestra propuesta de valor. Queremos que todos quienes forman parte de Ripley se sientan orgullosos de ser parte de la empresa. Que nos elijan para crecer, desarrollarse profesionalmente y alcanzar sus sueños.

### Compromisos:

- Entregar una experiencia laboral donde prime la calidad de vida, el desarrollo de talentos y la excelencia.
- Cultivar un clima laboral abierto, sin barreras, fomentando relaciones basadas en el respeto y retroalimentación.
- Velar por relaciones laborales abiertas y basadas en la confianza



## Nuestros Productos

Nos esforzamos por comprender y conectarnos con nuestros consumidores, ofreciendo productos y servicios que satisfagan sus aspiraciones y necesidades

### Compromisos:

- Contar con un mix de productos y servicios para todos, que refleje la diversidad de nuestros consumidores.
- Fomentar la omnicanalidad, acercando nuestra propuesta de valor a las necesidades de nuestros clientes.
- Contar con una cadena logística eficiente y responsable.



## Innovación

Elegimos romper paradigmas. Impulsamos un espíritu emprendedor dentro de nuestros equipos para abordar la evolución de nuestro negocio y ofrecer una propuesta de valor diferenciadora centrada en la experiencia de nuestros clientes, para asegurar que las ventas estén alineadas con una gestión eficiente y rentable.

### Compromisos:

- Promover una cultura del emprendimiento en nuestros colaboradores y cadena de valor.
- Crear espacios de Innovación al servicio de la experiencia.



## Desarrollo Social

Queremos ser un agente de cambio social, buscamos impactar positivamente en los lugares donde estamos presentes.

### Compromisos:

- Contribuir a la calidad de vida de nuestras comunidades, creando valor compartido.
- Promover el trabajo local, tanto para colaboradores como proveedores.
- Desarrollar una cadena de suministro socialmente responsable.



## Respeto al Planeta

Estamos conscientes que cuidar el Planeta es tarea de todos, por lo que nos comprometemos a impulsar una mirada circular en nuestros procesos y productos.

### Compromisos:

- Impulsar la Economía Circular, abordando todo el ciclo de vida de nuestros productos, desde la selección de materias primas hasta el diseño de envases sostenibles, para minimizar el impacto ambiental y fomentar la reutilización y el reciclaje.
- Reducir de manera sostenida nuestros residuos, implementando prácticas y procesos que minimizan el impacto ambiental y promoviendo una gestión responsable de los desechos.
- Medimos y gestionamos de manera activa nuestra huella de carbono. Estamos enfocados en comprender y reducir nuestro impacto en estos aspectos clave para promover prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente.
- Avanzar en el uso de materias primas certificadas en su origen, garantizando la sostenibilidad de los recursos naturales. Buscamos contribuir a la conservación de la biodiversidad y promover prácticas responsables en nuestra cadena de suministro.

# Definición de metas ESG

**E**n 2022, con el apoyo experto de consultores externos, implementamos el proyecto de definición de metas ESG. En el proceso participaron 63 líderes de 12 áreas de los negocios retail y financiero en Chile, agrupados en 4 mesas de trabajo: social, ambiental, gobernanza y finanzas sostenibles. En la oportunidad, se revisaron las operaciones actuales de la compañía dentro de sus ámbitos de acción, para plantear metas y compromisos que permitan gestionar la sostenibilidad.

Para todo lo anterior, se tuvo como punto de partida la legislación actual, los compromisos regulatorios y el benchmark de las industrias en las que participa la empresa. Gracias a este trabajo colaborativo, que continuó en 2023, se siguen compartiendo mejores prácticas y fortaleciendo una visión sostenible en la organización.

Durante este proceso, en 2023 ya hemos ido cumpliendo algunas de nuestras metas como, por ejemplo, presentar la primera Memoria Integrada de Ripley Chile y lograr que más de un 80% de nuestra energía provenga de fuentes renovables.

## Principales metas ESG

### Gobernanza:

#### 1. Gobernanza sólida



Nuestro compromiso se refleja en estructuras de liderazgo dedicadas a la sostenibilidad, finanzas, ética y riesgos, marcando el camino hacia la excelencia.

#### 2. Ética y Compliance



Consolidamos un enfoque ético y de cumplimiento que guía nuestras acciones, mediante el Modelo de Prevención del Delito definido, capacitaciones éticas y el firme cumplimiento de los Derechos Humanos en el ámbito laboral.

#### 3. Gestión de Riesgos



Con una matriz de riesgos actualizada y un monitoreo constante de ciberseguridad, avanzamos en una gestión proactiva que asegura la solidez y la seguridad de nuestras operaciones.

### Avance 2023

**4**  
directorios

Directorio Corporativo, Directorio Banco Ripley Chile.

**+ 15**  
comités al mes

Sostenibilidad, Finanzas, Ética, Riesgos entre otros

**85%**  
de los colaboradores  
Capacitados en materia de gestión ética

**0**  
incidentes  
en materia de cumplimiento de Derechos Humanos en 2023

**Nuevo modelo de prevención**  
en Ripley Chile, sumándose así al existente en Banco Ripley Chile

**Actualización periódica**  
de nuestra matriz de riesgos.

**Monitoreo y evaluaciones**  
continuas de los riesgos de  
Ciberseguridad.

# Principales metas ESG

## Sociales:

### 1. Educación Financiera

Impulsar a través de Programa de Educación Financiera Corta y Clara, el uso responsable de las finanzas, alcanzando 8 millones de vistas. Asimismo, este año nos propusimos ir más allá de nuestras agencias impartiendo innovadores talleres a jóvenes estudiantes.

### 2. Impacto en el empleo local en nuestras tiendas

Contribuir a la movilidad social a través de la generación del empleo local.

### 3. Auditoría bajo estándar SMETA

Al 2025 el 100% de nuestros proveedores críticos de producción de textil, calzado y accesorios de marca propia deberán cumplir el estándar SMETA 2-pillar Audit para la auditoría de ética de negocios e ISO 9.001 para producción.

## Ambientales:

### 1. Moda Sostenible

Al 2026 el 100% de nuestras marcas propias de vestuario de mujer, hombre, infantil y deporte contarán con al menos un material o proceso sostenible avalado por una certificación o una iniciativa global.

### 2. Packaging sostenible

Embalajes de calzado y accesorios de marca propia serán 100% de material reciclable de acuerdo al criterio incorporado en Vendors Manual.

### 3. Reducción de Emisiones GEI

Tomando como línea base el año 2022 tenemos como desafío ir reduciendo de manera progresiva nuestra huella de carbono.

## Avance 2023

**13 millones**  
de visitas en campaña de educación financiera

**+600 jóvenes impactados**  
con alianzas por la inclusión financiera

**85%**  
de los colaboradores reside en la comunidad donde operamos, en nuestras últimas dos tiendas inauguradas 2023

**57%**  
de nuestros proveedores críticos de producción de textil, calzado y accesorios de marca propia cumplió con el estándar SMETA 2-pillar Audit

**57%**  
de nuestras marcas propias de vestuario tienen un material o proceso sostenible avalado por una certificación o iniciativa global.

**100%**  
del packaging de calzado es de material reciclable

**Primera medición de huella de carbono,**  
para fijar nuestra línea base.

**Más del 67%** de la energía que utilizan nuestras instalaciones proviene de fuentes renovables.

# Relación con los grupos de interés y valor distribuido

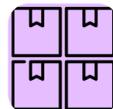
Un foco fundamental para el desempeño de la empresa y su relacionamiento con el entorno es la construcción de relaciones transparentes, duraderas y basadas en la confianza con todos sus grupos de interés, buscando generar valor económico, social y ambiental compartido. A continuación, se detallan los ámbitos abordados en 2023 por la organización para cumplir sus compromisos con los stakeholders.

## Identificación

Los siguientes son los públicos de interés con los cuales nos involucramos en las distintas líneas de negocio:



Accionistas



Proveedores



Clientes



Sociedad



Colaboradores



Reguladores y entidades sin fines de lucro



## Canales de comunicación y temas de interés

El siguiente cuadro sintetiza los canales empleados para mantener un contacto abierto, transparente y fluido con los públicos de interés.

Grupo de interés	Canales de información, escucha y diálogo	Temas y Orientaciones
<b>Accionistas</b> • Inversionistas institucionales e individuales	Juntas de Accionistas	Impulsamos una gestión ética, eficiente y rentable, que permita resguardar la toma de decisiones y cuide el patrimonio de los accionistas.
	Equipo de relación con inversionistas	
	Reportes financieros (Resultados Financieros trimestrales y memoria anual)	
	Página web inversionistas	
	Conferencias y reuniones con inversionistas	
<b>Clientes</b> • Clientes de tienda física y online • Sellers del marketplace • Clientes bancarios • Visitantes centros comerciales • Arrendatarios centros comerciales	Tiendas y sucursales físicas y online	Trabajamos para cumplir los sueños de las personas y mejorar la calidad de vida de quienes están en el centro de nuestras decisiones: los clientes, procurando asegurarles una experiencia memorable a través de todos nuestros puntos de interacción, gracias a nuestro servicio omnicanal.
	Redes Sociales	
	Canales virtuales: web y chatbot	
	Centros Comerciales	
	Centros de Atención al Cliente en tiendas y agencias	
	Ripley Fono y Libro de reclamaciones	
	Medios tradicionales: radio, prensa y televisión	
<b>Colaboradores</b> • Tiendas y sucursales bancarias • Centros de distribución • Back office • Sindicatos	Página web sostenibilidad	Queremos que quienes trabajan en Ripley encuentren en la empresa un lugar para cumplir sus sueños y los de sus familias. Nuestro desafío es seguir aportando a su calidad de vida y crecimiento laboral.
	Intranet (Portal Personas)	
	Cápsulas de información	
	Newsletters, Murales y Pantallas digitales	
	Mailing	
	Redes sociales (Instagram, Facebook y workplace)	
	Teams/ Espacio de trabajo presenciales	
Comités y mesas de diálogo		
Encuestas de clima internas		
Reuniones presenciales de tiendas / gerencias		

Grupo de interés	Canales de información, escucha y diálogo	Temas y Orientaciones
<p><b>Proveedores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores nacionales e internacionales</li> <li>• Sellers y emprendedores locales</li> <li>• Fabricantes de marcas propias</li> <li>• Proveedores de servicios</li> </ul>	<p>Reuniones entre compradores y proveedores</p> <hr/> <p>Web, marketplace y onboarding.</p> <hr/> <p>Vendors's Manual</p> <hr/> <p>Herramientas digitales</p>	<p>Nuestro foco es contar con una cadena de suministro limpia y socialmente responsable. Para ello, con nuestros proveedores trabajamos en el desarrollo de productos y procesos bajo una mirada circular.</p>
<p><b>Sociedad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociedad civil</li> <li>• Universidades</li> <li>• Asociaciones gremiales</li> <li>• Prensa</li> <li>• Comunidades</li> </ul>	<p>Programas de voluntariado</p> <hr/> <p>Cámaras de Comercio de Chile</p> <hr/> <p>American Chamber of Commerce (AmCham)</p> <hr/> <p>Agencia de comunicaciones externa</p> <hr/> <p>Asoc. Nacional de Avisadores de Chile (ANDA)</p> <hr/> <p>Foros, conferencias y webinars</p> <hr/> <p>LinkedIn</p> <hr/> <p>Mesas de trabajo AP</p> <hr/> <p>Ferias Laborales</p>	<p>Ripley quiere ser un agente de cambio social en aquellos lugares donde está presente, trabajando con y para la comunidad en el desarrollo de iniciativas que aporten y celebren la calidad de vida de las personas y sus territorios.</p>
<p><b>Reguladores y entidades sin fines de lucro</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reguladores locales</li> <li>• ONGs</li> <li>• Fundaciones</li> </ul>	<p>LinkedIn</p> <hr/> <p>Representantes/líderes de la organización</p> <hr/> <p>Reporte de Sostenibilidad y memorias integradas anuales</p> <hr/> <p>Mesas de trabajo</p>	<p>Todas las voces son bienvenidas y escuchadas por la empresa. En Ripley creemos que la diferencia, el respeto y el diálogo nos enriquece y contribuye a una sociedad más justa.</p>

## Relación con accionista

Existen canales de comunicación abiertos con accionistas, inversionistas y medios informativos, los que permiten aclarar dudas sobre temas relacionados con la sociedad, negocios, riesgos y la situación financiera, económica o legal. Además, y de acuerdo a la normativa vigente, en el sitio web se pone a disposición del mercado datos económicos, contables y legales. Por otro lado, se estableció la función del Investor Relations, que reporta a la Gerencia Corporativa de Finanzas para responder de manera oportuna inquietudes de accionistas y posibles inversionistas, mientras que, para optimizar la comprensión de los públicos de interés, el Directorio tiene un procedimiento de difusión hacia el mercado de carácter formal, continuo y en operación. A través de esta herramienta, establecemos las políticas formales para la preparación y difusión de los siguientes reportes:

1. Comunicados de Prensa (Press Releases)
2. Análisis Razonado (trimestral)
3. Presentaciones corporativas
4. Memoria Integrada (anual)
5. Estados Financieros
6. Hechos esenciales

También opera con un Comité Especial de Revelaciones al Mercado, encargado de revisar la información que se da a conocer públicamente..



## Asociaciones gremiales

En Ripley Chile también estamos vinculados con diferentes organizaciones gremiales:

● R: Retail

● B: Banco



Cámara de Comercio de Chile



Asociación Nacional de  
Avisadores de Chile



Cámara de Comercio de Santiago



Asociación de Bancos de Chile



Retail Financiero A.G



## Alianzas

Simbología:

● R: Retail

● B: Banco



Fundación Debra

Busca dar pleno soporte a los pacientes portadores de Epidermólisis Bulosa y sus familias, impactando positivamente en su calidad y expectativas de vida.



Ecocitex

Empresa enfocada en es eliminar el desecho textil, mediante un modelo de economía circular que fabrica lana 100% reciclada de ropa en desuso, sin utilizar agua ni tinturas.



Degrif

Empresa de reciclaje donde se van los productos de gran volumen que no se pueden reutilizar. Además, están a cargo del reciclaje de los equipos eléctricos y electrónicos de tiendas y backoffice que no podemos reutilizar.



Teletón

Institución sin fines de lucro dedicada a la rehabilitación integral de niños, niñas y jóvenes con discapacidad motora, al mejoramiento de su calidad de vida y al desarrollo de sus capacidades para lograr su inclusión social.



Red de Empresas Inclusivas (ReIN) de Sofofa

Agrupación de empresas en torno a la inclusión laboral de personas con discapacidad, al amparo de la alianza Sofofa y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).



Pride Conection

Agrupación de organizaciones público-privadas que intercambian políticas y procedimientos, y promocionan la ejecución de prácticas concretas para la prevención y erradicación de la discriminación a la comunidad LGTBIQ+, así como la formación de ambientes que faciliten el logro y desarrollo profesional.



Fundación Best Buddies

Institución que pertenece a una organización internacional sin fines de lucro cuyo objetivo principal es desarrollar habilidades socio laborales en personas con Discapacidad Intelectual.



Corporación de Ayuda al Niño Quemado, COANIQUEM

Institución privada sin fines de lucro cuyo objetivo principal es rehabilitar integralmente y de manera gratuita a niños y adolescentes con quemaduras y otras cicatrices.



Fundación Entretribus

Su propósito es mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales africanas en Zambia y Uganda. Recibe desechos textiles que utiliza para fabricar productos que posteriormente venden en su propia tienda.



Rembre

Empresa de reciclaje donde se van los productos de gran volumen que no se pueden reutilizar.



Puelche Servicios Ltda (Mayday)

Operador logístico que tiene a cargo el servicio de reutilización y reciclaje de productos gran volumen.





**Un enfoque de  
excelencia y  
mejora continua**



somos ripley chile.

nuestra estrategia  
de sostenibilidad

**gobierno  
corporativo sólido**

colaboradores  
comprometidos

desarrollo  
social

negocios con una  
mirada sostenible

abastecimiento  
responsable

resumen económico  
y financiero

anexos y  
divulgación ESG

# Gobierno corporativo sólido



# Propiedad y Control

## Antecedentes legales de la sociedad

Ripley Chile S.A. se constituyó por escritura pública de fecha 23 de junio de 2003, otorgada en la Notaría de Santiago de don Samuel Klecky Rapaport, cuyo extracto se inscribió a fojas 18.132, número 13.891, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago del año 2003 y se publicó en el Diario Oficial de fecha 2 de julio de 2003.

El objeto de la sociedad es desarrollar el giro inversiones en bienes corporales o incorporeales, muebles o inmuebles, administrar tales inversiones y percibir sus frutos.

Ripley Chile es una sociedad anónima cerrada, inscrita en el registro de la CMF solamente por la emisión del Bono Serie F emitido el 25 de junio de 2009.

En Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 29 de octubre de 2013, cuya acta fue reducida a escritura pública el día 12 de noviembre del mismo año en la Notaría de Santiago de don Pedro Alfonso Aylwin Valenzuela, se acordó la modificación de los estatutos sociales, permitiendo que el pago de las acciones en las que se divide su capital pueda ser efectuado en dinero efectivo o con otros bienes.

## Accionistas

Al 31 de diciembre de 2023, el capital suscrito y pagado de Ripley Chile S.A. estaba representado por 270.934.149.105 acciones, siendo los únicos accionistas Ripley Corp.S.A. (RUT N° 99.579.730-5), controladora de la sociedad, y Ripley Internacional S.A. (RUT N° 99.560.960-6), con una participación de 99,9999% y 0,0001%, respectivamente.

El principal accionista y controlador de Ripley Corp S.A., a su vez, es la Sociedad Inversiones R Matriz Limitada (antes

Inversiones R S.A.), con un 42,835% de la propiedad. Por su parte, los dueños y controladores de Inversiones R Matriz Limitada son los hermanos Andrés Calderón Volochinsky (RUT 6.693.578-7), Lázaro Calderón Volochinsky (RUT 6.693.648-1) y Michel Calderón Volochinsky (RUT 6.693.685-6).

En conjunto, los “Hermanos Calderón Volochinsky” poseen el 42,835% de las acciones de Ripley Corp S.A., en conformidad con la siguiente tabla:

### Personas naturales

Nombre	Rut	Número de Acciones	% Participación 2023
Michel Calderón Volochinsky	6.693.685-6	276.435.631	14,278%
Andrés Calderón Volochinsky	6.693.578-7	276.435.631	14,278%
Lázaro Calderón Volochinsky	6.693.648-1	276.435.631	14,278%
<b>Total Hermanos Calderón Volonchinsky</b>		829.306.893	42,832%
<b>Total acciones Ripley Corp</b>		1.936.052.298	100%

Los Hermanos Calderón Volochinsky tienen un pacto de actuación conjunta que consta en los estatutos de Inversiones R Matriz Limitada, y un acuerdo de sindicación de votos con doña Verónica Calderón Volochinsky, quien, directa o indirectamente, es dueña de un porcentaje de acciones de Ripley Corp S.A. El referido pacto de actuación conjunta y acuerdo de sindicación de votos no considera limitaciones a la libre disposición de las acciones de Ripley Corp S.A.

### Personas jurídicas

Nombre	Rut	Número de Acciones	% Participación 2023
Inversiones R Matriz Limitada	87.163.400-9	829.306.893	42,8%

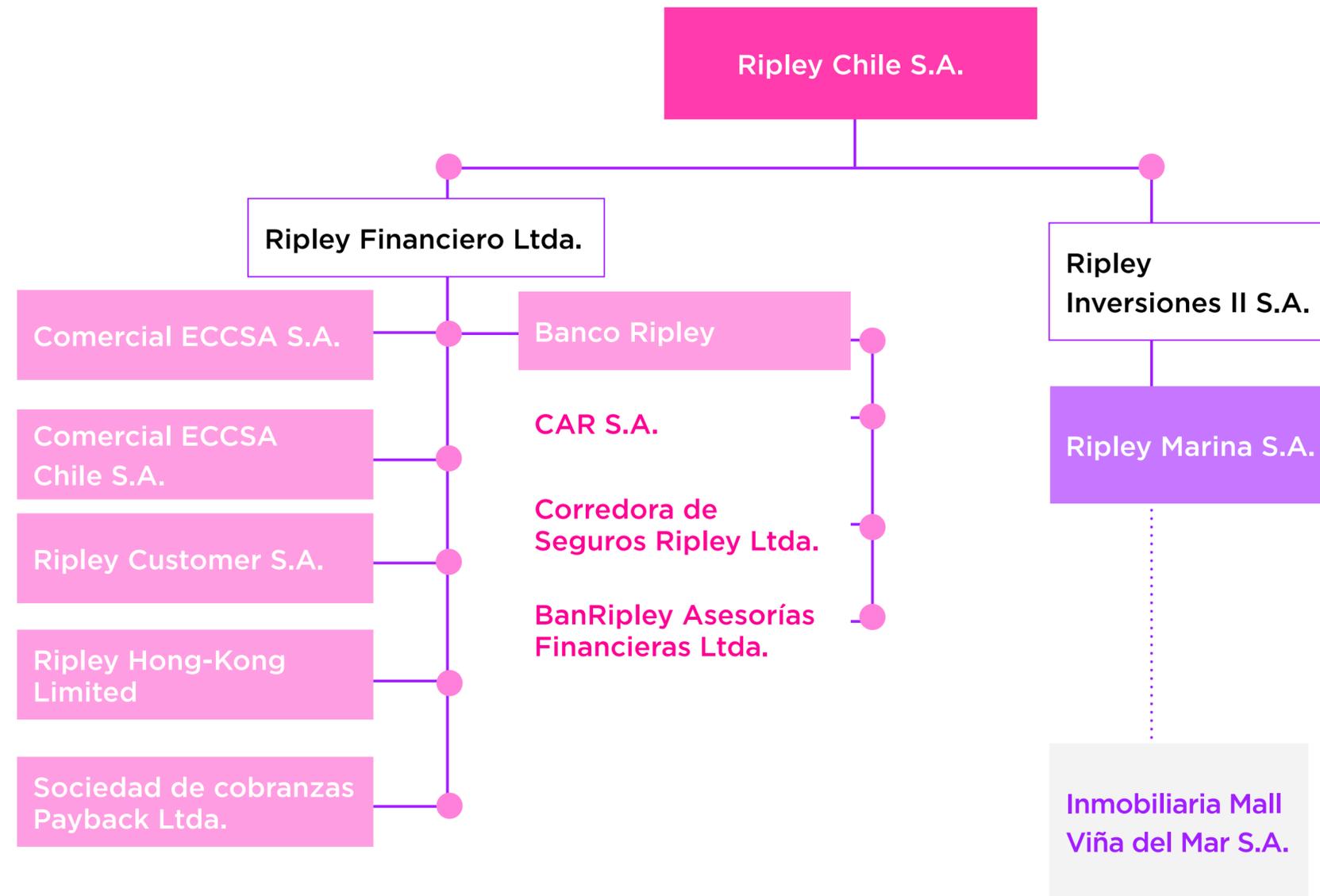
## Política de Dividendos

Ripley Chile S.A. ha establecido como política distribuir dividendos mínimos obligatorios legales y los establecidos por los estatutos, u otros dividendos que los accionistas acuerden en cada junta, los que se pagarán en las fechas que se determine, destinando el resto a la constitución o incremento de reservas para futuros dividendos. Para el caso de que exista disponibilidad de caja y la marcha de los negocios lo permitan, el Directorio podrá acordar la distribución de dividendos provisorios con cargo a las utilidades del ejercicio a ser distribuidas durante el último trimestre del año.

## Dividendos

TIPO DE DIVIDENDO	FECHA DE PAGO	\$/ACCIÓN	CON CARGO A LA UTILIDAD DEL AÑO
<b>Definitivo</b>	Diciembre 2022	0,0037	Retenidas
<b>Provisorio</b>	Diciembre 2021	0,157	2021
<b>Provisorio</b>	Diciembre 2019	0,0055	2019

# Estructura Societaria



Asociadas  
Subsidiarias

# Filiales y coligadas

\*No se registran variaciones durante el último ejercicio en los porcentaje de participación de la matriz en el capital de ninguna de las subsidiarias o asociadas.

Razón Social:	Comercial ECCSA Sociedad Anónima	Comercial ECCSA Chile S.A.	Ripley Marina S.A.	Ripley Financiero Limitada	Ripley Inversiones II S.A.	Ripley Customer SPA
Naturaleza Jurídica:	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Cerrada
RUT:	83.382.700-6	77.032.236-7	77.604.813-5	99.531.200-K	76.729.915-K	77.009.463-1
Objeto Social	Grandes tiendas.	Grandes tiendas.	Inversiones inmobiliarias.	Inversiones.	Inversiones.	Servicios de desarrollo de aplicaciones informáticas y digitales.
Capital suscrito y pagado (CLP\$):	768.994.112	221.841	31.811.120	654.450.790	200.897.000	1.000
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora:	100,00%	50,00%	100,00%	100,00%	99,99%	100,00%
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos de la sociedad matriz:	20,5818%	0,0059%	0,8514%	17,5161%	5,3769%	0,000027%
Variación porcentual ocurrida durante el último ejercicio:	-	-	-	-	-	-
Directorio:	Mauricio San Miguel, Sergio Hidalgo Herazo y Hernán Uribe Gabler.	Mauricio San Miguel, Sergio Hidalgo Herazo y Hernán Uribe Gabler.	Mauricio San Miguel, Sergio Hidalgo Herazo y Hernán Uribe Gabler.	N/A	Mauricio San Miguel, Sergio Hidalgo Herazo y Hernán Uribe Gabler.	N/A
Gerente General o Administrador:	Alejandro Fridman Pirozansky	Alejandro Fridman Pirozansky	Alejandro Fridman Pirozansky	Ripley Corp S.A.	Sergio Hidalgo Herazo	Ripley Financiero Limitada
Dirección:	Alonso de Córdova 5320, piso 9, Las Condes.	Antonia López de Bello 172, oficina 203, Recoleta	Estado 91 piso 2, Santiago	Huérfanos 1052, piso 4°, Santiago.	Antonia López de Bello 172, oficina 203, Recoleta.	Antonia López de Bello 172, oficina 203, Recoleta.



somos ripley chile.

nuestra estrategia de sostenibilidad

gobierno corporativo sólido

colaboradores comprometidos

desarrollo social

negocios con una mirada sostenible

abastecimiento responsable

resumen económico y financiero

anexos y divulgación ESG

Razón Social:	Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A.	Sociedad de Cobranzas Payback Limitada	Banco Ripley	Banripley Asesorías Financieras Limitada	Car S.A.	Corredora de Seguros Ripley Limitada	Ripley Hong Kong Limited
Naturaleza Jurídica:	Sociedad Anónima Bancaria (Especial)	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Bancaria (Especial)	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Sociedad de Responsabilidad Limitada
RUT:	96.863.570-0	77.360.390-1	97.947.000-2	76.493.790-2	83.187.800-2	77.472.420-6	O-E
Objeto Social	Administración y explotación de bienes inmuebles.	Prestación servicios profesionales, administrativos y de cobranzas..	Bancario.	Asesoría Financiera.	Emisora y operadora de tarjetas de crédito.	Corredora de seguros.	Importaciones y exportaciones.
Capital suscrito y pagado (CLP\$):	26.102.080	2.376.026	181.185.334	15.000	140.000.000	21.015.106	4.986.820
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora:	50,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos de la sociedad matriz:	0,6986%	0,0636%	4,8494%	0,0004%	3,7470%	0,5625%	0,1335%
Variación porcentual ocurrida durante el último ejercicio:	-	-	-	-	-	-	-
Directorio:	Sergio Hidalgo (titular), Mauricio San Miguel (titular), Alejandro Fridman (suplente), Eduardo Perez (titular), Andrés Torrealba (titular), Werner Geissbühler (suplente), Miguel Nuñez (suplente), Francisco Moyano (suplente).	N/A	Lázaro Calderón Volochinsky Sergio Hidalgo Herazo Hernán Uribe Gabler Osvaldo Barrientos Valenzuela (Independiente) Patricio Rivas de Diego (Independiente) Mauricio San Miguel Vásquez Alejandro Fridman Pirozansky Osvaldo Schaerer de la Vega Óscar Enrique von Chrismar Carvajal.	N/A	Sr. Lázaro Calderón Volochinsky Sr. Sergio Hidalgo Herazo Sr. Hernán Uribe Gabler Sr. Alejandro Subelman Alcalay Sr. Alejandro Fridman Pirozansky.	N/A	N/A
Gerente General o Administrador:	Sergio Novoa Balmaceda	Ripley Financiero Limitada	Alejandro Subelman Alcalay	Christian González Salazar (S)	Christian González Salazar	Pablo Melys Parera	Tomás Vicente Sottovia
Dirección:	Av. Libertad N° 1348, Viña del Mar.	Huérfanos 1052, piso 4, Santiago.	Alonso de Córdova N° 5320, piso 12, Las Condes.	Estado 91, piso 2, Santiago.	Alonso de Córdova N° 5320, piso 10, Las Condes.	Alonso de Córdova N° 5320, piso 11, Las Condes.	1004, Goldin Financial Global Center, 17 Ka Cheung Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong.

# Marco de Gobernanza

**R**ipley Chile S.A. se constituyó por escritura pública de fecha 23 de junio de 2003, otorgada en la Notaría de Santiago de don Samuel Klecky Rapaport, cuyo extracto se inscribió a fojas 18.132, número 13.891, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago del año 2003 y se publicó en el Diario Oficial de fecha 2 de julio de 2003.

El objeto de la sociedad es desarrollar el giro inversiones en bienes corporales o incorporeales, muebles o inmuebles, administrar tales inversiones y percibir sus frutos.

En Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 29 de octubre de 2013, cuya acta fue reducida a escritura pública el día 12 de noviembre del mismo año en la Notaría de Santiago de don Pedro Alfonso Aylwin Valenzuela, se acordó la modificación de los estatutos sociales, permitiendo que el pago de las acciones en las que se divide su capital pueda ser efectuado en dinero efectivo o con otros bienes.

## Enfoque de sostenibilidad en los negocios

Como parte integral de Ripley Corp, abrazamos una visión de triple impacto que impulsa nuestra propuesta de valor. En términos ambientales, nos esforzamos por mitigar nuestro impacto y cuidar el planeta mediante iniciativas como la implementación de una política energética, auditorías a proveedores y gestión de residuos sostenible. Socialmente, nos comprometemos con la educación financiera, campañas de conciencia y programas de emprendimiento local. En el ámbito de la gobernanza, mantenemos una cultura ética, asegurando la ciberseguridad y desarrollando planes de riesgo. Nuestro Comité Estratégico de Sostenibilidad lidera estos esfuerzos, definiendo y guiando nuestras metas de manera periódica. La Compañía no adopta o adhiere a códigos de buen gobierno corporativo emanados de organismos públicos o privados nacionales o extranjeros.

La gestión de los impactos sobre la economía, medio ambiente y personas son transversales a las distintas áreas de la compañía, apoyado por el equipo de sostenibilidad quien lidera y vela por el avance en las distintas metas de sostenibilidad.

La estrategia de sostenibilidad es definida por el área a cargo y aprobada por el directorio, quien opina y entrega directrices a dicha área cuando realiza su reporte. Por otro lado, el directorio entrega su opinión acerca de los valores que define la compañía contemplados en el código de ética, así como cualquier política o estrategia que considere relevante para la compañía.

## Marco regulatorio

La estructura legal y reguladora de Ripley Chile S.A. y sus subsidiarias refleja una sólida adaptación a las leyes y entidades reguladoras tanto en Chile. Como sociedad anónima cerrada, se somete a la fiscalización de la Comisión para el Mercado Financiero en Chile. La subsidiaria Banco Ripley, así como sus subsidiarias, siguen las normas contables establecidas por este regulador. La conformidad con estas regulaciones respalda la solidez y la integridad de las operaciones financieras de Ripley en ambos países.

Además de lo anterior, Ripley Chile S.A. es una sociedad principalmente de retail y bancaria, por lo que está sujeta a toda la normativa vigente y a las instituciones que la aplican tales como el Servicio de Impuestos Internos, Subsecretaría de Electricidad y Combustibles, Secretarías Regionales Ministeriales en general y al Servicio Nacional del Consumidor.

# Directorio

El Directorio de Ripley Chile S.A. consta de 5 miembros titulares. De acuerdo con los estatutos sociales, duran 3 años en sus funciones y no cuenta con miembros suplentes.

La actual mesa directiva fue elegida en la Junta Ordinaria de Accionistas llevada a cabo el día 30 de abril del 2021, manteniéndose a la fecha del presente reporte todos los miembros en sus respectivos cargos.

Ripley Chile es una sociedad anónima cerrada y no cuenta con directores independientes.

