Memoria integrada corp 2023

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 Corp 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 Corp S.A.
Nombre de fantasía Ripley S.A.
Domicilio legal Huérfanos 1052, piso 4, Santiago, Chie.
RUT 99.579.730-5
Tipo de entidad Sociedad Anónima Abierta.
Inscripción en el Registro de Valores Nº 900 del año 2005.
Nemotécnico en Bolsa Chilena Ripley.

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

Auditores 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:
Sitio web https://inversionistas.ripley.com/

Oficina de Acciones

Asesores Legales

Cariola, Diez,Pérez-Cotapos Limitada, Chile.
Estudio Muñiz, Ramírez & Olaya Abogados, Perú.
Miranda & Amado Abogados, Perú.
Rodrigo, Elías & Medrano, Perú.
Carrera, Pinatte & Baca-Álvarez Abogados S.C.R.L., Perú.

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.
Class & Asociados S.A., Perú.
Moody's Local PE Clasificadora de Riesgo S.A., Perú.



Índice

i. Mejorar la calidad de vida de las personas

Ripley Corp en una mirada

cap 1

somos ripley corp

- 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 y valor distribuido

página 47

ii. Un enfoque de excelencia y mejora continua

cap 3

gobierno corporativo sólido

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

página 73

cap 4

colaboradores comprometidos

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

página 106

iii. 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 131

cap 6

negocios con una mirada sostenible

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

página 140

cap 7

abastecimiento responsable

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

página 152



iv. Anexos y resumen resumen financiero

cap 8

resumen económico y financiero

- Hechos esenciales
- Estados financieros resumidos

página 158

cap 9

anexos y divulgación ESG

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

página 162

Mensaje del presidente del directorio

Estimados accionistas y personas interesadas:

En nombre del directorio de Ripley Corp presento a ustedes nuestra segunda memoria integrada, que resume el ejercicio de 2023 en las diferentes áreas de la compañía. Los resultados y acciones que aquí se presentan se desarrollaron en un año de grandes desafíos para la industria del retail financiero, debido principalmente a las circunstancias económicas de Chile y Perú.

La inflación y el alza de las tasas de interés en ambos países impactaron con fuerza en las condiciones financieras de las personas, disminuyendo el consumo y restringiendo el crédito. Este fenómeno se tradujo en presiones para los segmentos retail y financiero, que fueron parcialmente compensadas por el negocio inmobiliario, que vivió un año histórico al completar un ciclo de inversiones que será importante en la generación de Ebitda y flujo durante 2024.

Los ingresos consolidados de Ripley Corp. llegaron a un total de $ 1.926.418 millones en 2023, una caída de 7,1% en comparación con el año anterior. Esto se explica por una baja de 12,5% en los ingresos retail, cuyos motivos responden especialmente al contexto macroeconómico. En contraste, nuestra área inmobiliaria desplegó todo su potencial en 2023 y en total alcanzó ingresos por $41.324 millones, un 21,4% más respecto a 2022. Nuestra filial Mall Aventura terminó el año con ingresos récord y una ocupación del 96%.

Enfrentamos la desaceleración con un plan de corto y mediano plazo, centrado en mejorar la eficiencia y la productividad. Así, logramos que nuestros gastos de administración y ventas se incrementaran solo 1%, sin considerar los gastos de indemnización.

Además de las medidas tomadas para mejorar la productividad, que disminuirán nuestra base de gastos en más de $ 30 mil millones en 2024, hemos desplegado diferentes cambios en la estrategia de retail, para aprovechar mejor las incipientes señales de recuperación del entorno. Trabajamos en nuestro inventario, normalizando sus volúmenes y calidad. Y para su gestión estamos usando nuevas tecnologías, orientadas a fortalecer márgenes y aumentar nuestra posición competitiva.

Estamos impulsando con fuerza nuestras marcas propias como Index y Marquis, y lo estamos haciendo de forma sostenible. En 2023, nos sumamos al Acuerdo de Producción Limpia Textil propiciado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático de Corfo y la Cámara Diseña Sustentable. Este trabajo está en línea con nuestra meta ambiental para que el 100% de nuestras prendas propias tengan al menos un atributo sostenible, en el marco de nuestra estrategia de ESG Compromiso R, orientada al desarrollo responsable de nuestras unidades de negocio.

Banco Ripley se ha centrado en ser la principal institución financiera de los clientes, generando mayor fidelización y atrayendo segmentos de menor riesgo. Para lo anterior, desarrollamos planes de cuentas corrientes, lanzamos la tarjeta Mastercard Black e incorporamos nuestra marca Chek a la estructura corporativa del banco. Sin embargo, las mayores restricciones al crédito que hemos aplicado para atender los niveles de riesgo influyeron en que los ingresos sólo crecieran un 1,8% en el último trimestre. Por el lado de los pasivos, aumentamos en un 163% la apertura cuentas corrientes, la cartera de depósitos a plazo creció 55% en Chile y 42% en Perú, incrementando 40% los pasivos de personas.

La educación financiera es uno de los pilares de sostenibilidad para Banco Ripley. Por ello, en 2023 renovamos nuestro programa Corta y Clara. También firmamos una alianza con Duoc UC para promover un voluntariado conjunto con docentes y estudiantes que enseña el idioma de las finanzas.

Estamos orgullosos del trabajo realizado en nuestro segmento inmobiliario en Perú, que tuvo un crecimiento del 21,4% en sus ingresos, con un Ebitda de $32.212 millones, un 23,4% más que en 2022. Terminamos un





ciclo de inversiones de US$ 135 millones, inaugurando dos nuevos centros comerciales y aumentando en un 50% nuestra superficie arrendable en ese país, donde ya tenemos cinco mall operativos y bien ubicados.

Considerando que ya se completó la construcción y puesta en marcha de los nuevos centros comerciales en Perú, para 2024 el plan de inversiones de Ripley disminuirá en un 62%.

Un hito relevante de 2023 fue que en marzo concretamos nuestra salida de la sociedad Nuevos Desarrollos que opera ocho centros comerciales en Chile. Esto nos permitió fortalecer nuestro balance en este período de inversión en malls en Perú y mantener planos los niveles de endeudamiento sobre activos respecto al año anterior.

En materia de sostenibilidad y desarrollo social, volvimos a hacer un esfuerzo para conectar más y mejor con las personas mediante nuestro propósito: mejorar la calidad de vida de las personas. En 2023, lanzamos Campeones Sin Límites, el primer campeonato de deporte paralímpico de Chile, junto a Teletón y Canal 13, impactando positivamente en más de 400 deportistas. Esto, nos impulsó a ser uno de los auspiciadores en los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023, reafirmando el compromiso de la marca Ripley con el bienestar y el desarrollo social e integral de las personas. Seguimos también comprometidos con nuestra campaña No Más Bullying, que ya llevamos desarrollando por 7 años seguidos.

En Ripley, creemos que las empresas somos parte fundamental de la sociedad. Por eso, esperamos que existan más y mejores condiciones sociopolíticas que contribuyan al dinamismo de la industria del retail financiero. En ese sentido, el proyecto del Gobierno que termina con la exención tributaria a importaciones menores a US$ 41 es una buena señal, ya que empareja la cancha para la industria nacional frente a las importaciones exentas de operadores internacionales. A eso, esperamos que se sigan sumando medidas que combatan el comercio ilegal, la violencia y la inseguridad, que son algunas de las principales preocupaciones de la industria del retail.

Chile debe recuperar su senda de crecimiento, promoviendo la inversión y ayudando a que la economía recupere dinamismo. Para esto, la generación de empleo será fundamental. Es necesario equilibrar las presiones a las que están expuestas pequeñas, medianas y grandes empresas en materia laboral, para impulsar la creación de nuevos puestos de trabajo. Hacia el futuro existe un enorme desafío país: poner el foco en la educación de las personas, entregándoles herramientas para afrontar desafíos como la Inteligencia Artificial, el cambio tecnológico y el climático.

Quiero terminar estas palabras agradeciendo a todas las personas que colaboran con Ripley, y destacar el esfuerzo y compromiso con el que enfrentaron y materializaron cada una de las acciones que revisaremos en esta memoria. Tengo la convicción de que juntos seguiremos construyendo mayor valor y bienestar para la sociedad en los países donde operamos.



Hernán Uribe Gabler

Presidente del Directorio
Ripley Corp. S.A



Mejorar la calidad de vida de las personas

Ripley CORP en una mirada:

Principales cifras (ASG)

Ambientales

14.927.087
Total de productos con atributos sostenibles

56%
Porcentaje de avance meta 2026: Productos con atributos sostenibles

7,2%
Toneladas de residuos textiles donados/ recuperados

159.342,94
Toneladas de emisiones de CO_2 equivalentes 2022 (primera medición de huella de carbono)

58%
De uso de energía renovable

100%
Porcentaje de material renovable en packaging

Sociales

18.991
Colaboradores totales
58,8% Mujeres

14.885
Colaboradores Retail
61,2% Mujeres

3.991
Colaboradores Banco
56,45% Mujeres

115
Colaboradores Mall Aventura
63,5% Mujeres

-29,4%
Variación de tasa de accidentalidad

7,9 pts
eNPS Promedio Banco y Retail
*ENPS: Employee Net Promoted Score. En escala de 1 a 10.

738
Posiciones cubiertas por movilidad interna

690.399
Horas de capacitación

MM$1.724,6
Inversión en formación

MM$35,4
Invertidos en programas de voluntariado

588
Participantes en programas de voluntariado

2920
Total de horas de voluntariado 2023

15.228.784
Total de personas alcanzadas en campañas con componente social

24
Alianzas con organizaciones sociales

Económicas y de Gobernanza

78
Tiendas de Departamento

83
Sucursales Banco Ripley

8
Centros Comerciales

4
Centros de Distribución

$1.926.418 millones
Ingresos Totales Ripley CORP

$-17.124 millones
EBITDA

1,3 millones
Total de clientes Banco Ripley

51 pts
Satisfacción Retail
Net Promoter Score NPS

51 pts
Satisfacción Banco
Net Promoter Score NPS

57 pts
Satisfacción Mall Aventura
Net Promoter Score NPS

33,3%
Mujeres en el Directorio

1.291
Total de proveedores

117
Total de proveedores adheridos a vendors code

Somos Ripley Corp.



Estamos donde nos necesites

Principales operaciones y negocios

Somos una empresa con presencia en Chile y Perú, lo que nos transforma en uno de los conglomerados líderes del sector retail financiero en ambos mercados. Contamos con tres grandes áreas de negocios: retail, banca e inmobiliaria.

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

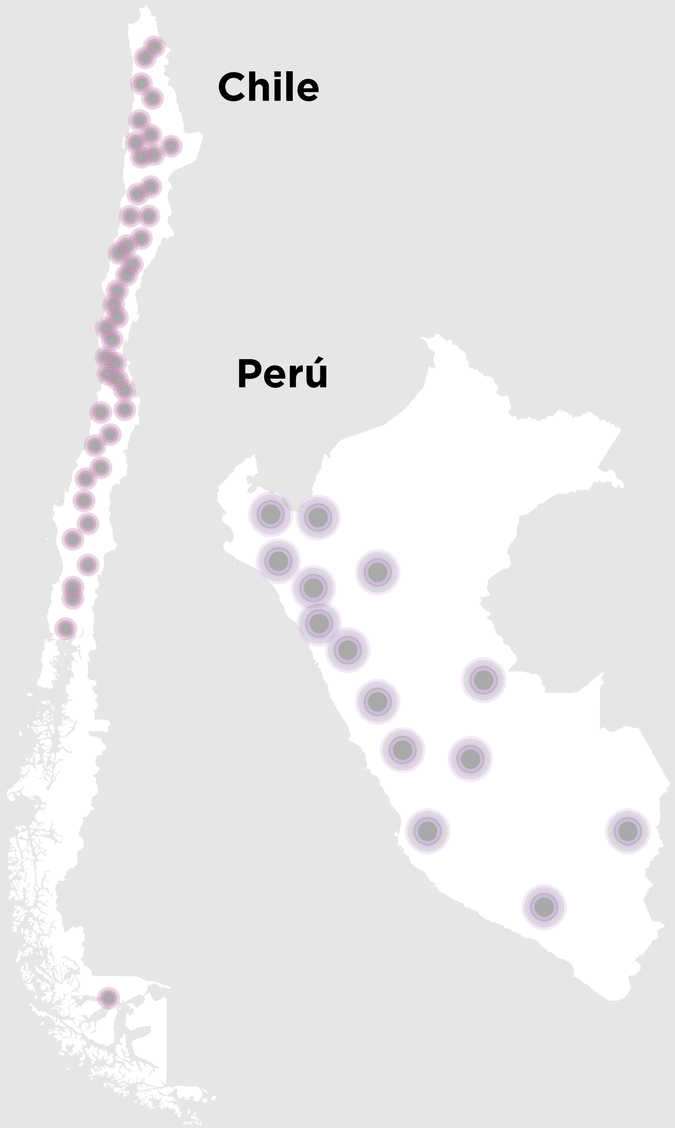
A través de la participación y gestión de centros comerciales en Chile y Perú, en ubicaciones estratégicas y con alto grado de conectividad, nos hemos convertido en líderes en retailtainment, ofreciendo entretenimiento y servicios diversificados

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

78	**Tiendas de departamento**	45 en Chile 33 en Perú
83	**Sucursales Banco Ripley**	49 en Chile 34 en Perú
8	**Centros comerciales**	3 en Chile 5 en Perú
4	**Centros de Distribución**	2 en Chile 2 en Perú

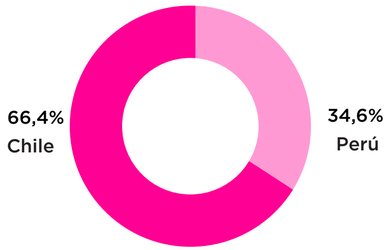


Métricas por negocio

Ripley CORP

Ingresos

$1.926.418 millones



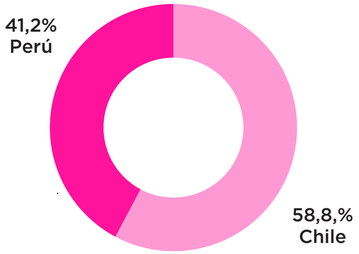
EBITDA

$-17.124 millones



Colaboradores totales

18.991

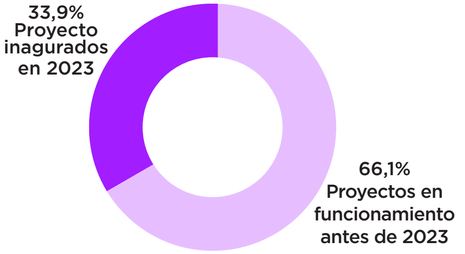


Segmento Inmobiliario

Mall Aventura

(GLA* en m²)

319.389



Participación en Asociadas

(GLA* en m²)

94.664



57 pts

Promedio de NPS de visitantes de los tres centros comerciales de Mall Aventura

115

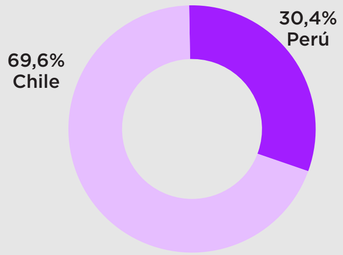
Colaboradores

* GLA: Gross Leasable Area. Área diseñada para ocupación y/o control por parte de los inquilinos.