## Hernán Uribe Gabler

**Presidente**  
Rut 6.379.783-9  
Chileno

Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile; MBA de la Universidad de California (UCLA)  
Año de Nombramiento: 2010

## Laurence Golborne Riveros

**Director**  
Rut 8.170.562-3  
Chileno

Ingeniero Civil Industrial con mención en Química de la Pontificia Universidad Católica de Chile.  
Año de Nombramiento: 2014

## Débora Calderón Kohon

**Directora**  
Rut 6.084.804-1  
Chilena

Factor de Comercio.  
Año de Nombramiento: 2021

## Alejandro Fridman Pirozansky

**Director**  
Rut 4.438.651-8  
Chileno

Ingeniera Comercial Universidad de Chile.  
Año de Nombramiento: 2021

## Sergio Hidalgo Herazo

**Director**  
Rut 7.061.463-4  
Chileno

Ingeniero Comercial Pontificia Universidad Católica de Chile.  
Año de Nombramiento: 2021



# Matriz de Conocimiento de los miembros del Directorio

Matriz de conocimientos del Directorio	Industria retail	Industria Bancaria	Industria inmobiliaria	Finanzas	Innovación	E-Commerce	comunicaciones
Hernán Uribe Gabler	X	X	X	X			
Laurence Golborne Riveros	X		X		X	X	
Débora Calderón Kohon	X	X					X
Alejandro Fridman Pirozansky	X	X	X				
Sergio Hidalgo Herazo	X	X	X	X			

Otras habilidades del directorio son: Sostenibilidad, Gobierno Corporativo, Energía, Marketing y Branding.

## Elección de directores

Los accionistas podrán proponer anticipadamente candidatos al cargo de director de la sociedad en la forma, los que serán sometidos a votación de la junta de accionistas. En caso de que al momento de efectuarse la elección el número de candidatos sea inferior a la cantidad de cargos a proveer, el presidente del directorio podrá proponer candidatos a objeto de completar dicho número.

El gerente general deberá informar a los accionistas, por los medios que estime pertinente, la lista de candidatos a director que, en su caso, hubieren aceptado su nominación y declarado no tener inhabilidades para desempeñar el cargo, con al menos dos días de anticipación a la junta. En caso de no ser posible informar a los accionistas dicho listado con anticipación, bastará que el listado sea puesto a disposición de los accionistas al inicio de la junta de accionistas. Se podrán agregar candidatos a la lista, aun en la misma junta, si quien lo propone presenta un documento en que el candidato acepta su nominación y declara no tener inhabilidades para desempeñar el cargo.

En las elecciones que se efectúen en las juntas, los accionistas podrán acumular sus votos en favor de una sola persona, o distribuirlos en la forma que estimen conveniente, y se proclamarán elegidos a los que en una misma y única votación resulten con mayor número de votos, hasta completar el número de cargos por proveer.

## Inducción y evaluación de directores

La compañía no cuenta con un proceso formal de inducción y evaluación de sus directores.

## Visitas a terreno

Como una práctica de Gobierno Corporativo, el Directorio procura realizar, anualmente, al menos una de sus sesiones en dependencias e instalaciones de la compañía. Este protocolo se ha cumplido, permitiendo conocer en terreno las principales preocupaciones de nuestros colaboradores.

# Diversidad en el directorio

	Mujeres	Hombres	Total																																
	1	4	5																																
Número de directores por Nacionalidad y Género	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Nacionalidad</th> <th>Mujeres</th> <th>Hombres</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Chilenos/as</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Extranjeros/as</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>1</b></td> <td><b>4</b></td> <td><b>5</b></td> </tr> </tbody> </table>			Nacionalidad	Mujeres	Hombres	Total	Chilenos/as	1	4	5	Extranjeros/as	0	0	0	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>																
Nacionalidad	Mujeres	Hombres	Total																																
Chilenos/as	1	4	5																																
Extranjeros/as	0	0	0																																
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>																																
Número de directores por rango de edad y género	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Rango de edad</th> <th>Mujeres</th> <th>Hombres</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menores de 30</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Entre 30 y 40</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Entre 41 y 50</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Entre 51 y 60</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Entre 61 y 70</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Más de 70</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>1</b></td> <td><b>4</b></td> <td><b>5</b></td> </tr> </tbody> </table>			Rango de edad	Mujeres	Hombres	Total	Menores de 30	0	0	0	Entre 30 y 40	0	0	0	Entre 41 y 50	0	0	0	Entre 51 y 60	0	1	1	Entre 61 y 70	1	2	3	Más de 70	0	1	1	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Rango de edad	Mujeres	Hombres	Total																																
Menores de 30	0	0	0																																
Entre 30 y 40	0	0	0																																
Entre 41 y 50	0	0	0																																
Entre 51 y 60	0	1	1																																
Entre 61 y 70	1	2	3																																
Más de 70	0	1	1																																
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>																																
Número de directores por rango de antigüedad y género	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Antigüedad</th> <th>Mujeres</th> <th>Hombres</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menos De 3 Años</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Entre 3 y 6 años</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Entre 6 y 9 años</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Entre 9 y 12 años</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Más de 12 años</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>1</b></td> <td><b>4</b></td> <td><b>5</b></td> </tr> </tbody> </table>			Antigüedad	Mujeres	Hombres	Total	Menos De 3 Años	0	0	0	Entre 3 y 6 años	1	1	2	Entre 6 y 9 años	0	1	1	Entre 9 y 12 años	0	0	0	Más de 12 años	0	2	2	<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>				
Antigüedad	Mujeres	Hombres	Total																																
Menos De 3 Años	0	0	0																																
Entre 3 y 6 años	1	1	2																																
Entre 6 y 9 años	0	1	1																																
Entre 9 y 12 años	0	0	0																																
Más de 12 años	0	2	2																																
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>																																
Número de directores por género, en situación de discapacidad	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Mujeres</th> <th>Hombres</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Total</b></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>				Mujeres	Hombres	Total	<b>Total</b>	0	0	0																								
	Mujeres	Hombres	Total																																
<b>Total</b>	0	0	0																																

## Dieta directores

En Junta Ordinaria de Accionistas celebrada con fecha 27 de abril 2023, se acordó no pagar remuneraciones al Directorio. Durante el año 2023 sus integrantes no percibieron remuneraciones.

Durante el ejercicio correspondiente al año 2023 el Directorio no contrató asesorías.

## Reuniones con áreas críticas

Si bien no existe una periodicidad formal con la cual el Directorio se reúne con las unidades de gestión de riesgo, auditoría interna y responsabilidad social, el Directorio puede solicitar reuniones con estas áreas cuando y como estimen conveniente, según las necesidades que puedan surgir durante el cumplimiento de sus funciones.

## Información del Directorio y contingencias

La Compañía ocupa un mecanismo mediante la información y documentación es enviada al Directorio como material de prelectura cuando sea requerido y según las materias a tratar en la respectiva reunión; sobre todo, en caso de ausencia, reemplazo, incapacidad o renuncia de uno o más integrantes de la instancia.

## Comités

Ripley Chile S.A. no cuenta con un comité de directores de acuerdo a lo estipulado por el artículo 50 bis de la Ley N°18.046 de sociedades anónimas

# Ejecutivos Principales

## Sergio Hidalgo Herazo

**Gerente General**  
7.061.463-4  
Ingeniero Comercial  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Fecha de ingreso a la Compañía: 01-08-1984  
En el cargo desde: 01-01-2010

## Alejandro Subelman Alcalay

**Gerente General Banco Ripley Chile**  
10.030.948-3  
Ingeniero Comercial  
Universidad de Chile  
MBA MIT Sloan School of Management  
Fecha de ingreso a la Compañía: 01-03-2015  
En el cargo desde: 01-03-2015

## Andrés Gil Santa Cruz

**Gerente E-commerce Corporativo**  
15.379.763-3  
Ingeniero Civil  
Universidad Mayor  
Master Georgetown University  
Fecha de ingreso a la Compañía: 01-03-2014  
En el cargo desde: 01-11-2020

## Alfonso Lobato Hernández

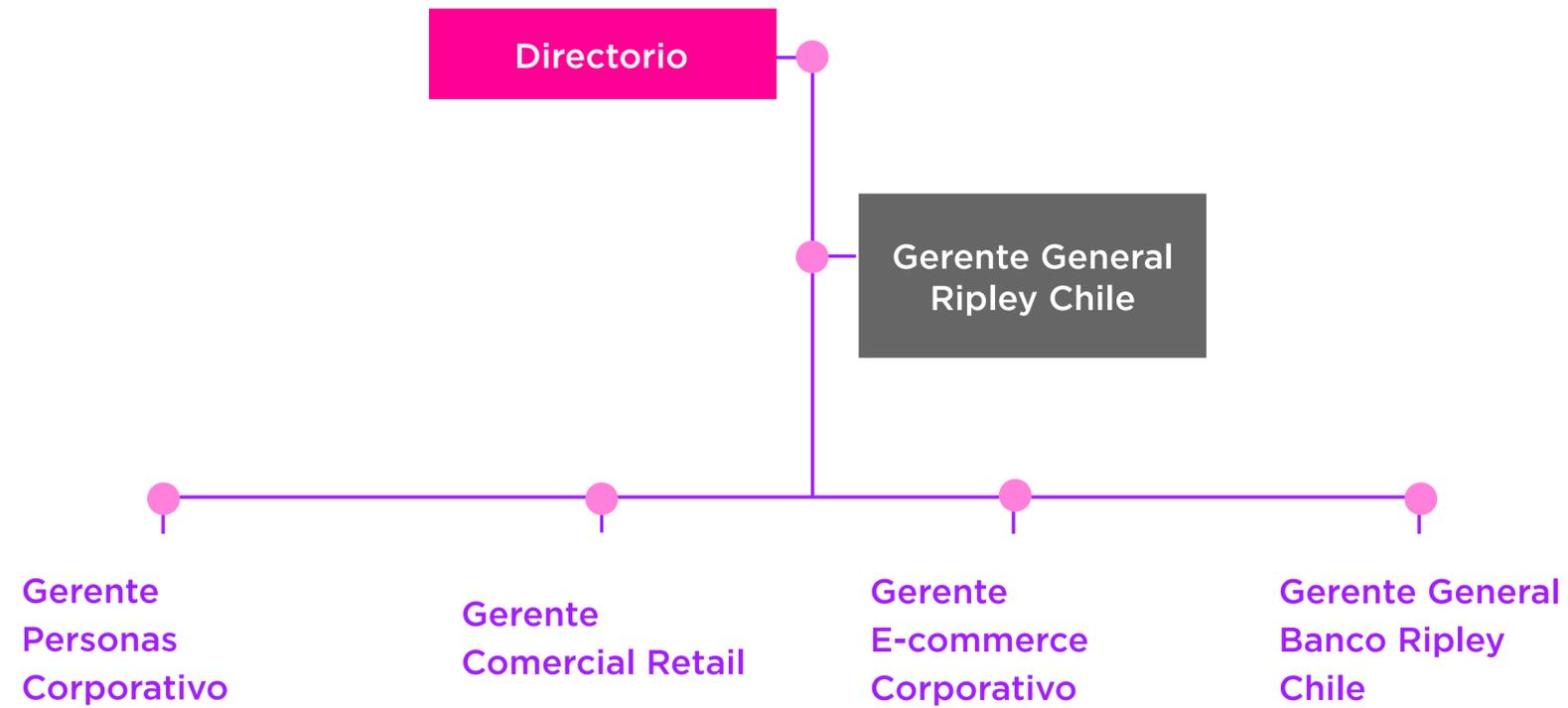
**Gerente Retail Corporativo**  
13.830.380-2  
Ingeniero Comercial  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
MBA, IE Business School  
Fecha de ingreso a la Compañía: 01-06-2016  
En el cargo desde: 01-06-2016

## Carlos Ureta Rechner

**Gerente Personas Corporativo**  
Ingeniero Civil Industrial  
Universidad de Chile  
Magister en Dirección de Personas  
& Organizaciones (MDP), UAI  
Fecha de Ingreso a la Compañía: 23-08-2021  
En el cargo desde: 23-08-2021



# Organigrama



## Monto de las remuneraciones percibidas por la plana gerencial y ejecutiva

	Remuneraciones pagada a plana gerencial y ejecutiva	
	01.01.2022 - 31.12.2022 M\$	01.01.2023 - 31.12.2023 M\$
Sueldos y salarios	27.075.488	25.189.640
Aportaciones a la seguridad social	730.590	617.276
Gastos por beneficios de terminación	146.021	1.469.337
Otros beneficios a corto plazo	3.829.022	2.521.833
Otros gastos de personal	1.834.585	1.343.337
<b>Totales pagos por remuneraciones</b>	<b>33.615.706</b>	<b>31.141.423</b>

### Planes de compensación o beneficios especiales dirigidos a la alta gerencia

La empresa tiene un plan de incentivos que consiste en un bono anual variable no garantizado. Se calcula según el cumplimiento de metas anuales y logro de objetivos estratégicos de la compañía y de las áreas específicas de negocio y apoyo.

Las estructuras salariales y políticas de compensación e indemnización del gerente general y demás ejecutivos principales no se someten a la aprobación de los accionistas ni son divulgados al público en general.

### Plan de sucesión

En 2022, fueron sentadas las bases para trabajar y establecer directrices en relación con el plan de sucesión de los principales ejecutivos y líderes de la compañía, permitiéndonos definir los procesos y la metodología para la elaboración del plan. En marzo 2023, en diferentes jornadas de Calibración del Talento, donde participaron directores y los principales Ejecutivos del Negocio Financiero y Retail, se definieron tanto a potenciales reemplazantes del gerente general y demás ejecutivos principales, como también a los tiempos de traspaso de funciones e información relevante, ante su ausencia imprevista, minimizando el impacto que ello tendría en la compañía, aprobando todo el plan de carrera y de retención, para contar con sucesores capacitados por si existiesen procesos de fuga del talento.

Como además se trabajó en diferentes Jornadas de Calibración, con los líderes de la organización para minimizar el impacto de la rotación, no solo en cargos de primera línea sino también en los cargos críticos que permiten la operatividad del negocio Retail y financiero, definiendo los planes de Trabajo para el 2023.

# Transparencia y gestión responsable

**E**n Ripley trabajamos de manera constante por construir y fortalecer una organización confiable y segura, consciente de la responsabilidad que nos cabe en aquellos territorios donde nuestra operación puede generar un impacto. Esta es la base para exigir al grupo humano que trabaja en la compañía que su desempeño se ajuste a valores fundamentales y que, a través de su dedicación, busque obtener resultados en forma justa, transparente, ética y legal.

## Gestión de ética

La empresa opera con protocolos para controlar y mitigar eventuales hechos que puedan alterar la transparencia de la información y gestión ética.

Contamos con un Código de Ética que aglutina las normas, procedimientos y principios básicos que deben guiar las conductas de todos quienes trabajan en la empresa. El objetivo es ser exitosos demostrando que los productos y servicios que se entregan bajo la marca Ripley se fundamentan en

la honestidad, respeto, lealtad, integridad, responsabilidad y profesionalismo de su principal activo: las personas que forman nuestros diferentes equipos de trabajo.

Otra herramienta es el Canal de Denuncias, que puede ser utilizado por colaboradores, clientes, proveedores o terceros, permitiendo conocer y cuantificar posibles brechas de los protocolos éticos y de transparencia, y sobre la base de estas falencias, actuar desarrollando protocolos de mejora continua.

Además, como respuesta formal a la necesidad de abordar estos temas, existen los comités de apoyo al Directorio, que cuentan entre sus integrantes a gerentes y directores de la compañía.

En materia de respeto a los Derechos Humanos, la empresa no ha elaborado un compromiso político específico porque se considera un mínimo obvio que no requiere un pronunciamiento especial. No obstante, es un tema que destaca en nuestros principios y valores, y que finalmente se plasma de forma más práctica en el Código de Ética.

## Cumplimiento Normativo

Ripley Chile S.A. es una sociedad anónima cerrada, sujeta a la fiscalización de la CMF. Banco Ripley Chile y sus subsidiarias también son reguladas por la CMF, que a través de la Ley General de Bancos dispone de facultades para impartir normas contables aplicables a las entidades sujetas a su fiscalización.

El retail en Chile es fiscalizado por Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), institución pública responsable de fiscalizar el cumplimiento de las disposiciones de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

En materia de la Ley N°19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, el banco y filiales han implementado un programa cuyo objetivo es prevenir eventuales incumplimientos a la normativa. Contempla la creación de una política y de una matriz de riesgo, estableciendo las distintas obligaciones a las que se ve expuesto en esta materia, sus respectivos riesgos y los controles establecidos al efecto.

Durante 2023 en Chile, el grupo recibió 72 condenas en el marco de la Ley de Protección al consumidor, lo que se tradujo en multas pagadas por \$65,9 millones e indemnizaciones por \$49,2 millones. Adicionalmente, se recibieron 162 demandas de tutela y 31 sentencias laborales, por un monto de \$90,9 millones.

## En 2023

no se registraron casos significativos de incumplimiento de la legislación y/o normativas en materia de corrupción, libre competencia, vulneración de derechos de las personas o sanciones ejecutoriadas del registro público de sanciones de la Superintendencia de Medioambiente.





## Compliance

En esta materia Banco Ripley Chile ha definido un ámbito clave de cumplimiento normativo y mantiene vigente una Política General de Cumplimiento, que contiene los lineamientos generales sobre los cuales se estructura su Sistema de Cumplimiento de Banco Ripley. Este sistema tiene por objetivo prevenir y anticipar la realización de faltas que conlleven a riesgos de incumplimiento normativo, a través del desarrollo de planes y programas de cumplimiento, la ejecución de controles y herramientas adecuadas a la realidad, cultura y estrategia.

En línea con lo anterior, la Política del Modelo de Prevención de Delitos de Banco Ripley Chile contiene los principios y lineamientos sobre los cuales se estructura el Modelo de Prevención de Delitos de Banco Ripley, con el fin de prevenir y anticipar la materialización de los delitos establecidos en la Ley N°20.393 sobre la Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica. A través del Modelo de Prevención de Delitos, Banco Ripley Chile busca asegurar una estructura organizacional, recursos, políticas, procesos y procedimientos que permitan prevenir el cohecho, receptación, lavado de activos, financiamiento del terrorismo, corrupción entre particulares, administración desleal, negociación incompatible y apropiación indebida entre otros. El Modelo de Prevención de Delitos de Banco Ripley Chile se encuentra certificado, siendo auditado y rectificado por la empresa BH Compliance.

En relación con la protección de los consumidores Banco Ripley Chile cuenta con una Política de Cumplimiento de Protección al consumidor, con el objeto de prevenir, evitar y anticipar la existencia de incumplimientos normativos asociados a la protección del consumidor.

## Semana Cumplimiento

Iniciativa que se realizó por primera vez, en la que se comunicaron cápsulas informativas y se realizaron ejercicios diarios sobre temas relacionados al Sistema de Cumplimiento de Banco Ripley y sus filiales, con el propósito de que todos manejemos importantes definiciones a tener en cuenta en nuestro día a día.

**6% de la dotación**  
participó en esta actividad

**Reforzamiento y  
capacitación sobre  
conflictos de Interés**

**79%**  
promedio de respuestas correctas

## Capacitaciones Principales Resultados 2023

Anualmente se realizan capacitaciones en materia de cumplimiento mediante e-learning y talleres presenciales al personal activo e inducciones para los nuevos ingresos.

**64%**  
del personal nuevo fue capacitado o pasó por el proceso de inducción en 2023.

**73%**  
del personal activo realizó un curso de e-learning.

## Evaluación de riesgos éticos y corrupción

Ripley Retail cuenta con un modelo preventivo de riesgos éticos, aplicando un plan de trabajo que considera la evaluación de potenciales fraudes administrativos y de otra naturaleza, robos internos, manipulación indebida de mercadería e irregularidades sistémicas. También existe un soporte denominado Control Transaccional, con el fin de contribuir al proceso de auditoría que realiza el área de Prevención de Pérdidas.

# Modelo de prevención del delito

**E**n Banco Ripley y sus filiales se aplica un Modelo de Prevención del Delito evaluado, auditado y certificado por BH Compliance. Se enfoca en establecer controles en distintos procedimientos buscando prevenir y detectar incumplimientos regulatorios que pudiesen acarrear responsabilidad penal de la entidad. Esta herramienta se audita todos los años de modo de efectuar un seguimiento en el cumplimiento de los requisitos. Durante 2023 no se recibieron denuncias al respecto.

El banco igualmente aplica un Manual de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo y una Política del Modelo de Prevención de Delitos, que engloban los ilícitos contempladas por la Ley 20.393 y sus modificaciones; es decir, lavado de activos, financiamiento del terrorismo, cohecho a funcionario público nacional o extranjero, negociación incompatible, soborno entre particulares, apropiación indebida y administración desleal. Además, diferentes áreas de control participan en la prevención de riesgos, resaltando las de Cumplimiento, Riesgo Operacional y de Lavado de Activos. El área de Auditoría, en tanto, vela de forma periódica por el correcto funcionamiento de estos controles y procesos.

## Canal de denuncias

A través de un canal interno de denuncias, dispuesto en la Intranet, quienes trabajan en la empresa pueden dar a conocer sus sospechas sobre actividades que puedan implicar una violación a las leyes y los principios corporativos referidos a sus valores y/o al Código de Conducta y Ética.

Esta herramienta y sus funcionalidades son permanentemente difundidas en nuestra organización mediante capacitaciones. Se caracteriza por ser simple, seguro, asegurando el anonimato y la confidencialidad del denunciante y del motivo de su denuncia. Se garantiza, además, que no existirán represalias por las denuncias realizadas.

La administración del canal está en manos de la Fundación Generación Empresarial, que actúa en forma independiente de Ripley, siendo la compañía quien efectúa la gestión de las denuncias ingresadas, evaluándolas e investigándolas. Toda la información recibida por este medio es evaluada e

investigada en profundidad por el Comité de Ética, hasta llegar a una resolución.

Adicionalmente, el sitio web de la empresa, en la sección Inversionistas, incluye antecedentes de contacto con la finalidad de que terceros puedan señalar eventuales irregularidades o ilícitos, acción que también puede ser comunicada por las redes sociales.

Conoce más sobre  
nuestro Canal de  
Denuncias

aquí.

Tipo de denuncias recibidas	Total de denuncias recibidas	% que representan en base del total
Acoso laboral	33	35,48%
Acoso sexual	3	3,23%
Conflictos de interés	1	1,08%
Discriminación, represalias y/o maltrato	20	21,51%
Divulgación y/o uso de información confidencial de clientes	1	1,08%
Incumplimiento al compromiso ético y políticas internas	7	7,53%
Infracción a la normativa de Libre Competencia	1	1,08%
Otras denuncias	19	20,43%
Robo o hurto / malversación de fondos / fraude / estafa	5	5,38%
Uso incorrecto de activos y/o servicios de la compañía	3	3,23%

Total

93

# Gestión de riesgos

## Cambios macroeconómicos de los mercados

Vivimos en un mundo de cambios cada vez más acelerados. Esto lleva a que Ripley y sus filiales se expongan a riesgos de diversa índole que podrían impactar de forma adversa en el logro de los objetivos y la sostenibilidad de los negocios. Por esto, la gestión de riesgos constituye una actividad necesaria para proteger adecuadamente el valor creado, lo que nos obliga a mantener una gestión continua

Frente a esta realidad, los negocios de Ripley Chile están expuestos a distintos tipos de riesgo: de liquidez, de mercado y operacional (reputacional, ciberseguridad y fraude), y, por el lado del Banco, de crédito, dada la oferta de préstamos de consumo a través de tarjetas de crédito y préstamos personales. En este sentido, los efectos de los ciclos de la economía mundial son un elemento clave, en particular, los relacionados con el desempeño económico chileno, así como sus cambios regulatorios.

La gestión integral del riesgo en la organización se basa en un marco

sostenido en políticas y metodologías con sus correspondientes manuales y procedimientos, los que exigen un constante monitoreo. Existen comités (de Riesgo de Crédito, Operacional, Financiero) conformados por miembros de la administración y directores, que tienen subcomités asociados y que responden al Directorio, siendo regulados por la Comisión del Mercado Financiero (CMF). Los comités asociados de alta gerencia y gerencia media son los de Riesgo Financiero, Modelos, Ciberseguridad y Tecnología, cuyos seguimientos se siguen en los correspondientes comités de directores.

El banco cuenta con comités integrales de riesgo que responden al Directorio, mientras que para los retailers opera una Gerencia de Riesgo Operacional Corporativa, que responde al directorio de Ripley Corp. La Gerencia de Riesgo Operacional de retail inició sus funciones en 2022, con el objetivo de dar foco y visibilidad a la materia, antes gestionada entre distintas áreas. Su funcionamiento se

basa en un comité bimestral, que vela por la ejecución del programa de identificación y evaluación de riesgos de forma integral; en la gestión de la ciberseguridad, y en los incidentes y el seguimiento de los planes de acción correspondientes a las continuas revisiones de los riesgos.

## Nueva área de riesgo operacional retail

Creación de un área de riesgo operacional retail en Chile, con tratamiento y gestión materias de seguridad de la información, continuidad de negocios y fraudes.

### 3 líneas de defensa:

El Marco de Gestión de los Riesgos de todos los negocios de Ripley Chile se desarrolla a partir de tres líneas de defensa, con el objeto de ayudar a la organización a delegar y coordinar las actividades esenciales de la gestión de riesgo y su control efectivo. El modelo de las 3 líneas es una buena práctica que proporciona una estructura efectiva para mejorar el control y comunicación de los riesgos existentes en el negocio. Además, define funciones específicas:



## Directrices generales sobre las políticas de gestión de riesgos

En Ripley Chile, la gestión de riesgos se aborda desde una perspectiva integral y transversal, siendo el Directorio el principal responsable de definir los principios generales, establecer las políticas asociadas al control y gestión, y el rango de apetito de riesgo inherente a sus operaciones.

Se mantienen rigurosos mecanismos y herramientas de gestión para la medición, comunicación, control y seguimiento de los riesgos materiales. En ese entendido, existen límites y alertas internas que son monitoreados por las gerencias que componen la División Riesgo, cuyo cumplimiento es informado a la alta administración y a los Comités de Activos y Pasivos (CAPA), de Riesgo Operacional, de Riesgo de Crédito y Cobranzas y, asimismo, al Directorio, según corresponda a bancos o retail.



# Gestión de riesgos sistémicos y físicos

## Segmento Banco

Desde el punto de vista del impacto de los riesgos en el capital del banco, se realizan periódicamente pruebas de estrés de Riesgo de Crédito, Operacional y Riesgo Financiero para evaluar la adecuación del capital, junto a planes de contingencia con las estrategias a adoptar ante posibles impactos en cada uno de los riesgos en caso de cambios macroeconómicos.

**Riesgo de crédito:** El banco proyecta necesidades de capital, de manera de cumplir con el objetivo interno de patrimonio efectivo bajo escenarios normales y de tensión, generando dinámicas de cartera en función de las características de cada escenario. Esto permite anticipar situaciones que puedan vulnerar la solvencia y ajustar las prioridades en la gestión, promoviendo buenas prácticas con foco prospectivo.

### Principales herramientas de control:

Gestión en línea con índices de adecuación de capital de acuerdo con definición de apetito al riesgo del banco.

· Ampliación de flujos de atención con alcance ecosistema Ripley (billetera electrónica, integración de las fintech).

· Despliegue de motores de decisión de crédito automatizadas online y batch en canales de contacto con clientes.

· Modernización de sistemas de cobranzas (gestiones online, uso de bots, canales alternativos, autoatención digital).

· Ampliación de canales de recaudación físicos y digitales.

· Lanzamiento de productos de alivio y reprogramación de deuda con autoatención y digitales.

· Enriquecimiento y desarrollo de modelos de scoring para originación y gestión de la cartera con variables comportamentales y digitales.

· Rediseño de pruebas de tensión en línea con las volatilidades macroeconómicas locales y mundiales, y eventos no esperados materializados (por ejemplo, aumento de la inflación).

**Riesgo financiero:** Los bancos están expuestos a riesgos ligados a fluctuaciones en las tasas de interés, tipos de cambio, presiones inflacionarias y plazos de la cartera de activos y pasivos. Es necesario monitorear y determinar el consumo de capital correspondiente en distintos escenarios macroeconómicos, entre otros. También hay que considerar que los bancos se exponen a una merma en sus ratios de liquidez por causas internas y/o externas. Por esto, se realizan pruebas de tensión periódicas, que contemplan escenarios relevantes para la institución.

### Principales herramientas de control:

• Revisión y adecuación de marcos de apetito al riesgo de mercado y de liquidez.

• Desarrollo de nuevos modelos para la gestión.

• Incorporación de nuevos escenarios en pruebas de tensión.

• Automatización de mediciones de liquidez y mercado.



**Riesgo de medio de pago:** Se relacionan principalmente por riesgos de crédito como probabilidad del incumplimiento de las obligaciones de los deudores, riesgo de problemas de liquidez y mercado, operacional y de fraude, de financiamiento e impactos macroeconómicos. En materia de riesgo operacional, y dada la aceleración en la digitalización y gestión remota de las transacciones, es relevante evitar fraudes, para lo cual se emplean herramientas de monitoreo, seguridad de la información y ciberseguridad para su detección. También se busca que los clientes cuenten con un constante proceso de inmersión a una cultura de riesgos y educación financiera. De esta manera también se cautelan los riesgos de cumplimiento y reputacionales.

#### Principales herramientas de control: Fraude

- Despliegue de herramientas de autenticación biométrica para la validación de identidad desde el on boarding de clientes, incorporando transacciones según el riesgo.
- Implementación de métodos de autenticación más robustos.
- Incorporación de nuevas transacciones a monitoreo en línea.
- Implementación de servicios de monitoreo y protección de marca (bajada de sitios fraudulentos y phishing).
- Implementación de herramientas de mitigación de fraude en línea y por biometría de comportamiento.

### Principales políticas, planes y metodologías: riesgo de crédito en los bancos

En materia de riesgo de crédito, existe un marco normativo compuesto por las siguientes políticas:

- Integral de Riesgo de Crédito
- Originación, mantención y cobranza
- Provisiones y monitoreo de la cartera
- Construcción, seguimiento y validación de modelos de provisión y de suficiencia, provisiones adicionales

### Principales políticas, planes y metodologías: riesgo operacional en los bancos

En esta materia se cuenta con un marco normativo compuesto por las siguientes políticas y metodologías:

- Riesgo operacional
- Gestión de riesgos de servicios externalizados
- Nuevos productos, servicios e iniciativas
- Continuidad del negocio y operacional
- Plan de recuperación ante desastres
- Metodología BIA
- Metodología RIA
- Política general de seguridad de la información y ciberseguridad
- Reglamento Comité de Productos
- Metodología de evaluación de riesgos operacionales
- Metodología de evaluación de criticidad y gestión de riesgos para servicios externalizados
- Metodología de evaluación de nuevos producto

## Segmento Retail

En el área retail, se aplica una metodología de levantamiento de los riesgos operacionales basada en los indicadores COSO e ISO 31.000. La base utilizada corresponde a un mapeo que determina los procesos estratégicos más riesgosos según una evaluación cualitativa, junto con un análisis de riesgo económico y financiero. De dicho cruce se determina la prioridad de levantamiento para el año.

Cada levantamiento permite determinar los riesgos inherentes por su impacto y probabilidad, controles y su suficiencia, riesgo residual con su calificación final y recomendaciones de mitigación y seguimiento de planes de acción, todo lo cual queda registrado en la matriz de riesgo.

Para las transacciones con todos los medios de pago en las tiendas y especialmente en el canal online (Ripley.com), se cuenta con herramientas de monitoreo y prevención que detectan transacciones sospechosas, las que son derivadas a un área especializada que en tiempos oportunos y acotados analiza los datos para determinar si las transacciones son fraudulentas. De ser necesario, se contacta a los clientes para garantizar su buena experiencia de compra. De esta manera se evitan fricciones en el proceso y se procura determinar distintos cursos de acción.



# Riesgos Transversales

## Riesgo Operacional

Los riesgos operacionales más críticos son aquellos que pueden afectar la continuidad de los negocios y, por ende, la experiencia de los clientes. Las medidas de control y monitoreo preventivo tienen como propósito asegurar la preparación ante posibles contingencias en la operación, permitiendo a la empresa enfrentar interrupciones con mínimos niveles de impacto en términos de tiempo de indisponibilidad.

### Estrategia de continuidad

Las estrategias de continuidad desarrolladas por la empresa se han ido consolidando, complementadas con las evaluaciones específicas para los escenarios de riesgo (RIA) y aumentando la cobertura del plan a los distintos procesos críticos que requieren mantener la continuidad de sus servicios ante escenarios de contingencia.

En el caso del banco, permanentemente trabaja en robustecer las actividades orientadas a mantener y mejorar el sistema general de continuidad de sus actividades, escenarios de ciberseguridad, actualización y capacitación de los colaboradores y fortalecimiento de las medidas de continuidad en los servicios externalizados críticos

## Seguridad de la información y privacidad del cliente

En Ripley Chile, tanto en los bancos como en las operaciones del área retail ligadas a medios de pago, los riesgos de seguridad de la información se enfrentan mediante políticas y procedimientos enfocados especialmente en cuidar la privacidad de los datos de los clientes y prevenir y combatir los ataques cibernéticos. Para tal fin, anualmente se desarrolla un roadmap específico de iniciativas según el nivel de maduración y las exigencias a nivel de industria sobre la base de: protección (de accesos a los sistemas, en redes y dispositivos, de desarrollo de nuevas aplicaciones), monitoreo constante para detectar intrusiones o intentos de ataque. En este sentido, se aplica un programa de concientización, formado por ciclos de charlas virtuales y pruebas de ingeniería social a colaboradores y clientes. Asimismo, en la transición al mundo digital se protegen las transacciones del ecosistema corporativa mediante biometría y evaluaciones de comportamiento por medio de scores de riesgo.

## Riesgos por emergencias sanitarias

La pandemia de COVID-19 dejó importantes conclusiones respecto del impacto de las emergencias sanitarias en los mercados donde se desenvuelve la compañía y, en general, sobre los públicos de interés de la empresa. Como enseñanza a partir de dicha crisis, el respeto de las medidas de protección de la salud tanto de los clientes como de los colaboradores es una prioridad.

## Riesgo político

En 2023, el contexto político chileno estuvo dominado por el debate en torno a la redacción de una nueva Constitución y la realización del plebiscito de salida del proyecto de Carta Magna en diciembre de 2023, que fue rechazado en las urnas. Siguen siendo temas relevantes de la discusión política y económica, aquella referida a la Reforma Previsional, Reforma Tributaria y las dificultades que enfrentan las Isapres.

## Riesgos macroeconómicos

La conducta de los consumidores se ve afectado por el desempeño general de la economía en términos de crecimiento, inflación, empleo y tasas de interés, entre otras variables. Esto, además de impactar la conducta de compra, también afecta la disposición a pagar los créditos contraídos. En consecuencia, cambios negativos en los indicadores señalados pueden afectar los resultados del grupo.

## Riesgos de tasa de interés

El financiamiento a corto plazo (que puede renovarse a largo plazo) conlleva posibles fluctuaciones en las tasas de interés de mercado, lo que conduce a un aumento de los costos financieros. Para mitigar este tipo de situaciones, se utilizan distintos instrumentos de corto y largo plazo denominados en pesos chilenos, Unidades de Fomento, dólares estadounidenses o euros, que usualmente se contratan a tasa fija. En caso de financiamiento a interés variable, la empresa evalúa la contratación de instrumentos derivados, estrategia que permite eliminar posibles fluctuaciones en las cuentas.

## Riesgos de la cadena de suministros y estructura de mercado

El riesgo de abastecimiento es bajo y no distinto al del comercio detallista en general y de las grandes tiendas en particular. La compañía cuenta con una amplia cadena de suministros en Chile y el mundo, disponiendo de agentes distribuidos en diferentes regiones geográficas que propician su acceso a las fuentes de abastecimiento. Tampoco existe un riesgo de concentración de clientes, dado que la empresa atiende a millones de consumidores de diferentes estratos socioeconómicos en Chile y Perú.

### Riesgos normativos

La situación financiera y los resultados operacionales de la compañía podrían verse afectados por la dictación, modificación y/o derogación de cualquier normativa vigente que sea aplicable a la organización, ya sea en materias administrativas, laborales o tributarias, entre otras. Los efectos de esas eventuales modificaciones de tipo legal o regulatorio dependen directamente de su grado de atingencia en el negocio y del sentido restrictivo, neutro o expansivo que pudieran tener sobre el negocio. Adicionalmente, las distintas reformas o cambios políticos pueden también impactar la confianza de clientes y empresarios, afectando el consumo y/o la inversión.

### Riesgo de tipo de cambio

La moneda chilena está sujeta a variaciones con respecto al dólar estadounidense y otras divisas. Parte de los productos ofrecidos para la venta en las tiendas son adquiridos en países extranjeros, por lo que, durante el período en que tales operaciones de importación están pendientes de pago, existe una exposición a la fluctuación cambiaria. La compañía cubre dicho riesgo mediante instrumentos derivados de cobertura.

### Riesgo de competencia

Las actividades de Ripley Chile se insertan en mercados altamente competitivos, fenómeno acrecentado en los últimos años con la llegada de muchos retailers de especialidad, tanto nacionales como internacionales. Los resultados de la empresa pueden verse afectados dependiendo de la agresividad o intensidad de esta competencia.

En los mercados bancarios de Chile, se ha observado en los últimos años un relevante aumento de competidores locales y extranjeros, así como de la oferta de tarjetas de crédito por parte de grandes almacenes. A ello se suma el crecimiento de las fintech y de otros actores digitales. Este ambiente podría reducir las tasas de interés y las comisiones que Banco Ripley puede cobrar, lo que podría afectar negativamente al crecimiento de los préstamos y ejercer presión sobre los márgenes.

### Riesgos de daño o deterioro de activos

En el desarrollo de los negocios se utiliza una gran cantidad de activos, que de verse afectados podrían mermar el patrimonio y los resultados. Por ello, los activos fijos de edificación, infraestructura, instalación y equipamiento, mercadería, más los riesgos de responsabilidad civil que se pudieran originar, están cubiertos con pólizas de seguro.

### Riesgos relativos a la libre competencia

La empresa busca mitigar el riesgo de conductas contrarias a cumplimiento de código y políticas relacionadas a la libre competencia, promoviendo una gestión de negocios de forma libre, justa y en línea con la normativa vigentes en todos los mercados. Para ello, desarrolla e implementa una Política de Cumplimiento de Libre Competencia y Protección de Datos que considera la identificación de obligaciones, levantamiento de riesgos y revisión de controles en todas las operaciones.



# Ciberseguridad y protección de la información

Las redes e infraestructura informática de la empresa están expuestas a la eventual ocurrencia de situaciones de riesgo cibernético que podrían afectar potencialmente sus equipos e información, o causar la interrupción de las operaciones. Para prevenir tales escenarios, se aplica una estrategia de seguridad basada en estándares internacionales, entre ellos, las normas ISO/IEC 27001, NIST y PCI DSS. Se sustenta, además, en un marco normativo cuyo principal componente es la política general de seguridad de la información aprobada por el Directorio. También se cuenta con un canal de comunicación que permite notificar cualquier tipo de incidente de seguridad de la información y ciberseguridad, como phishing u otros.

Junto al objetivo de asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información de la compañía, ha adquirido especial relevancia la prevención de los riesgos de ciberseguridad asociados a amenazas locales y globales. Por ello, se han ejecutado diversos planes de fortalecimiento de las plataformas tecnológicas, de forma de cumplir el mandato del gobierno corporativo en cuanto a garantizar la seguridad de la información para los clientes y la continuidad operacional.

Adicionalmente, todos los negocios poseen indicadores y seguimiento constante de la gestión del área de Seguridad de la Información, cuyos resultados se miden con indicadores (KRI y KPI), análisis GAP y seguimiento de toda el área, los cuales se presentan ante las instancias de gobierno, y en el caso de necesitarse planes de acción, son gestionados para su control y seguimiento. Para garantizar la seguridad de la información para los clientes y accionistas, así como la continuidad operacional, se han implementado planes de fortalecimiento de las plataformas tecnológicas. Estos planes abordan aspectos críticos como ciberataques, explotación de vulnerabilidades y gestión adecuada de privilegios.

La estrategia de seguridad se basa en las mejores prácticas internacionales y está respaldada por un marco normativo, destacando la política general de seguridad de la información aprobada por el Directorio. El enfoque principal se centra en la prevención de riesgos de ciberseguridad relacionados con amenazas tanto locales como globales.

## Herramientas de control de riesgo operacional y seguridad de la información

- Levantamientos anuales de procesos críticos, con foco transversal en riesgos de ciberseguridad
- Reforzamiento de la gestión de proveedores crítico
- Redefinición de tratamiento de gestión de incidentes y problemas: gobierno, indicadores y seguimiento.
- Plan anual corporativo de awareness de riesgos de ciberseguridad para colaboradores y clientes
- Automatización de seguimiento de planes de acción de procesos críticos
- Incorporación de mayor cantidad de casos de uso en gestión de Centro de Operaciones y monitoreo de seguridad con énfasis en herramientas cloud.
- Fortalecimiento de modelo corporativo de gestión de usuarios e identidades en los sistemas y aplicaciones
- Aumento de cobertura y efectividad en herramientas de prevención de fuga de información, protección de dispositivos (estaciones de trabajo, celulares, servidores), protección y seguridad en red, y desarrollo de aplicaciones.
- Mayor complejidad de escenarios de disaster recovery plan y business continuity plan.

## Educación Financiera

Se han desarrollado estrategias vinculadas a la generación mensual de correos con consejos e instrucciones de seguridad para los clientes. En paralelo, se gestionan campañas por redes sociales para evidenciar nuevos vectores de ataque y estrategias para identificarlos y no ser víctima de ellos.

Conoce más en  
nuestro capítulo

7

**En 2023**  
no se registraron filtraciones de datos o información de identificación personal que hayan afectado a los negocios retail o bancarios

## Indicadores de ciberseguridad

	2023
Total de casos de pérdidas o filtración de datos	0
Porcentaje de casos que involucra información identificable personal (PII)	0
Total de clientes afectados	0
Número de usuarios cuya información se utiliza para fines secundario	0



somos ripley chile.

nuestra estrategia  
de sostenibilidad

gobierno  
corporativo sólido

colaboradores  
comprometidos

desarrollo  
social

negocios con una  
mirada sostenible

abastecimiento  
responsable

resumen económico  
y financiero

anexos y  
divulgación ESG

# Colaboradores comprometidos



# Gestión de personas

## Demografía de nuestros colaboradores

Los equipos de trabajo en Ripley Chile constituyen uno de los pilares fundamentales de nuestra estrategia de sostenibilidad. Bajo el pilar “Nuestros Talentos”, estamos comprometidos en fortalecer de manera continua la experiencia interna y lograr mejorar tanto la calidad de vida laboral como personal de todos nuestros colaboradores.

**12.483** Colaboradores que son parte de Ripley Chile

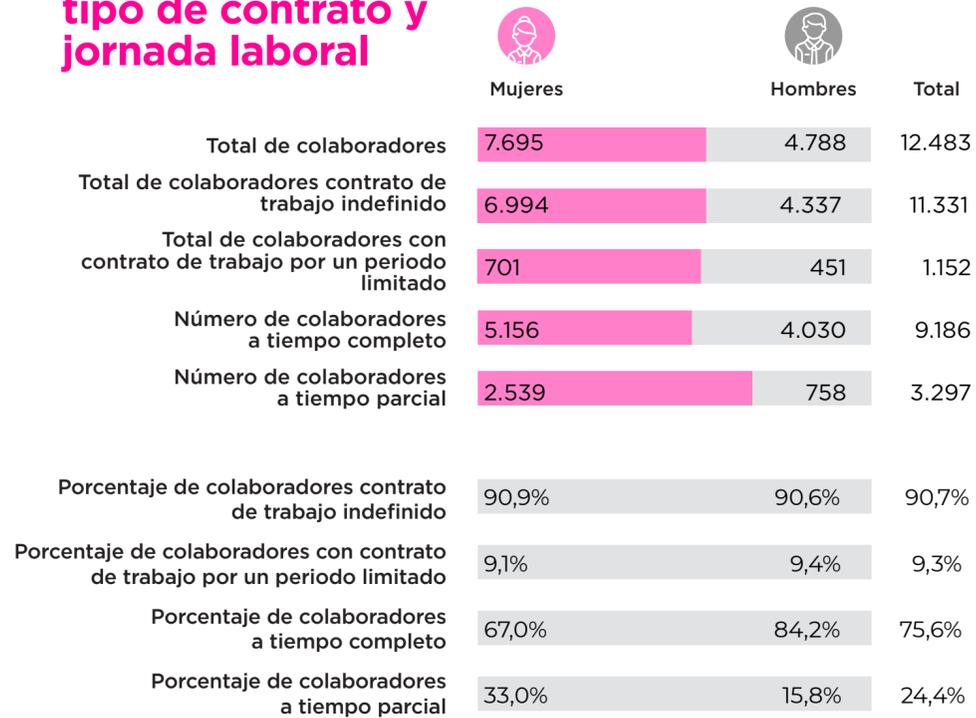
**7.695** Mujeres

**4.788** Hombres

**93,9%** Colaboradores capacitados (en al menos un programa de capacitación)



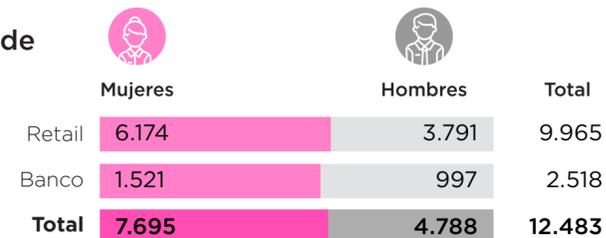
## Colaboradores por tipo de contrato y jornada laboral



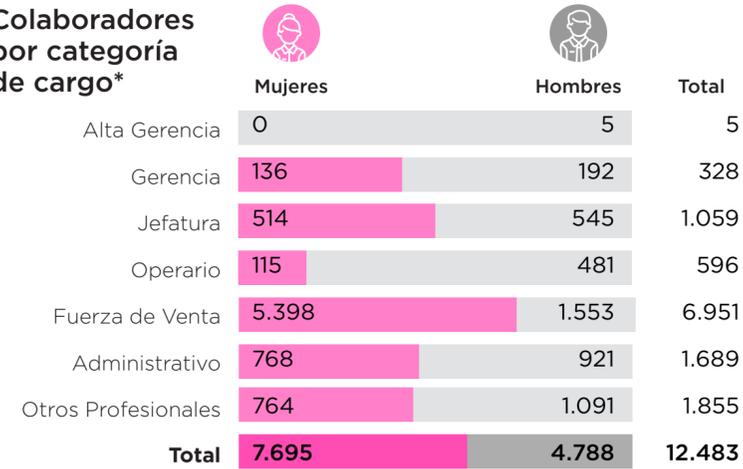
No se registra colaboradores con contrato por obra, proyecto o faena, o por horas no garantizadas para este periodo.

No se registran colaboradores con pactos de adaptabilidad por responsabilidades familiares o pactos de adaptabilidad de jornada para este periodo.

## Total de colaboradores para cada segmento de negocio

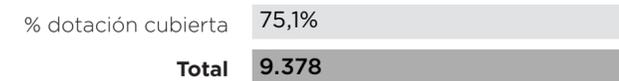


## Colaboradores por categoría de cargo\*



\*En base a la definición de la NCG 461 publicada por la CMF, no se registran las funciones de cargo de Auxiliar y Otros técnicos para el periodo reportado.

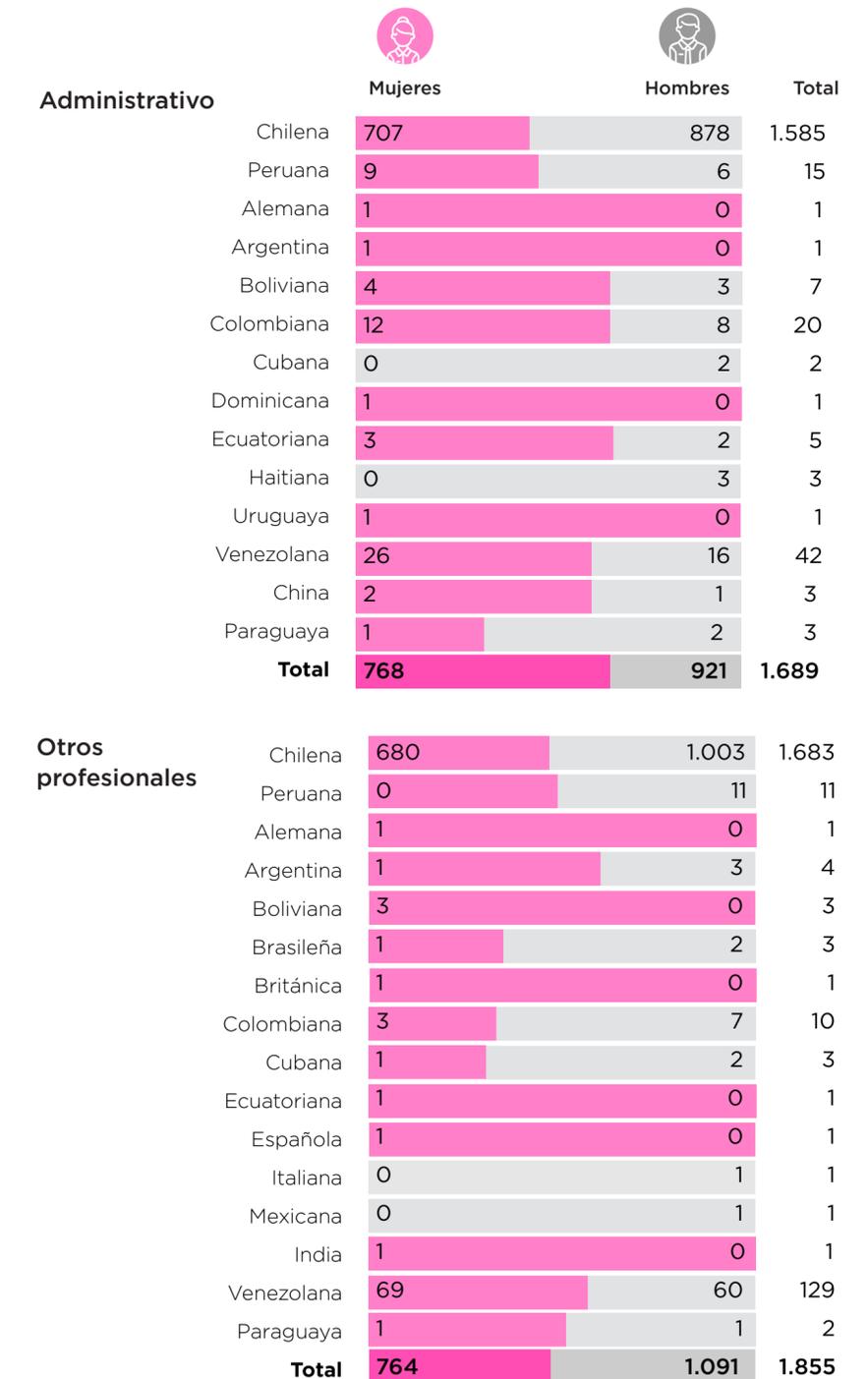
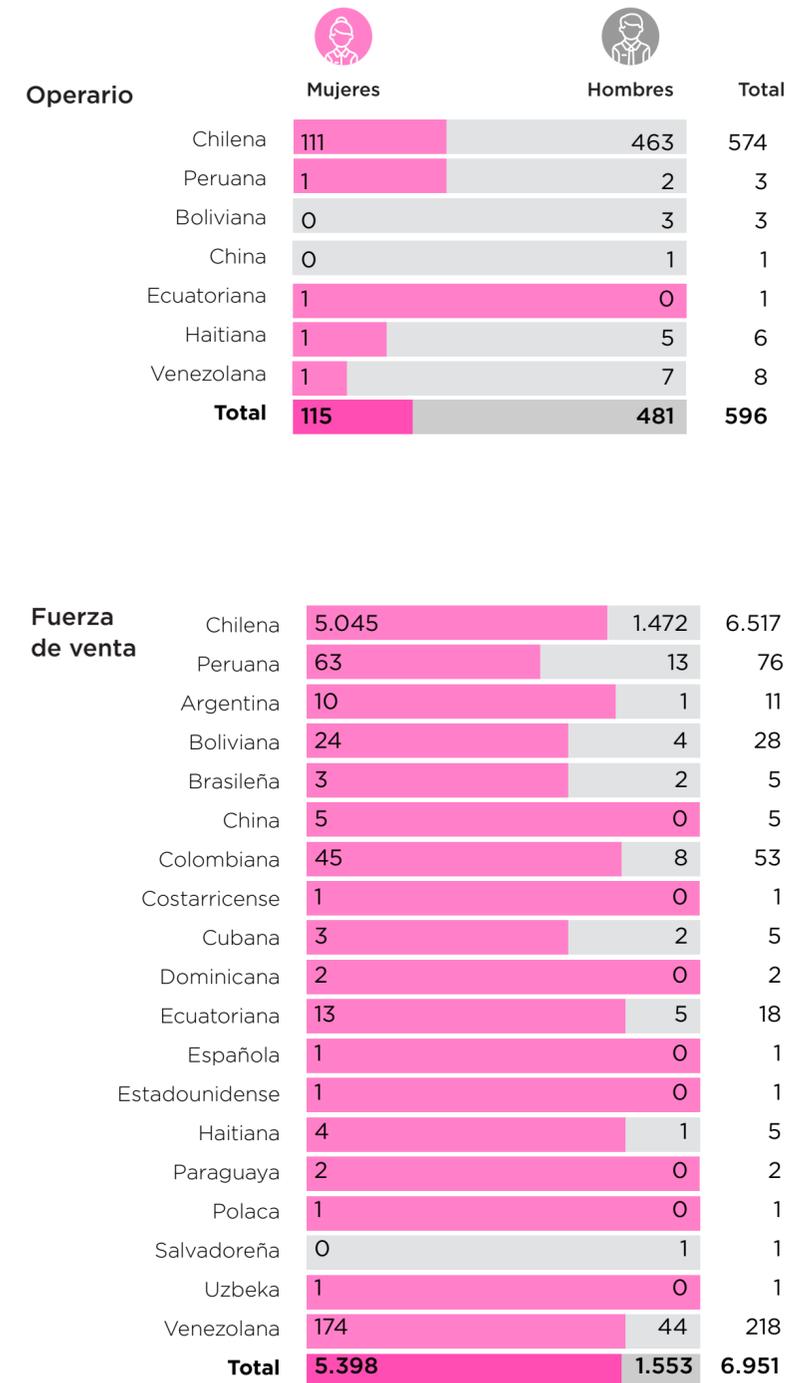
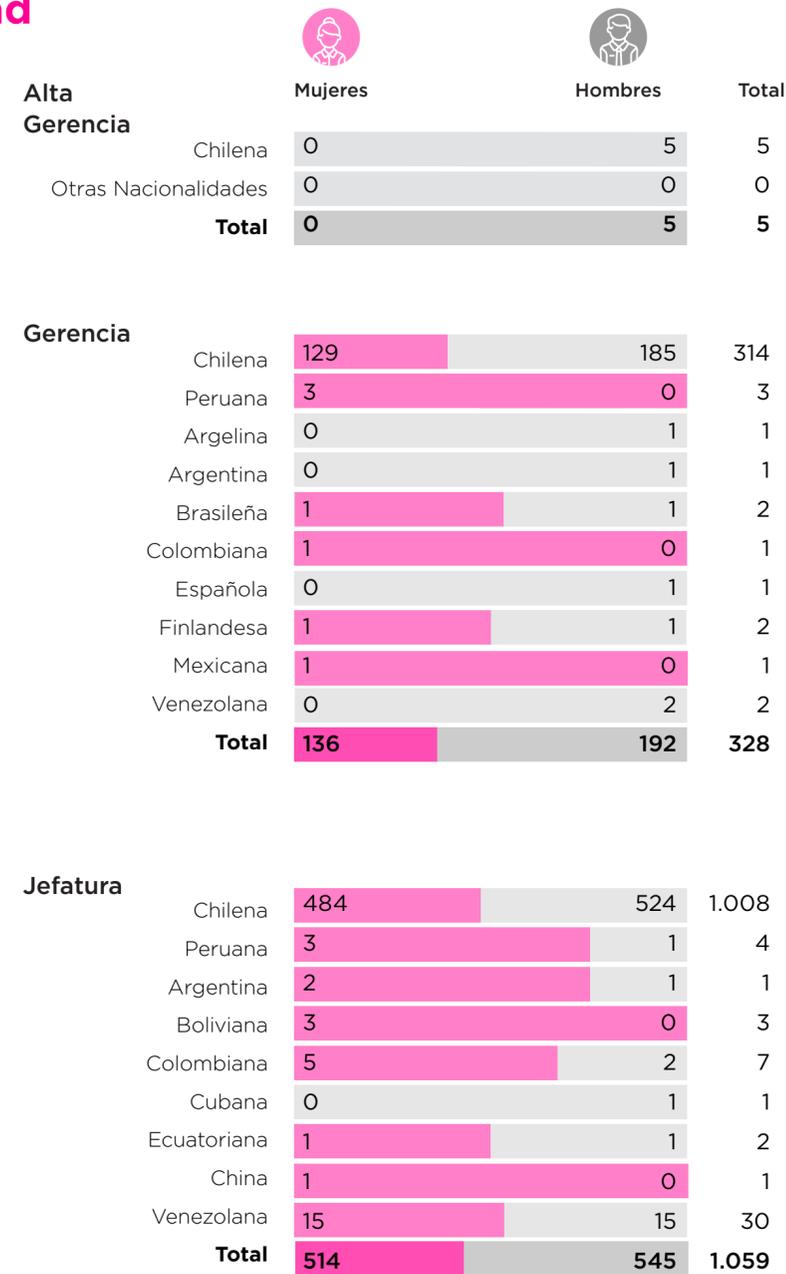
## Colaboradores cubiertos por convenios de negociación colectiva



## Brecha Salarial



## Colaboradores por nacionalidad



## Colaboradores por rango de edad

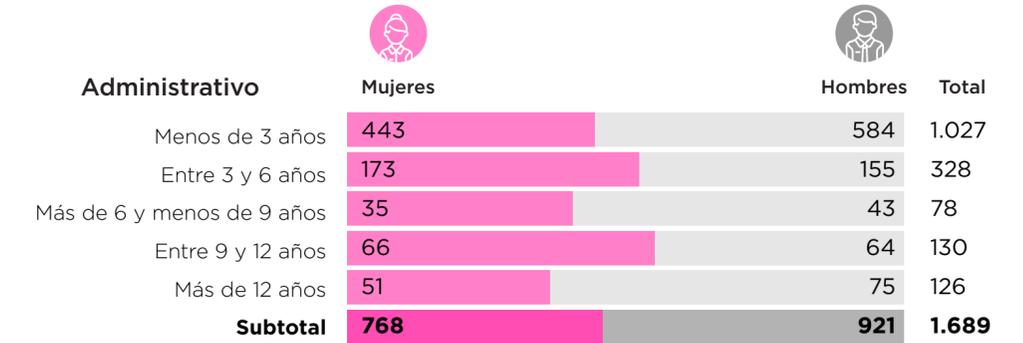
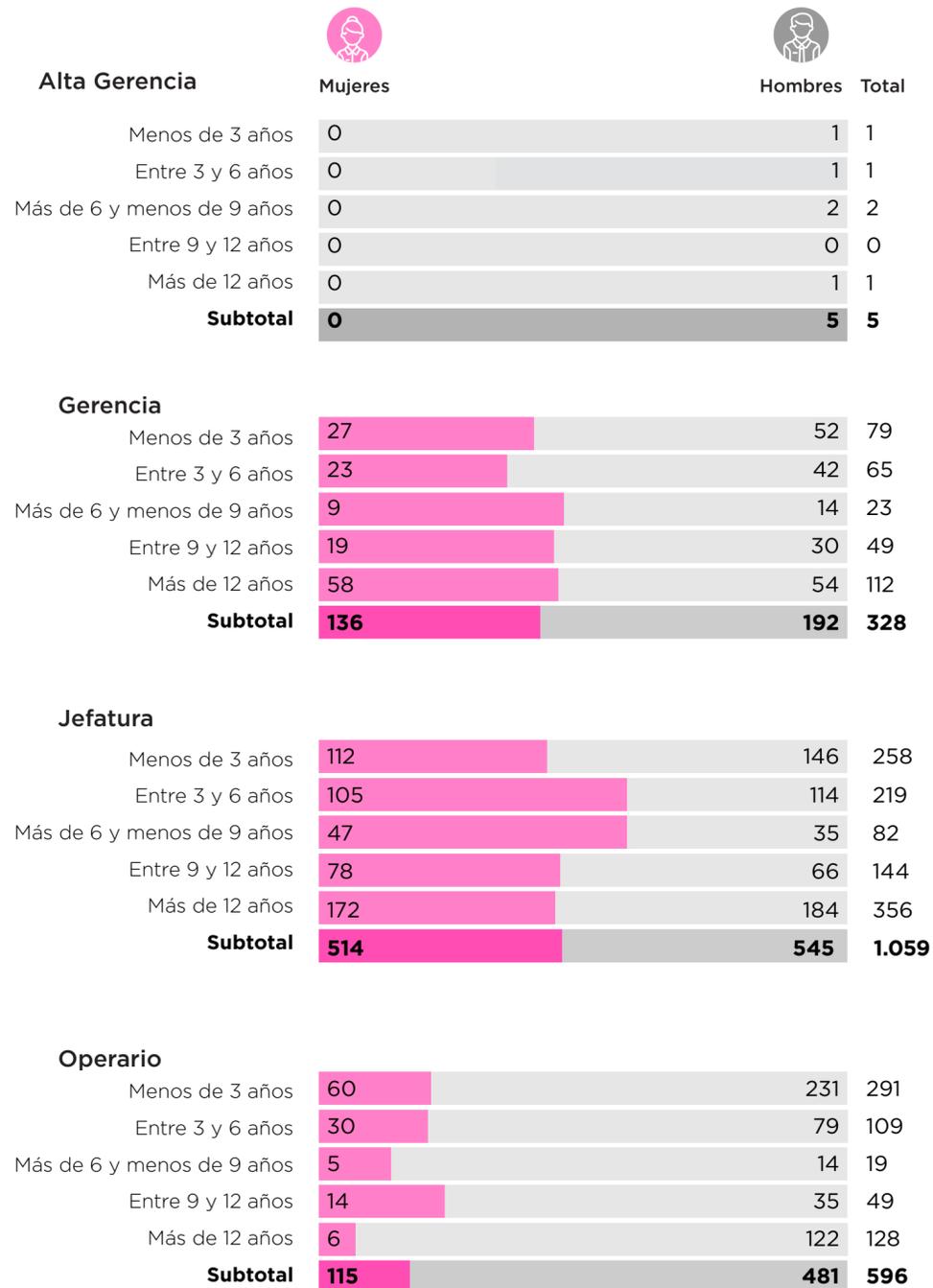
				Total
		Mujeres	Hombres	
<b>Alta Gerencia</b>	Menos de 30 años	0	0	0
	Entre 30 y 40 años	0	0	0
	Entre 41 y 50 años	0	4	4
	Entre 51 y 60 años	0	0	0
	Entre 61 y 70 años	0	1	1
	Más de 70 años	0	0	0
	<b>Subtotal</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>Gerencia</b>	Menos de 30 años	0	0	0
	Entre 30 y 40 años	57	84	141
	Entre 41 y 50 años	58	64	122
	Entre 51 y 60 años	19	30	49
	Entre 61 y 70 años	2	12	14
	Más de 70 años	0	2	2
	<b>Subtotal</b>	<b>136</b>	<b>192</b>	<b>328</b>
<b>Jefatura</b>	Menos de 30 años	51	57	108
	Entre 30 y 40 años	209	190	399
	Entre 41 y 50 años	165	165	330
	Entre 51 y 60 años	83	97	180
	Entre 61 y 70 años	6	35	41
	Más de 70 años	0	1	1
	<b>Subtotal</b>	<b>514</b>	<b>545</b>	<b>1.059</b>
<b>Operario</b>	Menos de 30 años	31	193	224
	Entre 30 y 40 años	29	98	127
	Entre 41 y 50 años	20	67	87
	Entre 51 y 60 años	31	66	97
	Entre 61 y 70 años	4	49	53
	Más de 70 años	0	8	8
	<b>Subtotal</b>	<b>115</b>	<b>481</b>	<b>596</b>

				Total
		Mujeres	Hombres	
<b>Fuerza de Venta</b>	Menos de 30 años	1.985	719	2.704
	Entre 30 y 40 años	1.382	423	1.805
	Entre 41 y 50 años	972	204	1.176
	Entre 51 y 60 años	778	145	923
	Entre 61 y 70 años	255	55	310
	Más de 70 años	26	7	33
	<b>Subtotal</b>	<b>5.398</b>	<b>1.553</b>	<b>6.951</b>
<b>Administrativo</b>	Menos de 30 años	275	388	663
	Entre 30 y 40 años	241	220	461
	Entre 41 y 50 años	146	105	251
	Entre 51 y 60 años	79	124	203
	Entre 61 y 70 años	26	73	99
	Más de 70 años	1	11	12
	<b>Subtotal</b>	<b>768</b>	<b>921</b>	<b>1.689</b>
<b>Otros Profesionales</b>	Menos de 30 años	227	257	484
	Entre 30 y 40 años	363	532	895
	Entre 41 y 50 años	130	184	314
	Entre 51 y 60 años	39	83	122
	Entre 61 y 70 años	5	32	37
	Más de 70 años	0	3	3
	<b>Subtotal</b>	<b>764</b>	<b>1.091</b>	<b>1.855</b>
<b>Total</b>	Menos de 30 años	4.183		
	Entre 30 y 40 años	3.828		
	Entre 41 y 50 años	2.284		
	Entre 51 y 60 años	1.574		
	Entre 61 y 70 años	555		
	Más de 70 años	59		
	<b>Total</b>	<b>12.483</b>		

\*En base a la definición de la NCG 461 publicada por la CMF, no se registran las funciones de cargo de Auxiliar y Otros técnicos para el periodo reportado.