Segmento Banco

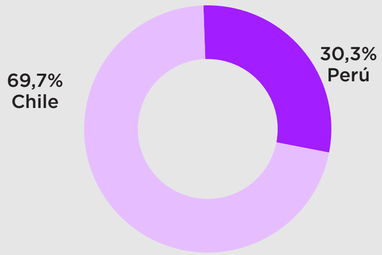
Clientes con saldo

1.389 mil



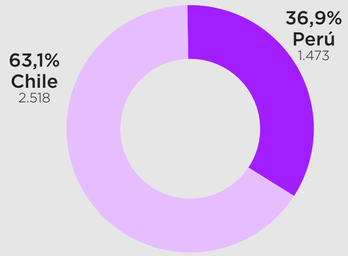
Cartera de colocaciones brutas

$1.347.213 millones



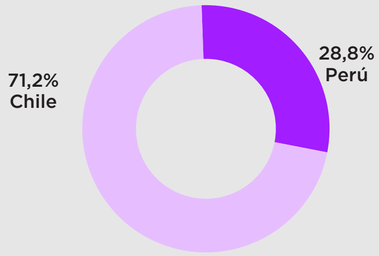
Colaboradores

3.991



Clientes Digitales

1.217 mil



83

Sucursales

+163%

en crecimiento de cuentas corrientes 2023

132

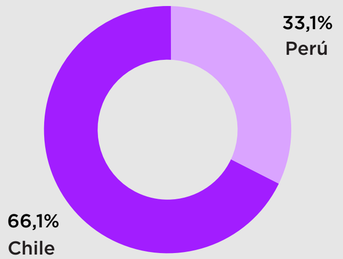
Horas de voluntariado corporativo destinado a programas de educación financiera.



Segmento Retail

Ingresos

$1.410.481 millones



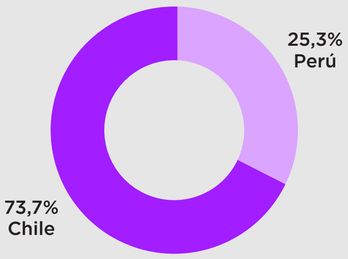
EBITDA

-$12.856 millones



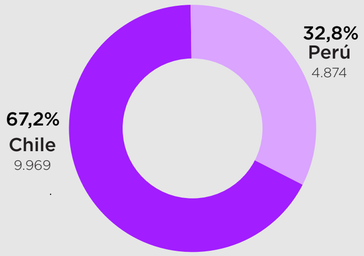
GMV Online*

$515.927 millones



Colaboradores

14.885 colaboradores



Sellers Mercado Ripley

+5.200



162.552 m²
en centros de distribución

517.774 m²
en superficie de venta

51 ptos
NPS promedio
Chile y Perú 2023

14.927.087
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 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 forman parte de Ripley Corp.

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

El 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 Corp, uno de los mayores conglomerados de retail en Latinoamérica, que impacta a millones de personas en los mercados en donde opera. Cuenta con un ecosistema físico-digital con más de 65 millones de visitas mensuales.

1956

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

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)

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 inaugura la primera tienda fuera de Chile, Ripley Jockey Plaza, en Lima, Perú. Se crea la empresa CAR SA para administrar el negocio del crédito y fortalecer los servicios al cliente. **(1997)**

En Perú se autoriza la operación de Financiera Cordillera (Financor), creada para ofrecer tarjetas de crédito a los clientes de Ripley. **(1999)**

Se lanza www.ripley.cl y la Corredora de Seguros Ripley. En Perú se inician las operaciones de Financor.**(2000)**

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)**

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

Ripley Corp realiza exitosa apertura bursátil de un 15% de la propiedad final. Se inauguran dos sucursales chilenas y una tienda en Perú. Banco Ripley realiza la apertura de 6 sucursales. **(2005)**



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. Se forma la sociedad Aventura Plaza S.A para desarrollar centros comerciales en Perú y se abre la primera tienda fuera de Lima, Trujillo. **(2007)**

Se inaugura el nuevo centro de distribución con 60 mil m2 de superficie. Banco Ripley Perú comienza sus operaciones. **(2008)**

Se inaugura en Chile la tienda de Los Andes, y en Perú la de Chiclayo. 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. Apertura de tres nuevas tiendas en Perú: Arequipa, Piura y en el distrito Independencia, de Lima. **(2010)**

2011

Banco Ripley obtiene la licencia de Mastercard S.A. Ripley Chile participa en la primera versión del **"Cyber Monday"** en Chile. Se lanza el sitio web en Perú.



2012

Se anuncia el inicio de operaciones en Colombia a partir de 2013. **Se inauguran 5 tiendas en Perú y 2 en Chile.** Se abren dos centros comerciales a través de las subsidiarias Nuevos Desarrollos S.A y Aventura Plaza S.A.

2013

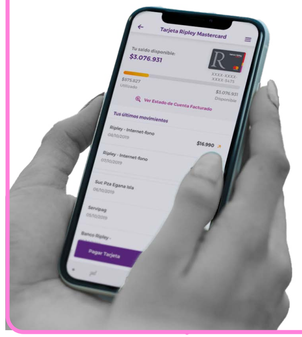


Se inauguran tiendas de Bucaramanga, Calima y Centro Mayor en Colombia; Los Ángeles y Mall Plaza Egaña en Chile; Piura e Ica en Perú. A través de la sociedad Nuevos Desarrollos S.A se inaugura Plaza Egaña. En Chile, **se consolida el negocio financiero bajo Banco Ripley**, luego de la incorporación, como filiales de CAR S.A y Corredora de Seguros Ripley Ltda a dicha sociedad.

2014

Se realiza la colocación del primer bono de Banco Ripley Chile. Se inauguran, en Perú, las tiendas de Cajamarca, Salaverry, Pucallpa y Juliaca; de Nelva, Villavicencio y Oviedo en Colombia; y de Copiapó en Chile. Las clasificadoras de riesgo Fitch Ratings y Feller Rate, elevan la clasificación de Banco Ripley Chile hasta A+.

2015



Se realiza la apertura de la tienda de Breña en Perú. Se anuncia el cierre de las operaciones en Colombia. **Banco Ripley Chile mejora su clasificación de riesgo a A+ y N1.** Banco Ripley Perú mejora su perspectiva de A+/Estable a A+/Positiva, según clasificadora Apoyo y Asociados.

2016

Ripley alcanza el **50% de la participación en Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A.** Se cierran las operaciones de Colombia en forma definitiva. Se lleva a cabo la escisión de Aventura Plaza S.A en Perú, resultando de esta división una nueva filial de la compañía, Mall Aventura S.A para continuar desarrollando el negocio de centros comerciales en dicho país.

2017



Ripley Corp emite 4 bonos por un monto de UF 7 mills. Banco Ripley emite alrededor de CLP 80.000 millones en bonos en su filial en Chile, y PEN 319,4 mills en instrumentos financieros en su filial en Perú, en sus mercados locales. **Se inauguran tiendas en San Fernando, Los Domínicos, Coquimbo y Outlet Buenaventura, en Chile.**

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

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, mientras que Banco Ripley Perú efectúa 4 emisiones de instrumentos financieros por un monto de PEN 257,4 millones. Entra en operaciones la ampliación de Mall Aventura Arequipa y empieza la construcción de la expansión de Mall Aventura Santa Anita. La acción de Ripley Corp pasa a formar parte del índice S&P Chile (S&P/CLX IPSA), reemplazando el anterior.

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

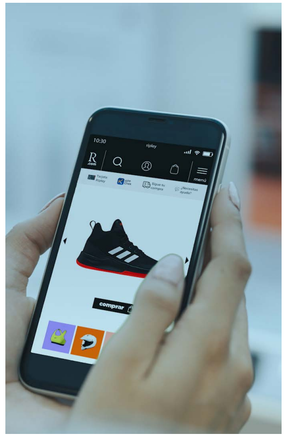
Ripley Perú lanza Marketplace promoviendo el emprendimiento y PYMES en el país.

2019



Se inicia la construcción de Mall Aventura Chiclayo, Mall Aventura Iquitos y Mall Aventura San Juan de Lurigancho en Perú. Ripley Corp vende Mall del 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.

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**. En Perú se inaugura Mall Aventura Chiclayo, el tercer centro comercial en dicho país

.

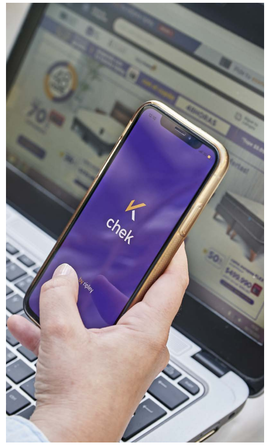
El Directorio aprueba la estrategia de sostenibilidad, naciendo Compromiso-R, nuestra causa de impacto social y ambiental.

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 y Ripley Perú emiten su primer Reporte de Sostenibilidad en línea con GRI Standards.

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.

Ripley Corp emite su primera Memoria integrada en línea con GRI Standards 2021, SASB Y NCG461.

2023



Mall Aventura inaugura dos centros comerciales: el primero en la ciudad de Iquitos, siendo el único mall de la ciudad con anclas líderes en el mercado peruano, y meses después en San Juan de Lurigancho, el primer mall en el distrito con mayor población del país. Además, se vendió el 22,5% de participación en Nuevos Desarrollos S.A. filial inmobiliaria en Chile. En el negocio retail, se lanzó una nueva aplicación de Ripley.com que servirá como canal de venta para Chile y Perú.

Se realiza la primera medición de huella de carbono de Ripley Corp.

Superamos la meta comprometida para el 2023 de horas de voluntariado, alcanzando más de 2900.

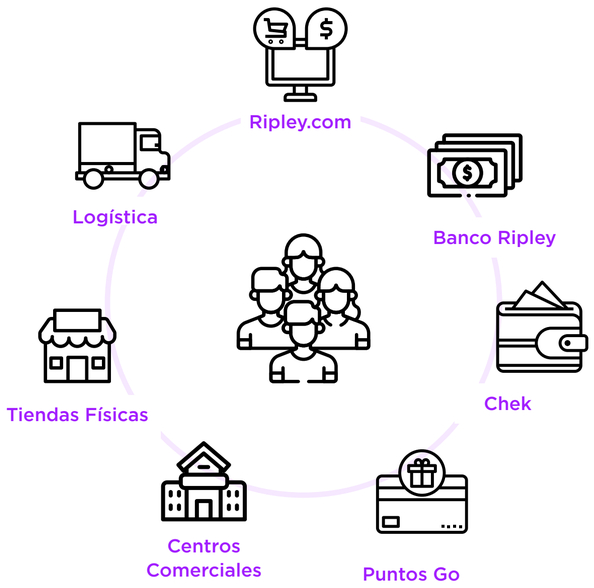
En Chile, logramos tener el 100% de nuestras tiendas con certificación ISO:50001

Ecosistema Ripley: Operaciones eficientes y robustas

Alrededor de 63 millones de visitas mensuales en todo el ecosistema Ripley.

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. Hemos 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 macroeconómica 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

Tanto en Chile como en Perú, tenemos 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 nuestros 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.

1 Escuchamos

Análisis de ”la voz” del cliente

Contamos con diferentes metodologías de escucha de la voz del cliente: encuestas de NPS transaccional, relacional, levantamiento de journey maps, análisis de abandono y fuga, benchmark de la industria, cruce con variables demográficas y de comportamiento de compra, análisis estadísticos para la determinación de las mejoras prioritarias.

2 Priorizamos

Democratización de insights y mejoras prioritarias

Implementamos dashboards online de seguimiento de KPIs de experiencia y servicio (NPS, abandono, tasa de reclamos, nivel de servicio, cumplimiento, días de gestión, etc.), reportería offline para análisis en profundidad de cada punto de contacto, mesas de trabajo corporativas quincenales con los stakeholders y owners de cada punto de contacto (tienda física, tienda virtual, despacho y retiro, postventa), comités mensuales con C-suite para monitoreo de indicadores, metas y relevación de oportunidades prioritarias acciones realizadas.

3 Diseñamos

Diseño de iniciativas

A partir de los dos puntos anteriores se generan listas de trabajo ordenado por prioridades (backlog) para el equipo de desarrollo que se obtiene de la hoja de ruta de iniciativas basadas en los dolores del cliente y lo que más impacta la experiencia.

4 Ejecutamos

Ejecución y Monitoreo

Una vez implementadas las iniciativas se hace un seguimiento de su adecuada ejecución y del impacto que genera en los indicadores de Experiencia y en el negocio.

5 Creamos cultura

Cultura CX

Transversalmente a todo ello se impulsa una cultura cliente céntrica en la organización a través de capacitaciones sobre importancia de la experiencia, lineamientos de atención, reconocimientos a colaboradores de tienda, y áreas que mejor Experiencia generan en el indicador del NPS y gestión de detractores a través del sistema de close the loop.

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
51 pts
NPS Ripley.com

En negocio Bancario
51 pts
NPS Banco Ripley

En negocio Inmobiliario
57 pts
NPS Mall Aventura

*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

35 millones de visitas mensuales

$515.927 millones GMV Online

29,6% Penetración Digital

58% Promedio de despachos en menos de 48 hrs (Chile y Perú)

+5.200 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. La industria se desenvuelve en un entorno altamente competitivo y dinámico, con especialización en diversos ámbitos. El e-commerce, la omnicanalidad, la digitalización y el uso creciente de smartphones son ejes clave para los consumidores. En Chile y Perú, Ripley destaca como líder con una participación del 21% y 36% respectivamente, posicionándose como uno de los dos principales retailers en Perú, donde el mercado es más concentrado. Hoy, Ripley es 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.

Ripley Corp, en 2017, fue la primera compañía del sector en América Latina en desarrollar un marketplace abierto, Mercado Ripley, donde hoy conviven más de 5.200 sellers y que permite a grandes, 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 la 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 en ambos países con nuevos equipos de hunting de sellers. Esto, nos permitió aumentar el número de sellers.

Actualmente, 6% en Chile y 2% en Perú 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 56% de las unidades vendidas y gestionadas por los servicios logísticos de Ripley sean entregadas en menos de 48 horas.



Innovación y transformación digital

En Ripley Corp buscamos adelantarnos a las demandas de los clientes. Por ello, en 2016, se dió inició a 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, en Chile y Perú, 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 nuestros 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%, y en Perú, se está masificando. Esto se suma al lanzamiento de la plataforma corporativa de transporte, TMS, y la App de control de entrega “Tracking Seller”, que permitirá gestionar directamente la trazabilidad de nuestros despachos.

Logística y distribución

	Ripley Chile	Ripley Perú	Ripley CORP
Total de centros de distribución:	2	2	4
Total de m² disponibles:	96.083	66.469	162.552
Total de envíos realizados:	3.130.064	836.550	3.966.614
Total de puntos de retiro	107	388	495
Porcentaje de unidades vendidas entregadas en menos de 48 hrs.	52%	62%	58%



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

La infraestructura logística de la empresa ha permitido mejorar los compromisos de entrega. Durante 2023, se despacharon más de 3 millones de órdenes. Del total de ordenes de despacho, 52% se entregó en menos de 48 horas en Chile y un 62% en Perú.

Durante el año se continuó 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.

En Ripley Perú, por su parte, los puntos de retiro se ampliaron a más de 500, incluyendo regiones del país donde la empresa no posee tiendas, incluyendo todos los beneficios y facilidades ofrecidos en productos y servicios. Existe, además, una alianza con Tambo, a la que se suman otras empresas de despacho como Movil Cargo, Cruz del Sur Cargo, SMP y Transportes Línea.