## Colaboradores por antigüedad laboral



Función	Mujeres	Hombres	Total
<b>Total</b>			
Menos de 3 años	6.363		
Entre 3 y 6 años	2.647		
Más de 6 y menos de 9 años	951		
Entre 9 y 12 años	1.105		
Más de 12 años	1.417		
<b>Total</b>	<b>12.483</b>		



\*En base a la definición de la NCG 461 publicada por la CMF, no se registran las funciones de cargo de Auxiliar y Otros técnicos para el periodo reportado.

# Desarrollo de nuestros equipos de trabajos

Tenemos como principal objetivo asegurar la sostenibilidad del negocio mediante la óptima gestión del talento y promoviendo un modelo de liderazgo alineado a nuestra cultura organizacional. Para lograr dicho fin, durante 2023 hemos puesto en práctica programas que identifican los principales talentos de la organización para formarlos y seguir impulsando su crecimiento en puestos claves.

Nuestra gestión la hemos apalancado en los siguientes pilares, buscando promover una cultura de meritocracia y autonomía responsable por parte de todos nuestros colaboradores:

- Aprendizaje y formación
- Desarrollo de Líderes
- Atracción de Talento
- Desempeño
- Clima Organizacional

## Aprendizaje y Formación

Nuestra área de Aprendizaje y Formación está enfocada en promover una cultura de aprendizaje continuo y autónomo, aplicando un modelo que permite a las personas potenciar y desarrollarse laboral y personalmente. Este foco está al servicio de la estrategia del negocio y del constante esfuerzo por lograr que los equipos adquieran conocimientos y habilidades con los cuales hacer frente de a los nuevos desafíos que se van presentando. Para esto, se combinan estrategias de capacitación presenciales, virtuales e híbridas.

La ejecución de esta materia se desarrolla a través de 4 programas que registraron avances en 2023:

- I. Programas de Acompañamiento al Negocio
- II. Autoformación: Academia R
- III. Normativos y Buen Gobierno
- IV. Conciencia en Ciberseguridad

### I. Programas de Acompañamiento al Negocio

A través de una metodología lúdica, logra que los colaboradores que ingresan vivan la cultura mientras van aprendiendo sobre ella, entiendan el negocio desde sus focos estratégicos y nuestros productos y servicios más importantes. Esto facilita su incorporación y proceso de adopción. Comenzó a ejecutarse un nuevo modelo de inducción con un 80% de práctica y un 20% teórico. El objetivo es que los colaboradores adquieran conocimientos, construyan mejores relaciones de equipo y fomentar el sentido de pertenencia desde el primer día, garantizando que experimenten una cálida bienvenida, adquieran un profundo conocimiento de su cargo y se sumerja en el ADN Ripley.

### III. Normativos y Buen Gobierno

Queremos impulsar una cultura de cumplimiento, una adecuada gestión de riesgos y claridad de las acciones que implican un buen gobierno. Existe una gestión rigurosa y disciplinada para desplegar cursos con exigencia normativa o regulada; es decir que responden al cumplimiento de normas y leyes a los que estamos sujetos. Los cursos normativos se realizan en Banco Ripley y buscan mantener a todos los colaboradores informados sobre las distintas regulaciones y/o sus distintas actualizaciones. Estos cursos se realizan 2 veces al año con el fin de dar cumplimiento a las exigencias de la CMF, abordando temáticas como: derechos del consumidor, riesgo operacional, ética y prevención de lavados de activos.

### II. Autoformación: Academia R

Como una forma de incentivar en nuestros colaboradores la autogestión de su aprendizaje, poniendo a su disposición contenido de valor y de conocimiento del negocio, en el recién pasado año 2023 decidimos lanzar Academia R. Esta plataforma de aprendizaje online disponible las 24 horas del día los siete días de la semana, permite acceder a cursos, videos, instructivos y capacitaciones que les permitirán desempeñarse con éxito en sus funciones y, a la vez, desarrollar nuevas habilidades y competencias.

Desde su lanzamiento, Academia R ha recibido más de 22.250 visitas, con 3.335 ingresos de colaboradores de banco y 9.688 de tienda. Los cursos se agrupan en función de categorías que respaldan nuestros negocios y forma de trabajo: cultura, sostenibilidad, formación continua, escuelas de servicio, habilidades de desarrollo y liderazgo.

### IV. Conciencia en Ciberseguridad

Este frente busca generar conciencia entre nuestros colaboradores respecto los peligros y amenazas cibernéticas como la principal protección de una organización para una operación segura para clientes, colaboradores y accionistas. Se realizaron ejercicios de Ethical Hacking y Phishing para detectar malas prácticas en el uso del correo electrónico, lo que contribuyó a identificar más de 800 colaboradores con necesidades de reforzamiento en el uso seguro de esta herramienta. Esto se tradujo en cursos de capacitación que favorecieron al 68% de los colaboradores.

Asimismo, todos los nuevos colaboradores participaron en el programa "Inducción en Seguridad de la Información y Ciberseguridad", en los cuales se abordaron las mejores prácticas en esta materia.

## Indicadores de aprendizaje y formación

# 11.728

Total de personas  
capacitadas\*

# 95,6%

porcentaje que el número de  
personas capacitadas representa  
de la dotación total.

# más de CLP\$1.549

millones invertidos en  
capacitación  
(un 0,1% de los ingresos 2023)

# 467.145 hrs

de capacitaciones  
totales

### Total de colaboradores capacitados

	M	H	Total
Alta Gerencia	0	4	4
Gerencia	126	179	305
Jefatura	456	528	984
Operario	74	139	213
Fuerza de Venta	5.635	2.886	8.521
Administrativo	91	58	149
Otros Profesionales	615	937	1.552
<b>Total de horas de capacitación</b>	<b>6.997</b>	<b>4.731</b>	<b>11.728</b>

*\*Se lleva el registro por asistente a las capacitaciones  
y no por persona única*

### Promedio de horas de capacitación por colaborador:

	M	H	Total
Alta Gerencia	0	10,25	10,25
Gerencia	35,35	30,16	32,30
Jefatura	39,95	30,74	35,01
Operario	12,86	40,12	30,65
Fuerza de Venta	42,70	46,95	44,14
Administrativo	38,33	47,71	41,98
Otros Profesionales	20,67	22,60	21,83
<b>Total de horas de capacitación</b>	<b>40,08</b>	<b>39,46</b>	<b>39,83</b>

### Total de horas de capacitación realizadas

	M	H	Total
Alta Gerencia	0	41	41
Gerencia	4.454	5.398	9.852
Jefatura	18.218	16.232	34.450
Operario	952	5.577	6.529
Fuerza de Venta	240.626	135.508	376.134
Administrativo	3.488	2.767	6.255
Otros Profesionales	12.709	21.175	33.884
<b>Total de horas de capacitación</b>	<b>280.447</b>	<b>186.698</b>	<b>467.145</b>

## Desarrollo de Líderes

**E**n Ripley también nos mueve el desarrollo de nuestros equipos y líderes, lo que impulsamos con diversos programas que buscan adaptar las habilidades de los colaboradores a las demandas cambiantes del puesto laboral, potenciando la gestión de equipos desde el acompañamiento en su desarrollo, a la formación para poder acceder a posiciones de liderazgo. En este sentido, la principal palanca para la gestión de los talentos son nuestros líderes, y de ahí la relevancia de seguir formándolos para brindarles todas las herramientas necesarias en tal sentido.

Durante 2023 se implementaron programas que identifican a los principales talentos de las tiendas y agencias gracias a la evaluación de desempeño y posterior calibración con la principal línea ejecutiva, permitiendo a nuestros altos potenciales seguir desarrollándose profesionalmente. Luego, se desarrollaron los distintos planes para retener y desarrollar a nuestros principales líderes. El trabajo se

centró en 3 grandes programas con foco tanto en tiendas como en nuestro back office:

- LideraR
- Programa Trainee
- Coaching

Por el lado de Tiendas, se implementó por primera vez el programa Lidera R y Trainee, beneficiando a 16 nuevos líderes. Lidera R se enfocó en desarrollar y entregar herramientas a subgerentes de tienda, preparándolos para asumir una nueva posición como gerente. Trainee, por su parte, permitió acercar a Ripley a jóvenes profesionales de tres ciudades: Santiago, Concepción y Viña del Mar, quienes vivieron la experiencia de conocer nuestras tiendas y ser parte de un gran evento que culminó con 8 profesionales contratados como jefes comerciales trainee en distintas tiendas.

En materia de back office, se implementaron programas de coaching a través de los cuales los líderes de la organización pueden ser asesorados y acompañados por un profesional, de modo que avancen

a un siguiente nivel. También se identificaron y capacitamos liderazgos para que sean mentores internos de otros líderes de mando medio. A su vez, y considerando a áreas de tecnología, se entregaron cursos de inglés donde líderes y colaboradores con buen desempeño fueron beneficiados con clases individuales y grupales.

En total, más de 60 líderes se beneficiaron con programas de desarrollo de talento.

### Taller de Liderazgo InspirAcción

Programa para potenciar el liderazgo del equipo de jefaturas de tienda de Ripley Chile, de manera de impactar positivamente en el clima y enfocar al equipo en el logro de los resultados. Actualmente, el negocio enfrenta fuertes desafíos, tales como las bajas en la venta, los cambios en las conductas y hábitos de compra

# 88%

Cobertura del taller de Liderazgo InspirAcción

# 4,9

NPS taller de Liderazgo InspirAcción

# 96%

Satisfacción taller de Liderazgo InspirAcción



Para asegurar la continuidad del negocio y generar la retención del talento mediante la movilidad interna de nuestros colaboradores en cargos de liderazgo, en 2023 realizó el programa Cantera, que busca formar colaboradores para que se encuentren preparados para cubrir puestos claves dentro de Ripley Retail Chile.

### Identificación de Talento

La primera fase del programa consiste en evaluaciones que permiten medir el potencial y encaje de los postulantes con el perfil ideal para las posiciones (Líder o Gerente de Agencia en Cantera y Gerentes de Tienda en LideraR. Lo cual asegura que los colaboradores identificados sean los más idóneos para iniciar la etapa formativa.

### Formación en base al Modelo Operativo de Banco Ripley o Ripley Retail

La etapa formativa es diseñada en conjunto con la Gerencia de Operaciones, donde se consideran todos los procesos involucrados en la operación y los servicios.

### Retención de Talento

La primera fase del programa consiste en Los colaboradores certificados en el programa serán los próximos en cubrir las vacantes que tengamos en las posiciones para las que fueron formados y así puedan seguir creciendo en la Compañía.

### Principales resultados 2023

**Cantera:** Postularon 83 colaboradores y, finalmente, 10 colaboradores iniciaran la etapa de formación en enero de 2024.

**LideraR:** Participaron 8 líderes

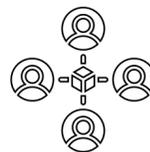
### Principales logros del programa:



**Generar procesos de movilidad interna transparentes y equitativos.**



**Contar con colaboradores preparados para futuras vacantes.**



**Generar compromiso de nuestro colaboradores con la organización.**

## Atracción de talento

Las personas son fundamentales para el éxito de los negocios de Ripley, y dentro de ese principio, buscamos atraer y retener al mejor talento para nuestra organización, generando una propuesta de valor, tanto para nuestros equipos como para el talento potencial, posicionándonos como una marca empleadora relevante, atrayendo profesionales que aporten a la organización y generando una carrera de éxito para el talento interno. Durante el proceso de atracción y selección de talento aplicamos un riguroso proceso de evaluación curricular que incluye la experiencia, competencias, valores y acercamiento de las personas a la cultura Ripley. La elección de los candidatos también considera la equidad y la inclusión, garantizando que nadie sea discriminado por género, raza, credo o cualquier otra condición vinculada con el trabajo a realizar.

Consecuentemente, se busca incorporar a Ripley, en sus distintos rubros, el mejor talento externo disponible de acuerdo a los perfiles que la empresa requiere, así como potenciar el desarrollo interno a través de los procesos de movilidad, promoviendo procesos de elección interna justos y equitativos, operando conforme a las normas legales.

En 2023, los principales focos para el grupo estuvieron en:

- Ser una marca empleadora atractiva para nuevos profesionales, mejorando su posicionamiento en el mercado.

- Prácticas profesionales, estableciendo alianzas con diferentes entidades educacionales, siendo una gran opción como primer empleo para los jóvenes.

- Mantenerse atractivos en el ámbito de la Movilidad Interna, dando opciones de crecimiento al interior de la compañía para lograr el crecimiento profesional.

Para lograr nuestras metas, participamos en más de 70 ferias laborales, potenciando a Ripley como un gran empleador, y con foco en grupos diversos. También fuimos parte de charlas en eventos universitarios, y especializadas de empleabilidad, así como otras alianzas con universidades y municipalidades.

Junto con ello, continuamos potenciando nuestra presencia en la red profesional LinkedIn, difun-

diendo nuestros logros y actividades para dar a conocer nuestra cultura y lo que nos diferencia como marca empleadora. El 2023 se incrementó el número de seguidores en LinkedIn, pasando a más de 300 mil. pley Retail Chile

En el programa de prácticas profesionales “Dale Play a tu carrera” se buscó atraer y retener a los mejores jóvenes talentos del mercado, entregando una experiencia que agregue valor al ciclo de vida del practicante. Tuvimos más de 60 practicantes viviendo esta ruta, la que tiene desde cursos online hasta visitas a tiendas para realizar diversos roles que fuesen parte del corazón del negocio.

*“Recomendaría hacer la práctica en Ripley. He recibido un gran apoyo de mi equipo, y siempre estuvieron dispuestos a resolver mis dudas. Tienen un gran ambiente, el recibimiento es súper acogedor y hay muchas oportunidades de aprendizaje”*

(Guillermo Ancacoy, practicante área Comunidad de Negocios en Banco Ripley).



## Movilidad Interna

Otro de nuestros focos de atracción de talentos es la Movilidad Interna. Por ello generamos oportunidades y promovemos el desarrollo de los colaboradores a través de la movilización hacia puestos vacantes tanto de manera horizontal como vertical. Con ello nuestros equipos se sienten motivados e informados sobre sus oportunidades de crecimiento, las que implican mayores retos, y el desarrollo de habilidades y competencias tanto blandas como duras. En consecuencia, al presentarse un requerimiento para cubrir una vacante, la empresa privilegia en primera instancia al talento interno para todas las posiciones, con las siguientes salvedades:

- **Posiciones de entrada o inicio dentro de la organización.**

- **Posiciones técnicas o de alta especialización**

Con esta política de Movilidad Interna buscamos fomentar el desarrollo laboral y de carrera de los colaboradores aplicando mecanismos de comunicación abiertos, o bien dirigidos, correspondientes al tipo de posición que se vaya a cubrir.

En 2023, pusimos en marcha un programa para líderes de sucursales (como gerentes, subgerentes y supervisores), donde se identifica el talento interno, evaluando las competencias de un Líder Ripley. En este contexto, durante el año postularon 18 líderes al programa, de los cuales 8 fueron formados para asumir nuevas posiciones futuras.

### Programa Crecimiento

Esta iniciativa busca promover el desarrollo de nuestros colaboradores a través de la búsqueda del talento interno y la movilización hacia puestos vacantes tanto de manera horizontal como vertical. Con su implementación buscamos que nuestros colaboradores se sientan motivados e informados sobre oportunidades de crecimiento que implican, no solo mayores retos, también el desarrollo de habilidades y competencias tanto blandas como duras.

Sus principales objetivos son, sobre todo:

- **Mostrar un proceso transparente y meritocrático.**
- **Engagement del colaborador (siento de pertenencia / compromiso).**

## Indicadores de movilidad interna 2023

	Mujeres	Hombres	Total
Movilidad vertical: total de colaboradores	24	29	53

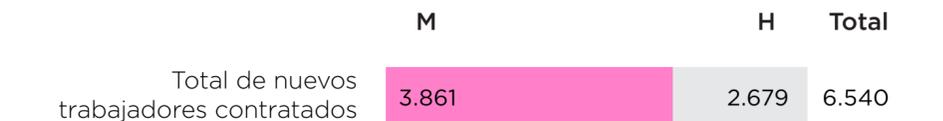
*\*Durante el período 2023 no hubo movilidad horizontal dentro de la Compañía.*

## Tasa de rotación: Detalle Negocio Retail

	2023
Total de nuevos trabajadores contratados	0,32
Porcentaje de contratación de nuevos trabajadores*	0,24
Tasa de rotación voluntaria de colaboradores en tienda y centros de distribución	0,43
Tasa de rotación involuntaria de colaboradores en tienda y centros de distribución	0,32

*Valores 2023 solo del segmento retail en Chile.*

## Indicadores de contratación de nuevos colaboradores



## Porcentaje de contratación de nuevos colaboradores\*

52,37%

*\*Porcentaje de contratación de nuevos colaboradores, en relación con el total de colaboradores 2023.*

## Indicadores de rotación de colaboradores



## Porcentaje de trabajadores que han dejado la Compañía\*

55,7% 64,7% 59,2%

*\*Porcentaje de colaboradores que han dejado la Compañía, en relación con el total de colaboradores 2023.*

## Desempeño

Las evaluaciones de desempeño están orientadas a entregar una retroalimentación oportuna en cuanto al cumplimiento de objetivos, tareas y competencias, para así fomentar el crecimiento profesional y personal, abarcando a todos quienes lleven un mínimo de 3 meses de antigüedad en la compañía, incluyendo a colaboradores de las tiendas por departamento, banco y otras operaciones de la empresa.

La metodología se basa en la calificación del logro de objetivos y nivel de desarrollo de competencias corporativas. Adicionalmente, el líder del área debe indicar el nivel de crecimiento potencial que percibe en sus colaboradores.

Para nosotros es fundamental entregarles un feedback permanente que les permita saber cómo lo están haciendo y cómo están siendo evaluados en la organización. Esto forma parte de la cultura de la Compañía, por lo que se realizan campañas

de comunicación y se dispone de una plataforma que permite evaluar el feedback recibido.

En 2023 las evaluaciones tuvieron una alta cobertura en las diferentes áreas de negocio, con cerca de 10.000 personas siendo evaluadas y una cobertura de 99% en retail y 97% en banco.

Otro tema dice relación con procedimientos para establecer un Plan de Sucesión, de potenciales reemplazantes de ejecutivos principales. Como parte del proceso de Evaluación de Desempeño Anual, se llevan a cabo reuniones de calibración con los directores, gerente general y principales líderes de la organización. En ellas, se discute sobre los puestos claves de la organización y se revisan fichas de talento que identifican a posibles sucesores, para luego, trabajar en planes de desarrollo individual, entregándose herramientas de coaching, mentoring, cursos de inglés, entre otros.

**Con el objetivo de contar con una evaluación más ágil, que aporte una mirada global acerca de las competencias laborales de los colaboradores, a partir de 2023, el proceso de evaluación de desempeño pasó a ser anual, siendo aplicado entre enero y marzo de cada año e incluyendo una revisión a mitad del periodo llamada Pulso.**

Colaboradores que recibieron una evaluación periódica de desempeño y de desarrollo de carrera en 2023:

Cargo	Nº
Gerencia	317
Jefatura	962
Operario	301
Fuerza de venta	5.453
Administrativo	1.145
Otros profesionales	1.694
<b>Total</b>	<b>9.872</b>
<b>Porcentaje de colaboradores evaluados</b>	<b>79,1%</b>

\*No se realizaron evaluaciones a la Alta Gerencia durante 2023.

## Clima y Cultura

En Ripley contamos con procedimientos para cultivar un clima laboral abierto, sin barreras, fomentando relaciones basadas en el respeto, la confianza y la retroalimentación, entregando una experiencia laboral donde prime la calidad de vida, el desarrollo de talentos y la excelencia. Este 2023 el gran foco estuvo en alinear proyectos y programas para que impacten en este propósito de mejorar la calidad de vida de las personas, teniendo como ejes principales un óptimo clima laboral, beneficios diferenciados y promover una vida sana y saludable.

Por lo anterior, realizamos mediciones periódicas a través de la encuesta de clima que tiene como principal objetivo conocer la percepción de nuestros colaboradores en los siguientes aspectos:

- Liderazgo: evalúa la gestión de liderazgo de su jefe inmediato
- Desarrollo: evalúa las posibilidades crecimiento dentro de la organización
- Calidad de Vida: evalúa los beneficios y equilibrio vida laboral
- Compromiso: evalúa los intereses de seguir perteneciendo a la organización
- Relaciones con el equipo: evalúa la calidad de la interacción de los equipos de trabajo

### Principales resultados de la medición de clima 2023

% DE LA DOTACIÓN TOTAL ENCUESTADO	ENPS (EMPLOYEE NET PROMOTER SCORE)	PUNTAJE PROMEDIO EVALUACIÓN DE CLIMA
73,3%	7,8	25,5%

*\*Indicador de recomendación a la organización*

Adicionalmente, esta encuesta nos permite tener el nivel de recomendación de los colaboradores sobre su líder inmediato y la organización.

### Programa Reconocimiento

Desde 2022, un programa de reconocimiento corporativo destaca de forma periódica el desempeño de aquellos 3 colaboradores que han registrados los puntajes NPS (Net Promoter Score) más altos en la categoría de "Mejor Experiencia" de cara a los clientes en ventas físicas y agencias del banco. Además, se reúnen los gerentes de las tiendas o sucursales más destacados con aquellos que tienen oportunidades de mejora para compartir las mejores prácticas y promover así la mejora continua.

### Viviendo nuestro propósito

En 2023 se buscó profundizar qué entienden los colaboradores y líderes por calidad de vida. Para tal efecto, parase realizó un levantamiento de información junto a una consultora externa, quienes realizaron una serie de entrevistas, focus group y workshops que permitieron conocer más de nuestro propósito, incorporar preguntas en nuestro instrumento de clima y generar una propuesta de modelo de liderazgo. Con los resultados buscamos alinear nuestros programas y beneficios para seguir mejorando la calidad de vida y el compromiso de nuestros colaboradores.



## Beneficios para colaboradores:

Beneficio	Breve descripción del beneficio	Aplica para colaboradores: (si/no)	
		Con plazo indefinido	Con plazo fijo
<b>Flexibilidad</b>	Plan de beneficios para colaboradores canjeable por tiempo libre.	SI	SI
<b>Academia R</b>	Plataforma online corporativa con material disponible 24/7 para desarrollo y formación.	SI	SI
<b>Tarjeta Banco Ripley</b>	Tarjeta Banco Ripley sin costo en mantención para colaboradores.	SI	SI
<b>Medismart</b>	Plan full de consultas en telemedicina sin costo para los colaboradores.	SI	SI
<b>Seguro de Salud Complementario</b>	Distintas opciones de planes de salud, para elegir el que más les convenga, además de contar con seguro catastrófico y seguro por invalidez	SI	NO
<b>Seguro de Vida</b>	Entrega un aporte monetario a la familia del colaborador fallecido	SI	NO
<b>Smart Fit</b>	Descuento en gimnasio Smart Fit para promover la salud y el deporte.	SI	SI
<b>Club Conecta Padel</b>	Descuento en canchas de padel, para promover el deporte y el ejercicio al aire libre.	SI	SI
<b>Isapre Colmena</b>	Planes colectivos que nos permite ofrecer mejor cobertura y beneficios.	SI	SI
<b>Seguro Mascotas</b>	Descuento en seguro para mascotas.	SI	SI
<b>Caja Compensación</b>	Afiliación y amplia oferta de beneficios asociados a la caja de compensación	SI	SI
<b>Kidzania</b>	Descuento para recreación vida familiar.	SI	SI
<b>Movistar</b>	Valores preferenciales de planes de telefonía, internet y hogar.	SI	SI
<b>Jardín Infantil</b>	Descuento para el cuidado de hijos e hijas en sala cuna.	SI	SI
<b>Bono Compensatorio</b>	Siempre y cuando el hijo o hija de una de nuestras colaboradoras tenga alguna condición especial o enfermedad que lo imposibilite de asistir a alguna sala cuna, podrán acceder a un monto mensual en reemplazo de la sala cuna.	SI	NO

## Beneficio Postnatal

En Ripley Chile, tanto los colaboradores hombres como mujeres pueden optar por tener 5 días adicionales al postnatal legal, a través del canje de tiempo libre disponible.

## Permiso Postnatal

Total de colaboradores que han utilizado el permiso

Mujeres	Hombres	Total
312	76	388

Promedio de días que hubieren sido utilizados durante el año por categoría de funciones

	M	H
<b>Alta Gerencia</b>	-	-
<b>Gerencia</b>	71,0	-
<b>Jefatura</b>	55,5	7,0
<b>Operario</b>	-	-
<b>Fuerza de Venta</b>	58,0	7,5
<b>Administrativo</b>	84,0	-
<b>Otros Profesionales</b>	66,0	7,0

## Works: Nuestra forma de trabajar

Desde 2018 comenzamos a impulsar el teletrabajo como una alternativa a nuestra forma de trabajar y, con la pandemia, un porcentaje relevante de los equipos comenzó a desarrollar sus funciones mediante la modalidad de trabajo híbrido, lo que ha generado un impacto social positivo, dado que los colaboradores pueden equilibrar de mejor forma su vida laboral y social sin perjudicar la productividad de la organización.

Dado el propósito de mejorar la calidad de vida de las personas, Banco Ripley formalizó sus políticas al respecto y, en las áreas centrales, se potenció Works, nuestra modalidad de trabajo co-work que elimina los puestos de trabajo fijos y fomenta el teletrabajo de nuestros colaboradores. Aplica a toda el área Back Office, permitiendo flexibilidad para trabajar con distintas metodologías que potencian el cumplimiento de los objetivos dinámicos que enfrenta el negocio.

	Mujeres	Hombres	Total
Total de colaboradores que se acogen a teletrabajo o a pactos de adaptabilidad de jornada laboral	1.167	1.116	2.283
Porcentaje de colaboradores que se acogen a teletrabajo o a pactos de adaptabilidad de jornada laboral	15,2%	23,3%	18,3%

*\*No se registran trabajadores con pactos de adaptabilidad para colaboradores con responsabilidades familiares*



## Política salarial

**E**l sistema de compensaciones de Ripley se sustenta en pilares de transparencia, equidad y no discriminación, buscando siempre ser competitivos y equitativos en la definición de rentas de nuestros colaboradores. de constante cambio. Cada posición es evaluada independiente de su ocupante, para asegurar la objetividad y el foco en las funciones definidas para cada puesto, lo que determinará, finalmente, el grado o banda salarial en la que quedará catalogado cada cargo.

Ripley se encuentra constantemente actualizando información de compensaciones de mercado a través de reconocidas consultoras en esta materia, lo que nos ayuda a tomar decisiones en un entorno

Nuestras bandas salariales contemplan rangos mínimos y máximos, que permiten mantener un nivel de flexibilidad al momento del ingreso de los colaboradores y durante sus avances en su posi-

ción, tomando en cuenta el óptimo desempeño. Por lo mismo, la eventual existencia de diferencias entre posiciones similares se explicaría por el desempeño individual de cada trabajador y no por criterios arbitrarios. Estas prácticas también ayudan a la retención de talentos.

### En 2023, se actualizó la política de compensaciones sobre la base de los siguientes pilares estratégicos:

- **Agilidad**, determinando claramente los responsables de cada paso del proceso, niveles de autorización y tratamiento de excepciones.
- **Objetividad**, en la aplicación de las compensaciones, tanto en equidad y competitividad, aislando cualquier sesgo posible en la toma de decisiones.
- **No discriminación**, estableciendo procesos estandarizados que permitan tomar decisiones donde tanto el género como la identidad de género, edad, nacionalidad y cualquier otra condición personal del trabajador, no impacte en su nivel salarial, sino que sean el aporte de su puesto a la organización, la equidad interna y su desempeño individual los factores que determinen su renta.

### Salario promedio por hora pagado a los colaboradores de la tienda y del centro de distribución:

**CLP\$4.878**  
Salario promedio por hora

**32%**  
porcentaje de colaboradores que ganan el rango salarial más bajo dentro de la compañía



# Diversidad, Inclusión y Equidad

En Ripley Chile promovemos una cultura de excelencia basada en el respeto, en la valoración de la autenticidad y en la confianza. Apreciamos y respetamos las diferencias individuales que aportan todos quienes forman parte de la empresa y velamos por asegurar la igualdad de trato y oportunidades, sin ningún tipo de discriminación. Consideramos la diversidad como una oportunidad para contar con equipos de distintos orígenes, culturas, habilidades, orientaciones y puntos de vista, lo que enriquece la prestación de servicios integrales y de calidad a nuestros clientes.

Fomentamos un ambiente laboral respetuoso y libre de discriminación, respaldado por una cultura organizacional que refleje nuestros valores y brinde sentido, apoyo y sostenibilidad. A través de diversas acciones, trabajamos para crear entornos laborales que reflejen la diversidad, en un clima de confianza, respeto e integridad, donde se promueve la parti-

cipación y la colaboración como instancias de crecimiento compartido.

Asimismo, entendemos el rol que tenemos en la sociedad como empresa empleadora que promueve la inclusión laboral, ámbito que forma parte de un proceso más amplio: la inclusión social, que se sustenta en la igualdad, la equiparación de oportunidades y una plena participación en la sociedad.

## Política de Diversidad e Inclusión

Estamos conscientes de que se debe avanzar hacia una sociedad que brinde igualdad de oportunidades y plena participación a todo individuo, sin distinciones, rechazando cualquier actitud guiada por prejuicios relativos al origen social o étnico, religión, sexo, color, edad, incapacidad física y cualquier forma de discriminación. Por tanto, fomentamos un ambiente laboral respetuoso y libre de violencia y una cultura organizacional que refleje estos valores y que le dé sentido, soporte y sostenibilidad. Sobre estas bases, nuestros focos de gestión de la diversidad apuntan a la inclusión de personas con discapacidad, a la diversidad sexual, la interculturalidad, la integración de personas mayores y la equidad de género.

Para materializar esta mirada, la empresa cuenta con una Política de Diversidad e Inclusión que formaliza sus principios en estas materias,

aplicándose a todos los miembros de las distintas unidades de negocio y se gestiona a través del Plan Personas. Sus objetivos son:

- **Promover una cultura de diversidad e inclusión, brindando a cualquier persona las mismas oportunidades de crecimiento y desarrollo, sin distinción de edad, discapacidad, sexo, identidad u orientación sexual.**
- **Garantizar espacios laborales seguros, libres de discriminación u hostigamiento (incluyendo acoso laboral y sexual), para que toda persona se sienta cómoda de demostrar su talento y expresarse libremente.**
- **Sensibilizar sobre la importancia de la diversidad e inclusión, reconociendo las conductas discriminatorias y sesgos inconscientes que se mantienen a nivel social**



## Principales Iniciativas

### Proyecto, programa y/o hito

#### Grupo Yo Soy Diferente Igual Que Tú

Durante 2023 relanzamos Grupo de afinidad “Yo Soy Diferente Igual Que Tú”, donde 40 colaboradores de diversos lugares de trabajo se inscribieron voluntariamente para ser parte de este grupo que busca promover iniciativas de Diversidad e Inclusión en la Compañía. Nos reunimos en 7 sesiones, donde pudimos aprender más sobre los distintos grupos de la diversidad, intercambiar opiniones y además jugaron un rol clave en la Semana de la Diversidad.

#### Semana de la Diversidad Ripley Chile

En junio 2023 vivimos nuestra 5ta Semana de la Diversidad Chile, donde se realizaron diferentes charlas y activaciones con el fin de educar sobre los distintos grupos de la diversidad y concientizar el por qué todos somos diferentes.

**Principales resultados 2023: 916 participantes en 4 instancias en 2023.**

#### Programa Mujeres Imparables

Por tercer año se realizó el programa “Mujeres Imparables” en Ripley Chile. Esta vez, junto a la consultora WoomUp, 40 mujeres talentos participaron de una red de Mentorías, donde las mentoras recibieron formación para asumir este rol y a las guiadas se les acompañó en su desarrollo de carrera.

#### Sensibilización para Líderes

Se impartieron charlas sobre Diversidad e Inclusión a líderes de distintas áreas, con el propósito de alinearlos en temáticas de D&I para potenciar la cultura inclusiva que se vive en la organización y facilitar los procesos de inclusión principalmente de Personas en Situación de Discapacidad (PeSD) y comunidad LGBTQ+.

**Principales resultados 2023: En Chile, 96 líderes participaron**

#### Diagnóstico de Percepción en Diversidad e Inclusión

En Ripley Chile se aplicó la encuesta anual interna de Diversidad e Inclusión que arrojó que un 88% de los colaboradores/as nunca se ha sentido discriminado en su lugar de trabajo.

#### Certificación de Gestor de Inclusión

En Chile, y a raíz de la normativa que obliga a las empresas a tener un “gestor de inclusión laboral”, se capacitó y apoyó el proceso de certificación de 8 colaboradores/as, sumándose a los 9 gestores ya certificados con los que ya contamos, potenciando así agentes de cambio que lideren la inclusión de personas con discapacidad en la Compañía.