Otro punto, en materia logística, y que dice relación con los sellers es que se pudo lograr la réplica en Perú del modelo Cross Docking para el flujo del transporte de terceros, permitiendo una mejor triangulación y búsqueda de los productos de los sellers entre sus propias instalaciones y el centro de distribución tanto para el despacho a domicilio como el retiro en nuestra tienda. También se pudo traer de Perú el modelo de retiro cercano, y se habilitó en Chile llegando a localidades donde no tenemos tiendas Ripley.



Renovación del centro de distribución Villa El Salvador, Perú

Perú

El proyecto se enfocó en incrementar 5,300 m2 la capacidad de almacenaje del centro de distribución, uniendo todos los pisos a través de un espiral de gravedad para movilizar bandejas con productos pequeños, así como dos elevadores para trasladar productos medianos. Esta implementación triplica la capacidad de procesamiento de pedidos de e-commerce y el tiempo de preparación del pedido en más de un 50%. Este proyecto impacta en la reducción en 0.5 días el leadtime de entrega de productos en promedio, alcanzado más del 80% de las entregas en 24 horas en Lima Metropolitana, brindando a los clientes una experiencia más ágil y efectiva. Por ello tiene un importante impacto en los tiempos de entrega y en el NPS ya que brinda una experiencia más ágil a los clientes.

Retiro en tienda para productos del Marketplace

Perú

Siendo el retiro en tienda el canal de entrega preferido de nuestros clientes, se desplego en Perú el modelo Cross Docking para el flujo de entrega de nuestros Sellers, permitiendo gestionar y recoger productos de los sellers en sus instalaciones y luego triangularlos en el centro de distribución para el envío a domicilio o la recogida en tienda. Este proyecto se inició en Chile y requirió el desarrollo en múltiples sistemas, así como el trabajo conjunto de los sellers, transportistas, operación del centro de distribución y operación de tiendas.

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

Basándonos en la exitosa experiencia previa en Perú, hemos establecido puntos de retiro en Chile 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 fufillment 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 eficientiza 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

Tiendas
33
en Perú 2023

Tiendas
78
Total Ripley Corp.

Las operaciones de Ripley Corp consideran 78 tiendas en total, 45 en Chile y 33 en Perú, ubicadas en lugares céntricos de las ciudades más importantes de ambos países, totalizando una superficie de venta de 517.771 m2. Las tiendas físicas representan cerca de un 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% en Chile de las unidades vendidas 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 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.

Dentro de los principales hitos del año, destaca la apertura de dos nuevas tiendas en Perú. En agosto 2023, inauguramos una nueva tienda departamental en Iquitos, con una superficie de venta de 5,6 mil metros cuadros, poniendo miles de productos a disposición de más de 600 mil habitantes de la zona. Luego, en noviembre, en San Juan de Lurigancho, inauguramos la tienda número 33 con una superficie de venta de cerca de 10 mil metros cuadros, poniendo miles de productos a disposición de más de 1,2 millones habitantes de la zona. Ambas tiendas, fortalecen nuestra propuesta de valor del canal online permitiéndole a nuestros clientes tener despachos en menos de 48 horas y acceder a la oferta de productos de nuestros más de 3.000 sellers del marketplace en Perú.

En términos de innovación en el mundo físico, durante los últimos años el 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, se agregaron 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 y ofrecer una mejor experiencia, en todos los canales. En Chile, el 98% 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.

En Ripley Perú, implementamos nuevos selfcheckouts en 45% de las tiendas con un nuevo software que garantiza una experiencia de uso más fácil, rápida y con menos fricciones. Esto nos permite descongestionar las cajas regulares y generar un mejor impacto en el NPS, donde el momento de pago es el de mayor peso. Además, contamos con el programa “Tú lo Vales: Los mejores de la experiencia”, que busca reconocer mediante premios bimestrales y anuales a los colaboradores de tienda que mejor experiencia ofrecen, tomando como indicador el NPS donde se identifica qué cajeros y qué áreas de venta son las mejor evaluadas.

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

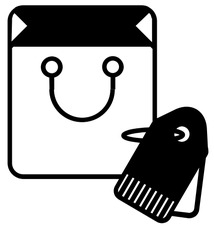
Nuevo sistema de Reposición de Inventario

LEl 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, permitiendo 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.

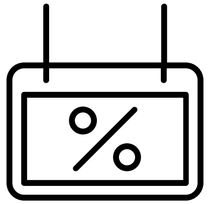
Nuestras marcas



Productos de marcas propias comercializados:

37.132 en Chile

195.704 en Perú



Productos de marcas propias en relación al total de productos:

19,9% en Chile

34,2% en Perú

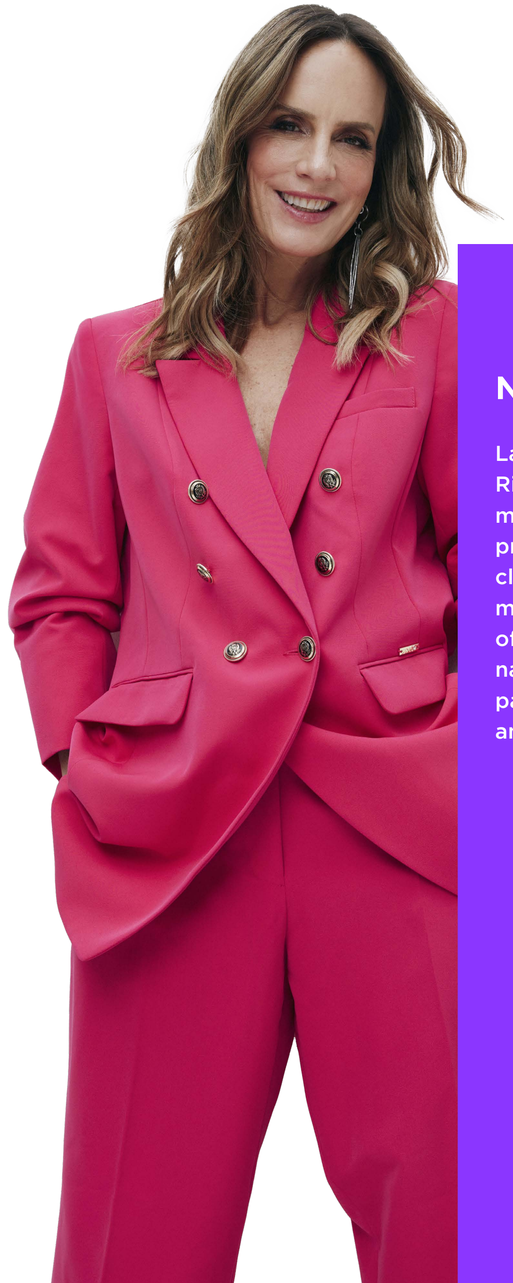
En Ripley nos centramos en la venta al detalle de vestuario, zapatos, accesorios, electrodomésticos y artículos para el hogar. Tanto en Chile como en Perú, posee contratos de licencia, compraventa y franquicias de reconocidos productores, además de un pool de marcas propias en todas las categorías que, 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 nuestras tiendas de Chile ubicadas en, 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 de forma importante en metros cuadrados durante 2023. También, 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 cara 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, activaciones 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 ser parte de alguna iniciativa global.

Conoce más sobre los avances en nuestra meta 2026, en el capítulo **6**

Principales marcas

Marcas propias

MARQUIS · INDEX · RESCUE · Tatienne · REGATTA · Baby Harvest · LØVEN · Harvest · ROBERT LEWIS · CLOUDBREAK · KENNETH STEVENS · RIPLEY HOME Deco · Tendencias · AZIZ · cacharel MAISON · ROBERT LEWIS · linett Bedding · M6T · BRIGITTE NAUX · Bosque Encantado · TEST · BE MINE · YARDAS · HEAD · revup. · BARBADOS

Marca propia con atributos sostenibles.

Marcas nacionales e internacionales

adidas · CONVERSE · INTIME Lingerie · MAUI and Sons · PUMA · ASH · dottie · iO · NIKE · Sfera · paco rabanne PARIS · FLORES · LACOSTE · CH CAROLINA HERRERA · SKECHERS · Calvin Klein · LANCÔME PARIS · PALMERS · TOMMY HILFIGER · colloky · HEAD · Levi's · Pepe Jeans LONDON · TOP

Bienes durables

SONY · TCL · vivo · acer · FLEX · Lenovo · LG · xiaomi · Fensa · Oster · Midea · MOK · MOTOROLA · PHILIPS · SAMSUNG · mademsa · rosen · ASUS · Canon · CIC SABER VIVIR · THOMAS · siegen specialist

Contratos de licencia

Disney — Plazo vigencia (año): 2024

Pepe Jeans LONDON — Plazo vigencia (año): 2027

HEAD — Plazo vigencia (año): 2027

Sfera — Plazo vigencia (año): 2024

next NEXT.CO.UK — Plazo vigencia (año): 2025

En Ripley Corp 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 y Perú 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. En Perú se requiere para Decoración, bambú, artesanía en madera, figuras en madera, máscaras y decoración en madera, y piezas vegetales en general, para los que se requiere una carta del fabricante sobre el tipo de procesamiento, con lo cual aduana definirá la categoría de riesgo y plan de acción acorde.

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. Para Perú: Productos con pilas, algunos juguetes y ordenadores portátiles.



Certificado opcional OEKOTEX

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

Banco Ripley: Simples, Dinámicos y Digitales



1,4 millones

Clientes con saldo

69,6% Chile

30,4% Perú



$1.347.213 millones

Cartera bruta de colocaciones*

69,7% Chile

30,3% Perú

*Colocaciones digitales consideran colocaciones de avances y súper avances



1,2 millones

Clientes digitales

71,2% Chile

28,8% Perú

Estrategia del banco y focos 2023

Ripley continúa fortaleciendo su plan estratégico que apunta a desarrollar en Chile y Perú un banco orientado a las personas, simple, digital e integral; para establecer relaciones duraderas con sus clientes y ayudarlos a cumplir sus sueños. Para ello, cuenta con un mix de productos y servicios que se encuentra 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 la compañía siguió trabajando en robustecer el desarrollo de productos y servicios en materia de digitalización y fortalecimiento de sus plataformas móviles, además de continuar con sus esfuerzos para hacer realidad su 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 servicios bancarios, Ripley ha impulsado fuertemente la digitalización de sus aplicaciones y procesos, permitiéndoles 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 y 19,5% en Perú. 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 disminuyo un 6,1% y un 4,9% (moneda local) en Chile y Perú, respectivamente.

Banco Ripley, tanto en Chile como en Perú, destaca por sus ingresos principalmente en tarjetas de crédito y créditos al consumo, compitiendo con otros bancos asociados a retailers, apostado por la digitalización, ofreciendo soluciones móviles y online que han generado alta satisfacción entre sus clientes.

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 agiles

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

Nueva App Banco Ripley Perú

Perú

En 2023 se lanzó la app de Banco Ripley, transformando el cómo los clientes interactúan con nosotros y compran. Ésta ofrece una experiencia de usuario más rápida, sencilla y enriquecedora. Con un diseño cuidadosamente pensado para ser intuitivo y amigable, y que permite a los usuarios navegar y comprar con facilidad, en línea con sus necesidades.

+24,3 de incremento de participación del uso de la app

Atención al cliente: First Contact Resolution

Durante el 2023, buscamos el enfoque de simplificar las interacciones con los clientes llevando a cabo 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% cle solicitudes al área de back office de Soluciones al Cliente

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

-20% clel presupuesto operativo utilizado.



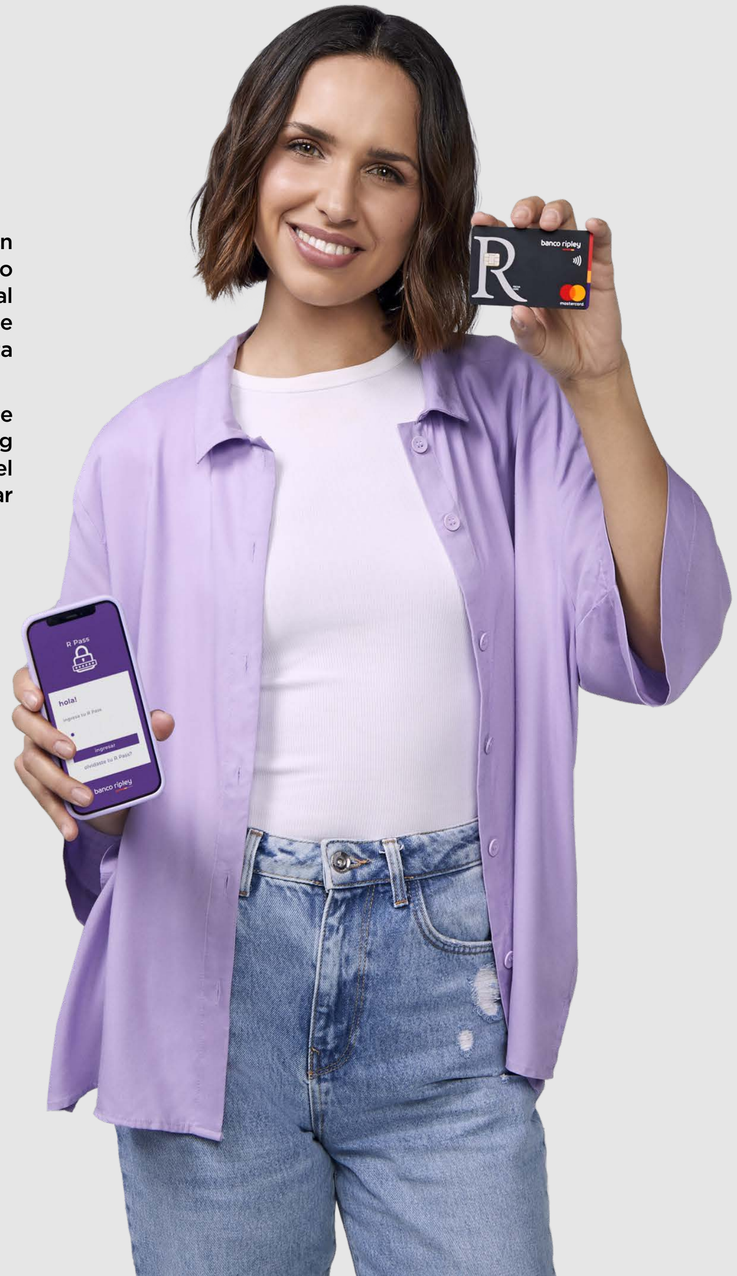
Cartera de producto

Un pilar del plan estratégico de Ripley apunta a desarrollar en Chile y Perú servicios bancarios orientados a las personas, fáciles de usar, digitales e integrales, que permitan establecer relaciones duraderas con los clientes. Para ello, brinda 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.

La 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 Corp 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

Chile

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
Total captación	104.617	172.172	64,6%

Total stock cuentas corrientes: Personas

	2022	2023	Variación 2022-2023
Total cuentas corrientes	100.571	264.515	163,0%

Monto cuentas corrientes (CLP$): Personas

	2022	2023	Variación 2022-2023
Total cuentas corrientes	6.666.000.000	23.694.000.000	255,4%

*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
Chile-Perú

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. Tarjeta de débito no disponible en Perú.

MasterCard Black
Chile

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
Total captación	347.072	322.597

Tarjetas Digitales
Chile

Ofrece 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)
Chile-Perú

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 (disponible solo en Chile).