**Principales resultados 2023: 10 gestores de Diversidad e Inclusión certificados y 7 en proceso de certificación.**

#### Diagnóstico Norma 3262

Para seguir promoviendo la equidad de género y la calidad de vida de nuestros colaboradores/as, en 2023 se realizó un diagnóstico organizacional para determinar brechas, barreras e inequidades de género existentes en Ripley Chile, en el marco de una futura implementación de un sistema de gestión de igualdad de género y conciliación de la vida laboral, familiar y personal (SGIGC) basado en los requisitos de la Norma Chilena NCh3262-2021.

#YoSoy diferente  
igual que tú

banco ripley

“Yo soy diferente,  
igual que tú”

6° Encuentro Grupo Afinidad

Banco Ripley reafirma su  
compromiso con la igualdad y la  
inclusión.



## Nuestro ecosistema por la inclusión

En línea con el compromiso de Ripley con la diversidad e inclusión, formamos parte de diversas organizaciones público-privadas especialistas que tienen el propósito de desarrollar e implementar las mejores prácticas en la materia.

Como Ripley y Banco Ripley el 2023 fuimos parte de:

Institución	Acción
Red de Empresas Inclusivas de Sofofa (REIN) con foco en la inclusión de personas en situación de discapacidad	
Pride Connection que busca promover espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual y generar lazos para la atracción de talento LGBTI a las distintas organizaciones que la componen	Participamos en las instancias de reuniones de estas redes, donde se comparten buenas prácticas, se genera material que potencia la inclusión en el país e, incluso, se discuten políticas públicas. Particularmente en la REIN participamos del Programa de Mentoría, siendo Mentores de Duoc UC en materia de comunicación de la diversidad e inclusión.
Red de Empresas con Experiencia de SeniorLab UC que busca preparar y acompañar a las organizaciones en la inclusión e inserción laboral de las personas mayores.	

### Otras instancias de participación:

- Impartimos la charla Aprendizajes de la Inclusión Laboral en la ExpoInclusión.
- Participamos del Conversatorio “La importancia de la digitalización en el trabajo” de Trabajando Pro.
- Seminario por la Inclusión Laboral de la Comunidad LGBTQIA+ de la Municipalidad de Maipú.
- Charla Inclusión Laboral de la OMIL Las Condes
- Charla “Gestión de la Diversidad y la Inclusión Laboral en Chile” de la Universidad Diego Portales.

## Nuestra comprensión de la discapacidad

Los entornos, infraestructuras, procesos, herramientas y dispositivos de la organización, así como las instalaciones disponibles para los clientes, deben ser comprensibles, utilizables y practicables por cualquier individuo, en condiciones de seguridad y comodidad, de la forma más autónoma y natural posible. En este sentido, se procura brindar facilidades y adaptar el diseño de la infraestructura para que las personas en situación de discapacidad no se encuentren con ningún tipo de barrera que les impida o restrinja su normal desenvolvimiento.

En materia de reclutamiento, un equipo capacitado se encarga de llevar a cabo entrevistas inclusivas y procesos que requieran adaptaciones y ajustes razonables. Se realizan análisis de puestos de trabajo y perfiles funcionales que promueven el calce de perfil y cultura. Cada vez que se incorpora una persona en situación de discapacidad, se realiza una sensibilización al equipo y se mantiene un seguimiento periódico.

En 2023, 126 personas con discapacidad trabajan en la empresa.

### Colaboradores en situación de discapacidad

Total de personas en situación de discapacidad 2023

Categorías por funciones	Total de personas en situación de discapacidad 2023		Total
	Mujeres	Hombres	
Alta Gerencia	0	0	0
Gerencia	0	0	0
Jefatura	1	1	2
Operario	2	12	14
Fuerza de Venta	44	50	94
Administrativo	1	6	7
Otros Profesionales	3	6	9
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>75</b>	<b>126</b>

# Salud y seguridad

En Ripley, nos preocupamos de la seguridad y bienestar de nuestros colaboradores y es por esta razón que contamos con un equipo de expertos en prevención de riesgos, quienes se desempeñan en nuestros diversos centros de atención y logística, contribuyendo significativamente a mantener altos estándares en materia de prevención de riesgos que permitan minimizar la ocurrencia de accidentes o enfermedades profesionales.

La gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SST) es fundamental para el éxito del negocio y, por ello, en Ripley estamos en un proceso de implementación de sistemas de gestión que nos permitan detectar de forma más oportuna cualquier factor de riesgo, abordándolos proactivamente para minimizar potenciales peligros. La constante evaluación de riesgos en nuestras actividades diarias, a través de herramientas como la Matriz de Riesgo, es fundamental para anticiparnos y prevenir incidentes.

El desarrollo de nuestros sistemas de gestión, están especialmente diseñados para generar no solo el cumplimiento normativo, sino tam-

bién una cultura en torno a la prevención de accidentes y enfermedades profesionales entre todos nuestros colaboradores. Las capacitaciones regulares y el fomento del conocimiento en prevención son pilares en nuestra estrategia para asegurar que cada miembro del equipo esté preparado para identificar y manejar riesgos de manera efectiva.

La colaboración con organizaciones especializadas en gestión preventiva nos permite tener un mejor enfoque hacia el cuidado de nuestros colaboradores, clientes, proveedores e infraestructura, permitiéndonos integrar las mejores prácticas.

## Capacitación del líder en temas de Seguridad

Los líderes son permanentemente capacitados para que puedan reaccionar eficazmente frente a un evento adverso. Anualmente se realizan simulacros de evacuación para entrenar de forma práctica lo enseñado y estar preparados ante situaciones reales.

Nuestra estrategia de salud y seguridad pone a nuestros colaboradores en el centro de todas las iniciativas, entendiendo que su bienestar es fundamental para el éxito y la resiliencia de nuestra empresa. En 2023, nuestra gestión se caracterizó por:

### 1. Prevención y Seguridad Proactiva:

Adoptamos un enfoque preventivo, evaluando meticulosamente los riesgos para minimizar los peligros.

### 2. Empoderamiento y Participación:

Promovimos que cada miembro del equipo se siente empoderado para contribuir, mediante la comunicación abierta y la colaboración, en especial con el trabajo desarrollado con los Comités Paritarios.

### 3. Capacitación Desarrollamos programas:

Desarrollamos programas de formación reforzando la importancia de la seguridad en todas las facetas de su trabajo.

### 4. Evaluación Continua:

Implementamos revisiones regulares y ajustes en nuestras prácticas de seguridad para garantizar que se mantienen al más alto nivel y son efectivas.

En retail hemos identificado que los golpes y caídas son los principales riesgos para la seguridad de nuestros colaboradores, impactando su bienestar y la productividad de la empresa. Para mitigar estos riesgos implementamos:

#### Investigaciones de Accidentes

Analizamos cada incidente para entender sus causas y prevenir su repetición como así incorporar a nuestras matrices de Riesgos.

#### Colaboración con Comités Paritarios

Involucramos a colaboradores en la identificación y prevención de riesgos, creando un entorno colaborativo hacia la seguridad.

#### Revisión de Casos con Expertos

Trabajamos con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) especializados para revisar incidentes y aplicar sus recomendaciones.

#### Capacitaciones en terreno

Realizamos formaciones específicas sobre prácticas seguras y el uso adecuado de equipos de protección.

En Banco Ripley Chile, nos encontramos en proceso de generar un sistema de gestión asesorados por ACHS en donde se incorporan estándares de gestión de ISO 45.001, enfocándose en sistematizar la gestión preventiva y lograr que esta se inserte en la organización, de manera eficaz y eficiente. Este sistema se enfoca, sino en la implementación de cada uno de los procesos que han sido definidos como claves. Para desarrollar ACHS Gestión, se realiza a través de un Modelo de Asesorías Integral que permite gestionar la prevención de riesgos en 4 etapas:

- 1. Entendimiento y diagnóstico:** Identificar el nivel actual de gestión de la prevención de riesgos laborales, desde lo legal hasta mejores prácticas.
- 2. Plan Prevención y Acuerdo de Colaboración:** Guiar y facilitar el diseño del Plan de Prevención, que establece las temáticas fundamentales de SST a abordar, así como también la generación de un Acuerdo de Colaboración.
- 3. Ejecución y seguimiento:** Movilizar y apoyar la implementación del Plan de Prevención y Acuerdo de Colaboración, a través de distintas asesorías y herramientas que facilitarán la gestión preventiva.
- 4. Revisión anual:** Análisis del funcionamiento de los procesos implementados acorde al Plan de Prevención, de los indicadores preventivos y del nivel de servicio de las asesorías.

## Prevenir, concepto clave

Para lograr mayor cobertura, trabajamos en asesoría preventiva y en conjunto con nuestra mutualidad, la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), que tiene entre sus funciones desarrollar programas de prevención de riesgos laborales a través de un equipo de atención exclusiva para nuestra compañía, auditorías permanentes, otorgar coberturas de salud y compensaciones asociadas a accidentes del trabajo, trayecto y enfermedades profesionales.

## Procesos para identificar peligros y evaluar riesgos

En Chile, una matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos (MIPER) analiza eventuales contingencias físicas, químicas, biológicas, ergonómicas y psicosociales en cada área de trabajo, priorizando aquellas que puedan generar accidentes graves o fatales. Esta matriz se revisa y actualiza anualmente.

En retail usamos el método de Árbol Causal para la investigación de los accidentes del trabajo y las enfermedades profesionales. Su objetivo es identificar las “causas” de los accidentes,

buscando el origen por la que éstos se producen. Una vez que se identifiquen las causas se deben administrar las medidas preventivas para evitar que otro siniestro de igual o similar característica se produzca.

## Servicios que contribuyen a identificar y eliminar peligros y minimizar riesgo

Con el apoyo de un equipo de la ACHS, se trabaja en asesoría preventiva desarrollando programas de prevención de riesgos laborales. También se otorgan coberturas de salud y compensaciones asociadas a accidentes laborales, en el trayecto al lugar de trabajo y por enfermedades profesionales.

En los procesos de inducción, se les indica a los colaboradores siempre respetar condiciones que puedan ser potenciales de accidentes, lo cual se realiza a través de su jefatura directa, sindicatos, coordinadores de Prevención de Riesgos o comités paritarios de higiene y seguridad constituidos en todas las instalaciones de la empresa.

## Participación y comités formales colaboradores - empresa

Los colaboradores participan activamente en inducciones sobre riesgos laborales, capacitaciones y entrenamiento permanentes, simulacros de evacuación y notificación de condiciones que puedan generar algún tipo de accidente, involucrando e incorporando la prevención de riesgos en su rutina diaria.

Cada instalación cuenta con un Comité Paritario de Higiene y Seguridad (CPHS), unidad técnica de trabajo formada con representantes de la empresa y de los colaboradores, quienes se encargan de asesorar a los colaboradores, supervisar el cumplimiento de medidas de prevención, entre otros.

En 2023, las medidas preventivas implementadas para la mitigación se concentraron en 2 programas orientados al monitoreo y control de la tasa siniestralidad y salud mental de los colaboradores.

## Sensibilización

A través de la sensibilización, la empresa se preocupa de los colaboradores en forma continua con el objetivo de generar una mayor cultura preventiva, fomentando actitudes positivas compartidas por todos los colaboradores de manera que se promuevan mejores condiciones de salud y de trabajo, impactando positivamente en la disminución de los riesgos y fatalidades.

### Tasa de fatalidad por cada cien trabajadores

2023	0,0
Meta 2023	0,0

### Tasa de accidentabilidad por cada cien colaboradores

2023	4,27
Meta 2023	1,03

### Tasa de enfermedades profesionales por cada cien trabajadores

2023	0,13
Meta 2023	0,03

### Promedio de días perdidos por accidentes

2023	7,05
Meta 2023	0,08

País de operación	2022	2023	Var% 2022-2023
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias*	0,01	0,00	-100,0%
Tasa de de lesiones por accidente laboral registrables**	6,49	4,36	-32,9%

\*Tipo de lesiones más comunes: Fracturas, luxaciones, esguinces y distensiones, concusiones y lesiones internas, caídas mismo y sobre y distinto nivel, golpeado por o contra, sobreesfuerzo, agresión por terceros.

\*\*No incluye fallecimientos, Cálculo en base a 200.000 hrs trabajadas

País de operación	2022	2023	Var% 2022-2023
Total de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables	104	11	-89,4%

No se registraron fallecimientos resultantes de enfermedad laborales durante los periodos 2022 y 2023.

R

somos ripley chile.

nuestra estrategia  
de sostenibilidad

gobierno  
corporativo sólido

colaboradores  
comprometidos

desarrollo  
social

negocios con una  
mirada sostenible

abastecimiento  
responsable

resumen económico  
y financiero

anexos y  
divulgación ESG



# Nuestro impacto en el Desarrollo Social y Sustentable

# Desarrollo social





# Campañas con propósito social

En Ripley nos hemos propuesto ser un agente de cambio en materia de desarrollo social y comunitario, trabajando en un modelo de negocio responsable que aporte a las comunidades en las que se desenvuelve. Por ello, apunta a impactar positivamente en los lugares donde está presente desarrollando una serie de acciones y campañas en búsqueda de un mayor bienestar de las personas.

Para ello se han establecido 3 compromisos:



**Contribuir a la calidad de vida de nuestras comunidades, creando valor compartido.**



**Promover el trabajo local, tanto para colaboradores como proveedores.**



**Desarrollar una cadena de suministro socialmente responsable.**

En 2023 continuamos la práctica de trabajar en diversas acciones de relacionamiento de cara a las comunidades, con programas de voluntariado, campañas de marketing con componente social, apoyo a emprendedores y proveedores locales, y fomento del empleo local.

# Educación financiera: “Corta y Clara”

Banco Ripley está comprometido con sus clientes, colaboradores y proveedores a través del consumo responsable y sostenible. Uno de los ejes en que se ha manifestado esto es en materia de educación financiera.

En este contexto, en 2018 Banco Ripley lanzó el programa “Corta y Clara”, con dos amigas que resuelven dudas y ayudan a entender más sobre la importancia del adecuado manejo de las finanzas personales. En sintonía con la contingencia, en 2022 se puso en marcha “Ponle Ojo” un nuevo concepto para alertar a los clientes sobre fraudes financieros con el objetivo de que estén informados y alerta sobre posibles situaciones de riesgo, tema que se hizo más relevante en 2023.

A través del programa “Corta y Clara” difundimos cápsulas que resuelven dudas y ayudan al público en materia de seguridad, productos, servicios bancarios, y adecuado manejo de las finanzas personales. Los contenidos se dividen en:

## 1. Conceptos básicos:

Permite familiarizarse con los conceptos necesarios para tomar decisiones importantes en la vida financiera como: avance, depósito a plazo, estado de cuenta, tasa de interés, DAP, CAE, estado de cuenta, pago mínimo, compra en cuotas, entre otros.

## 2. Fraude

Permite estar al tanto sobre los tipos de estafas más comunes y qué medidas tomar para no caer en ellas, abordando temas tales como: cajeros automáticos, cuidado de claves, fraudes por WhatsApp, Phishing, Smishing, entre otros.

## 3. Economía cotidiana

Otorga los conceptos necesarios para enfrentar el día a día financiero de una manera sana y responsable, abordando temas tales como: compra en cuotas, endeudamiento responsable, “gasto hormiga”, entre otros.

## En 2023, los hitos en torno a este programa fueron:

- Publicación de 22 videos explicativos a través de RRSS sobre conceptos financieros, todos los cuales incluyeron, además, una huincha de prevención de fraudes.
- Emails mensuales sobre fraudes, buscando alertar a los clientes sobre las principales estafas que ocurren en el mundo bancario, cómo identificarlas y prevenirlas.
- Programa de educación financiera de Banco Ripley que impactó de forma lúdica y entretenida a más de 600 jóvenes estudiantes del Duoc UC Plaza Vespucio a través del juego Financity. Esta iniciativa, desarrollada de la mano de la fundación Entrepreneur fomentó la alfabetización financiera liderado por voluntarios de Banco Ripley y Duoc UC.

## Evaluación programa de educación financiera

Los resultados del programa se analizaron tomando en cuenta la tasa de apertura de los e-mails, contenidos en redes sociales, visualización de los videos, entre otros. Todo ello con el propósito de entregar el mejor contenido a los clientes, colaboradores y proveedores de Banco Ripley. En total, 624 personas fueron impactadas con campañas de educación financiera.

**corta  
yclara**  
banco ripley

## Dando vida a nuestro propósito

En Ripley buscamos incluir y potenciar campañas que aborden aspectos relacionados a nuestro propósito, es decir, mejorar la vida de las personas. Por ello, una de las novedades del año, tuvo que ver con estar presentes en el tema de la inclusión a través de Campeones Sin Límites y Proud Supporter de Santiago 2023. Asimismo, invitamos a realizar buenas obras, actos sencillos que impactan positivamente en las emociones de las personas.

### Campaña contra el bullying escolar

Como empresa que busca mejorar la calidad de vida de las personas, a lo largo de los últimos siete años se ha impulsado una campaña para combatir el bullying enmarcado en la campaña de escolares.

En 2023, tuvo como objetivo invitar a los jóvenes y apoderados a empatizar, visibilizar y generar conciencia sobre el ciberacoso. De la mano de Fundación Volando en V y medios aliados se desarrolló la campaña “Para, piensa, postea #NomásBullying”. Tuvo un alcance de + de 8 millones de personas a través de diversos puntos de contacto, se entregaron herramientas impactando a más de 100 colegios y 65 mil niños y adolescentes, junto a una alianza con 12 municipios a nivel país.

## Campeones Sin Límites y Proud Supporter de Santiago 2023

Por primera vez llevamos a cabo “Campeones Sin Límites” -organizado por Ripley, Teletón y Canal 13-, que reunió a deportistas paralímpicos de Teletón, logrando visibilizar el deporte paralímpico y mostrar el camino que recorren estos deportistas para desempeñarse en las diferentes disciplinas. Gracias a esta alianza, se realizaron cuatro encuentros deportivos, en Antofagasta, Coquimbo, Temuco y Santiago, donde en total se congregaron 420 deportistas de siete disciplinas diferentes que representaron a 14 ciudades de Chile y que fueron acompañados por 200 voluntarios de la compañía.

También fuimos Proud Supporter de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023, colaborando en la entrega de recursos utilizados para la ejecución de los Juegos, así como en uniformes para el equipo organizador y voluntarios.



## Campaña de Navidad “Que lo bueno se multiplique”

Ripley realizó un estudio en el que se constató que 8 de cada 10 personas cree que recibir una buena acción impulsa a generar otras. Asimismo, que las buenas acciones impactan positivamente en las emociones de las personas y establecen un círculo virtuoso en torno a ellas, ayudando a mejorar la convivencia social.

Consecuentemente, utilizando Tik Tok, se realizó una campaña en la que se sorprendía a la gente que debía elegir entre recibir una gift card o darla a otra persona con un monto que se multiplicaba. Muchas personas eligieron dar la gift card a otros. La campaña contó con la participación de los animadores de TV, Martín Cárcamo y Diana Bolocco.

# Apoyo a emprendedores y proveedores locales

## Nuestro marketplace

En 2017, Ripley se transformó en la primera empresa de retail en Chile que lanzó su propio marketplace, un espacio integrado a la plataforma Ripley.com donde miles de pequeños comercios ofrecen sus productos a millones de clientes.

En lo que respecta a los sellers, en 2023 el marketplace tuvo un importante foco en capacitar y entregar herramientas por medio de webinars y capacitaciones en distintos ámbitos del negocio.



# Relacionamiento comunitario y voluntariado

**425**

Total de colaboradores que participaron del voluntariado

**\$32.545.000**<sup>CLP</sup>

Total de inversión en voluntariado 2023

**2.223**

Total de horas de voluntariado

**15.228.784**

Total de personas alcanzadas en campañas con componente social

## Hitos 2023

### Aportar a la calidad de vida de las personas.

En esta dimensión las acciones fueron en apoyo de las fundaciones Teletón, Coaniquem, Conecta Mayor y se vincularon con el programa de educación financiera Corta y Clara.

### Cuidando el bienestar del planeta.

En este ámbito relacionado a la protección del medio ambiente, se trabajó junto a Fundación Basura.

## Programas

### Teletón

Una vez más, y tal como ha sido por más de 30 años, Ripley fue un activo participante de la Teletón 2023, llevada a cabo el 10 y 11 de noviembre, aportando en la rehabilitación de más de 32 mil niños, niñas y jóvenes.

Esta conexión con la causa solidaria, también implica conectar con nuestros valores y nuestros colaboradores. Esto, porque la forma de participar va mucho más allá de ser marca auspiciadora. Específicamente, el vínculo con Teletón se tradujo en las siguientes campañas 2023 con la participación de más de 300 voluntarios:

- **Verano Teletón:** Actividad organizada por Teletón como parte del compromiso de la institución con el bienestar y la diversión de niñas y niños que se atienden en los institutos. La actividad se desarrolla en enero de cada año y nuestros equipos realizaron talleres en Santiago, Talca y Temuco.

- **Manos a la obra Ripleytón:** Voluntarios de Ripley colaboraron en la adecuación de casas de usuarios del instituto en Santiago, Iquique, Temuco, Concepción y Calama.

- **Acompañamiento Teletón:** Voluntarios de tiendas apoyaron la gestión de los institutos en distintas áreas de rehabilitación (kinesiología, gimnasios, piscina, biblioteca) en Santiago, Iquique, Copiapó, Arica y Valdivia.
- **Embajadores campaña Ripleytón,** donde voluntarios de todas las tiendas del país entregaron su esfuerzo y tiempo para lograr la meta que cada tienda tenía, organizando actividades de recaudación.



Desde hace décadas, en Ripley hemos manifestado nuestro interés y actuado en coherencia, para brindar no solo a nuestros clientes un servicio de excelencia, sino por apoyar a las comunidades con las que nos relacionamos y mejorar su calidad de vida. Por ello, hemos desarrollado una robusta estrategia para ampliar la oferta de iniciativas sociales de Ripley, buscando una presencia de lo que somos como empresa y también para que los colaboradores pudieran optar a distintas líneas de acción social que los motiven y representen. Además, aumentamos las ciudades donde se llevan a cabo dichas actividades.

## Coaniquem

Para apoyar la labor que realiza Coaniquem rehabilitando integralmente a menores y adolescentes con quemaduras y otras cicatrices, colaboradores de Ripley se involucraron en diversas labores de compromiso social y voluntariado.

Durante 2023, se ha continuado fortaleciendo la alianza con Coaniquem que nace en 2017, mediante nuevas iniciativas que involucran a diversas áreas de negocio. Este año se une el Banco Ripley con una iniciativa lanzada en diciembre que busca aumentar las donaciones de clientes a partir de la suscripción PAT (pago automático tarjetas) con la tarjeta Ripley.

Además, nuestros colaboradores participaron como voluntarios en la Colecta Nacional de Coaniquem y entregaron apoyo acompañando con momentos de dispersión a los pacientes de los centros de rehabilitación en Santiago, Concepción y Puerto Montt.

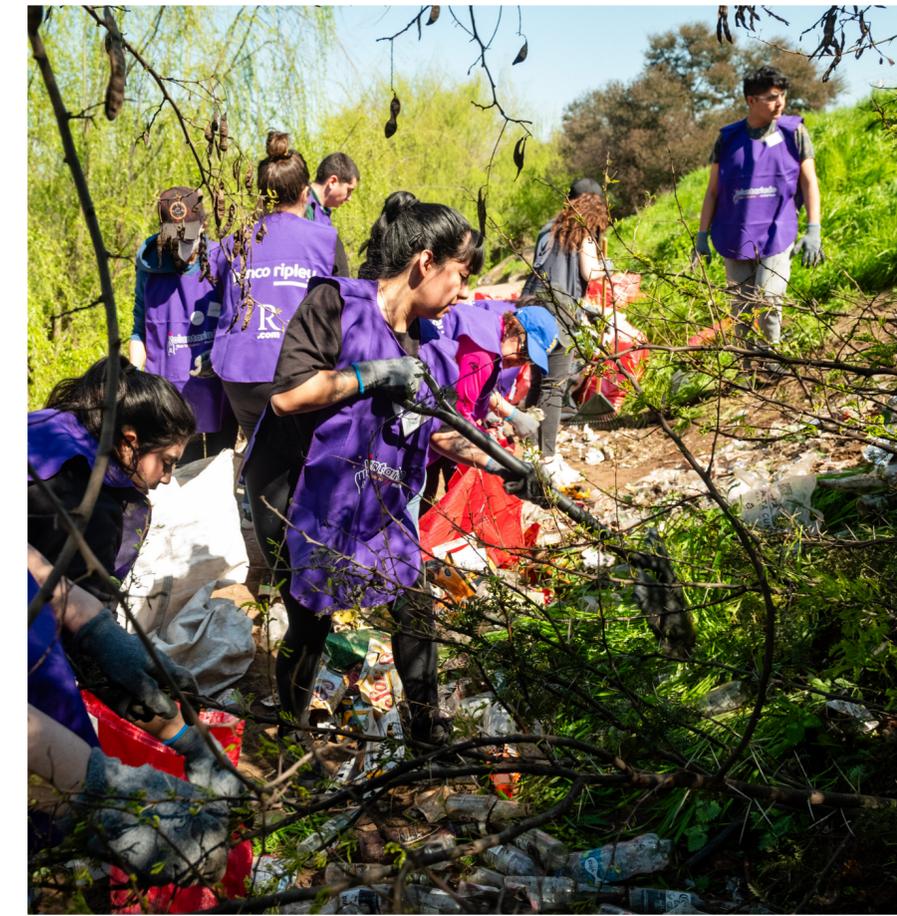
## Conecta Mayor

Para ayudar a esta institución que impulsa la inclusión digital de la tercera edad, un grupo de colaboradores participó voluntariamente en tres capacitaciones dirigidas a personas mayores de la comuna de Puente Alto. El trabajo consistió en enseñarles a aprovechar el potencial de sus teléfonos inteligentes y de la #App-Mayor, de Fundación Conecta Mayor contribuyendo a certificar a 31 personas mayores en el uso de esta aplicación.



## Fundación Basura

En línea con Compromiso-R, colaboradores de las tiendas Ripley de Valparaíso, Viña Sucre, Marina y Quilpué, se unieron a Fundación Basura para llevar a cabo una jornada de limpieza en la playa de Caleta Portales. En 2023 también hubo iniciativas similares con la limpieza realizada por voluntarios en la rivera del Río Mapocho correspondiente a la comuna de Renca y de un microbasural en la comuna de Maipú. Con estas iniciativas logramos recolectar 5 toneladas de residuos y reciclar 800 kgs, evitando que más de 300 kgs de CO2 fueran liberados al medio ambiente.





somos ripley chile.

nuestra estrategia  
de sostenibilidad

gobierno  
corporativo sólido

colaboradores  
comprometidos

desarrollo  
social

negocios con una  
mirada sostenible

abastecimiento  
responsable

resumen económico  
y financiero

anexos y  
divulgación ESG

# Negocios con una mirada sostenible



# Nuestros focos ambientales

En sus más de seis décadas de historia, nuestra compañía ha podido aportar a la sociedad y a futuras generaciones entornos que promuevan el respeto a las personas y el medioambiente, la diversidad y la igualdad de oportunidades. En esa línea, la estrategia de sostenibilidad corporativa establece los siguientes estándares en torno al pilar Respeto al Planeta:

## Respeto al Planeta:



Avanzar en el uso de materias primas certificadas en su origen, asegurando la sostenibilidad de los recursos naturales.



Promover la economía circular en toda la cadena de valor, desde las materias primas de los productos hasta el packaging.



Avanzar en la reducción de residuos.



Medir y gestionar nuestra huella de carbono.

En línea con su estrategia de circularidad, Compromiso-R se basa en reducir, reutilizar y reciclar con especial foco en los productos y procesos de fabricación propia. Esta mirada circular busca mantener los recursos en uso el mayor tiempo posible generando el máximo valor durante su ciclo de vida, para luego recuperar y regenerar los materiales al fin de su vida útil, reduciendo así el envío de residuos a vertederos y rellenos sanitarios. Esta es una respuesta de la empresa a las necesidades y exigencias de los clientes y toda la comunidad, incluyendo a los más diversos grupos de interés.



# Marcas propias con atributos sostenibles

## Nuestro compromiso al 2026

En Ripley entendemos la sostenibilidad como un proceso que debe ser transversal a la compañía, abordando toda nuestra cadena de valor. Queremos promover la economía circular y avanzar en el uso de materias primas o procesos certificados en su origen, que nos aseguren su sostenibilidad.

Acorde con nuestra estrategia y el compromiso de disminuir los impactos de las operaciones de la empresa en el medioambiente, tenemos el compromiso de alcanzar al 2026 que el 100% de nuestras marcas propias de vestuario cuenten con algún atributo sostenible. Para lograrlo, trazó hitos por ventana de compra y por división de producto, de modo de alinear a los equipos y proveedores, y así asegurar su cumplimiento.

# 57%

de los productos  
poseen un  
atributo  
sostenible

# \$112.144<sup>CLP</sup>

millones en venta  
durante 2023 por  
productos con  
atributos sostenibles

Las metas de Compromiso-R para los productos de vestuario de marca propia son de carácter trimestral y exigen, para cada período, división y país, la existencia de un porcentaje de productos que tenga al menos algún atributo sostenible, certificado o avalado por una entidad reconocida internacionalmente. Las siguientes son las metas establecidas en tal sentido por área y logros esperados:

Tipos de Productos	Total de unidades	Porcentaje
Productos con atributos sostenibles	11.167.439	57%
Productos sin atributos	8.334.015	43%

*Solo considera producto de vestuario*

Tipos de Productos	Total de unidades	Porcentaje
Cultivo de algodón responsable	4.273.524	21,9%
Producto certificado libre de componentes dañinos para las personas	3.016.332	15,5%
Producto que contiene fibras recicladas	2.361.283	12,1%
Fibras producidas ecológicamente respeto con el medio ambiente	1.005.482	5,2%
Producido con menos agua	316.225	1,6%
100% algodón orgánico	68.492	0,4%
Producto relleno con plástico reciclado	52.150	0,3%
100% Lyocell	33.350	0,2%
Contiene fibras orgánicas	26.100	0,1%
Producto que contiene Lyocell	14.501	0,1%
Productos sin atributos	8.334.015	42,7%
<b>Total</b>	<b>19.501.454</b>	

*Solo considera producto de vestuario*

División	Productos sin atributos	Productos con atributos sostenible	Total de Unidades	Porcentaje con atributos sostenibles
Mujer	2.809.825	4.504.994	7.314.819	23%
Hombre	1.115.584	3.099.678	4.215.262	16%
Infantil	1.174.556	2.935.134	4.109.690	15%
Calzado y accesorios	1.338.094	0	1.338.094	0%
Deportes	449.341	435.801	885.142	2%
Belleza	360.978	191.832	552.810	1%
DecoHogar	1.085.637	0	1.085.637	0%
<b>Total</b>	<b>8.334.015</b>	<b>11.167.439</b>	<b>19.501.454</b>	<b>57%</b>



## ¿Cuáles son los atributos sostenibles que tienen nuestras marcas propias de vestuario?



Contiene fibras orgánicas\*



Cultivo de algodón responsable



Producto que contiene algodón orgánico



100% Lyocell\*\*



Producto que contiene Lyocell\*\*



Producto que contiene fibras recicladas\*\*\*



Producto relleno con plástico reciclado



Producto que contiene fibras producidas ecológicamente



Producto certificado libre de componentes dañinos para las personas



Producido con menos agua



100% Algodón Orgánico

\*Contiene al menos 40% de fibras orgánicas certificadas por GOTS.

\*\*Contiene al menos 25% de fibras a partir de celulosa Lyocell certificadas por LENZING / Lyocell: Fibras que provienen de madera celulosa cultivada de forma sostenible y que son fabricadas mediante un sistema de circuito cerrado.

\*\*\*Contiene al menos 25% de fibras recicladas certificadas por GRS y REPREEVE



## compromiso-R

Para profundizar en el compromiso con las personas y el medioambiente Ripley se propuso que al 2026 el 100% de las marcas propias cuenten con al menos un material o proceso sostenible avalado por una certificación, o que sean parte de alguna iniciativa global.

# Llevamos un 57% de avance a 2023.



## Better Cotton

Desde 2021 Ripley forma parte del compromiso global impulsado por Better Cotton, una organización sin fines de lucro que comenzó a operar en 2010. Hoy cuenta con más de 2.400 miembros de 24 países y está orientada a lograr una significativa reducción del impacto ambiental y generar avances en la calidad de vida y el desarrollo económico de las zonas productoras de algodón. Este vínculo convirtió a Ripley en el primer retailer chileno que integra el programa de sostenibilidad de algodón más importante del mundo. Gracias al abastecimiento de Better Cotton, hasta 2023 la compañía ha adquirido 2.870.468 kilos de algodón, con los siguientes impactos:

### 1.349 millones de litros

Ahorrado en consumo de agua (acumulado a 2023)

### 861,14 kilos

Evitados en uso pesticidas (acumulado a 2023)

### USD\$660.207

Ganancias de comunidades algodoneras (acumulado a 2023)

# Certificaciones y Membresías

Los 11 atributos sostenibles en cuanto a materialidad o procesos se encuentran avalados por las siguientes entidades internacionales reconocidas:



## Global Organic Textile Standard (GOTS):

Garantiza que los productos contengan fibras orgánicas, y que exista un proceso responsable ambiental y social durante toda la cadena logística. La producción orgánica se basa en un sistema de cultivo que mantiene y repone la fertilidad del suelo sin utilizar pesticidas tóxicos ni fertilizantes sintéticos. Las prendas que posean esta etiqueta tienen al menos un 40% de fibras orgánicas.



## Lenzing Ecovero

Indica un producto con fibras de celulosa; es decir, generadas a partir de fuentes renovables certificadas de madera que respetan el medioambiente. La prenda está compuesta por al menos un 25% de fibras de celulosa sostenible.



## Lenzing Lyocell

Indica que son fibras a base de Lyocell, producto intermedio entre fibras naturales y artificiales, siendo éstas últimas provenientes de procesos responsables con el medioambiente. Todas son certificadas como compostables y biodegradables en condiciones industriales, domésticas, de suelo y marinas, y pueden volver del todo a la naturaleza. La etiqueta se usa cuando la composición de la prenda tiene al menos un 25% de fibras de celulosa sostenibles.



## Global Recycle Standard (GRS)

Estándar que rastrea y verifica los contenidos de materiales reciclados en una prenda final, fijando requisitos para la certificación por parte de terceros de contenido reciclado, cadena de custodia, prácticas sociales y medioambientales y restricciones químicas. Las prendas que llevan esta etiqueta indican estar compuestas por al menos un 25% de fibras recicladas.



## Repreve

Desarrolla fibras textiles de alta calidad a partir de materiales reciclados, como botellas de plástico PET. El uso de esta etiqueta indica que el producto contiene al menos un 25% de fibras Repreve.



## OEKO - TEX

Asociación internacional que certifica que los productos están libres de sustancias nocivas para el ser humano. La etiqueta corresponde al Standard100 y certifica que cada componente es testeado y son inofensivos para las personas.



## Better Cotton

Programa de sostenibilidad de algodón más grande del mundo que busca apoyar a las comunidades productoras para que protejan y restauren el medioambiente y, al mismo tiempo, apoyarlas a sobrevivir y prosperar. La etiqueta en el producto demuestra que la empresa invierte en prácticas agrícolas sostenibles, al impulsar la demanda por un mejor algodón.



## FSC (Forest Stewardship Council)

Certifica que los materiales empleados proceden de bosques gestionados de forma responsable. El papel utilizado en todas las etiquetas Compromiso-R tiene esta certificación.



## Jeanologia

Tecnología que reduce el consumo de agua y energía en la fabricación de productos, eliminándose residuos y emisiones nocivas durante el proceso.

Todos los productos Compromiso-R cuentan con una etiqueta con certificación FSC de manejo forestal responsable, que detalla los atributos sostenibles para que puedan ser fácilmente identificados.

# Gestión responsable de los residuos

En lo que respecta a gestión de residuos, en Ripley, la mayoría de lo que se va a reciclar corresponde a Envases y Embalajes (E&E) generado en tiendas y en los Centros de Distribución (CD), aunque también hay una parte menor que proviene de packaging y de basura en casinos, baños, entre otros.

Desde hace dos años, nos hemos estado preparando para cumplir de manera correcta con las nuevas medidas medioambientales que están bajo el alero de la Ley REP, la cual busca disminuir la generación de residuos y fomentar su reutilización, reciclaje u otros tipos de valorización. Parte fundamental de esta preparación, es la contratación de una persona con la responsabilidad exclusiva de implementar esta normativa en la compañía, y el apoyo de la empresa ASALVO que nos asesora en el levantamiento de información correspondiente y declaraciones debemos entregar. En septiembre de este año partió la implementación de la Ley REP para Envases y Embalajes, por lo que nuestro foco estuvo en capacitar a los distintos equipos (comercial, tiendas, control presupuestario, finanzas, supervisores y operarios de nuestros CD) sobre el impacto de esta normativa y la importancia de la gestión de residuos; además de hacer las gestiones necesarias para un correcto cumplimiento

de la normativa. Esto significó hacer un levantamiento del estado de la gestión de residuos de nuestras 45 tiendas en Chile y CD, reuniéndonos con los equipos de cada establecimiento para entender la realidad de cada uno de estos lugares.

Para la trazabilidad de la gestión de residuos no peligrosos generados por nuestras tiendas y CD, contamos con el apoyo de nuestro consultor medioambiental MASSO, que se contacta con nuestros gestores para recopilar la información respecto a los residuos que van a recuperación (cartón y plástico principalmente provenientes de E&E) y a eliminación (asimilables a domiciliarios, es decir, baños, casino, y en menor proporción E&E que por distintas razones no pudieron ser recuperados). Con esta información se realiza la declaración en SINADER a través de Ventanilla Única del RETC, plataforma del Ministerio del Medio Ambiente, y también hacemos trazabilidad y seguimiento a la gestión.

Destaca la Política de Gestión de Residuos, implementada con Masso, que se encarga de recopilar información de los distintos proveedores y entregar reportes de dicha gestión.

## Ley REP

En un contexto en el cual la mayoría de los residuos son eliminados enviándolos a rellenos sanitarios y vertederos, afectando al medioambiente y la calidad de vida de las personas, en Chile se publicó la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), norma que entrega atribuciones al Ministerio del Medioambiente para regular la prevención en la generación de residuos e incentiva su utilización como recurso.

Acorde con esta regulación, Ripley gestiona los distintos residuos que genera, especialmente envases y embalajes, mediante acuerdos con distintos gestores a nivel nacional, como por ejemplo las empresas gestoras de residuos Servitrans, Recupac y Greendot, las que se encargan de su retiro, reciclaje y disposición final. Gracias a esta labor, una parte importante de estos desechos, se transforman en materias primas, en lugar de terminar en rellenos sanitarios o vertederos.



## Recupac

Opera en la Región Metropolitana. Retira a diario el cartón de las tiendas y entrega certificados que acreditan la cantidad de este material recolectado para su posterior reciclaje.

## Servitrans

Retira cartón y madera del Centro de Distribución REDEX, entregando mensualmente el certificado de trazabilidad de los residuos gestionados durante ese periodo, donde el cartón va a reciclaje y la madera a valorización energética..

## Greendot

Se encarga del pretratamiento de plásticos (colgadores y stretchfilm) en REDEX para su posterior reciclaje.

**Colgadores:** Con logística inversa, las tiendas envían los colgadores en desuso y mal estado al Centro de Distribución (CD), donde Greendot se encarga de procesarlos y enfardarlos para su posterior reciclaje.

**Stretch film:** Este residuo se genera principalmente en el CD. La empresa emplea sacas para que los operarios depositen el film en distintos puntos de la operación, y luego personal de Greendot las recolecta y procesa este residuo para su posterior reciclaje.

**Bolsas de polietileno:** El 2023 sumamos la gestión de este residuo que se genera tanto en REDEX como en nuestras tiendas. Lo que se genera en tiendas se envía al CD REDEX a través de camiones de logística inversa para luego aplicar el mismo pretratamiento de enfardado.

## Recuperación de plástico de polietileno

Desde abril de 2023 comenzamos a recuperar las bolsas de plástico de polietileno con que llegan embolsados desde origen los productos que comercializamos. La recuperación la hacemos tanto en tiendas como en nuestros centros de distribución. El desafío ha sido grande pues los espacios para acopiar residuos son escasos, los camiones de logística inversa tienen distinta frecuencia en la Región Metropolitana y en regiones, por lo que ha sido fundamental la colaboración y compromiso de los distintos equipos que participan en este proceso.

**Logro: Recuperar 14.216 toneladas de plástico polietileno.**

## Recuperación de piochas

En el marco de una mirada circular de gestión de materiales, Ripley cuenta con un proceso de recuperación de piochas, las cuales una vez se encuentran en desuso en las tiendas, estas son enviadas a través de logística inversa a nuestro CD REDEX, donde GL Group las retira de manera semanal, para que sean revisadas y reacondicionadas si es que lo necesitan, y así puedan volver a ingresar con nuestros nuevos productos desde origen. Con esto, se evita la necesidad de crear una nueva piocha para el producto, gracias a la reutilización de las que están en desuso.

**En 2023, en Chile, se recuperaron 62 toneladas de piochas de la mano de GL Group, además de 4,5 toneladas de piochas reutilizadas dentro de los mismos procesos operativos del CD REDEX.**



## Total residuos 2023

<b>Peso total de residuos generados (ton) 2023</b>	<b>2023</b>
Total residuos generados (banco / retail):	6.207

## Total de residuos por destino 2023

<b>Peso total de residuos generados (ton) 2023: valorización</b>	<b>2023</b>
Total residuos generados no destinados a eliminación (banco / retail)*:	2.344

\*Residuos textiles y RAEE.

<b>Peso total de residuos generados (ton) 2023: eliminación</b>	<b>2023</b>
Total residuos generados destinados a eliminación (banco / retail):	3.862

## Total de residuos no destinados a eliminación por tratamiento 2023

<b>Peso total de residuos valorizados (ton): 2023</b>	<b>2023</b>
Reciclaje	2.022
Preparados para la reutilización	3
Otros	320
<b>Total</b>	<b>2.344</b>

# Packaging con mirada circular

Nuestros clientes valoran cada vez más los atributos sostenibles de los productos que adquieren. Por ello, reconocemos la importancia de abordar la problemática del packaging en la industria del retail, ya que los desafíos ambientales derivados de residuos plásticos y empaques no sostenibles son cada vez más evidentes. Este enfoque refleja nuestro compromiso con la sostenibilidad y responsabilidad ambiental en toda nuestra cadena de suministro, por lo que buscamos y adoptamos soluciones innovadoras y sostenibles, para reducir nuestro packaging o para permitir su reutilización o reciclaje.

Este enfoque se traduce en una amplia gama de iniciativas que van desde una gran reducción de las etiquetas por prenda, la materialidad de las mismas aumentando su capacidad de gestión eliminando todos los plásticos, cambio de materialidad del cordón que amarra las etiquetas, normar la rotulación de los plásticos para que todos tengan visiblemente su número.

Por otra parte, hemos implementado prácticas de rightsizing, modalidad consistente en envasar los productos textiles en cajas sólidas y curvadas, lo que permite introducir más de una prenda en el mismo embalaje y disminuir la cantidad de plástico empleado por unidad. De igual forma, se utilizan cajas con multicurvado que optimizan el espacio y reducen la cantidad de cartón usado.

Además, para fabricar los colgadores de ropa se ha estado implementando un proyecto para emplear como materia prima un plástico de mejor calidad y mayor demanda para su reciclaje.

## Iniciativas Circulares

### Servicios Circulares a disposición de nuestros clientes

En la búsqueda de brindar a los clientes una mejor experiencia, acorde a sus necesidades, la mirada circular se complementa con acciones como la venta de marcas de segunda mano Vestuá y Nostalgic, disponibles en Ripley.com, lo que viene a complementar el surtido disponible en los canales de venta de Ripley.

Con la iniciativa de Retiro Ecológico Solidario disponible en Ripley.com, se ofrece a los clientes el retiro de productos antiguos de gran volumen, como línea blanca, muebles y colchones, para darles un destino sostenible fomentando en primer término su reutilización para alargar la vida útil, y de no ser posible, reciclarlo con empresas especialistas, lo que se lleva a cabo en alianza con Mayday, Coaniquem y Rembre.

### Donación de Muestras

**Fundación COANIQUEM y DEBRA:** Donación de desechos textiles en perfecto estado a estas instituciones para su venta en tiendas solidarias, con el fin de aportar a levantar recursos y contribuir a financiar sus distintas causas. En 2023 se prolongó la vida útil de 40 mil prendas a partir de su reutilización, evitando que tengan por destino algún vertedero. Con este tipo de donaciones, Coaniquem ha logrado tener recursos para las curaciones de 1.340 niños con quemaduras y se logró financiar el tratamiento médico de 47 pacientes con Epidermolisis Bulosa Distrófica de Fundación Debra.

### Fundación Entre Tribus:

Aquellos desechos textiles que están en mal estado, en tanto, son donadas a la Fundación Entre Tribus, que mediante upcycling las transforma y convierte en nuevos productos que luego vende a través de su sitio web y Ripley.com. Con los fondos recolectados, contribuimos a financiar proyectos de mejora de calidad de vida de comunidades rurales africanas, que se tradujo en 193 atenciones dentales a la población de Sichili, Zambia durante el 2023. La colaboración ha permitido entregar más de 2 toneladas de telas.





**Aparte, hemos trabajado con los colaboradores en tienda sobre:**

**Trabajo junto a colaboradores**

Correcto desglosado de las cajas, para que los cartones se conviertan en planchas apilables y que el proveedor las recoja de tienda lo más prolijas posibles para reutilizar como materia prima.

Controlar los stocks de bolsas compostables de empaque, verificando las fechas de vencimiento y correcta rotación.

Evaluar otras calidades de bolsas para mejorar el indicador de control de PPTO.

Supervisar el cumplimiento de las fechas de envío de información por parte del proveedor de residuos.

Método para recuperar las bolsas de plástico de polietileno para enviarlas al centro de distribución

**Clasificación de residuos producto de la actividad comercial**



Cartón



Papel



Plásticos



Residuos asimilables a domiciliario

	2022	2023	Var% 2022-2023
<b>Peso total de los materiales utilizados</b>			
Total de material renovable o reciclable: (ton)	5.762	4.357	-24,4%
<b>Porcentaje de productos y materiales de envasado recuperados 2023:</b>	-	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

*Packaging utilizado: productos vendidos 2023 marca propia y primera importación  
Packaging recuperado: SINADER (gestión residuos de nuestros patios traseros, tiendas y Redex durante 2023)*

# Huella de Carbono y Emisiones

Ante la aceleración de los efectos del cambio climático, la adaptación resulta cada vez más urgente. En tal contexto, considerando un amplio abanico de medidas para reducir la vulnerabilidad a los efectos derivados de este fenómeno, en 2023 y como parte de la estrategia de sostenibilidad de la compañía, Ripley definió avanzar y tomar acciones en esta materia. La prioridad estratégica fue dar el puntapié inicial y realizar el levantamiento de emisiones de gases de efecto invernadero de 2022, con el apoyo de MASSO Consultores. Esto involucró el esfuerzo corporativo de diversos equipos del banco y del negocio retail.

El trabajo comenzó con un kick off del proyecto, donde se presentaba el propósito de conocer nuestra huella de carbono y posteriormente conocer en qué impactos se realizarían los esfuerzos, de cara al desafío de disminuir nuestras emisiones de manera sostenida.

Con la participación de más de 30 ejecutivos de ambos países y la labor comprometida de los equipos, llevamos a cabo nuestra primera medición y posteriormente el proceso de verificación.

En 2023, se midieron los Gases de Efecto Invernadero (GEI) emitidos por las operaciones de todos los establecimientos mediante diversos factores de Emisión del Ciclo de Vida considerados de Alcance 1 (emisiones directas producto de las actividades propias de la compañía), Alcance 2 (emisiones indirectas generadas por la electricidad consumida y/o comprada por la compañía) y de Alcance 3 (emisiones indirectas que no son propiedad de la compañía, sino que son generadas por externos, ya sea proveedores, clientes, u otros, que estén presentes en su cadena de valor).

## Certificación medición huella de carbono

Contratamos a SGS para la verificación de las emisiones de dióxido de carbono equivalente directas e indirectas de Ripley en su aserción de GEI. La empresa consideró como requisito para la verificación una materialidad por debajo del 10%, basado en las necesidades de los usuarios previstos de la aserción de GEI.

Los criterios contra los cuales se realizó la verificación son los requisitos de la ISO 14064-1:2018. Los GEI incluidos fueron: CO<sub>2</sub>, N<sub>2</sub>O y CH<sub>4</sub> y HFC.

Cabe destacar que recibimos el sello de cuantificación de Huella Chile, que certifica que medimos según los requisitos de la NChISO14064-1:2019.

## Resultados Medición Huella de Carbono 2022

	Ripley Chile
Alcance 1	209,56
Alcance 2	25.814,20
Alcance 3	8.996,09
<b>Total</b>	<b>35.019,85</b>

1. Los resultados de Ripley Chile fueron calculados por Masso Consultores, y se emplearon las directrices del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol) y la norma ISO 14.064-1:2018.
2. Se incluyeron un total de 68 establecimientos en la medición, entre Tiendas, Bancos, Centro de Distribución y Back Office. El alcance 1 considera combustión en fuentes fijas y reposición de gases refrigerantes. El alcance 3 considera transporte de colaboradores, residuos y reciclaje.

# Energías limpias y renovables

Como parte de la estrategia de mitigación que nos hemos propuesto, se avanzó en diversos planes de acción. Uno de ellos tiene que ver con la generación de una estrategia de largo plazo orientada al uso de energías renovables no convencionales (ERNC), buscando optimizar nuestro consumo energético encontrando eficiencias y logrando ahorros.

Por otra parte, se ha trabajado fuertemente en la eficiencia energética, al punto de que ya se monitorea más del 90% de los consumos de energía en las tiendas y se controla el 100% de la facturación energética, tanto de las tiendas como del centro de distribución REDEX y oficinas retail. Con estos datos, se estipula una línea base de consumo esperado mensual, según un promedio de los últimos años, identificando posibles brechas.

Además, cada 15 días se realizan informes que indican consumos nocturnos evitables, que se revisan en reuniones zonales destinadas a buscar estrategias que permitan reducirlos.

También ha habido avances en la modernización del sistema de gestión eléctrica del negocio retail, evolucionando a un modelo acorde a la nueva normativa energética con certificación estándar internacional ISO:50001. De esta forma, logramos tener el 100% de nuestras tiendas con certificación ISO:50001, siendo uno de los hitos importantes de 2023. Este proyecto contempla la implementación de un servicio de monitoreo, control de consumos nocturnos y mediciones en tiempo real, con las alarmas y reportería asociada para una gestión oportuna.

	2022	2023	VAR% 2022-2023
Consumo de energía que procedía de la red eléctrica (GJ)	210.959	95.747	54,61%
Consumo de energía que procedía de fuentes renovables (GJ)	89.287	196.762	120,37%
Consumo total de energía (GJ)	300.246	292.509	-2,58%

*No considera el negocio de Banco.*

	2022	2023	VAR% 2022-2023
Porcentaje de energía que procedía de la red	70,26%	32,73%	-53,42%
Porcentaje de energía que procedía de fuentes renovables	29,74%	67,27%	126,19%

*No considera el negocio de Banco.*



## Incentivando el uso de Energías Renovables No Convencionales (ERNC) y reducir el gasto energético

Mediante un contrato con Colbún, sobre el 67% de la operación total de Ripley funciona con energías limpias suministradas por dicha generadora, lo que se traduce en 196.762 GJ/año. Gracias a este suministro de energía renovable, que es certificado a través de la emisión de un International Renewable Certificate (I-REC), hemos dejado de emitir 15.030 tCO<sub>2</sub> anuales, equivalentes a sacar de circulación más de 4.000 autos y plantar 143.000 árboles en un año.

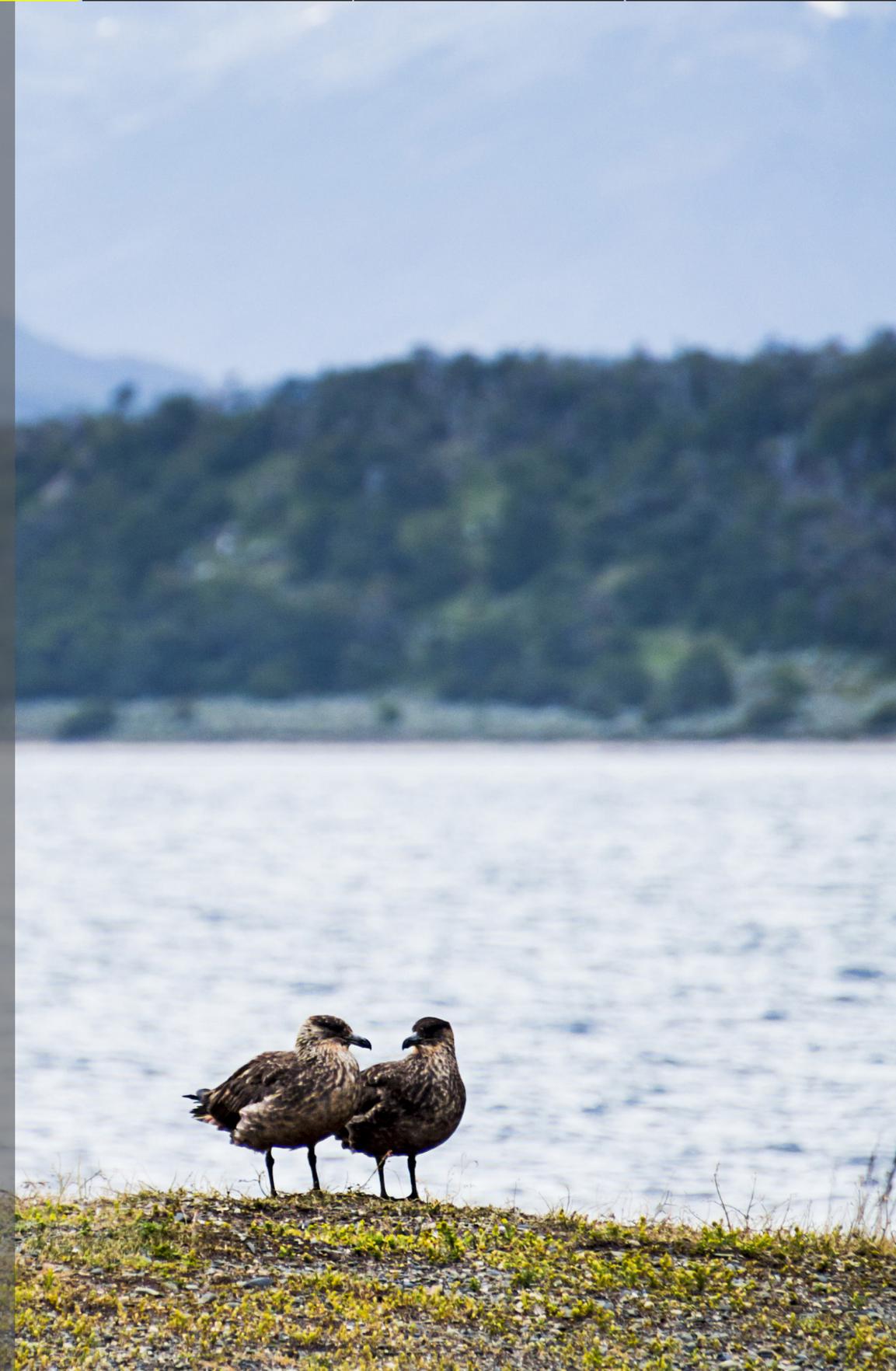
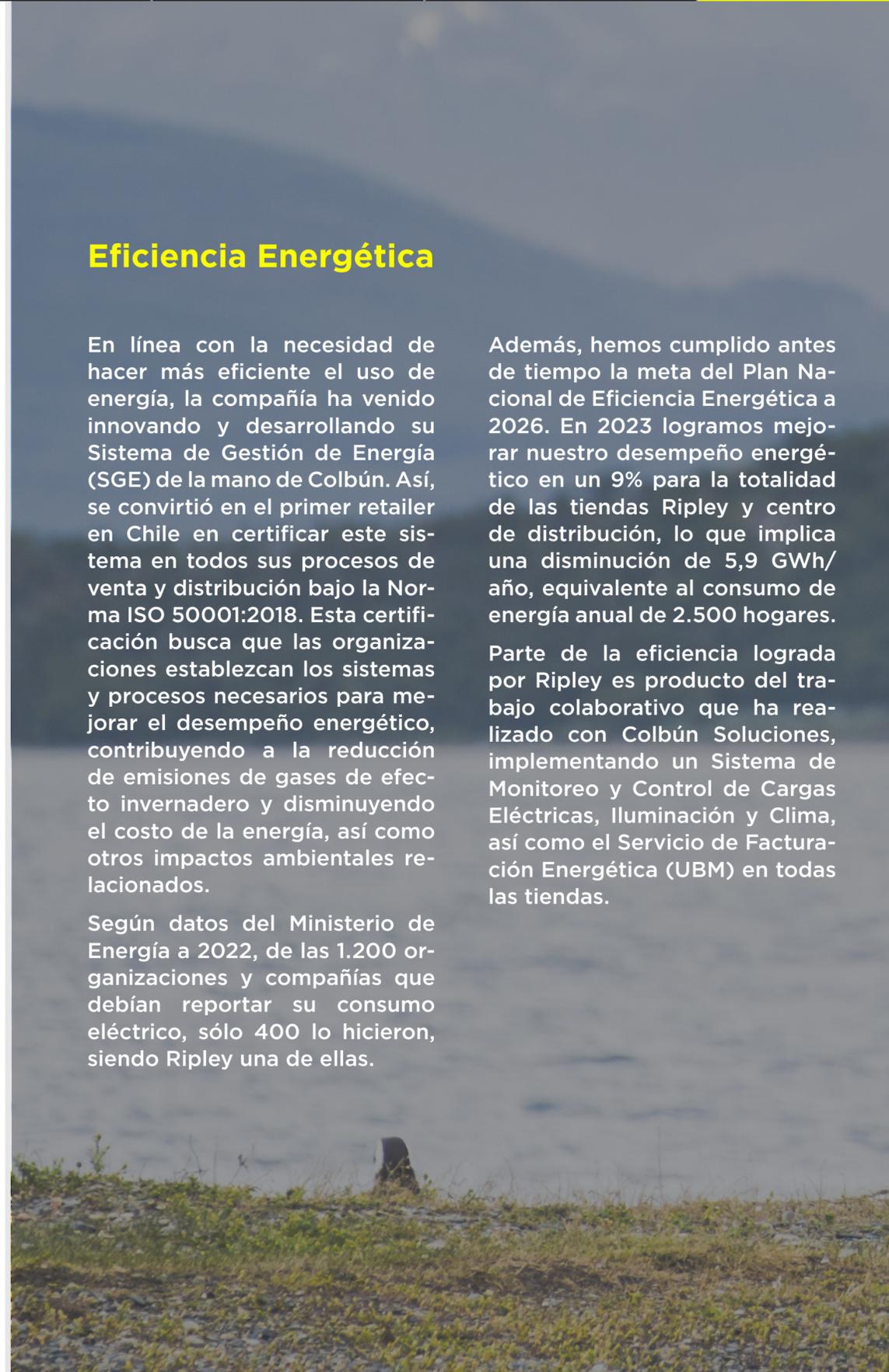
## Eficiencia Energética

En línea con la necesidad de hacer más eficiente el uso de energía, la compañía ha venido innovando y desarrollando su Sistema de Gestión de Energía (SGE) de la mano de Colbún. Así, se convirtió en el primer retailer en Chile en certificar este sistema en todos sus procesos de venta y distribución bajo la Norma ISO 50001:2018. Esta certificación busca que las organizaciones establezcan los sistemas y procesos necesarios para mejorar el desempeño energético, contribuyendo a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y disminuyendo el costo de la energía, así como otros impactos ambientales relacionados.

Según datos del Ministerio de Energía a 2022, de las 1.200 organizaciones y compañías que debían reportar su consumo eléctrico, sólo 400 lo hicieron, siendo Ripley una de ellas.

Además, hemos cumplido antes de tiempo la meta del Plan Nacional de Eficiencia Energética a 2026. En 2023 logramos mejorar nuestro desempeño energético en un 9% para la totalidad de las tiendas Ripley y centro de distribución, lo que implica una disminución de 5,9 GWh/año, equivalente al consumo de energía anual de 2.500 hogares.

Parte de la eficiencia lograda por Ripley es producto del trabajo colaborativo que ha realizado con Colbún Soluciones, implementando un Sistema de Monitoreo y Control de Cargas Eléctricas, Iluminación y Clima, así como el Servicio de Facturación Energética (UBM) en todas las tiendas.





somos ripley chile.

nuestra estrategia  
de sostenibilidad

gobierno  
corporativo sólido

colaboradores  
comprometidos

desarrollo  
social

negocios con una  
mirada sostenible

abastecimiento  
responsable

resumen económico  
y financiero

anexos y  
divulgación ESG

# Abastecimiento responsable



# Cadena de suministro limpia y socialmente responsable

Una buena relación de Ripley con sus proveedores de insumos, productos y/o servicios es fundamental para la correcta operación de la empresa y cumplir con una propuesta de valor que tiene en el centro a las expectativas de los clientes.

Para ello, trabajamos en lograr procesos y un suministro de productos desarrollados bajo una mirada circular, apuntando a contar con una cadena de valor limpia y socialmente responsable, siendo este uno de los ámbitos de acción más relevantes entre los 6 ejes y 17 compromisos que conforman la Estrategia de Sostenibilidad de la compañía.

## Logística y centros de distribución

El aporte de la cadena de suministros es fundamental para el correcto funcionamiento del negocio y una propuesta de valor que tiene en el centro a las expectativas de los clientes. Hoy, la logística juega un rol clave en el retail, ya que una empresa capaz de reducir sus gastos de transporte, al-

macenamiento, colocación y, en general, de la cadena de producción y distribución, puede traspasar esas ganancias al consumidor, incluyendo mejoras vinculadas a lo socialmente responsable.

Durante 2023, la gestión de logística y distribución mantuvo el foco en la experiencia de cliente y la eficiencia operativa. Esto se soporta en 5 pilares estratégicos:

**1. Asegurar el cumplimiento de la promesa de entrega.**

**2. Contar con una oferta de entrega atractiva.**

**3. Ofrecer al cliente múltiples opciones de entrega.**

**4. Potenciar la omnicanalidad.**

**5. Mantener una operación eficiente.**

Cada uno de los pilares se vincula con asegurar el cumplimiento de la promesa de entrega, ofreciendo al cliente múltiples opciones de delivery, potenciando la omnicanalidad y manteniendo una operación eficiente. Cada uno de los pilares tiene asociados KPIs e indicadores a los que se les hace seguimiento diario a través de tableros de control.

Proyectos claves del área fueron:

## Batch Picking - Ecommerce

Durante 2023 se implementó en el WMS la funcionalidad de picking dirigido por tarea que permite la recolección de pedidos de forma consolidada. Esta funcionalidad optimiza los recorridos y brinda trazabilidad en línea de la ejecución de las tareas. Hasta fines de 2022 se realizaba el picking enteramente por pedido, es decir, se imprimían todas las etiquetas de forma anticipada y se repartían a los operarios. Este proceso era ineficiente y carecía de trazabilidad.

## Puntos de retiro

En 2023 se pusieron en marcha puntos de retiro para la entrega de pedidos de e-commerce, los que brindan conveniencia a nuestros clientes, ofreciendo puntos más cercanos a sus hogares o trabajos, en caso de que no tengan una tienda Ripley cercana. A diferencia del despacho a domicilio, el cliente tiene a su disposición flexibilidad en el rango horario para poder ir a recoger su pedido.

## Operación de servicio de Fulfillment para sellers en REDEX

Se escaló la operación del servicio de fulfillment para los sellers. El servicio genera valor en el ecosistema de marketplace permitiendo destrabar el crecimiento de la venta 3P:

- 1) Mejora la experiencia de compra para los clientes (disminución de tiempos de entrega, mejoras en nivel de servicio y costos de despacho por consolidación de pedidos).
- 2) Mejorar experiencia de sellers, aumentando la venta y gestionando íntegramente la logística de sus pedidos, permitiéndoles enfocar sus esfuerzos en la venta.
- 3) Generar una nueva fuente de ingreso para Ripley y mejorar utilización de capacidades logísticas y flujos de REDEX.

## Prácticas laborales seguras y justas

Mantener una correcta relación con los proveedores supone una necesidad relevante dado el carácter crítico de este grupo de interés. En consecuencia, se han definido una serie de protocolos de relacionamiento que son de conocimiento obligatorio para las empresas que integran la cadena de aprovisionamiento.

### Manual de proveedores internacionales

En Ripley buscamos operar con los estándares más altos en cuanto a ética empresarial, adaptándose a la cultura de las comunidades donde la operación de sus proveedores puedan generar algún impacto, siempre velando por el debido respeto de los derechos de los trabajadores que fabrican los productos de las áreas de deco-hogar, textiles, calzado y accesorios que se venden en las tiendas de la compañía.

Dado lo anterior, contamos con un Manual de Proveedores Internacionales, que deja constancia de los requerimientos en temas logísticos y operativos, entre otros, que debe cumplir cada una de las

empresas internacionales que pasan a formar parte de nuestra cadena de abastecimiento.