Monto Depósitos a Plazo: Personas (CLP$)

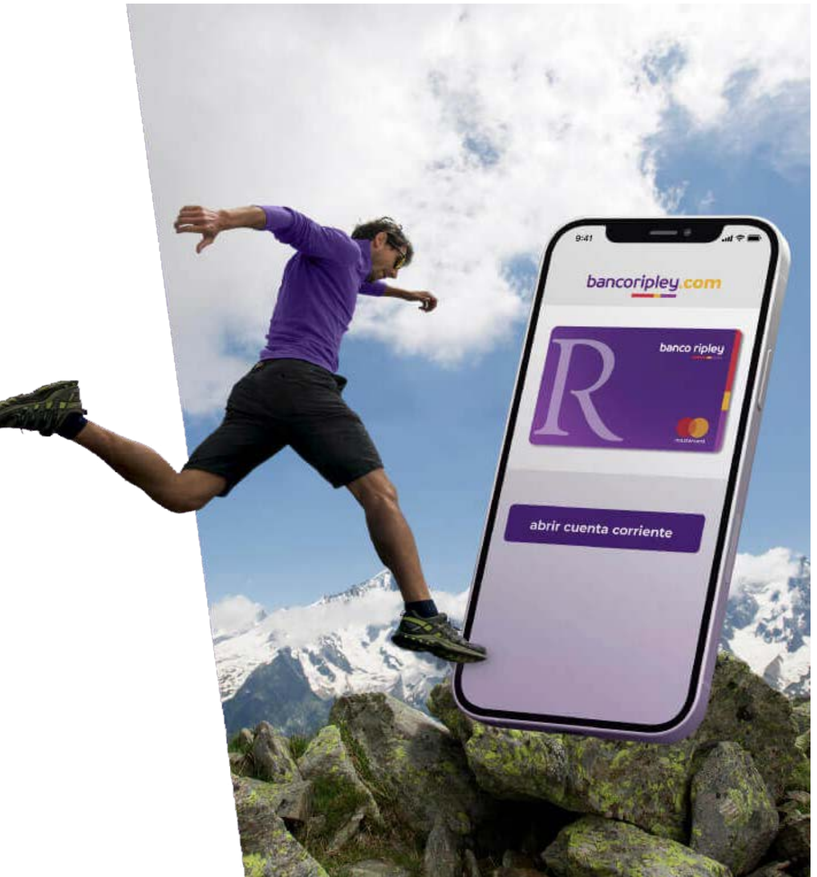
	2022	2023
Total monto Depósitos a Plazo	MM$614.779	MM$652.369



Cuenta Vista Cero

Chile-Perú

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.



Créditos

Chile-Perú

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
Total captación	961.721	903.404

Monto Crédito: Total captación

	2022	2023
Total monto créditos	MM$944.054	MM$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

En 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, Ripley ha respondido a esta realidad mediante el lanzamiento de Chek en 2019, su incursión en el mundo Fintech.

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.

chek

- 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 de 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 arriendos 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

424.991
Total Clientes Chile

159.046
Total Clientes Perú

584.037
Total Clientes Ripley CORP.

La Estrategia de Fidelización de Ripley Corp tanto en Chile como en Perú 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.

El 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 se buscó 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. El 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.

También se revisó 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)

+86% de participación del canje digital en Perú (sobre el total)

Ripley Puntos GO en Perú: lanzamiento y campaña masiva del programa

En Perú, el equipo corporativo enfrentó el desafío de fortalecer la oferta comercial y la comunicación del programa. En julio de 2023, se llevó a cabo el primer lanzamiento y campaña masiva del programa, destacando el canje en la aplicación de Banco Ripley y home banking. Esto permitió a los clientes realizar canjes directamente en sus cuentas privadas. Para fines de 2023, la participación en el canje digital alcanzó el 80%. Además, se mejoró el NPS transaccional de los clientes que realizaron canjes mediante una gestión de oferta de valor.

Porcentaje de avance en las metas Ripley Puntos Go:

Ripley Chile	Valor 2022	Valor 2023
Total clientes Chile	452.366	424.991
Total clientes Perú	181.185	159.046
Porcentaje de participación canje digital: Chile	-	77%
Porcentaje de participación canje digital: Perú	-	80%

Ripley Puntos GO

Seguros: protegiendo lo que más valoras

El negocio de seguros complementa y genera sinergias con otras divisiones del grupo, ofreciendo 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, la empresa puede 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 en Chile y Perú.

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

Nuestra estrategia se focaliza 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 m²

Total de superficie Centros Comerciales en Perú

319.389 m²

Total de superficie Centros Comerciales

414.052 m²

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 (m²)	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
Total Chile	-	**189.327**	-	-
Total Chile Ponderado	-	**94.664**	-	-

(*) Incluye Ampliación.

En Perú, la compañía opera a través de la filial Mall Aventura S.A, 100% propiedad de Ripley Corp. La compañía ha desarrollado esta línea de negocios desde 2007, cuando ingresa en el negocio de la construcción, administración y explotación de centros comerciales, formando la Sociedad Aventura Plaza S.A., en la que tanto Ripley como Falabella mantenían el 40% de la propiedad, y el restante 20% de la propiedad pertenecía a Mall Plaza. El 6 de julio de 2016, se realiza la escisión de Aventura Plaza S.A. en dos sociedades equivalentes. Este proceso divide equitativamente los centros comerciales y proyectos de los que dicha sociedad era propietaria, quedando Ripley como dueño de los centros comerciales Mall Aventura Santa Anita y Mall Aventura Arequipa y de tres proyectos. De esta forma, desarrollamos en forma independiente el negocio de centros comerciales en Perú, a través de la subsidiaria creada con este fin, Mall Aventura S.A., con una estructura simplificada y de control directo.

Actualmente, Mall Aventura S.A. posee cinco centros comerciales en funcionamiento, los que se sitúan en las mejores ubicaciones

Centro Comercial	Superficie (m²)	Propiedad	Apertura
Mall Aventura Arequipa	75.124	100%	2010
Mall Aventura Santa Anita	88.249	100%	2012
Mall Aventura Chiclayo	47.648	100%	2020
Mall Aventura Iquitos	47.104	100%	2023
Mall Aventura San Juan de Lurigancho	61.263	100%	2023
Total Perú	**319.389**	-	-

En Perú, la industria de centros comerciales presenta un escenario prometedor con una creciente clase media, un pronóstico económico positivo y una baja densidad de centros comerciales por habitante en comparación con Chile. En el sector inmobiliario, ocupamos el tercer lugar en área arrendable y lideramos en el desarrollo de formatos regionales y superregionales.

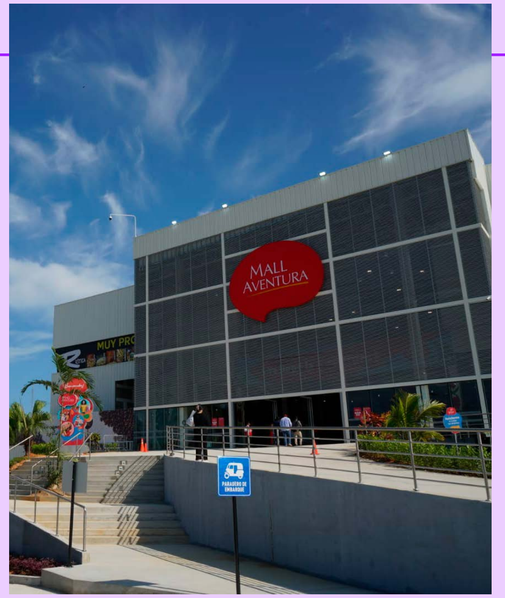
Crecimiento inmobiliario y nuevos centros comerciales

En 2023, Ripley Corp consolidó su inversión inmobiliaria en Perú, tras la inauguración de dos nuevos centros comerciales, ubicados en lugares estratégicos del país, Iquitos, la ciudad más grande de la Amazonia Peruana y otro, en el distrito más poblado de la cuidad de Lima en Perú.

En agosto, Mall Aventura inaugura su centro comercial de Iquitos, el primer y único centro comercial en la ciudad más grande la Amazonía peruana, con anclas lideres en el mercado peruano, como Ripley, Falabella, Tottus y Sodimac. El nuevo centro comercial cuenta con cerca de 47 mil m2 de GLA arrendable, iniciando operación con un 95,6% de su superficie arrendada. Se trata de un mall que viene a cambiarle la vida a los habitantes de esa ciudad nortina, ubicada casi en la frontera con Ecuador.

Luego, en noviembre de 2023, Mall Aventura inauguró su segundo centro comercial, ahora en el distrito de San Juan de Lurigancho, el más poblado del país, ubicado en Lima, sumando cerca de 60 mil m2 de superficie arrendable. La propuesta comercial incluye además de la tienda de Ripley, supermercados PlazaVea, tienda de mejoramiento del hogar Promart, complejo de cines de Cinépolis, entre otras, alcanzando un total de 250 tiendas. De esta manera, el segmento inmobiliario de la compañía en Perú cierra el año con dos inauguraciones, que han permitido a la empresa tener los cinco centros comerciales abiertos y alcanzar 319 mil m2 de superficie arrendable. Mall Aventura San Juan de Lurigancho, además de ofrecer una amplia variedad de tiendas, contribuirá al desarrollo del emprendimiento local y mejorará la infraestructura del entorno, transformando positivamente la calidad de vida de las comunidades, generando más de 10 mil empleos durante su primer año de operación.

La apertura de esto dos nuevos malls aportó un total de 107 mil m2 de área arrendable, posiciona a Mall Aventura como uno de los principales operadores de centros comerciales en el vecino país con cerca de 319 mil m2 de GLA en operación y el primer operador más importante de centros comerciales en formato regionales y super regionales.



Mall Aventura Iquitos

Fecha de apertura: 31-08-2023

Total superficie (m²): 47.353

Tasa promedio de ocupación: 92%



Mall Aventura San Juan de Lurigancho

Fecha de apertura: 30-11-2023

Total superficie (m²)): 61.293

Tasa promedio de ocupación: 90%

Propuesta y experiencia del visitante

Mall Aventura, centra su estrategia en tener centros comerciales emplazados en zonas de alta conectividad, incorporando en nuestra propuesta de valor el concepto de 'retailtainment', con una oferta amplia de entretenimiento y servicios, transformando la experiencia de compra en un gran momento que incorpora diversos ítems de fidelización. Contamos con una zona de entretenimiento bautizada ccomo OASIS, un parque de entretenimiento familiar al aire libre, implementando nuevos espacios de dispersión y desarrollando nuevas actividades para la comunidad que vienen a complementar y reforzar la propuesta de valor de Mall Aventura.

Las principales estrategias de Mall Aventura están enfocadas en mejorar la experiencia de visita y calidad de vida de los visitantes a los centros comerciales. Buscamos establecer una conexión directa con los consumidores, fidelizar a los actuales y atraer a nuevos compradores a nuestras tiendas.

Reacción oportuna

Mediante nuestra plataforma automatizada de la experiencia de clientes, gestionamos de forma oportuna las alertas y permitiendo mayor control de los estándares experiencia de clientes.

Atención y estándares de servicios

Estandarización de la atención al cliente a través de la socialización del manual de servicio y capacitación a contratas/ locatarios para mejorar índices de CSAT (Customer Satisfaction Score).

Entornos internos y externos

Mejora del entorno físico desde el exterior al interior del centro comercial (accesibilidad, seguridad, señalización, orientación, branding, etc) siendo aspectos que impactan a la experiencia.

Tour de la experiencia

El programa de sensibilización de Mall Aventura se dirige a contratistas, locatarios y colaboradores, buscando interiorizar conceptos clave para avanzar hacia una empresa que sorprende a sus clientes. Los objetivos incluyen comprender la importancia de centrarse en el cliente, diseñar un plan de medición y presentar el Manual y Decálogo de Servicio. Cada programa fue diseñado acorde al perfil del público y fueron estructurados con temática y dinámica acorde a la realidad del negocio y las oportunidades de mejora de cada centro comercial. La certificación alcanzó a más de 250 contratistas y 500 locatarios, con mejoras evidentes en los indicadores de atención al cliente.

250 Contratistas capacitados y certificados

82% Mejora de CSAT atención de contratistas Mall Aventura

500 Locatarios capacitados y certificados

80% Mejora de CSAT atención de locatarios Mall Aventura

70% De contratistas y locatarios participaron de los 4 talleres en 2023.

Premios experiencia de clientes en Mall Aventura

En 2023 realizamos el primer Programa de Reconocimiento, destacando las mejores prácticas de servicio al cliente entre locatarios y contratistas. En el caso de locatarios, se premiaron a los mejores en categorías como Módulos, Tiendas Menores, Tiendas Medianas y Gastronomía. Por su lado, para contratistas, se entregaron pines de "Estrella del Servicio" al personal destacado por acciones comprobadas de buen servicio, elegidos a través de encuestas anónimas y evaluaciones de clientes. Este programa refuerza el compromiso con la excelencia en el servicio en Mall Aventura.

80% de participación de locatarios y contratistas en el evento de premiación.

100% de satisfacción por la iniciativa y organización certificados

Premios experiencia de clientes en Mall Aventura

Este año, en Mall Aventura, avanzamos a la fase II de nuestra plataforma automatizada de experiencia. Implementamos dos módulos para la recopilación de la Voz del Cliente y checklist gerenciales, operativos y de experiencia. Introdujimos un flujo de tickets automatizado que notifica a los responsables sobre incumplimientos, agilizando la corrección. Además, añadimos reportes automatizados que permiten mejorar continuamente la experiencia del cliente en todos los aspectos.

100% Implementación de funcionalidad de tickets en el 2do trimestre 2023.

100% Del equipo de contratistas y operaciones capacitado por Mall Aventura para ejecución de funcionalidad.

100% De integración de herramientas digitales para reforzar la reportería y visualización de tickets

Premios experiencia de clientes en Mall Aventura

Entregado por Datum Internacional, CENTRUM Católica y XCustomer Group, obtuvimos el segundo lugar del CX Index 2023, el cual es un modelo único de medición que compara compañías de diferentes sectores en base a cuatro pilares: marca, producto, servicio y experiencia emocional. Analiza más de 12.000 encuestas directas con clientes de todo el Perú.

Además, fuimos reconocidos en el último Estudio Nacional del Consumidor Peruano de Arellano colocando a Mall Aventura Santa Anita como el preferido a nivel nacional y a Mall Aventura Arequipa en quinto lugar a nivel nacional, siendo primero en provincias

2do lugar Categoría Centros Comerciales CX Index 2023

13vo lugar Top 100 centros comerciales CX Index 2023

Satisfacción del visitante

Dentro de nuestra estrategia de medición de la satisfacción del visitante, empleamos distintos tipos de encuestas con objetivos específicos.

Reacción oportuna

Encuesta activa en nuestra plataforma de experiencia que mide indicadores como CSAT, NPS, frecuencia y motivo de visita, perfil demográfico, y otros aspectos relevantes. Está disponible en tiempo real, con una muestra mensual por centro comercial no menor a 400, garantizando un 99% de confiabilidad. Se ejecuta de manera híbrida (QR y asistida).

Mediciones a profundidad

Encuestas en profundidad estructuradas según el objetivo del estudio y las necesidades del área solicitante. En todos los casos, se realiza una medición asistida con una metodología ya establecida.

Mediciones transaccionales

Encuestas activas con QR por punto de contacto (patio de comida, baños, parking, etc.), permitiendo alertas inmediatas para correctivos específicos. También está activa en nuestra plataforma de experiencia en tiempo real.

Mediciones relacionales

Realizamos estudios dos veces al año por centro comercial, midiendo indicadores como posicionamiento por atributos, frecuencia, preferencia, benchmark de CSAT, entre otros. Esto nos permite determinar impulsores de satisfacción que más impactan en la experiencia de visita, entre otras variables.

Indicador de satisfacción NPS (puntos)

	2022	2023
NPS Mall Aventura Santa Anita	53	52
NPS Mall Aventura Chiclayo	60	68
NPS Mall Aventura Arequipa	52	50

Comprometidos con el desarrollo de nuestras comunidades

Mall Aventura colabora estrechamente con su entorno y comunidades, buscando aportar al bienestar social de las ciudades donde tiene presencia. En este compromiso, mantiene una alianza continua con la ONG Aldeas Infantiles SOS, que tiene como objetivo proteger la infancia a nivel global. Además, se ha comprometido a encargarse del mantenimiento a largo plazo de casas hogar en Perú, destinadas a niños que no pueden vivir con sus familias, por un período de 60 años. La empresa también ofrece oportunidades laborales específicas para jóvenes que buscan integrarse a la sociedad después de su paso por la ONG, entre otras iniciativas.





Gestión de arrendatarios

724
Total de arrendatarios Mall Aventura

94%
Promedio de porcentaje de ocupación

En 2023 nuestras prioridades estratégicas en la gestión con arrendatarios se han centrado en dos aspectos clave: la focalización en las aperturas de los nuevos malls, específicamente en Iquitos y San Juan de Lurigancho, y la revisión detallada de cada mall existente. Esto ha implicado evaluar el mix de cada centro comercial, niveles de arriendo, condiciones comerciales, presentaciones de proyectos, ingresos y revisiones de obra. Hemos liderado y respaldado a nuestros equipos en la relación con sus carteras y marcas, trabajando de la mano con áreas paralelas para lograr el objetivo compartido de una apertura óptima para ambos malls. Al mismo tiempo, nos hemos dedicado a abordar los desafíos en los malls en operación, como arriendos, vacantes, rentabilización y ajustes en la oferta de tiendas.

Indicadores de gestión 2023

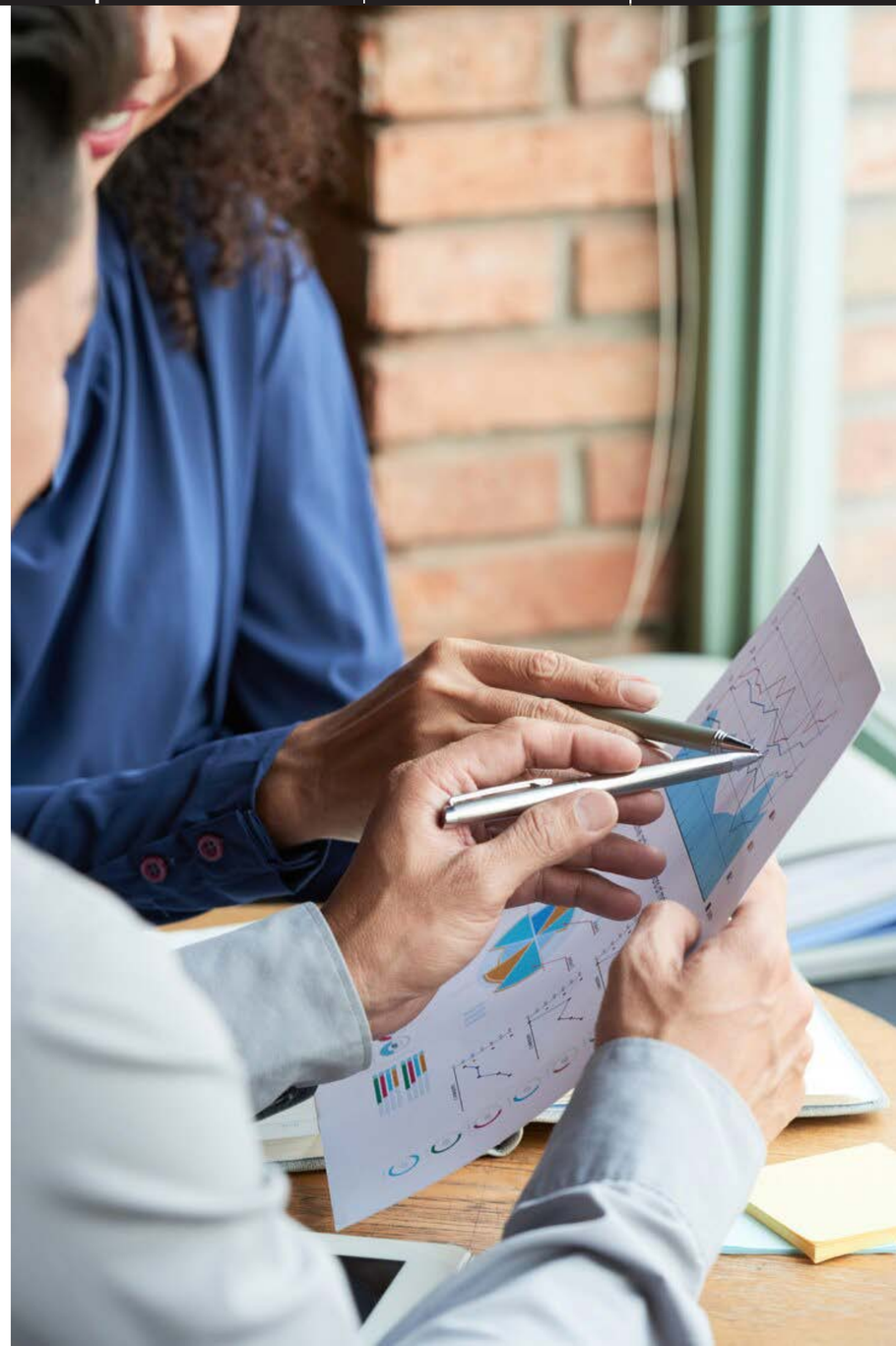
	Total de arrendatarios	Porcentaje de ocupación
Mall Aventura Santa Anita	232	93%
Mall Aventura Chiclayo	130	96%
Mall Aventura Arequipa	155	99%
Mall Aventura iquitos	88	92%
Mall Aventura San Juan de Lurigancho	119	90%

Planes de inversión

CLP $32,5 mil millones
Monto total estimado a invertir 2024

El plan de inversiones 2024 de la compañía contempla $32,5 mil millones, lo que representa una reducción de un 62% con respecto al año anterior en cuyo año se realizaron importantes inversiones en centros comerciales de Mall Aventura. Un 60% de las inversiones del año 2024, serán destinadas principalmente al fortalecimiento de nuestro ecosistema omnicanal mediante inversiones en tecnología y logística para continuar impulsando el crecimiento del canal e-commerce y robustecer las plataformas digitales del banco. Por otro lado, se destinarán un total de $13 mil millones en la mantención, remodelación y optimización de nuestras tiendas, ampliaciones de nuestros centros comerciales y proyectos comerciales con el fin de mejorar la eficiencia y rentabilidad de nuestra capacidad instalada.

El principal foco del año 2024 será maximizar la rentabilidad y generación de flujo de caja de la compañía, priorizando aquellas iniciativas que generen impactos positivos relevantes a las unidades de negocio, lo cual nos permitirá mantener un crecimiento sostenible a largo plazo, en un contexto macroeconómico de recuperación paulatina.



Premios y reconocimientos

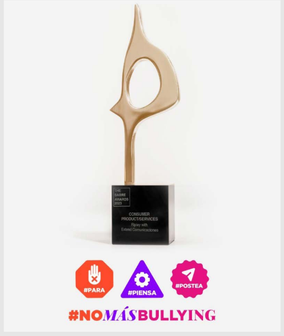
Indice Nacional de Satisfacción de categoría de tiendas por departamento

Índice nacional de satisfacción de clientes 1er lugar

Entregado por: PROCALIDAD
Segmento de negocio: Retail - Chile
Esta premiación distingue a las empresas destacadas a nivel nacional por su excelencia en la prestación de servicios, abarcando diversas categorías de evaluación.

SABRE Awards Latin America 2023

1er lugar en la categoría Consumo y Servicio



Entregado por: PRovoke Media
Segmento de negocio: Retail - Chile
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.

Employers for Youth (EFY) Mujeres (FEM)

Lugar 18 entre 200 empresas

Entregado por: 1r lugar en sector Retail - 14avo en sector bancario
Segmento de negocio: Retail Perú
Ripley Retail Perú y Banco Ripley Perú participaron, por primera vez, en el ranking Employers for Youth (EFY) Mujeres (FEM), que reconoce a las mejores empresas para trabajar para las mujeres a nivel nacional, reforzando nuestro compromiso en fomentar espacios y ambientes laborales equitativos que realizamos a través de nuestro programa Mujeres Imparables. Ripley Perú obtuvo 1er lugar en el sector retail.

Premios Customer Xperience Index

2do lugar en Customer Experience Categoría Tiendas por departamento

Entregado por: Datum Internacional, CENTRUM PUCP y XCustomer Group
Segmento de negocio: Retail - Perú
Ripley Perú se posicionó en el segundo lugar en la categoría de tiendas por departamento. Este logro refuerza su compromiso de priorizar las necesidades de los clientes y mejorar continuamente la experiencia del cliente. El CX Index compara compañías de diferentes sectores en base a cuatro pilares: marca, producto, servicio y experiencia emocional, analizando más de 12.000 encuestas directas con clientes de todo el Perú.



Computrabajo

#BestWorkPlaces en el sector Retail



Entregado por: Computrabajo
Ranking: Retail - Perú
Este reconocimiento nos posiciona dentro de las mejores empresas para trabajar en el sector Retail gracias a la valoración de usuarios del portal de Computrabajo, quiénes evaluaron a más de 19.700 empresas de acuerdo a su liderazgo, oportunidades de desarrollo, salario y clima laboral.

Merco Empresa

Ripley ha sido considerado como una de las mejores empresas con mejor reputación corporativa tanto en Perú como en Chile.

Chile: 39va posición en el ranking general
Perú: 39va posición en el ranking general

Asimismo Mall Aventura fue reconocido por primera vez en este ranking ocupando el 4to lugar dentro del ranking sectorial de centros comerciales.

Merco Talento

Ripley ha sido considerado como una de las mejores empresas para atraer y desarrollar el talento de acuerdo al ranking Merco Talento de Chile y Perú.

Chile: 32va posición en el ranking general
Perú: 18va posición en el ranking general

Merco ESG

Ripley ha sido considerado como una de las empresas más sostenibles en ambos países.

Chile: 87va posición en el ranking general
Perú: 68va posición en el ranking general

¡Todos Reciclamos Awards!

1er lugar categoría Mejor Reducción de Impacto

Entregado por: Todos Reciclamos
Segmento de negocio: Retail - Chile

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.



Best Internship Experiences 2023

Puesto 19 entre las mejores empresas para prácticar en el Perú

Entregado por: First Job
Segmento de negocio: Ripley Retail y Banca - Perú

BEST INTERNSHIP EXPERIENCES 2023
Este 2023 obtuvimos la posición 19, siendo reconocidas como una de las mejores empresas para realizar prácticas en el Perú, conocido como Ripley PRO. Atraer jóvenes estudiantes de los últimos ciclos, interesados en desarrollarse es parte de lo que buscamos en Ripley.

Mall Aventura y Tiendas Ripley Empresas defensoras de la niñez

Entregado por: Aldeas Infantiles SOS Perú
Segmento de negocio: Mall Aventura - Ripley Perú Retail

En 2023 se recibió el reconocimiento como "Empresa defensora de la niñez" por las labores en favor de la institución Aldeas Infantiles SOS Perú, que van desde la captación de donaciones, hasta capacitaciones dirigidas a los jóvenes que han sido parte de la organización.



Premios Visual 2023

Ganadores de los Premios Visual 2023 categoría "Uso de Color"

Entregado por: Seminarium Perú
Segmento de negocio: Ripley Retail y Banca - Perú
Somos ganadores en los Premios Visual 2023, otorgado por Seminarium Perú en la categoría "Uso de color" con nuestra campaña "Pride 2022". Seguimos siendo reconocidos en el Mes del Orgullo, sumando positivamente a la igualdad.

Empresa Generadora de Empleo 2023

Ganadores de los Premios Visual 2023 categoría uso de color

Entregado por: Ministerio de Trabajo
Segmento de negocio: Ripley Retail y Banca - Perú

El Ministerio de Trabajo entregó este reconocimiento en mérito al compromiso de Riley como empresa que promueve el empleo de jóvenes durante el 2023, destacando su participación en la ferias laborales organizadas por esta institución.



Cobertura geográfica

Al cierre de 2023, Ripley Corp cuenta con 45 tiendas en Chile y 33 en Perú, 3 centros comerciales a través de participación en asociadas en Chile y 5 centros comerciales propios en operación a través de su filial Mall Aventura S.A. de Perú.

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 en Chile y Perú.

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

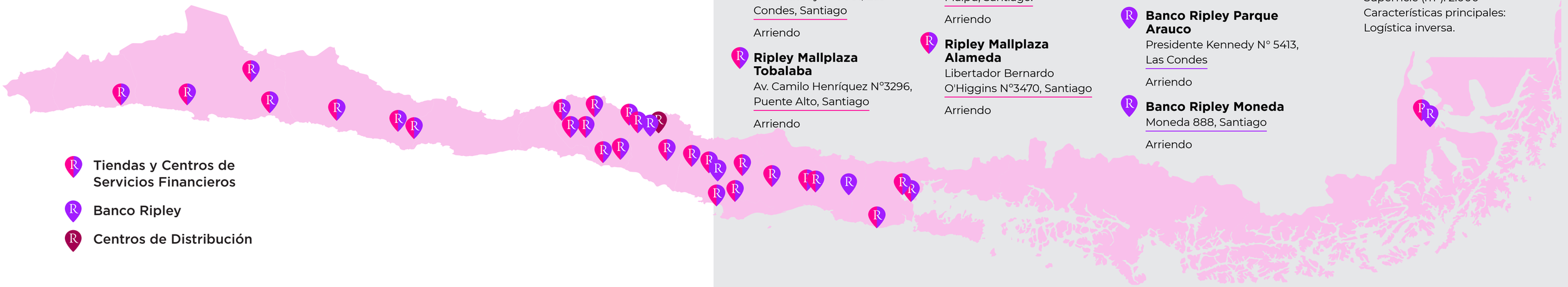
Situación: Propia|
Superficie (m²): 71.320
Características principales:
Operación Omnicanal +
tiendas e-commerce.