El objetivo es que la cadena de suministros opere con apego a todas las leyes, normas y regulaciones nacionales e internacionales en materia de prácticas laborales, incluyendo aquellas sobre salud y seguridad, regulaciones ambientales y prohibición del trabajo infantil.

### Código de Ética y Conducta Comercial

En concordancia con la política corporativa de sostenibilidad, que contempla un claro respeto de la ética empresarial, transparencia, integridad y los derechos de los trabajadores, incluso más allá de lo indicado por la legislación local, Ripley espera que cada uno de los proveedores internacionales mantenga un alto estándar en estas materias durante la operación de sus respectivos negocios.

Sobre esta base, se ha definido un Código de Ética y Conducta Comercial cuyos detalles se exponen a continuación:



#### Trabajo infantil

Ripley rechaza y condena el trabajo infantil de manera enérgica. Si algún vendedor, proveedor o socio comercial incumple este principio, significa el término inmediato del vínculo con la compañía.



#### Derecho de los colaboradores

Cada fábrica debe tener una política contra el trabajo forzado, y ser comunicada a sus colaboradores. También se debe velar por un trato justo hacia aquellos operarios que sean inmigrantes y exige a los proveedores garantizar a todos sus colaboradores el derecho a asociación o sindicalización para la negociación colectiva, sin represalias de ningún tipo.



#### Salud y Seguridad

Se incentiva que los socios comerciales entreguen la máxima prioridad a la salud y seguridad de sus colaboradores, incluyendo establecer salidas de emergencia, pasillos desbloqueados, seguridad en los edificios y alarmas contra incendios.



#### Política de Subcontratación

Contamos con un proceso para verificar el cumplimiento de las obligaciones laborales por parte de las empresas subcontratistas. En este proceso, verificamos que las personas que prestan servicios a Ripley a través de empresas subcontratistas, reciban la remuneración establecida por la legislación laboral. Esto se realiza a través de los formularios F30-1 que las empresas envían junto al listado de colaboradores, los cuales nosotros cruzamos con la asistencia de esas personas a las dependencias de Ripley.



#### Corrupción

Ripley se opone firmemente a prácticas como el soborno o a cualquier tipo de acto de corrupción en aquellos mercados donde operen nuestros socios comerciales, incluyendo conductas como: aceptación o solicitud de préstamos, regalos, viajes y entrega de información confidencial (fuera o dentro de la empresa), entre otras.



#### Impacto positivo en el planeta

La empresa está aplicando planes de sostenibilidad en todas las fases del ciclo de vida de los productos, de modo que los proveedores deben cumplir normas mínimas y tener una visión clara de sus avances en esas materias. Los materiales reciclados y de origen sostenible deben ser parte de la estrategia de nuestros socios comerciales, así como garantizar la descarga cero de sustancias químicas peligrosas provenientes de textiles en la cadena de suministro, además de cumplimiento legal y normativo local sobre contaminación y desecho de residuos, trazabilidad y transparencia, salud y seguridad de los productos, y sensibilización medioambiental.



#### Trabajo forzado e inmigrantes

Cada proveedor debe tener una política contra el trabajo forzado y ser comunicada a sus colaboradores. También debe velar por un trato justo hacia aquellos operarios que sean inmigrantes y garantizar el derecho a asociación o sindicalización para la negociación colectiva, sin represalias de ningún tipo.

# Política de pagos para la cadena de valor

## Compras y desarrollo local

En Ripley nos caracterizamos por el apoyo que damos a emprendedores y proveedores locales. En 2017 nos transformamos en la primera empresa de retail en Chile en lanzar su propio marketplace. Es allí donde, integrado a la plataforma Ripley.com, miles de pequeños comercios ofrecen sus productos a millones de clientes. En 2023, llegamos a más de 2.800 sellers que se han beneficiado del ecosistema de nuestra plataforma. Seguimos fomentando el crecimiento y para ello, salimos a buscarlos al mercado.

Asimismo, hemos desarrollado iniciativas para apoyar las capacidades de nuestros proveedores. Para esto se han generado alianzas con diferentes grupos de emprendedores.

En Ripley consideramos el proceso de pago una herramienta para mantener buenas relaciones comerciales a través del cumplimiento de las condiciones pactadas; por lo tanto, es fundamental dentro del plan de negocios mantener procesos estandarizados que permitan afrontar los cambios y establecer lineamientos de cara a nuestros aliados estratégicos.

La política general de pagos para la cadena de valor distingue entre proveedores nacionales e internacionales, diferenciándolos por tipo de compra y tamaño de la empresa. Con este criterio, se define que, en el caso de las Pymes, el plazo de pago no superará los 30 días, período que en el caso de los proveedores locales se extiende hasta los 60 días y para los de carácter internacional a 75 días.

Las pymes según la Ley N° 20.416 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, se clasifican en función de sus ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro en el último año calendario, en micro-empresas (hasta 2.400 UF); pequeñas (desde 2.401 y 25.000 UF); y medianas empresas (desde 25.001 y 100.000 UF).

La Gerencia de Finanzas mantiene altos estándares para cumplir con nuestros compromisos de pago en tiempo y forma, como por ejemplo pagos vía host to host, reduciendo riesgos por operaciones manuales y reprocesos de pagos no confirmados por el banco de forma eficiente. De forma permanente se revisan los términos de pago y gestionamos programas con instituciones financieras para que nuestros proveedores accedan a financiar sus facturas a tasas preferenciales y sin uso de líneas de crédito.

Para los vendedores inscritos en el marketplace, la empresa realiza gestiones de pago oportuno, contribuyendo a mejorar su capital de trabajo.

Solo podrán realizarse pagos que se encuentren debidamente respaldados con los documentos tributarios correspondientes. Todo proveedor de Ripley deberá haber cumplido con anterioridad a la emisión de la factura y/o documento tributario, el proceso de inscripción o creación que incluye, entre otros, copia del Rut y certificado de cuenta bancaria no superior a un mes.

Dentro de las iniciativas de 2023, destaca el programa de confirming

Ripley-Xepelin y BTG, que apunta a la habilitación de líneas de crédito para que los proveedores puedan anticipar el pago de sus cuentas por cobrar, a un costo financiero inferior al que podrían lograr negociando de forma independiente con entidades bancarias o de factoring.

Al cierre de este documento, un total de 120 proveedores estaban inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago del Ministerio de Economía, con plazos entre 45 y 120 días.

Ningún proveedor representa en forma individual al menos el 10% del total de compras efectuadas en el período por el suministro de bienes y servicios en ninguno de los segmentos de mercado donde compete la empresa.



Rango de periodo de pago (días calendario)		N° facturas comprometidas a pago	N° facturas pagadas	Monto total (MM\$)	Monto total intereses por mora en pago de facturas (MM\$)	N° proveedores
Proveedores Nacionales	Menor a 30 días	24.840	24.603	82.008	-	159
	Entre 31 y 60 días	54.333	54.243	57.267	-	157
	Más de 60 días	237.975	237.581	472.775	-	29
	<b>Subtotal</b>	<b>317.148</b>	<b>316.427</b>	<b>712.050</b>	<b>-</b>	<b>345</b>
Proveedores Internacionales	Menor a 30 días	104	104	5.948	-	56
	Entre 31 y 60 días	510	510	19.146	-	150
	Más de 60 días	3.200	3.200	77.904	-	163
	<b>Subtotal</b>	<b>3.814</b>	<b>3.814</b>	<b>102.998</b>	<b>-</b>	<b>369</b>
Total de Proveedores	Menor a 30 días	24.944	24.707	87.956	-	215
	Entre 31 y 60 días	54.843	54.753	176.413	-	307
	Más de 60 días	241.175	240.781	550.679	-	192
	<b>Total</b>	<b>320.962</b>	<b>320.241</b>	<b>815.048</b>	<b>-</b>	<b>714</b>

Días de pagos  
comprometidos  
versus real

Rango de periodo de pago (días calendario)	Días promedio ponderado por monto	
Menor a 30 días	30	
Proveedores Nacionales	Entre 31 y 60 días	47
	Más de 60 días	80
	<b>Subtotal</b>	<b>67</b>
Menor a 30 días	30	
Proveedores Internacionales	Entre 31 y 60 días	66
	Más de 60 días	93
	<b>Subtotal</b>	<b>84</b>
Menor a 30 días	30	
Total de Proveedores	Entre 31 y 60 días	49
	Más de 60 días	82
	<b>Total</b>	<b>69</b>

Respecto de los proveedores de  
mercadería en consignación y/o  
concesión, el plazo de pago es:

General:

**30**  
días(diferido a quincena o a fin de  
mes según contrato)

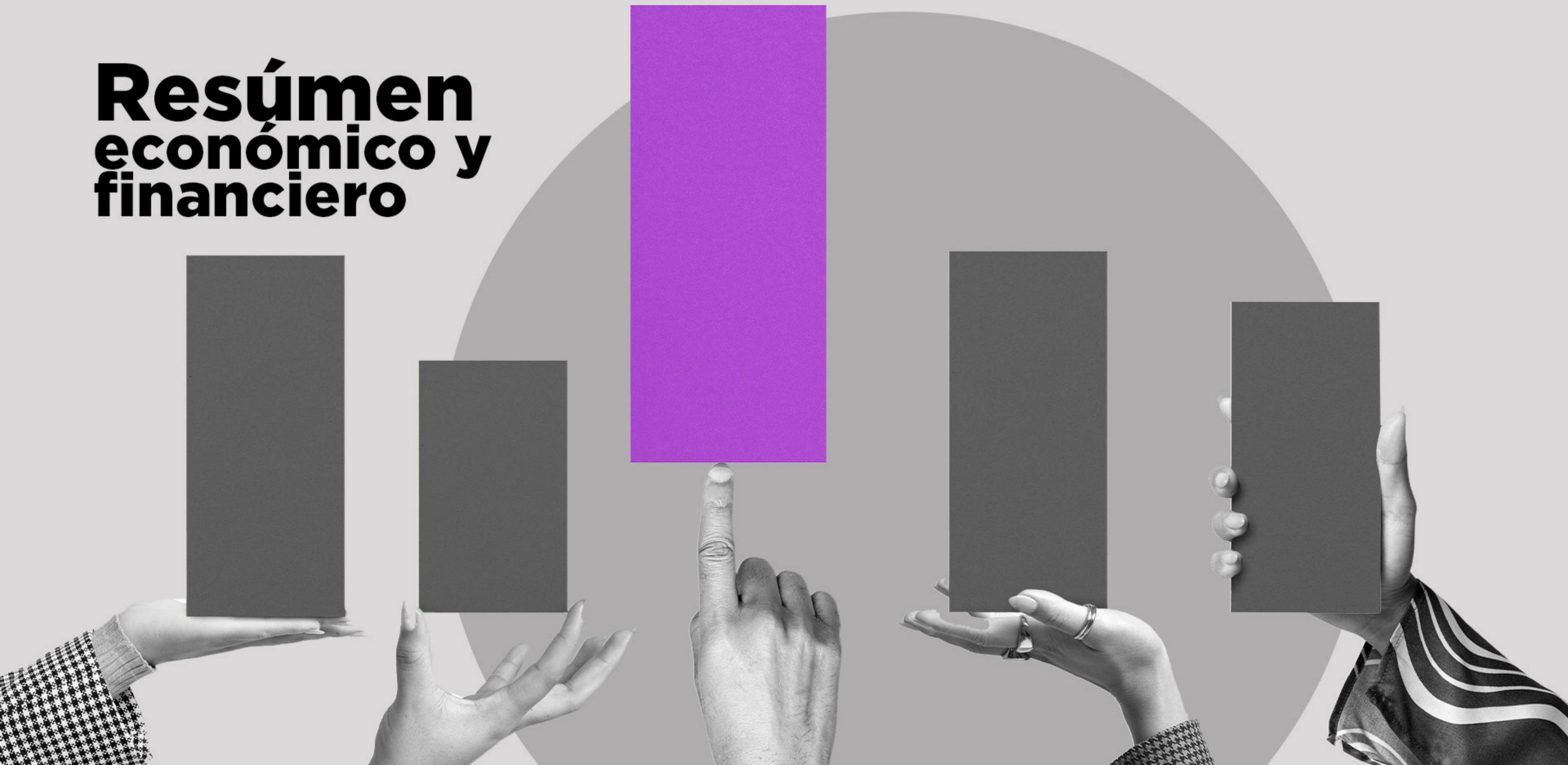
Marketplace

**15**  
días



# Anexos y Resumen Financiero

# Resumen económico y financiero



# Hechos esenciales

## 1. Venta de participación de Nuevos Desarrollos S.A. con fecha 31 de marzo de 2023:

De acuerdo con lo establecido en los artículos 9 y 10 de la Ley N°18.045 y la Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero, comunico a usted, en carácter de hecho esencial, que con esta fecha Ripley Inversiones II S.A., filial de Ripley Corp S.A., celebró un contrato de compraventa de acciones con Plaza Oeste SpA, en virtud del cual Ripley Inversiones II S.A. vendió a Plaza Oeste SpA la totalidad de las acciones de propiedad de Ripley Inversiones II S.A. en Nuevos Desarrollos S.A., equivalente al 22,5% de las acciones de dicha sociedad.

El precio de la compraventa de acciones asciende a la cantidad de UF 4.620.204, correspondiente al 22,5% del promedio del valor compañía determinado por dos bancos de primera línea. Este precio será pagado dentro de los 30 días corridos siguientes a esta fecha, en cumplimiento de la opción de venta contemplada en el pacto de accionistas de Nuevos Desarrollos S.A., ejercida por Ripley Inversiones II S.A., y que fue informada en calidad de hecho esencial a la Comisión para el Mercado Financiero con fecha 31 de agosto de 2022.

[más información aquí](#)

## 2. Acuerdos adoptados en Junta Ordinaria de Accionistas con fecha 27 de abril de 2023.

En cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 9° y 10° inciso segDe acuerdo con lo establecido en los artículos 9° y 10° de la Ley N°18.045 y la Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero, se informó que el día 27 de abril de 2023, se celebró la Junta Ordinaria de Accionistas de Ripley Chile S.A. (sociedad filial de la matriz Ripley Corp S.A.), citada para esta fecha, llevada a cabo por medios tecnológicos que permitieron la participación remota de los accionistas, en la que se adoptaron los siguientes acuerdos: Se aprobó la Memoria, el Balance General y Estados Financieros de la Compañía correspondientes al ejercicio 2022, así como la política de dividendos. Al respecto, la Junta acordó no distribuir dividendos. Luego, se designó a “Deloitte” como empresa de auditoría externa y a “Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada” y “Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada” como clasificadoras de riesgo de la sociedad. Por último, se acordó no pagar remuneración al Directorio, y se trataron las demás materias que, de conformidad con las disposiciones legales vigentes y los estatutos sociales, son propias de este tipo de juntas.

[más información y los temas  
abordados aquí](#)



### 3. Convocatoria a junta extraordinaria de accionistas, con fecha 15 de diciembre de 2023.

En cumplimiento con lo dispuesto en los artículos 9° y 10° inciso segundo de la Ley 18.045 y en la Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero, debidamente facultado, comunico a usted en calidad de hecho esencial, que en sesión de directorio de Ripley Chile S.A. (sociedad filial de la matriz Ripley Corp S.A., en adelante la “Sociedad”), celebrada el día de hoy, se acordó convocar a Junta Extraordinaria de Accionistas que se llevará a cabo el día 26 de diciembre de 2023, a las 11:00 horas, a realizarse de forma remota desde las oficinas de la Sociedad ubicadas en Av. Alonso de Córdova 5320, piso 9, Las Condes, Santiago, Región Metropolitana, mediante el uso de medios tecnológicos que permitan la participación remota de los accionistas, a fin de conocer y pronunciarse sobre: (i) la distribución de un dividendo de \$0,074822753945807 por acción, con cargo al fondo de utilidades retenidas de la Sociedad; y (ii) adoptar los demás acuerdos que sean necesarios para llevar a efecto la distribución de dividendo propuesta o aquellas que la junta acuerde.

[más información aquí](#)

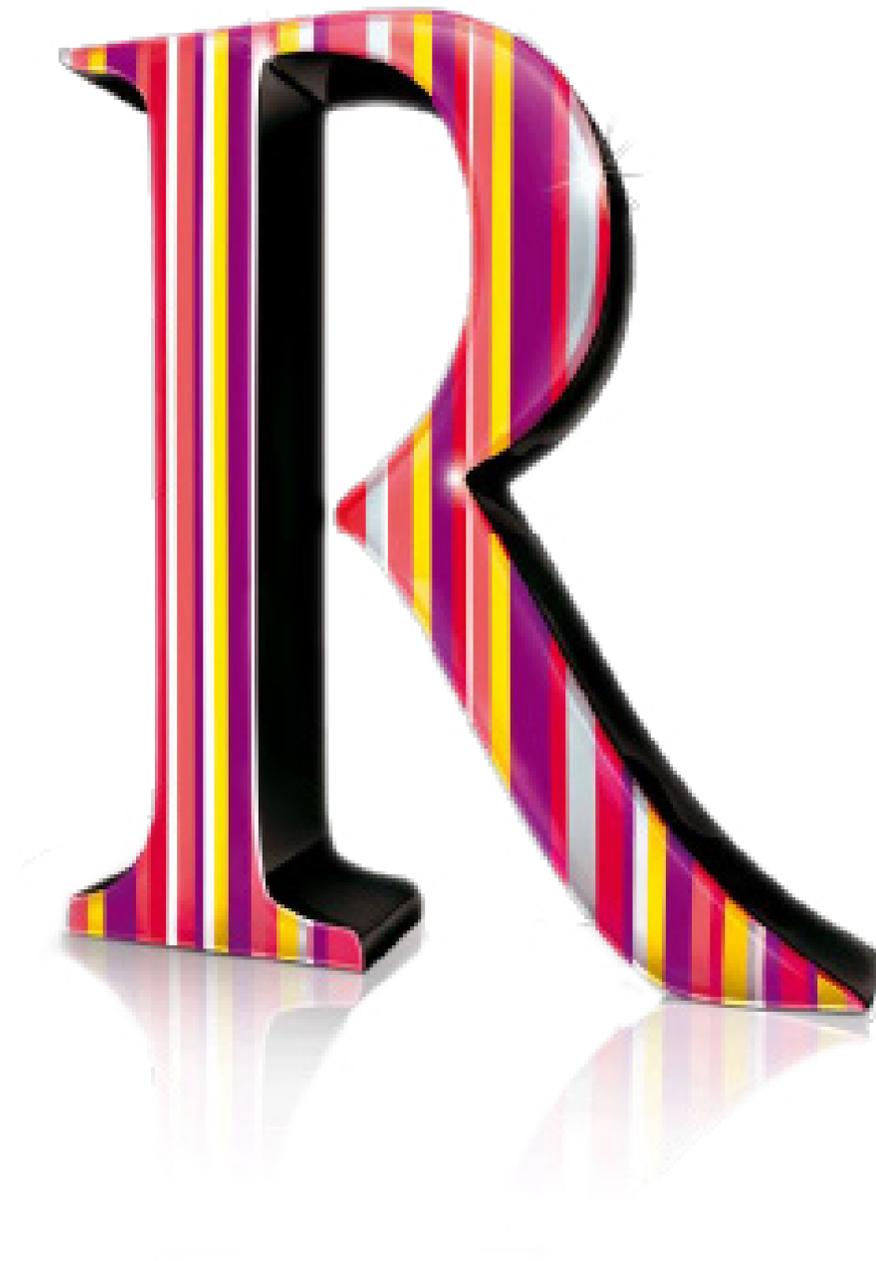
### 4. Acuerdos junta extraordinaria de accionistas, con fecha 26 de diciembre de 2023.

En cumplimiento con lo dispuesto en los artículos 9° y 10° inciso De acuerdo con lo establecido en los artículos 9° y 10° de la Ley N°18.045, en la Norma de Carácter General N°30 y en la Circular N°660, ambas de la Comisión para el Mercado Financiero y sus posteriores modificaciones, debidamente facultado, se comunica que en el día 26 de diciembre de 2023, se llevó a efecto la Junta Extraordinaria de Accionistas de Ripley Chile S.A. (sociedad filial de la matriz Ripley Corp S.A.) en la que se acordó distribuir un dividendo eventual de \$0,074822753945807 por acción, con cargo a las utilidades retenidas de la sociedad.

[más información aquí](#)



# Estados financieros



## Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2023 y 2022

Para revisar nuestros Estados Financieros escanea o haz clic en el código QR:



**Sitio web  
Ripley Chile**



**Sitio web  
CMF**



somos ripley chile.

nuestra estrategia  
de sostenibilidad

gobierno  
corporativo sólido

colaboradores  
comprometidos

desarrollo  
social

negocios con una  
mirada sostenible

abastecimiento  
responsable

resumen económico  
y financiero

anexos y  
divulgación ESG

# Anexos e índices de divulgación ESG



# Sobre este Reporte

## Alcance y Estándares

El presente documento corresponde a la Memoria Integrada de Ripley Chile correspondiente al ejercicio comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023. A lo largo de su desarrollo se tuvieron en cuenta la Norma de Carácter General N°30 y la Norma de Carácter General 461 de la Comisión del Mercado Financiero (CMF), que aplica a los emisores inscritos en el Registro de Valores. Asimismo, y de manera voluntaria, los contenidos se ajustan a los estándares GRI 2021, Global Reporting Initiative (GRI) y Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

Si bien la compañía no adhiere a códigos específicos de buen gobierno corporativo, se promueven e implementan políticas que permitan a Ripley consolidar y desarrollar un negocio sostenible, estableciendo para tal efecto objetivos empresariales apegados al respeto del medio ambiente, un irrestricto cumplimiento de principios éticos y la generación de valor social, constituyendo pautas de comportamiento que deben ser compartidas y evidenciadas por la totalidad de quienes se desempeñen en la organización.

## Ciclo de representación

La presente Memoria Integrada se publicó el 17 de Abril de 2024, quedando de esta forma a disposición de todos los grupos de interés de la compañía, así como del público en general, al menos 15 días corridos antes de la Junta Ordinaria de Accionistas del año en curso, tal como lo exige la normativa vigente.



# Proceso de materialidad

Para Ripley la elaboración de esta Memoria Integrada considera una revisión sobre la gestión y desempeño de los temas materiales en sus operaciones. Este proceso de materialidad reconoce los principales impactos reales y potenciales en los ámbitos sociales, medioambientales y económicos, y también aquellos que contribuyen significativamente en las decisiones de sus grupos de interés.

Este procedimiento es fundamental para la compañía, ya que distingue los aspectos prioritarios y las expectativas de sus stakeholders sobre su gestión y desempeño, además de apoyar la toma de decisiones en áreas claves, entre ellas, la definición de inversiones, nuevos objetivos estratégicos, o reorientar ciertos aspectos operacionales.

**4** Estándares de Sostenibilidad, para cada una de las industrias donde Ripley Chile participa.

**28** Empresas analizadas, de las industrias donde Ripley Chile participa

**2.384** Encuestas a grupos de interés realizadas en 2023 (Colaboradores, Clientes, Comunidades, Proveedores e inversionistas)

**18** Entrevistas a Directores y principales ejecutivos de Ripley Chile

 Revisión de temas tratados en la prensa y comunicaciones externas e internas

Tema Relevante	ASG	Tema Material	INTERNACIONAL - R	INTERNACIONAL - B	INTERNACIONAL - CC	INDUSTRIA	GRUPOS DE INTERÉS	ALTA GERENCIA	MEDIOS DE PRENSA	IMPACTOS
<b>RENTABILIDAD, DESEMPEÑO ECONÓMICO Y CRECIMIENTO</b>	G	Rentabilidad, resultados económicos y eficiencia en el control de gastos					○	○	○	
		Contexto macroeconómico de los países y mercados						○	○	○
<b>ÉTICA, CUMPLIMIENTO Y TRANSPARENCIA COMERCIAL</b>	G	Ética, integridad y cumplimiento en los negocios				○	○		○	○
		Transparencia comercial y letra chica		○			○		○	
		Prácticas de ética empresarial y buen gobierno corporativo		○	○					○
<b>TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y CIBERSEGURIDAD, CON FOCO EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE</b>	G	Ciberseguridad y protección de la información	○	○		○	○		○	○
		Experiencia, satisfacción y fidelización de clientes y consumidores				○	○	○	○	
		Transformación digital e innovación		○		○	○	○		
		Productos innovadores personalizados a las necesidades de los clientes	○	○						
<b>CADENA DE SUMINISTRO RESPONSABLE</b>	G	Abastecimiento responsable y estándares sostenibles en la cadena de suministro	○			○				○
<b>ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO</b>	A	Huella de carbono y adaptación al cambio climático			○	○	○			○
		Consumo energético e incorporación de energías renovables	○		○	○	○	○		○
<b>ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE RESIDUOS</b>	A	Economía circular y ciclo de vida de los productos (incl. Prod. con atributos sostenibles)	○			○	○	○		○
		Gestión de residuos								○
<b>ALIANZAS PARA GENERAR DE VALOR EN LOS TERRITORIO</b>	S	Educación financiera y bancarización de grupos desplazados		○				○	○	○
		Alianzas y relacionamiento con proveedores (incluye compras locales)					○	○		○
		Generación de empleo en los territorios								○
<b>BIENESTAR, CUIDADO Y DESARROLLO DE NUESTROS TALENTOS</b>	S	Desarrollo del capital humano y atracción de talento	○	○		○	○			○
		Diversidad, equidad y no discriminación				○	○	○	○	○
		Cuidado de las personas, clima y condiciones laborales					○	○		○
		Salud, seguridad y bienestar de los colaboradores				○	○			○

## Matriz de impacto

IMPACTOS AMBIENTALES IDENTIFICADOS	POSITIVO/NEGATIVO	REAL / POTENCIAL	DIRECTO / INDIRECTO	CATEGORÍAS	ESTÁNDARES DE SOSTENIBILIDAD DIRECTORES & EJECUTIVOS	¿ES ABORDADO POR LA PRE-MATERIALIDAD Y QUE TEMA LO ABORDA?	IMPACTOS SOCIALES IDENTIFICADOS			CATEGORÍAS	ESTÁNDARES DE SOSTENIBILIDAD DIRECTORES & EJECUTIVOS	¿ES ABORDADO POR LA PRE-MATERIALIDAD Y QUE TEMA LO ABORDA?		
							POSITIVO/NEGATIVO	REAL / POTENCIAL	DIRECTO / INDIRECTO					
Generación de residuos	-	R	D	RESIDUOS	○	○	Gestión de residuos	+	R	D	COLABORADORES	○		
Economía circular de productos textiles generación de residuos	-	P	D	RESIDUOS	○	○	Economía circular y ciclo de vida de los productos (incl. productos con atributos sostenibles)	-	R	D	COLABORADORES	○	Impacto derivado del análisis de prensa	
Packaging y plástico de un solo uso	-	R	D	RESIDUOS	○	○		Baja participación de la mujer en puestos de liderazgos	-	R	D	COLABORADORES		○
Productos con atributos sostenibles	+	R	D	RESIDUOS	○	○		Clima laboral y experiencia de trabajo	+	P	D	COLABORADORES	○	Cuidado de las personas, clima y condiciones laborales
Consumo y gestión del agua en la producción textil	-	R	I	AGUA	○	○		Comunicación y relaciones laborales	-	P	D	COLABORADORES	○	
Impacto de la huella de carbono en la cadena logística	-	R	I	EMISIONES	○	○	Bajo control de horarios y flexibilidad (centros comerciales)	-	P	I	COLABORADORES	○	Desarrollo del capital humano y atracción de talento	
Eficiencia energética	+	P	D	ENERGÍA	○	○	Huella de carbono y adaptación al cambio climático	+	R	D	COLABORADORES	○		Generación de empleo en los territorios
							Consumo energético e incorporación de energías renovables	-	R	D	COLABORADORES	○	Alianzas y relacionamiento con proveedores (incluye compras locales)	
							Baja gestión de talento y alta rotación	-	R	D	COLABORADORES	○		Educación financiera y bancarización de grupos desplazados
							Generación de empleo	+	R	D	COLABORADORES	○		
Apoyo a emprendedores y productos locales	+	R	D	COMUNIDADES	○	○								
Educación financiera y crediticia	+	R	D	COMUNIDADES	○	○								
Acceso a financiamiento a grupos desplazados	+	R	D	COMUNIDADES	○	○								

IMPACTOS ECONÓMICOS IDENTIFICADOS	POSITIVO/NEGATIVO	REAL / POTENCIAL	DIRECTO / INDIRECTO	CATEGORÍAS	ESTÁNDARES DE SOSTENIBILIDAD DIRECTORES & EJECUTIVOS		¿ES ABORDADO POR LA PRE-MATERIALIDAD Y QUE TEMA LO ABORDA?
Gestión, apoyo y acompañamiento a productores y proveedores	+	P	D	PROVEEDORES	○	○	Alianzas y relacionamiento con proveedores (incluye compras locales)
Compra local y apoyo a proveedores locales	+	R	D	PROVEEDORES	○	○	
Caso ropa falsa La Polar: ética y códigos de conducta en gestión de la cadena de suministro	-	P	I	PROVEEDORES	Impacto derivado del análisis de prensa.		Abastecimiento responsable y estándares sostenibles en la cadena de suministro
Ciberseguridad y seguridad de las transacciones de los clientes	+	R	D	CLIENTES	○	○	
Estafas telefónicas a clientes y educación al cliente contra ciberdelitos	-	P	I	CLIENTES	Impacto derivado del análisis de prensa.		Ciberseguridad y protección de la información
Gobierno corporativo robusto	+	R	D	GOB. CORPORATIVO		○	Prácticas de ética empresarial y buen gobierno corporativo
Gerente General de Cencosud: Uso de información privilegiada	-	P	I	GOB. CORPORATIVO	Impacto derivado del análisis de prensa.		Ética, integridad y cumplimiento en los negocios
Aporte a la economía del país	+	R	D	GOB. CORPORATIVO	○	○	Contexto geopolítico y macroeconómico de los países y mercados
Nuevas regulaciones y normativa (MPD)	-	P	I	GOB. CORPORATIVO		○	Ética, integridad y cumplimiento en los negocios
Negocios éticos y cumplimiento normativo	-	P	D	GOB. CORPORATIVO	○	○	

# Índice CMF

## NCG 461

		Página	Comentarios		Página	Comentarios
<b>1. Índice De Contenidos</b>		4				
<b>2. Perfil De La Entidad</b>						
<b>2.1.</b>	<b>Misión, visión, propósito y valores</b>	<b>13</b>				
<b>2.2.</b>	<b>Información histórica de la entidad</b>	<b>14-16</b>				
<b>2.3.</b>	<b>Propiedad</b>					
2.3.1	Situación de control	66				
2.3.2	Cambios importantes en la propiedad o control	-	No han ocurrido cambios importantes en la propiedad de la Compañía durante el último año.			
2.3.3	Identificación de socios o accionistas mayoritarios	66				
2.3.4	Acciones, sus características y derechos					
2.3.4.i	Descripción de la serie de acciones	-				
2.3.4.ii	Política de dividendos	66	Monto total pagado en dividendos 2023: CLP\$38.721 millones			
2.3.4.iii	Información estadística					
2.3.4.iii.a	Dividendos	66				
2.3.4.iii.b	Transacciones en bolsas	66				
2.3.4.iii.c	Número de accionistas	66				
2.3.5	Otros valores emitidos por la entidad	66				
<b>3. Gobierno Corporativo</b>						
<b>3.1</b>	<b>Marco de gobernanza</b>					
3.1.i	Garantía y evaluación del gobierno corporativo	72				
3.1.ii	Enfoque de sostenibilidad en los negocios	70				
3.1.iii	Detección y gestión de conflictos de interés	-	Los eventuales conflictos de intereses que pudieran generarse entre los miembros del Directorio deben ser resueltos o mitigados de acuerdo con lo estipulado en la ley de Sociedades Anónimas y las reglas de la Política de Conflictos de Interés de la sociedad.			
3.1.iv	Preocupaciones de los principales grupos de interés	60-61				
3.1.v	Promoción de la innovación, investigación y desarrollo	20-21				
3.1.vi	Detección y reducción de barreras organizacionales, sociales o culturales	96				
3.1.vii	Identificación de diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones	96				
<b>3.2</b>	<b>Directorio</b>					
3.2.i	Identificación de sus integrantes	71				
3.2.ii	Ingresos de los miembros del directorio	73				
3.2.iii	Política para la contratación de expertos por parte del	73				
3.2.iv	Matriz de conocimientos	72				
3.2.v	Inducción de nuevos integrantes	72				
3.2.vi	Periodicidad con la cual se reúne con unidades de gestión de riesgo, auditoría interna y responsabilidad social	73				
3.2.vii	Informes de asuntos relacionados con las materias ambientales y sociales	70				
3.2.viii	Visitas en terreno	72				
3.2.ix	Desempeño colectivo y/o individual	72				
3.2.ix.a	Detección de áreas en que el directorio puede capacitarse	72				
3.2.ix.b	Detección y reducción barreras organizacionales, sociales o culturales del directorio	72				
3.2.ix.c	Contratación de asesoría para la evaluación del desempeño y funcionamiento del directorio	72				
3.2.x	Número mínimo de reuniones ordinarias	-	La periodicidad de reuniones ordinarias del Directorio es una vez al mes, sin considerar un tiempo promedio de dedicación presencial y/o remota de sus integrantes.			
3.2.xi	Cambio en la organización interna y funcionamiento ante situaciones de contingencia o crisis	85	Si bien no existe un procedimiento formal que aborde la organización interna y funcionamiento del directorio ante situaciones de contingencia o crisis, la Compañía ha desarrollado estrategias de continuidad, complementadas con evaluaciones específicas para escenarios de riesgo (RIA) y aumentando la cobertura del plan a los distintos procesos críticos, que requieren mantener la continuidad de sus servicios ante escenarios de contingencia.			
3.2.xii	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio					
3.2.xii.a	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: actas y documentos	-	La Compañía no cuenta con un sistema de información que le permita acceder a cada director de forma remota a actas, documentos o al texto definitivo del acta de cada sesión.			
3.2.xii.b	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: minuta	-	La Compañía no cuenta con un sistema de información que le permita acceder a cada director de forma remota a actas, documentos o al texto definitivo del acta de cada sesión.			
3.2.xii.c	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: canal de denuncias	-	La Compañía no cuenta con un sistema de información que le permita acceder a cada director de forma remota a actas, documentos o al texto definitivo del acta de cada sesión.			
3.2.xii.d	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: texto definitivo del acta de cada sesión	-	La Compañía no cuenta con un sistema de información que le permita acceder a cada director de forma remota a actas, documentos o al texto definitivo del acta de cada sesión.			
3.2.xiii	Conformación del Directorio					
3.2.xiii.a	Conformación del Directorio: hombres y mujeres	73				
3.2.xiii.b	Conformación del Directorio: nacionalidad	73				
3.2.xiii.c	Conformación del Directorio: rango de edad	73				
3.2.xiii.d	Conformación del Directorio: antigüedad en la organización	73				
3.2.xiii.e	Conformación del Directorio: situación de discapacidad	73				
3.2.xiii.f	Conformación del Directorio: brecha salarial	73				
<b>3.3</b>	<b>Comités del Directorio</b>					
3.3.i	Descripción del rol y principales funciones de los comités	71-73				
3.3.ii	Identificación de sus integrantes	71				
3.3.iii	Ingresos de los miembros de los comités	73				
3.3.iv	Principales actividades que el comité haya desarrollado durante el año	73				
3.3.v	Contratación de asesorías y gastos	73				
3.3.vi	Comité de Directores del artículo 50 bis de la Ley N°18.046	73				
3.3.vii	Periodicidad con la cual reportan al Directorio	73				