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

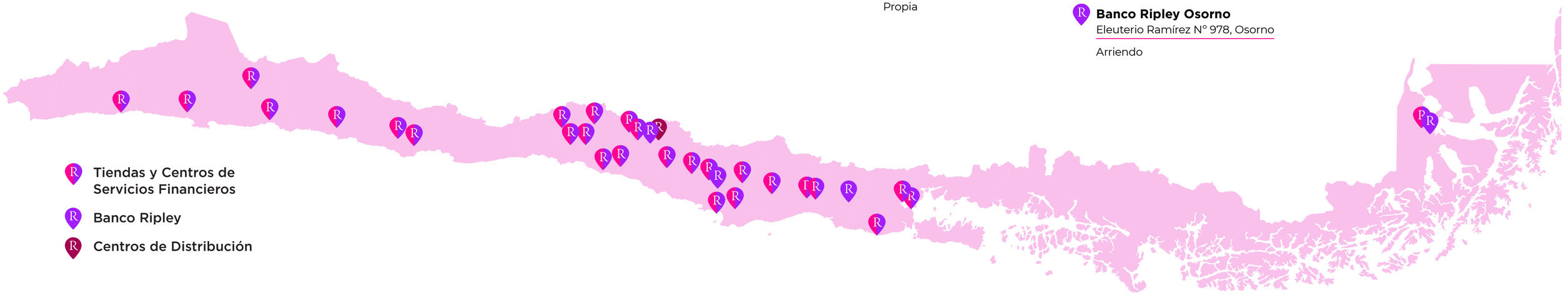
Ripley Mall Paseo Costanera
Juan Soler Mafredini N°10, Puerto Montt

Arriendo

XII Región

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

Arriendo



Tiendas y Centros de Servicios Financieros

Banco Ripley

Centros de Distribución

Sucursales Ripley en Perú



- Tiendas Ripley + Agencias de Banco Ripley
- Banco Ripley
- Centros de Distribución

Arequipa

Ripley Cayma (Arequipa)
Av. Del Ejercito Nro 793 (TD-2) Cayma.

Arriendo

Ripley Arequipa
Av. Porongoche Nro 500 - Arequipa.

Propio

Cajamarca

Ripley Cajamarca
Intersección de las Avenidas Via de evitamiento Norte y Prolongación Ayacucho. Urb. Santa Mercedes.

Arriendo

Chiclayo

Ripley Chiclayo I
Av. San Jose 787.

Propio

Ripley Chiclayo II
Av. panamericana 639 Chiclayo.

Propio

Chimbote

Ripley Chimbote
Av. Prolongación Pardo, sector campo ferial S. Pedro (CC Mega Plaza).

Arriendo

Huancayo

Ripley Huancayo
Av. Ferrocarril 1035. Centro Comercial Real Plaza.

Arriendo

Ica

Ripley Ica
Av.Los Maestros FND San Jose (entre Km 303 y 304 Sub lote A-6 y A-7), (Interior LM 101).

Arriendo

Juliaca

Ripley Juliaca
Calle Tumbes Nro 391. Ref. Centro Comercial Real Plaza.

Arriendo

Piura

Ripley Piura I
Av. Arequipa y Ayacucho Nro S/N (C.Comercial Plaza el Sol).

Arriendo

Ripley Piura II
Av. Sanchez Cerro Z.I Antigua Zona Industrial.

Arriendo

Pucallpa

Ripley Pucallpa
Av. Centenario Nro 365 / Coronel Portillo Centro Comercial Real Plaza.

Arriendo

Iquitos

Ripley Iquitos
Av. Capitan Jose Abelardo Quiñones 1050

Arriendo

Salaverry

Ripley Salaverry
Av.General Felipe Salaverry. Intersec.Av Punta del Este. C.Comercial La Rambla.

Arriendo

Trujillo

Ripley Trujillo
Cruce Av. Mansiche y America Oeste - Tienda Ancla 01 -Mall Plaza (Av. Mansiche S/N - caserio Cortijo -La Libertad.

Arriendo

Lima

Ripley Lima Norte
Av. Alfredo Mendiola Esq. Tomas Valle (C.C. Plaza Lima Norte).

Arriendo

Ripley Los Olivos
Av. Alfredo Mendiola Int. A-01 Fnd. Muleria (CC Mega Plaza).

Arriendo

Ripley Primavera
Av. Aviacion y Angamos Este S/N C.H. Limatambo (C.C. Primavera Park & Plaza).

Arriendo

Ripley Breña
Av. Brasil, Tienda Ancla 2, LC 720. Centro Comercial La Rambla.

Arriendo

Ripley San Borja
Av. Javier Prado Este Cuadra 20 San Borja Norte. Centro Comercial La Rambla.

Arriendo

Ripley Comas
Av. Los Angeles 602, Comas 15314.

Arriendo

Ripley Atocongo
Av. Los Lirios Nro 301, interior TDS-1210 (1er piso), TDS-2218 (2do piso), TDS 3822 (3er piso).

Arriendo

Ripley Bellavista
Av. Mrcal Oscar. R Benavides. Urb. El Aguila (C.C Mall Plaza).

Arriendo

Ripley Puruchuco
Av. Nicolás Ayllón 4770, Ate Vitarte - Lima.

Arriendo

Ripley San Isidro
Calle Begonias 545 San Isidro.

Propio

Ripley Miraflores
Calle Shell 202- Miraflores.

Propio

Ripley Santa Anita
Carretera Central con Jr. Minería y Av. Bolognesi / Carretera Central 111, 167, TD-2.

Propio

Ripley Asia
Carretera Panamericana Sur Lote. A Parcelacion Rustica La Querencia (CC Sur Plaza Boulevard).

Arriendo

Ripley Jirón De La Unión
Jr de la Unión N° 706 y la Av. Emancipación N° 119, 123 y 135.

Arriendo

Ripley Chorrillos
Prolongación Paseo de la República (C.C Plaza Lima Sur).

Arriendo

Ripley Jockey Plaza
Av. Javier Prado Nro 4200 Este Urb. Monterrico (CC Jockey Plaza Shopping Center) más carpas 2do nivel.

Arriendo

Ripley San Miguel
Av. La Marina (C.C Plaza San Miguel).

Arriendo

Ripley San Juan De Lurigancho
Av. Lurigancho Cdra. 9, San Juan de Lurigancho 15427, Perú

Arriendo

Banco Ripley Estacion R Trujillo
Jirón Gamarra Lote N°01

Arriendo

Centro de Distribución
Avda. el Sol 2241, Villa El Salvador, Lima.

Situación: propia
Superficie (m²): 54.749

Centro de Distribución Iskay
Calle 8, Manzana I Lote 1a, Cooperativa las Vertientes, Villa El Salvador, Lima.

Situación: Arrendada
Superficie (m²): 16.850
.

Activos y su vida útil

Ripley procura estar preparado frente a eventuales obsolescencias de sus 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

Dentro del marco de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y frente a los diversos desafíos locales y globales relacionados con la sostenibilidad, Ripley Corp ha desarrollado Compromiso-R. Esta iniciativa tiene como meta guiar la gestión de la Compañía en línea con nuestro un propósito definido, fomentando un equilibrio entre los aspectos económicos, sociales y medioambientales. Con una perspectiva transversal sobre los impactos de Ripley Corp en sus 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.

El 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 nuestro impacto ambiental.

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

Ripley Circular

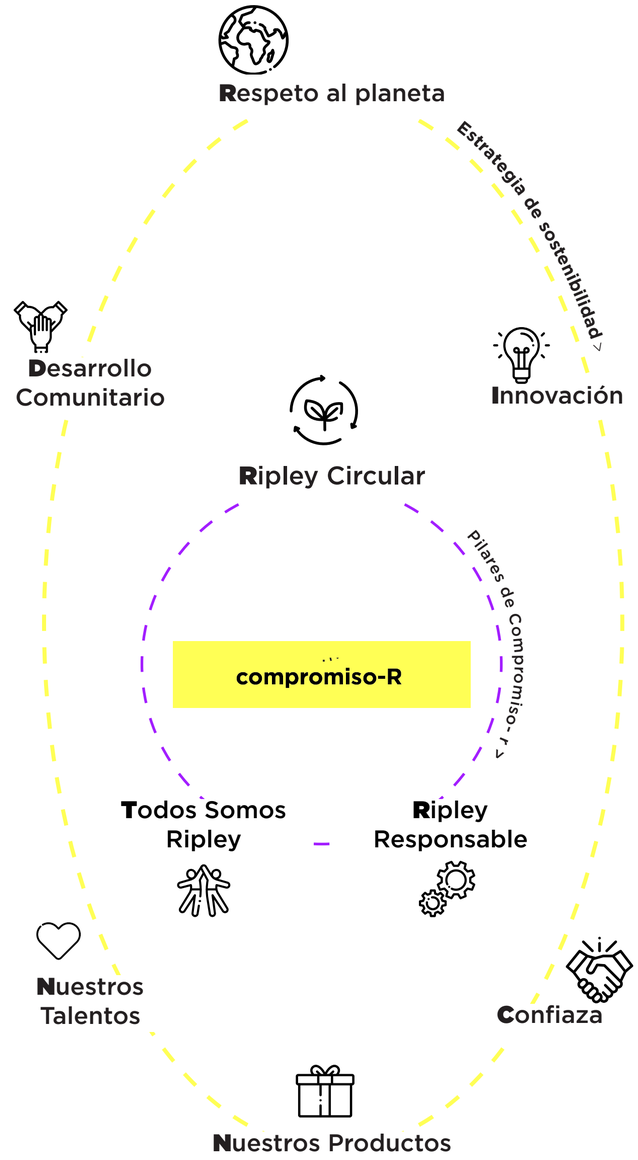
Programas o iniciativas que incorporan una mirada circular en los procesos y productos / servicios.

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 nuestra comunidades, incluyendo iniciativas en materia de diversidad y voluntariado corporativo.



Ripley Circular

Buscamos 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 insumos y 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.

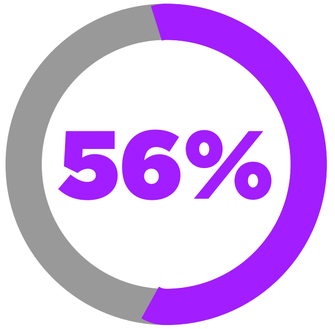
3. **Fomentar la implementación de prácticas circulares** en los distintos procesos de negocio, mediante capacitación de los diversos equipos.

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 nuestros productos de vestuario marca propia incorporen al menos un atributo sostenible certificado por un organismo internaciona. 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 sostenibles.

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 categoría 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 sostenibles 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 - Retail Chile

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 punto 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$105millones
Ahorrado en inversión

764.000
bolsas no compradas



Línea de gestión: Reduce

Disminución de etiquetas en prendas - Retail Corp.

Principales objetivos:

- **Reducción de residuos**
- **Ahorro económico**

Descripción del proyecto:

Se implementaron cambios que abarcan desde la unificación de información normativa a una sola etiqueta hasta la elección de materiales que vayan en línea con nuestra estrategia de circularidad. Ejemplo de esto es la disminución en la cantidad de etiquetas de marca (hangtag) a un máximo de 3. Adicionalmente, se normo la utilización de materiales, prohibiéndose el uso de materiales metalizados y plastificados en las etiquetas, priorizando los que faciliten el reciclaje y reduzcan los desechos.

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.



Línea de gestión: Reutiliza

Reutilización de piochas de seguridad - Retail Chile

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.



Línea de gestión: Reutiliza

Reutilización de muestras textiles - Retail Chile

Principales objetivos:

- **Reutilización de residuos**
- **Aporte social a las fundaciones**
- **Ahorro económico**

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).

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 Distrófico de Debra beneficiados con Tratamientos Médicos Integrales gratuitos*

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



Línea de gestión: Reutiliza

Reutilización de conos de cartón de Strecht Film - Retail Chile

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



Línea de gestión: Reutiliza

Reutilización de muestras de Decoración - Retail Perú

Principales objetivos:

- **Reutilización de residuos**
- **Aporte social a fundaciones**

Descripción del proyecto:

Desde hace más de 8 años donamos nuestras muestras de DecoHogar al Hogar de las Bienaventuranzas, una organización sin fines de lucro que brinda albergue, atención y desarrollo integral a personas en situación de vulnerabilidad. De esta manera con la participación de un equipo de voluntarios clasificamos los productos que luego el Hogar de las Bienaventuranzas vende, generando fondos para financiar parte de los gastos asociados a su gestión.

Principales resultados 2023:

+1300
productos de decoración donados



Línea de gestión: Recicla

Fomento de negocios con foco en la economía circular - Retail Chile

Principales objetivos:

- **Reducción de impacto ambiental**
- **Apoyo a la economía local**

Descripción del proyecto:

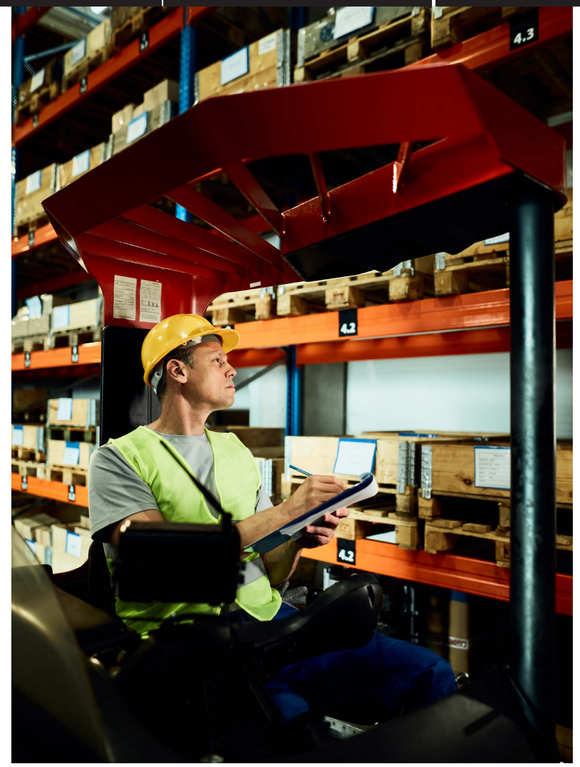
En línea con nuestro plan de circularidad en productos y procesos, desde 2020, trabajamos en colaboración a Ecocitex en distintos pilotos que nos han permitido aprender y formalizar un modelo de negocios circular pionero en el país, aumentando el uso del textil y transformando los desechos en nuevos 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:

12 toneladas
de residuos textiles reconvertidos mediante economía circular

69,6 tonCO_2eq.
mitigadas desde 2020*

**Factor de conversión: 1 tonelada de textil reciclado mitiga 5,8 toneladas de CO2 equivalente, de acuerdo a estudio realizado por la Universidad de Santiago de Chile (USACH).*



Línea de gestión: Recicla

Proyecto de reciclaje en nuestras tiendas y centro de distribución Redex - Retail Chile

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.

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

Reciclaje de equipos electrónicos - Retail Chile

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 - Retail Chile

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



Línea de gestión: Recicla

EcoCanje reciclaje de celulares y dispositivos electrónicos - Retail Perú

Principales objetivos:

- **Reciclaje de equipos electrónicos**
- **Beneficio Económico**

Descripción del proyecto:

Programa que fomenta el reciclaje de celulares o equipos de electrónica menor en desuso impulsando el cuidado del medioambiente a través de descuentos para nuestros clientes por la compra de nuevos celulares Samsung.

Principales resultados 2023:

296

Equipos reciclados



Línea de gestión: Recicla

Programa InteRcambia - Retail Perú

Principales objetivos:

- **Reutilización y Reciclaje**
- **Aporte social a fundaciones**

Descripción del proyecto:

A través de esta iniciativa que fusiona la moda, solidaridad y compromiso social, invitamos a nuestros clientes a donar sus prendas infantiles que e, que ya no usaran y estuvieran en buen estado, para darles una segunda vida. Como recompensa, entregamos vales de descuento para ser utilizados en nuestras tiendas.

En esta primera edición de Intercambia todo lo recolectado fue entregado a la Asociación Cáritas del Perú, logrando recolectar más de más de 10 mil prendas.

Principales resultados 2023:

Se recolectaron más de

10 mil prendas.

Ripley Responsable

Este ámbito de Compromiso-R abarca todas las estrategias que Ripley Corp 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) - Retail Chile

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 ecommerce: 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 ecommerce, 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



R.com

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 - Retail Chile

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 pueden 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 - Retail Corp.

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 - Retail Chile

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 - Banco Corp.

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 DuocUC Plaza Vespucio a través de talleres del atractivo juego Financity liderado por voluntarios de Banco Ripley y DuocUC.

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 - Ripley Chile

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.

Todos Somos Ripley

Este ámbito incluye iniciativas en materia de cultura de sostenibilidad, incluyendo gestión de la diversidad, voluntariado corporativo, capacitaciones y alianzas.

Línea de gestión: Eficiencia energética

Energías renovables y colaboración con Colbún - Ripley Chile

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 Ton CO2 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.

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 LGBTIQ+ 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

Programa de Mujeres Montacarguistas:

Principales objetivos:

Inclusión y Diversidad

Descripción del proyecto:

En línea con nuestra política de diversidad y nuestra preocupación por impulsar la equidad e igualdad de oportunidades, durante el 2023 desarrollamos nuestro primer programa de mujeres montacarguistas en nuestro centro de distribución. Una iniciativa que no solo les brindó a nuestras colaboradoras la posibilidad de expandir sus conocimientos y mayores oportunidades de crecimiento, sino que nos regaló la oportunidad de trabajar diversos temas como el empoderamiento y la resilencia, así como desmitificar un rol que usualmente estaba asignado a nuestros colaboradores.
A través de 4 sesiones de aprendizaje nuestras colaboradoras participantes lograron en un mes adquirir las herramientas y desarrollar las habilidades necesarias para ocupar esta posición, así como inspirar a más mujeres a tomar nuevos retos para seguir desarrollándose personal y profesionalmente.

Línea de gestión: Cultura de la Diversidad

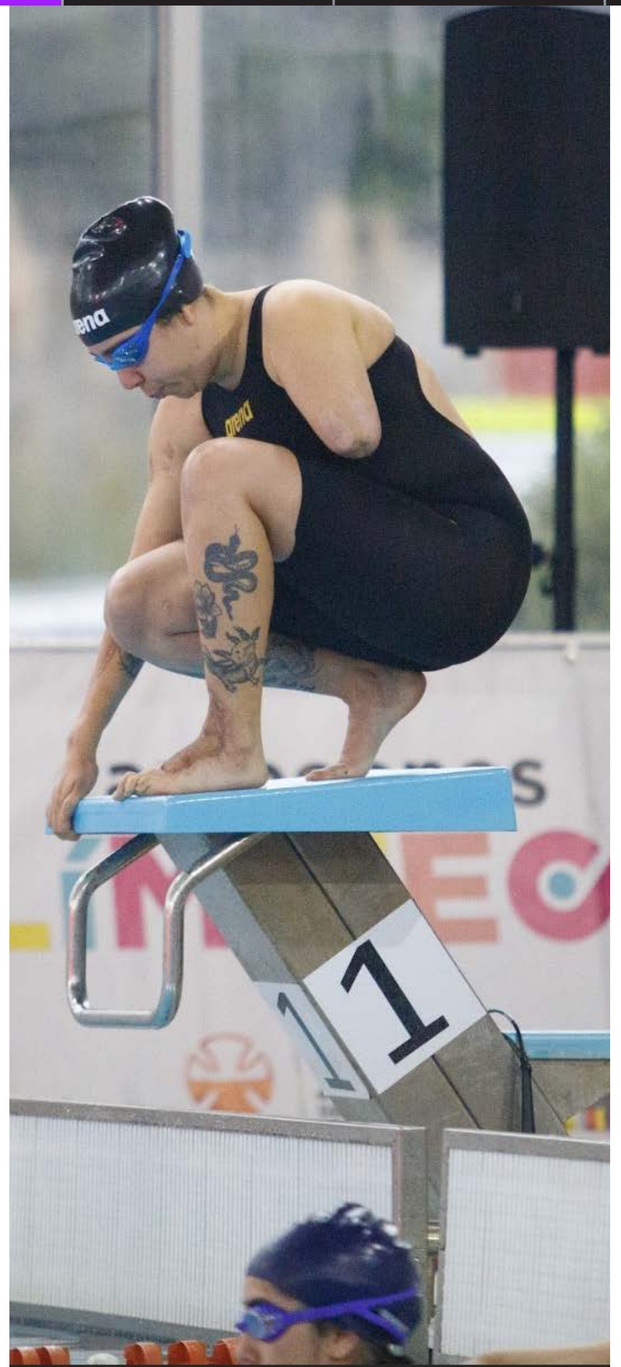
Semana de la Diversidad Corporativa

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 y Perú.



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

Campeones Sin Límites y Proud Supporter de Santiago 2023 - Retail Chile

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 - Ripley Chile

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 - Ripley Chile

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: Alianzas Sostenible

Alianza Aldeas Infantiles SOS: Mall Aventura

Principales objetivos:

Alianzas por la sostenibilidad

Descripción del proyecto:

El Mall Aventura San Juan de Lurigancho realizó alianza con Aldeas Infantiles SOS Perú, que implica brindar fondos para realizar diferentes iniciativas en favor de los niños durante un período de 60 años.

Conoce más en nuestro capítulo 5

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 y Perú 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 - Retail Chile

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 - Ripley Chile

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.

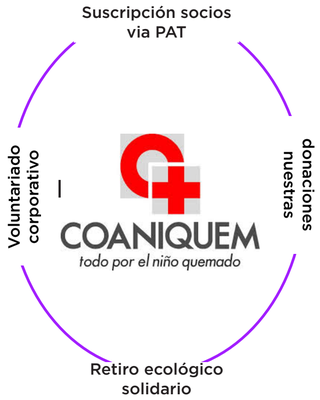
Principales resultados 2023:

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**

Campaña de donación de sangre - Ripley Perú

Entre abril y junio colaboradores de Ripley Perú participaron en la campaña de donación voluntaria de sangre que impulsó el Hospital Nacional Edgardo Rebagliati Martins de Lima, favoreciendo a gestantes que presentan hemorragias durante el parto, víctimas de accidentes de tránsito, enfermos con cáncer, hemofílicos y quienes necesitan una transfusión urgente. Ripley apoyó esta iniciativa habilitando instalaciones de la empresa y aportando un equipo de profesionales de la salud, para que los colaboradores puedan donar durante su jornada laboral.

Principales resultados 2023:

80 voluntarios
fueron donantes



Nuestro aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Consolidamos 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, la 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

En 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 de Chile y Perú, 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 Corp 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, Directorio Banco Ripley Perú y Directorio Mall Aventura.

+ 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 Corp y Banco Ripley Perú, 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 en 2023

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

Avance 2023

56%
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 50% 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.

Sociales:

Los siguientes son los públicos de interés con los cuales la empresa se involucra en sus 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
Accionistas • **Inversionistas institucionales e individuales**	Juntas de Accionistas Equipo de relación con inversionistas Reportes financieros (Resultados Financieros trimestrales y memoria anual) Página web inversionistas Conferencias y reuniones con inversionistas	Impulsamos una gestión ética, eficiente y rentable, que permita resguardar la toma de decisiones y cuide el patrimonio de los accionistas.
Clientes • **Clientes de tienda física y online** • **Sellers del marketplace** • **Clientes bancarios** • **Visitantes centros comerciales** • **Arrendatarios centros comerciales**	Tiendas y sucursales físicas y online 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 Pagina web sostenibilida	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.
Colaboradores • **Tiendas y sucursales bancarias** • **Centros de distribución** • **Back office** • **Sindicatos**	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 dialogo Encuestas de clima internas Reuniones presenciales de tiendas / gerencias	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.

Grupo de interés	Canales de información, escucha y diálogo	Temas y Orientaciones
Proveedores • Proveedores nacionales e internacionales • Sellers y emprendedores locales • Fabricantes de marcas propias • Proveedores de servicios	Reuniones entre compradores y proveedores Web, marketplace y onboarding. Vendors´s Manual Herramientas digitales	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.
Sociedad • Sociedad civil • Universidades • Asociaciones gremiales • Prensa • Comunidades	Programas de voluntariado Cámaras de Comercio de Chile y Perú American Chamber of Commerce (AmCham) Agencia de comunicaciones externa Asoc. Nacional de Avisadores de Chile (ANDA) Foros, conferencias y webinars LinkedIn Mesas de trabajo AP Ferias Laborales	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.
Reguladores y entidades sin fines de lucro • Reguladores locales • ONGs • Fundaciones	LinkedIn Representantes/líderes de la organización Reporte de Sostenibilidad y memorias anuales Mesas de trabajo	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.

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 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

Ripley Corp también está vinculado con diferentes organizaciones gremiales cuyos ámbitos de acción se relacionan con las diferentes actividades que desarrolla la compañía.

- **R:** Retail
- **B:** Banco
- **I:** Inmobiliaria

Cámara de Comercio de Chile

R B I

Asociación Nacional de Avisadores de Chile

R B I

Cámara de Comercio de Santiago

R B I

Asociación de Bancos de Chile

R B I

Sociedad de Comercio Exterior del Perú

R B I

American Chamber of Commerce

R B I

Asociación de Buenos Empleadores (Perú)

R B I

Cámara de Comercio de Lima

R B I

Asociación de Centros Comerciales y Entretenimiento del Perú

R B I

Apheru

R B I

Asociación de Bancos del Perú

R B I

Retail Financiero A.G

R B I

Alianzas

Simbología:

- R: Retail
- B: Banco
- I: Inmobiliaria

Perú Sostenible

Red que agrupa a las organizaciones público-privadas comprometidas en el desarrollo social, a través del fortalecimiento de las capacidades de liderazgo, el aprendizaje de prácticas de mejora de gestión y el reconocimiento de las mejores iniciativas de desarrollo sostenible.

R B I

Pride Conection Perú y Chile

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.

R B I

Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad Perú

Institución que trabaja para garantizar el reconocimiento y protección de los derechos de las personas con discapacidad, generando condiciones en su entorno que les permitan desenvolverse en igualdad de condiciones, con el fin de superar brechas y eliminar obstáculos.

R B I

Fundación Forge Perú

Motiva a jóvenes económicamente vulnerables para que accedan a una vida de calidad a través del trabajo, el aprendizaje continuo y el compromiso con la comunidad. Se focaliza en el desarrollo de habilidades socioemocionales y digitales clave para labores del futuro y la adaptación a escenarios cambiantes.

R B I

Asociación Educativa Convivencia en la Escuela

Organización especializada en la prevención de la violencia escolar, trabajando en la promoción y desarrollo de estrategias para mejorar el clima escolar y la convivencia pacífica.

R B I

Aequales

Red de organizaciones de Perú, Colombia y México, comprometidas con brindar espacios de crecimiento, aprendizaje y empoderamiento de las mujeres a través de la asesoría e intercambio de mejores prácticas.

R B I

Programa AURORA del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables de Perú

Busca diseñar y ejecutar acciones y políticas de atención, prevención y apoyo a las personas involucradas en hechos de violencia familiar y sexual, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población.

R B I

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.

R B I

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.

R B I

Caritas del Perú

Organización de la Iglesia Católica fundada por la Conferencia Episcopal Peruana para promover y liderar programas, proyectos e intervenciones en favor de las poblaciones más vulnerables, para facilitar su Desarrollo Humano Integral basado en principios cristianos.

R B I

Better Cotton

Iniciativa líder en el mundo de sostenibilidad del algodón cuya misión es apoyar a las comunidades productoras para que protejan y restauren el medioambiente y al mismo tiempo apoyarlas a prosperar.

R B I

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.

R B I

Aldeas Infantiles SOS

Organización de desarrollo social que trabaja por la promoción y defensa de los derechos de la niñez.

R B I

Rembre

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

R B I

Puelche Servicios Ltda (Mayday)

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

R B I

Degraf

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.

R B I

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.

R B I

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).

R B I

LIDERES +1

Red de líderes empresariales e institucionales que impulsa el desarrollo sostenible, inspirando su transformación como agentes de cambio.

R B I

Ecocitex

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

R B I

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.

R B I

ONG Presente

Organización que impulsa un programa de empleabilidad y bolsa de trabajo para personas trans y no binarias.

R B I

Asociación de Emprendedores de Perú (ASEP)

La mayor red de emprendedores en Perú.

R B I

Addme Work

Asociación sin fines de lucro que promueve la inclusión laboral de personas con discapacidad

R B I



Un enfoque de excelencia y mejora continua

Gobierno corporativo sólido





Marco de Gobernanza

En Ripley Corp aplicamos un conjunto de normativas y políticas internas cuya finalidad es garantizar transparencia, comunicación y el alcance de resultados que impacten en el desarrollo y perdurabilidad de la organización.

Nuestro objetivo es que nuestras políticas internas y los órganos del Gobierno Corporativo traigan mayor orden y visibilidad para tomar decisiones y mejorar procesos de la empresa, lo que se permite gracias a nuestra estructura directiva integrada por expertos que aportan una perspectiva global y enriquecedora sobre el mercado. Una vez implementado, el desafío es evaluar la efectividad del Gobierno Corporativo, mantenerlo actualizado en cuanto a las normativas , y recordar que éste debe ir más allá de sólo el cumplimiento de leyes pues, con prácticas eficientes, impacta positivamente en los resultados de la empresa.

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 cuandorealiza 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 Corp S.A. y sus subsidiarias refleja una sólida adaptación a las leyes y entidades reguladoras tanto en Chile como en Perú. Como sociedad anónima abierta, Ripley Corp S.A. está bajo la jurisdicción de la ley Nº 18.046 y 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.

En Perú, Banco Ripley Perú S.A. está regulado por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y opera según la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la SBS, Ley No. 26702. 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 Corp 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, Secretarias Regionales Ministeriales en general y al Servicio Nacional del Consumidor. Asimismo, al tener operaciones en Perú está sujeta en ese país al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) principalmente.

Directorio

El Directorio constituye el máximo órgano de gobierno de Ripley Corp. Lo integran 9 miembros, todos titulares, elegidos en Junta Ordinaria de Accionistas para un período de 3 años. 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.

El Directorio actual fue elegido en Junta Ordinaria de Accionistas llevada a cabo el 28 de abril de 2023, manteniéndose a la fecha del presente documento todos los miembros en sus respectivos cargos. Este año por aplicación de políticas de eficiencia, no se realizaron visitas a terreno del directorio.

En el caso del presidente, sus funciones se relacionan con materias propias del rubro financiero y administrativo de la sociedad. Además, participa en algunos comités de la administración donde se revisan materias relacionadas con su asesoría. Respecto a eventuales conflictos de intereses que pudieran generarse, se ha establecido que deben ser resueltos o mitigados de acuerdo con las reglas de la Política de Conflictos de Interés de la empresa.