		Página	Contenido
<b>3.4</b>	<b>Ejecutivos principales</b>		
3.4.i	Cargo, nombre, RUT, profesión y fecha desde la cual desempeña el cargo	74	
3.4.ii	Monto de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales	76	
3.4.iii	Planes de compensación o beneficios especiales dirigidos a ejecutivos principales	76	
3.4.iv	Porcentaje de participación en la propiedad del emisor	66, 76	
<b>3.5</b>	<b>Adherencia a códigos nacionales o internacionales</b>	131	
<b>3.6</b>	<b>Gestión de riesgos</b>		
3.6.i	Directrices generales establecidas por el Directorio	81	
3.6.ii	Riesgos y oportunidades que pudieran afectar de manera material el desempeño de los negocios y la condición financiera		
3.6.ii.a	Riesgos y oportunidades inherentes a las actividades de la entidad	82-87	
3.6.ii.b	Riesgos de seguridad de la información	87	
3.6.ii.c	Riesgos relativos a la libre competencia	86	
3.6.ii.d	Riesgos referentes a la salud y seguridad de los consumidores	85	
3.6.ii.e	Otros riesgos y oportunidades derivados de los impactos en el medioambiente o en la sociedad, generados directa o indirectamente	82-87	
3.6.iii	Detección de riesgos y cómo se determinan aquellos relativamente más significativos	80	
3.6.iv	Rol del Directorio, u órgano de administración, y alta gerencia, en la detección, evaluación, gestión y monitoreo de riesgos	80-81	
3.6.v	Unidad de gestión de riesgos	80-81	
3.6.vi	Unidad de auditoría interna o equivalente	80-81	
3.6.vii	Código de Ética o de Conducta o documento equivalente	77	
3.6.viii	Programas de divulgación de información y capacitación de las políticas, procedimientos, controles y códigos implementados para la gestión de riesgos	78	
3.6.ix	Canal disponible para su personal, accionistas, clientes, proveedores y/o terceros ajenos a la entidad, para la denuncia de eventuales irregularidades o ilícitos	79	
3.6.x	Plan de Sucesión del gerente general y demás ejecutivos principales	76	
3.6.xi	Revisión de estructuras salariales y políticas de compensación por parte del Directorio	-	El Comité de Directores de Ripley Corp (Sociedad matriz de Ripley Chile S.A.), examina anualmente los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y dotación de la sociedad luego reporta sus conclusiones al Directorio. Estos son de carácter reservado y por tratarse de información estratégica no son divulgados al público, en general.
3.6.xii	Estructuras salariales y políticas de compensación e indemnización del gerente general y demás ejecutivos principales	76	

		Página	Contenido
3.6.xiii	Modelo implementado de prevención de delitos conforme a lo establecido en la Ley N°20.393	79	
<b>3.7</b>	<b>Relación con los grupos de interés y el público en general</b>		
3.7.i	Unidad de relaciones con los grupos de interés y medios de prensa	60-61	
3.7.ii	Procedimiento de mejora continua para procesos de elaboración y difusión de las revelaciones que realiza la entidad al mercado	61	
3.7.iii	Procedimiento para que los accionistas se puedan informar con antelación a la junta de accionistas en que se elegirán directores acerca de las características, capacidades y visiones de los postulantes	72	
3.7.iv	Sistema o procedimiento que permita a los accionistas participar y ejercer su derecho a voto por medios remotos	-	En caso de ser necesario, la empresa emplea un sistema que permite a los accionistas participar y ejercer su derecho a voto por medios remotos, en la misma oportunidad que el resto de los accionistas que estén físicamente representados en la junta de accionistas, y al público en general informarse en tiempo real sobre los acuerdos allí adoptados

#### 4. ESTRATEGIA

<b>4.1</b>	<b>Horizontes de tiempo</b>	<b>40</b>	
<b>4.2</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>	<b>56-59</b>	
<b>4.3</b>	<b>Planes de inversión</b>	-	Existe un plan de inversión aprobado por el directorio, considerado de carácter estratégico, por lo que no se divulgará en el presente informe.

#### 5. PERSONAS

<b>5.1</b>	<b>Dotación de personal</b>		
5.1.1	Número de personas por sexo	89-90	
5.1.2	Número de personas por nacionalidad	91	
5.1.3	Número de personas por rango de edad	92	
5.1.4	Antigüedad laboral	93	
5.1.5	Número de personas con discapacidad	106	
<b>5.2</b>	<b>Formalidad laboral</b>	90	
<b>5.3</b>	<b>Adaptabilidad laboral</b>	90, 102	
<b>5.4</b>	<b>Equidad salarial por sexo</b>		
5.4.1	Política de equidad	104	
5.4.2	Brecha salarial (Media y Mediana)	90	
<b>5.5</b>	<b>Acoso laboral y sexual</b>	79, 90	Durante 2023 no se realizaron capacitaciones para prevenir y/o gestionar el acoso laboral o sexual.
<b>5.6</b>	<b>Seguridad laboral</b>	107-108	
<b>5.7</b>	<b>Permiso postnatal</b>	101	
<b>5.8</b>	<b>Capacitación y beneficios</b>		
5.8.i	Monto total de recursos monetarios y el porcentaje que éstos representan del ingreso	95	
5.8.ii	Número total de personal capacitado y el porcentaje que ese número representa de la dotación total	95	
5.8.iii	Promedio anual de horas de capacitación	95	
5.8.iv	Materias abordadas por las capacitaciones	94-96	
<b>5.9</b>	<b>Política de subcontratación</b>	131	

		Página	Comentario
<b>6. MODELO DE NEGOCIOS</b>			
<b>6.1</b>	<b>Sector industrial</b>		
6.1.i	Naturaleza de los productos y/o servicios	10	
6.1.ii	Competencia en el sector industrial	19, 26, 36, 86	
6.1.iii	Marco legal o normativo que regule o que afecte la industria en la cual participa	70	
6.1.iv	Entidades reguladoras nacionales o extranjeras que cuenten con atribuciones fiscalizadoras sobre la entidad	70	
6.1.v	Principales grupos de interés	60-61	
6.1.vi	Afiliación a gremios, asociaciones u organizaciones	62-63	
<b>6.2</b>	<b>Negocios</b>		
6.2.i	Principales bienes producidos y/o servicios prestados y los principales mercados en los cuales son comercializados dichos productos	10, 22-24, 28-31	
6.2.ii	Canales de venta y métodos de distribución	17, 19, 22	
6.2.iii	Número de proveedores que representen en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas en el período	132	
6.2.iv	Número de clientes que concentren en forma individual, a lo menos, un 10% del ingreso del segmento	-	Ningún cliente representa, en forma individual, al menos el 10% del total del ingreso en ninguno de nuestros segmentos de mercados.
6.2.v	Principales marcas utilizadas en la comercialización de los bienes y servicios	23-24	
6.2.vi	Patentes de propiedad de la entidad	-	No existen patentes propiedad utilizadas en procesos productivos por la Compañía.
6.2.vii	Principales licencias, franquicias, royalties y/o concesiones de propiedad de la entidad	24	
6.2.viii	Otros factores del entorno externo que fueran relevantes para el desarrollo de los negocios	17	
<b>6.3</b>	<b>Grupos de interés</b>	60-61	
<b>6.4</b>	<b>Propiedades e instalaciones</b>		
6.4.i	Características más relevantes de las principales propiedades	38-39	
6.4.ii	Empresas de extracción de recursos naturales: Identificación de las áreas de concesión y/o los terrenos que posee	-	Por la naturaleza del negocio, este indicador no aplica a Ripley Chile.
6.4.iii	Estado de propiedad de las instalaciones o algún otro tipo de contrato, como leasing financiero u operativo	38-39	

		Página	Comentario
<b>6.5</b>	<b>Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades</b>		
6.5.1	Subsidiarias y asociadas	68-69	
6.5.1.i	Individualización, domicilio y naturaleza jurídica.	68-69	
6.5.1.ii	Capital suscrito y pagado	68-69	
6.5.1.iii	Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla	68-69	
6.5.1.iv	Nombre y apellidos del o los directores, administradores y gerente general.	68-69	
6.5.1.v	Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora	68-69	
6.5.1.vi	Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz	68-69	
6.5.1.vii	Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada	68-69	
6.5.1.viii	Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas	68-69	
6.5.1.ix	Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas	68-69	No existe contratos celebrados con subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.
6.5.1.x	Cuadro esquemático en que se expongan las relaciones de propiedad	67	
6.5.2	Inversión en otras sociedades		
6.5.2.i	Individualización de ellas y naturaleza jurídica.	-	No existen inversiones en otras sociedades.
6.5.2.ii	Porcentaje de participación.	-	No existen inversiones en otras sociedades.
6.5.2.iii	Descripción de las principales actividades que realicen.	-	No existen inversiones en otras sociedades.
6.5.2.iv	Porcentaje del activo total individual de la sociedad que representan estas inversiones.	-	No existen inversiones en otras sociedades.

		Página	Comentario
<b>7. GESTIÓN DE PROVEEDORES</b>			
<b>7.1</b>	<b>Pago a proveedores</b>		
7.1.i	Número de Facturas pagadas	133	
7.1.ii	Monto total pagado (millones de pesos)	133	
7.1.iii	Monto Total intereses por mora en pago de facturas (millones de pesos)	133	
7.1.iv	Número de Proveedores	133	
7.1.v	Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía	132	
<b>7.2</b>	<b>Evaluación de proveedores</b>	130-132	
<b>8. INDICADORES</b>			
<b>8.1</b>	Cumplimiento legal y normativo	77	
8.1.1	Cumplimiento legal y normativo: en relación con clientes	77	72 sanciones CLP \$115,1 millones
8.1.2	Cumplimiento legal y normativo: en relación con sus trabajadores	77	193 sentencias y acciones de tutela laboral CLP \$90,9 millones
8.1.3	Cumplimiento legal y normativo: Medioambiental	77	
8.1.4	Cumplimiento legal y normativo: Libre Competencia	77	
8.1.5	Cumplimiento legal y normativo: Otros	77	
<b>8.2</b>	<b>Indicadores de sostenibilidad por tipo de industria</b>	148-150	
<b>9. HECHOS RELEVANTES O ESENCIALES</b>			
	Resumen de los hechos esenciales o relevantes divulgados por la entidad durante el período anual	136-137	
<b>10. COMENTARIOS DE ACCIONISTAS Y DEL COMITÉ DE DIRECTORES</b>			
	Síntesis fiel de los comentarios y proposiciones relativos a la marcha de los negocios sociales, formuladas por accionistas y el Comité de Directores	-	Durante la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 28 de abril de 2023, no se presentaron comentarios por parte de los accionistas ni del Comité de Directores.
<b>11. INFORMES FINANCIEROS</b>			
	Disponibilidad de los estados financieros de la entidad en el sitio en Internet de la Comisión para el Mercado Financiero y en el de la propia entidad	137	

# Tabla SASB

## Distribuidores y Minoristas Especializados y Multilínea Sector de Bienes de Consumo

TEMA	PARÁMETRO DE CONTABILIDAD	CATEGORÍA	UNIDAD DE MEDIDA	CÓDIGO	PÁGINA	COMENTARIO
Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución	(1) Total de energía consumida	Cuantitativo	Gigajulios (GJ)	CG-MR-130a.1	127	
	(2) Porcentaje de electricidad de la red	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-130a.1	127	
	(3) Porcentaje de renovables	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-130a.1	127	
Seguridad de los datos	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	Debate y análisis	N/A	CG-MR-230a.1	87	
	(1) Número de filtraciones de datos	Cuantitativo	Número	CG-MR-230a.2	87	
	(2) Porcentaje que implica información de identificación personal (PII)	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-230a.2	87	
	(3) Número de clientes afectados	Cuantitativo	Número	CG-MR-230a.2	87	
Prácticas laborales	(1) Salario medio por hora por Región: Tienda	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-310a.1	103	
	(2) Porcentaje de empleados de tienda que ganan el salario mínimo por Región: Tienda	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-310a.1	103	
	(1) Tasa de rotación voluntaria de los empleados de tienda	Cuantitativo	Velocidad	CG-MR-310a.2	98	
	(2) Tasa de rotación involuntaria de los empleados de tienda	Cuantitativo	Velocidad	CG-MR-310a.2	98	
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las infracciones de la legislación laboral	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-310a.3	77	
Diversidad e inclusión en la fuerza laboral	(1) Porcentaje de representación de géneros y grupos raciales/étnicos en la dirección	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-330a.1	-	No hay miembros del Directorio pertenecientes a una etnia o raza.
	(2) Porcentaje de representación de géneros y grupos raciales/étnicos en todos los empleados (sin considerar dirección)	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-330a.1	-	No se han identificado colaboradores pertenecientes a una etnia o raza.
	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la discriminación en el trabajo	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-330a.2	-	No se registran casos de discriminación en el trabajo en el periodo reportado.
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Ingresos de productos certificados por terceros según estándares de sostenibilidad ambiental y/o social	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-410a.1	119	
	Análisis de los procesos para evaluar y gestionar los riesgos o peligros asociados a las sustancias químicas en los productos	Debate y análisis	N/A	CG-MR-410a.2	25, 131	
	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes	Debate y análisis	N/A	CG-MR-410a.3	124-125	
Parámetro de actividad	Número de ubicaciones de venta al por menor	Cuantitativo	Número	CG-MR-000.A	10	
	Número de centros de distribución	Cuantitativo	Número	CG-MR-000.A	10	
	Superficie total de espacio de venta al por menor	Cuantitativo	Metros cuadrados (m2)	CG-MR-000.B	12	
	Superficie total de centros de distribución	Cuantitativo	Metros cuadrados (m2)	CG-MR-000.B	12	

# Tabla SASB

## Bancos Comerciales Sector Financiero

TEMA	PARÁMETRO DE CONTABILIDAD	CATEGORÍA	UNIDAD DE MEDIDA	CÓDIGO	PÁGINA	COMENTARIO
Seguridad de los datos	(1) Número de filtraciones de datos	Cuantitativo	Número	FN-CB-230a.1	87	
	(2) Porcentaje que implica información de identificación personal (PII)	Cuantitativo	Porcentaje (%)	FN-CB-230a.1	87	
	(3) Número de clientes afectados	Cuantitativo	Número	FN-CB-230a.1	87	
	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	Debate y análisis	N/A	FN-CB-230a.2	87	
Inclusión financiera y desarrollo de capacidades	(1) Número de los préstamos pendientes cualificados para programas diseñados para promocionar las pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad	Cuantitativo	Número	FN-CB-240a.1	-	La compañía no cuenta con proyectos para el desarrollo de la comunidad.
	(2) Monto de los préstamos pendientes cualificados para programas diseñados para promocionar las pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-240a.1	-	La compañía no cuenta con proyectos para el desarrollo de la comunidad.
	(1) Número de los préstamos vencidos e improductivos cualificados para programas diseñados para promocionar las pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad	Cuantitativo	Número	FN-CB-240a.2	-	La compañía no cuenta con proyectos para el desarrollo de la comunidad.
	(2) Monto de los préstamos vencidos e improductivos cualificados para programas diseñados para promocionar las pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-240a.2	-	La compañía no cuenta con proyectos para el desarrollo de la comunidad.
	Número de cuentas corrientes minoristas sin coste proporcionadas a clientes previamente no bancarizados o infrabancarizados	Cuantitativo	Número	FN-CB-240a.3	-	No existen de cuentas corrientes minoristas sin coste proporcionadas a clientes previamente no bancarizados o infrabancarizados.
	Número de participantes en iniciativas de educación financiera para clientes no bancarizados, infrabancarizados o desatendidos	Cuantitativo	Número	FN-CB-240a.4	-	No existen de cuentas corrientes minoristas sin coste proporcionadas a clientes previamente no bancarizados, infrabancarizados o desatendidos.
	Descripción del enfoque para la incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión en el análisis de crédito	Debate y análisis	N/A	FN-CB-410a.2	-	No se incorporan factores ambientales, sociales y de gestión corporativa (ESG) en el análisis de crédito.
Financiamiento de emisiones	(1) Emisiones brutas absolutas financiadas de alcance 1	(1) Emisiones brutas absolutas financiadas de alcance 1	Toneladas métricas de CO2e (tCO2e)	FN-CB-410b.1	-	La compañía comercializa créditos a personas, no a empresas y/o proyectos de financiamiento.
	(2) Emisiones brutas absolutas financiadas de alcance 2	Cuantitativo	Toneladas métricas de CO2e (tCO2e)	FN-CB-410b.1	-	La compañía comercializa créditos a personas, no a empresas y/o proyectos de financiamiento.
	(3) Emisiones brutas absolutas financiadas de alcance 3	Cuantitativo	Toneladas métricas de CO2e (tCO2e)	FN-CB-410b.1	-	La compañía comercializa créditos a personas, no a empresas y/o proyectos de financiamiento.
	Exposición bruta de cada sector por clase de activos	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-410b.2	-	La compañía comercializa créditos a personas, no a empresas y/o proyectos de financiamiento.
	Porcentaje de exposición bruta incluido en el cálculo de las emisiones financiadas	Cuantitativo	Porcentaje (%)	FN-CB-410b.3	-	La compañía comercializa créditos a personas, no a empresas y/o proyectos de financiamiento.
	Descripción de la metodología utilizada para calcular las emisiones financiadas	Debate y análisis	N/A	FN-CB-410b.4	-	La compañía comercializa créditos a personas, no a empresas y/o proyectos de financiamiento.

# Tabla SASB

## Bancos Comerciales

### Sector Financiero

TEMA	PARÁMETRO DE CONTABILIDAD	CATEGORÍA	UNIDAD DE MEDIDA	CÓDIGO	PÁGINA	COMENTARIO
Ética empresarial	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con el fraude, uso de información privilegiada, antimonopolio, competencia desleal, manipulación del mercado, mala praxis u otras leyes o reglamentos relacionados de la industria financiera	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-510a.1	-	No hubieron incumplimientos en el período reportado.
	Descripción de las políticas y los procedimientos de denuncia de irregularidades	Debate y análisis	N/A	FN-CB-510a.2	79	
Gestión del riesgo sistémico	Puntuación en la evaluación de banco de importancia sistémica mundial (G-SIB), por categoría	Cuantitativo	Puntos de base (bps)	FN-CB-550a.1	-	La compañía no ha sido evaluada de acuerdo a su importancia sistémica mundial (G-SIB).
	Descripción del enfoque para la incorporación de los resultados de las pruebas de estrés obligatorias y voluntarias en la planificación de la adecuación del capital, la estrategia corporativa a largo plazo y otras actividades comerciales	Debate y análisis	N/A	FN-CB-550a.2	82	
Parámetros de actividad	(1) Número de las cuentas corrientes y de ahorro por segmento: (a) personales	Cuantitativo	Número	FN-CB-000.A	29	La compañía no cuenta con cuentas de ahorro.
	(1) Número de las cuentas corrientes y de ahorro por segmento: (b) pequeñas empresas	Cuantitativo	Número	FN-CB-000.A	-	La compañía no cuenta con cuentas de ahorro y tampoco comercializa servicios con pequeñas empresas.
	(2) Valor de las cuentas corrientes y de ahorro por segmento: (a) personales	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-000.A	29	La compañía no cuenta con cuentas de ahorro y tampoco comercializa servicios con pequeñas empresas.
	(2) Valor de las cuentas corrientes y de ahorro por segmento: (b) pequeñas empresas	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-000.A	-	La compañía no cuenta con cuentas de ahorro y tampoco comercializa servicios con pequeñas empresas.
	(1) Número de los préstamos por segmento: (a) personales	Cuantitativo	Número	FN-CB-000.B	31	
	(1) Número de los préstamos por segmento: (b) pequeñas empresas	Cuantitativo	Número	FN-CB-000.B	-	La compañía no comercializa servicios con pequeñas empresas.
	(1) Número de los préstamos por segmento: (c) corporativos	Debate y análisis	Número	FN-CB-000.B	-	La compañía no comercializa servicios con pequeñas empresas.
	(1) Emisiones brutas absolutas financiadas de alcance 1	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-000.B	31	
	(2) Valor de los préstamos por segmento: (b) pequeñas empresas	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-000.B	-	La compañía no comercializa servicios con pequeñas empresas.
	(2) Valor de los préstamos por segmento: (c) corporativos	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-CB-000.B	-	La compañía no comercializa servicios con pequeñas empresas.

# Índice de contenidos GRI

**Declaración de uso:** Ripley Chile S.A. ha presentado la información citada en este índice de contenido GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023 con referencia a los Estándares GRI.

## GRI 1 Utilizado

## GRI 1: Fundamentos 2021

	INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIOS
<b>CONTENIDO GENERALES</b>			
	2-1 Detalles de la organización	3, 38-39, 66	
	2-2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	140	
	2-3 Período de informe, frecuencia y punto de contacto	3, 139	
	2-4 Reflexiones de información	-	No existen reflexiones de información en comparación al periodo anterior
	2-5 Garantía externa	3	
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	10, 17-22, 26-28, 34-36, 130	
	2-7 Empleados	89-108	
	2-8 Trabajadores que no son empleados	90	
	2-9 Estructura y composición de gobernanza	70-71	
	2-10 Nominación y selección del cuerpo de gobernanza más alto	72	
	2-11 Presidente del cuerpo de gobernanza más alto	71	
	2-12 Papel del cuerpo de gobernanza más alto en la supervisión de la gestión de los impactos	70	
	2-13 Delegación de responsabilidad por gestionar los impactos	70, 80-81	
	2-14 Papel del cuerpo de gobernanza más alto en los informes de sostenibilidad	70, 80-81	
	2-15 Conflictos de intereses	144	
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	73	
	2-17 Conocimiento colectivo del cuerpo de gobernanza más alto	72	
	2-18 Evaluación del desempeño del cuerpo de gobernanza más alto	72	
	2-19 Políticas de remuneración	73, 76	
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	145	
	2-21 Ratio anual de compensación total	-	
	2-22 Declaración sobre estrategia de desarrollo sostenible	56-59	

## GRI 2:

## Contenidos Generales 2021

GRI 1 Utilizado	GRI 1: Fundamentos 2021		
	INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIOS
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>	2-23 Compromisos de política	93-96,131	
	2-24 Compromisos de política de incrustación	58-59	
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	79	
	2-26 Mecanismos para buscar consejos y plantear preocupaciones	79	
	2-27 Cumplimiento de las leyes y reglamentos	77-78	
	2-28 Asociaciones y membresía	62-63, 121	
	2-29 Enfoque para el compromiso de las partes interesadas	60-61	
	2-30 Acuerdos de negociación colectiva	90	
<b>TEMAS MATERIALES</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-1 Proceso para determinar temas de material	141-143	
	3-2 Lista de temas de materiales	141	
<b>TEMA MATERIAL: Apoyo a emprendedores y proveedores locales</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	80-81, 87	
<b>GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016</b>	418-1 Reclamaciones fundamentales relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	87	
<b>TEMA MATERIAL: Consumo energético e incorporación de energías renovables</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	127-128	
<b>GRI 302: Energía 2016</b>	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	127	
	302-2 Consumo de energía fuera de la organización	127	
<b>TEMA MATERIAL: Desarrollo del capital humano y atracción de talento</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	94-98	
<b>GRI 401: Empleo 2016</b>	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	98	
<b>GRI 404: Capacitación y Educación 2016</b>	404-1 Horas promedio de capacitación por año por empleado	95	
	404-2 Programas para actualizar las habilidades de los empleados y los programas de asistencia de transición	94, 96-98	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben un desempeño regular y revisiones de desarrollo profesional	99	

GRI 1 Utilizado	GRI 1: Fundamentos 2021		
	INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIOS
<b>TEMA MATERIAL: Diversidad, equidad y no discriminación</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	103-106	
<b>GRI 202: Participación de Mercado 2016</b>	202-1 Ratios del salario de nivel de entrada estándar por género en comparación con el salario mínimo local	103-106	
<b>GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016</b>	405-1 Diversidad de organismos de gobierno y empleados	89-93, 95, 98, 103, 106	
	405-2 proporción de salario básico y remuneración de mujeres a los hombres	90	
<b>GRI 406: No Discriminación 2016</b>	406-1 Incidentes de discriminación y acciones correctivas tomadas	79	
<b>TEMA MATERIAL: Economía circular y ciclo de vida de los productos</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	122-125	
<b>GRI 301: Materiales 2016</b>	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	125	
	301-2 Materiales de entrada reciclados utilizados	123	
	301-3 Productos recuperados y sus materiales de empaque	125	
<b>TEMA MATERIAL: Experiencia, satisfacción y fidelización de clientes y consumidores</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	18, 25, 28, 58, 80-81, 87, 112	
<b>GRI 416: Salud y Seguridad del Cliente 2016</b>	416-1 Evaluación de los impactos de salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	25, 58, 112	
	416-2 Incidentes de incumplimiento sobre los impactos de salud y seguridad de los productos y servicios	25	
<b>TEMA MATERIAL: Transformación digital e innovación</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	20-21, 36-37	
<b>Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado</b>	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Transformación digital e innovación	20-21, 36-37	

## GRI 1 Utilizado

## GRI 1: Fundamentos 2021

	INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIO
<b>TEMA MATERIAL: Ética, integridad y cumplimiento en los negocios</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	77-79	
<b>GRI 301: Materiales 2016</b>	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	77-78	
	301-2 Materiales de entrada reciclados utilizados	78	
	301-3 Productos recuperados y sus materiales de empaque	77	
<b>TEMA MATERIAL: Educación financiera y bancarización de grupos desplazados</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	112	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Educación financiera y bancarización de grupos desplazados	112	
<b>TEMA MATERIAL: Emisiones GEI y huella de carbono</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	126	
<b>GRI 305: Emisiones 2016</b>	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	126	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	126	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	126	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	126	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	126	
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan el ozono (ODS)	126	
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas de aire	126	

## GRI 1 Utilizado

## GRI 1: Fundamentos 2021

	INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIO
<b>TEMA MATERIAL: Rentabilidad, resultados económicos y eficiencia en el control de gastos</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	138	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Productos innovadores personalizados a las necesidades de los clientes	138	
<b>TEMA MATERIAL: Transparencia comercial y letra chica</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	26-27, 77	
<b>GRI 417: Marketing y Etiquetado 2016</b>	417-1 Requisitos para información y etiquetado de productos y servicios	44	
	417-2 Incidentes de incumplimiento sobre información y etiquetado del producto y servicio	77	
	417-3 Incidentes de incumplimiento sobre las comunicaciones de marketing	77	
<b>TEMA MATERIAL: Abastecimiento responsable y estándares sostenibles en la cadena de suministro</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	130-132	
<b>GRI 308: Evaluación Ambiental del Proveedor 2016</b>	308-1 Nuevos proveedores que se seleccionaron utilizando criterios ambientales	131	
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y las acciones tomadas	131	

## GRI 1 Utilizado

## GRI 1: Fundamentos 2021

	INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIOS
<b>TEMA MATERIAL: Contexto macroeconómico de los países y mercados</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	17, 26	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Contexto macroeconómico de los países y mercados	17, 26	
<b>TEMA MATERIAL: Cuidado de las personas, clima y condiciones laborales</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	94, 98, 100-102	
	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	98	
<b>GRI 401: Empleo 2016</b>	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	101	
	401-3 Permiso parental	101	
<b>GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016</b>	407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	131	
<b>TEMA MATERIAL: Alianzas y relacionamiento con proveedores</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	130, 132	
<b>GRI 204: Prácticas de abastecimiento</b>	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	133	
<b>TEMA MATERIAL: Prácticas de ética empresarial y buen gobierno corporativo</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	77-79	
<b>GRI 206: Comportamiento Anticompetitivo 2016</b>	206-1 Acciones legales para las prácticas anticompetitivas de comportamiento, antimonopolio y monopolio	77-79	
<b>TEMA MATERIAL: Productos innovadores personalizados a las necesidades de los clientes</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	17, 20-22, 42, 57, 124	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Productos innovadores personalizados a las necesidades de los clientes	17, 20-22, 42, 57, 124	

## GRI 1 Utilizado

## GRI 1: Fundamentos 2021

	INDICADOR	PÁGINA	COMENTARIOS
<b>TEMA MATERIAL: Salud, seguridad y bienestar de los colaboradores</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	107-108	
	403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	107-108	
	403-2 Identificación de riesgos, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	107-108	
	403-3 Servicios de salud ocupacional	101, 107-108	
	403-4 participación, consulta y comunicación de los trabajadores sobre salud y seguridad ocupacional	107-108	
<b>GRI 403: Salud y Seguridad Ocupacional 2018</b>	403-5 Capacitación de trabajadores sobre salud y seguridad ocupacional	107-108	
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	107-108	
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos de salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por las relaciones comerciales	107-108	
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	101, 107-108	
	403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo	107-108	
	403-10 Salud enferma relacionada con el trabajo	107-108	
<b>TEMA MATERIAL: Gestión de residuos</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	122-125	
	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	122-125	
<b>GRI 306: Residuos 2020</b>	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	122-125	
	306-3 Desechos generados	123	
	306-4 Residuos desviados por la eliminación	123	
	306-5 Residuos dirigidos a la eliminación	123	
<b>TEMA MATERIAL: Generación de empleo en los territorios</b>			
<b>GRI 3: Temas Materiales 2021</b>	3-3 Gestión de los temas materiales	111-116	
<b>GRI 413: Comunidades Locales 2016</b>	413-1 Operaciones con participación local de la comunidad, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	111-116	

# Declaración de responsabilidad

En cumplimiento con la Norma de Carácter General de la Comisión para el Mercado Financiero N° 461, y con fecha 17 de abril de 2024, los directores de Ripley Chile y todos los firmantes de esta declaración se hacen responsables bajo juramento de la veracidad de toda la información proporcionada en la Memoria Anual Integrada 2023



**Hernán Uribe Gabler**  
**Presidente Directorio**  
Rut 6.379.783-9



**Laurence Golborne Riveros**  
**Director**  
Rut 8.170.562-3



**Débora Calderón Kohon**  
**Directora**  
Rut 6.084.804-1



**Alejandro Fridman Pirozansky**  
**Director**  
Rut 4.438.651-8



**Sergio Hidalgo Herazo**  
**Director**  
Rut 7.061.463-4

## Elaboración del reporte

**Dirección general:** Gerencia de Administración y Finanzas Ripley Corp

**Materialidad, desarrollo de contenidos y uso de estándar GRI/SASB:** Sustenta +

**Diseño y diagramación:** Ripley

**Fotografías:** Archivo Ripley Corp.