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)
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023



Andrés Calderón Volochinsky

Vicepresidente
Rut 6.693.578-7
Chileno
Contador Auditor, Universidad de Santiago
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023



Miguel Ángel Peña

DNI 14.951.106
Argentino
Licenciado en Sistemas por la Universidad Tecnológica Nacional; AMP de Harvard Business School.
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023



Isabel Bravo Collao

Rut 7.011.482-8
Chilena
Ingeniera Comercial con mención en finanzas de la Universidad de Santiago de Chile; Diplomado en Gestión Financiera de la Universidad Adolfo Ibáñez.
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023



Mario Meirelles Gonzaga

CPF 088854247-08
Brasileño
Administrador por la Universidade Federal do Rio de Janeiro - Brasil MBA por ESADE - España.
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023



Sandra Porcile Rojas

Rut 7.294.801-7
Chilena
Ingeniera Civil Industrial mención Química de la Pontificia Universidad Católica de Chile; MBA de la University of Michigan Ann Arbour.
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023



Laurence Golborne Riveros

Rut 8.170.562-3
Chileno
Ingeniero Civil Industrial con mención en Química de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023



Michel Calderón Volochinsky

Rut 6.693.685-6
Chileno
Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile.
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023



Verónica Edwards Guzmán

Rut 7.051.999-2
Chilena
Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile.
Fecha de nombramiento o última reelección: 28/04/2023

Del total de directores, tres son independientes, según lo indicado por la ley 18.046: Isabel Bravo Collao, Sandra Porcile Rojas y Verónica Edwards Guzmán

Matriz de Conocimiento de los miembros del Directorio

Matriz de conocimientos del Directorio	Industria retail	Industria Bancaria	Industria inmobiliaria	Finanzas	Innovación	E-Commerce	Estrategia
Hernán Uribe Gabler	X	X	X	X		X	X
Andrés Calderón Volochinsky	X		X				
Michel Calderón Volochinsky	X		X				X
Verónica Edwards Guzman	X						
Isabel Bravo Collao		X		X	X		X
Sandra Porcile Rojas	X		X		X	X	X
Mario Meirelles Gonzaga Do Monte	X				X	X	X
Miguel Ángel Peña				X	X	X	X
Laurence Golborne Riveros	X		X	X			

Además de habilidades administrativas y financieras, otras requeridas de quienes componen el Directorio de Ripley Corp son: sostenibilidad, gobierno corporativo, marketing y branding.

Contratación de expertos

La empresa no cuenta con una política o procedimiento implementado para contratar los servicios de expertos que transmitan al Directorio (o sus comités) conocimientos e información que ayuden al proceso de toma de decisiones. Sin perjuicio de ello, el Directorio y sus comités pueden proceder a la contratación de las asesorías que estimen convenientes de acuerdo a las necesidades que puedan surgir. En tal sentido, se cuenta con la asesoría de CI Group que orienta respecto de la suficiencia de provisiones de las carteras de los bancos en Chile y Perú. En 2023, el monto desembolsado en estas asesorías fue de $56.563.233.

Elección de directores

Durante la Junta de Accionistas, el proceso de elección de directores de Ripley Corp considera un procedimiento de información que está vigente desde el 28 de marzo de 2013, según el cual:

1. Las personas que postulen a esta instancia deberán hacer llegar su currículum vitae al gerente general de la sociedad.

2. La compañía publicará dichos currículums en su sitio web con, a lo menos, 2 días de anticipación a la fecha de la celebración de la junta de accionistas en la que se procederá a la elección.

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

Inducción a directores

La incorporación de nuevos miembros al Directorio se rige por distintos procedimientos de inducción:

Entrega de antecedentes comerciales, financieros y contables

Estos antecedentes considerarán al menos, los siguientes:

1. Memoria de la Compañía
2. Estados Financieros de la Compañía
3. Carta e Informe de Control Interno emitida por la empresa de Auditoría Externa de la Compañía
4. Políticas de Crédito de CAR, Banco Ripley Chile y Banco Ripley Perú.

Entrega de documentos corporativos

Estos antecedentes considerarán al menos, los siguientes: ·

1. Estatutos actualizados de la Compañía
2. Malla del Grupo Ripley ·
3. Actas de Directorio correspondientes al año anterior.
4. Manual de Información de Interés para el Mercado
5. Código de Ética
6. Hechos Esenciales enviados a la Comisión para el Mercado Financiero durante el último año.

Entrega de legislación y normativa aplicable

Se entregará copia de las principales normas que rigen el funcionamiento de la Compañía o la actividad de sus filiales más importantes, dentro de las cuales se deberán incluir, al menos las siguientes:

1. Ley de Sociedades Anónimas
2. Reglamento de Sociedades Anónimas
3. Ley de Mercado de Valores
4. Ley General de Bancos
5. Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero.
6. Ley de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas
7. Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores

Entrevista con los principales gerentes de la Compañía

El director asiste a una entrevista con el Gerente General Corporativo, así como con cada uno de los Gerentes a cargo de cada país en los que la Compañía desarrolla sus negocios (actualmente Chile y Perú)



Visita a las dependencias de la Compañía

Recorrido y conocimiento de las principales oficinas de la Compañía, así como alguna de las tiendas Ripley y/o sucursales de Banco Ripley, según el interés que el director manifieste.

Otra información complementaria

1. Negocios, materias y riesgos, incluidos los de sostenibilidad, que son considerados más relevantes y las razones de su relevancia.
2. Los grupos de interés relevantes que ha identificado la entidad, las razones de esta relevancia y la relación que se mantiene con ellos.
3. La misión, visión, objetivos estratégicos, principios y valores de la Compañía, y las políticas que defina el directorio.
4. Deberes de cuidado, reserva, lealtad, diligencia e información que conforme a la legislación vigente recaen en cada integrante del directorio, con ejemplos de fallos, sanciones o pronunciamientos más relevantes ocurridos en el último año a nivel local.
5. Los principales acuerdos adoptados en los últimos 2 años anteriores al inicio de su mandato.

Diversidad en el directorio

Mujeres	Hombres
3	6

Número de directores por Nacionalidad y Género

Nacionalidad	Mujeres	Hombres	Total
Chilenos/as	3	4	7
Extranjeros/as	0	2	2
Total	3	6	9

Número de directores por rango de edad y género

Rango de edad	Mujeres	Hombres	Total
Menores de 30	0	0	0
Entre 30 y 40	0	0	0
Entre 41 y 50	0	1	1
Entre 51 y 60	2	2	4
Entre 61 y 70	1	3	4
Más de 70	0	0	0
Total	3	6	9

Número de directores por rango de antigüedad y género

Antigüedad	Mujeres	Hombres	Total
Menos De 3 Años	0	2	2
Entre 3 y 6 años	2	0	2
Entre 6 y 9 años	0	1	1
Entre 9 y 12 años	1	3	4
Más de 12 años	0	0	0
Total	3	6	9

Número de directores por género, en situación de discapacidad

	Mujeres	Hombres	Total
Total	0	0	0

Dieta directores

Conforme a lo establecido en el artículo 33 de la Ley N°18.046 de Sociedades Anónimas, y a lo aprobado en la junta ordinaria de accionistas del 28 de abril de 2023, los miembros del Directorio de Ripley Corp S.A. perciben únicamente una remuneración fija mensual equivalente a 100 Unidades de Fomento (UF). La dieta del presidente, en tanto, asciende a 150 UF, sin perjuicio de otras sumas que se le puedan pagar por ocupaciones remuneradas, servicios o asesorías específicas en materias propias de su especialidad, por la sociedad o sus subsidiarias.

Respecto de los miembros del Comité de Directores, en la citada junta ordinaria de accionistas se acordó una remuneración de 50 UF mensuales, fijando un presupuesto de gastos de funcionamiento para 2023 equivalente a 1.300 UF. Entre los directores, no existen remuneraciones, regalías, dietas u otro tipo de compensaciones diferenciadas.

Dietas de los directores de Ripley Corp S.A.

Nombre	Cargo	Sociedad	País	Acumulado 01.01.203 - 31.12.2023 M$	Acumulado 01.01.2022 - 31.12.2022 M$
Andrés Calderón Volochinsky	Vicepresindente del Directorio	Ripley Corp S.A.	Chile	43.072	39.429
Hernan Uribe Gabler	Presidente del Directorio	Ripley Corp S.A.	Chile	64.842	59.687
Isabel Bravo Collao	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	58.833	51.950
Jose Barriga Fehrman	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	24.489	32.111
Laurence Golborne Riveros	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	55.768	36.335
Mario Meirelles Gonzaga Do Mont	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	25.357	-
Michel Calderon Volochinsky	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	43.072	39.429
Miguel Ángel Peña	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	25.374	-
Renato Ramírez Fernández*	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	26.598	53.085
Sandra Porcile Rojas	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	43.057	39.426
Veronica Edwards Guzmán	Director	Ripley Corp S.A.	Chile	59.284	57.233
Total				469.746	408.685

**Estos directores dejaron sus funciones en la Junta Ordinaria de Accionistas llevada a cabo el 28 de abril de 2023*

Pagos realizados a miembros del Directorio, por concepto de asesorías

Nombre	Naturaleza del Cargo	Descripción de la transacción	Acumulado 01.01.2022 - 31.12.2022 M$	Acumulado 01.01.2023 - 31.12.2023 M$
Andres Calderon Volochinsky	Directores de la Matriz	Remuneraciones pagadas	244.209	243.924
Michel Calderon Volochinsky	director de la matriz	Remuneraciones pagadas	55.297	55.012
Hernan Uribe Gabler	Relacionada a Director	Asesoría	263.010	281.323
Laurence Golborne Riveros	Relacionada por Director	Asesoría	76.303	48.680
Miguel Angel Peña	Relacionada por Director	Asesoría	18.165	0
Mario Meirelles Gonzaga	Relacionada por Director	Asesoría	18.174	0



Reuniones con áreas críticas

El Directorio se reúne periódicamente con las distintas unidades de áreas críticas, o bien, empresas de auditoría. En cada reunión también participan el Gerente General Corporativo, Gerente de Administración y Finanzas Corporativo, Gerente Corporativo de eCommerce, Gerente Comercial Corporativo, Gerente General Banco Ripley Chile.

Responsabilidad social o sostenibilidad Anualmente

Dentro de los principales temas abordados está:

1. Evolución de la información de sostenibilidad que se reporta al mercado.
2. Porcentaje de desempeño de Ripley Corp para el área de ambiental, social y de gobernanza.
3. Estrategia de sostenibilidad, nivel de maduración en los temas sostenibles de la NCG 461.
4. Metas EGS de Ripley Corp. Principales actividades en gestión sostenible.

Auditoría interna Anualmente

En estas reuniones se revisan el Plan de auditoría de cada uno de los negocios, avance de dicho plan, evolución de las observaciones del regulador, hallazgos más relevantes.

Auditoría externa Semestralmente

Revisión de EEFF consolidades de la compañía. Carta de control interno, estados de resultados, cuentas contables y todo lo que engloba una auditoria.

En la reunión con el equipo de Sostenibilidad, se informa a los miembros del Directorio sobre materias y avances en temas sociales y ambientales, sin especificar temas relativos al cambio climático, porque se aborda desde la mirada ambiental de forma integral y en congruencia con la estrategia de sostenibilidad. Los procesos para identificar y abordar los impactos en la economía, medio ambiente y personas son realizados por el equipo de sostenibilidad, quienes reportan al directorio las conclusiones de ese proceso que se traduce en la definición de la estrategia de sostenibilidad.

Por otra parte, si bien no existe una periodicidad formal, el Directorio puede reunirse con el área de Gestión de Riesgos según estime convenientes para la adecuada conducción de la Compañía.

Información del Directorio y contingencias

La empresa utiliza un mecanismo por el cual la información y documentos presentados en una sesión de Directorio quedan archivados y bajo custodia del secretario por un plazo de 2 años, así como a disposición de los actuales directores y de cualquier futuro integrante de la directiva. Además, es enviada al Directorio, material de prelectura cuando sea requerido y según las materias a tratar en la respectiva reunión, sobre todo, en caso de ausencia, incapacidad o renuncia de uno o más de sus integrantes.

Por otro lado, existe una plataforma de acceso remoto que permite a los miembros del Directorio -a través de una cuenta personal con clave de seguridad- acceder y revisar actas, presentaciones y el texto definitivo del acta de cada sesión de los últimos 3 años, como también al canal de denuncias.

Evaluación del Directorio

En Ripley Corp aplicamos un procedimiento para detectar e implementar mejoras en el funcionamiento del Directorio. Para ello se realiza, a lo menos una vez al año, una reunión de esta instancia en la que cada integrante ejecuta una autoevaluación sobre su trabajo y potenciales mejoras, posibilitando a cada asistente –incluyendo al gerente general- opinar sobre diferentes aspectos que se pueden perfeccionar. También se ha establecido que en estas reuniones participe una persona o entidad ajena a Ripley, experta en Gobierno Corporativo, quien, considerando la evaluación realizada, sugiere recomendaciones. El último proceso de autoevaluación se efectuó en diciembre 2023.

Comité de Directores

En cumplimiento con lo estipulado por el artículo 50 bis de la Ley de Sociedades Anónimas, la empresa cuenta con un Comité del Directorio, compuesto durante 2023 por:

Isabel Margarita Bravo Collao Presidenta, directora independiente
7.011.482-8
Ingeniero Comercial, Universidad de Santiago de Chile.

Verónica Edwards Guzmán
Directora independiente
7.051.999-2
Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Laurence Golborne Rivero*
Director independiente
6.151.559-3
Ingeniero Comercial, Universidad de Chile.
MBA, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**En 2022 el comité estaba compuesto por Isabel Bravo Collao, Verónica Edwards Guzmán y Renato Ramírez Fernández*

Principales funciones:

• Examinar los informes de los auditores externos, el balance y demás estados financieros presentados por los administradores o liquidadores de la sociedad a los accionistas, y pronunciarse respecto de éstos en forma previa a su presentación a los accionistas para su aprobación.

• Proponer al directorio nombres para los auditores externos y clasificadores privados de riesgo, en su caso, que serán sugeridos a la junta de accionistas respectiva. En caso de desacuerdo, el directorio formulará una sugerencia propia, sometiéndose ambas a consideración de la junta de accionistas.

• Examinar los antecedentes relativos a las operaciones a que se refiere el Título XVI y evacuar un informe respecto a esas operaciones. Una copia del informe será enviada al directorio, en el cual, se deberá dar lectura a éste en la sesión citada para la aprobación o rechazo de la operación respectiva.

• Proponer al directorio una política general de manejo de conflictos de interés, y pronunciarse acerca de las políticas generales de habitualidad establecidas de conformidad a lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 147.

• Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y colaboradores de la sociedad.

• Preparar un informe anual de su gestión, en que se incluyan sus principales recomendaciones a los accionistas.

• Informar al directorio respecto de la conveniencia de contratar o no a la empresa de auditoría externa para la prestación de servicios que no formen parte de la auditoría externa, cuando ellos no se encuentren prohibidos de conformidad a lo establecido en el artículo 242 de la ley Nº 18.045, en atención a si la naturaleza de tales servicios pueda generar un riesgo de pérdida de independencia.

• Las demás materias que señale el estatuto social, o que le encomiende una junta de accionistas o el directorio, en su caso.

• El comité reporta en todos los directorios ordinarios de la sociedad.

Periodicidad con la cual el comité se reúne con las unidades estratégicas:

En sus atribuciones el comité se reúne con el área de Gestión de riesgo y de Responsabilidad Social, de forma anual, y con Auditoría Interna trimestralmente. Además, se reúne con la empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros según lo estime conveniente, donde se abordan temas como carta de control interno, estados financieros al cierre de junio y diciembre. En estas presentaciones participan los gerentes de administración y finanzas corporativo y el gerente de control financiero.

Informe de la gestión realizada

Se deja constancia que el Comité realizó 12 sesiones ordinarias durante el año 2023. Este informe da cuenta de los aspectos más relevantes tratados por el Comité y no constituye una lista completa o exhaustiva de todos los temas abordados. Las principales actividades desarrolladas por el Comité durante el año 2023 fueron las siguientes:

1. Elaboró el informe anual de su gestión, destacando las principales actividades desarrolladas por el mismo durante el año 2022.

2. Aprobó una agenda anual de temas a revisar por el Comité.

3. El Comité se reunió con el Gerente de Contraloría Corporativa, con el objeto de tomar conocimiento del plan de auditoría interna, del grado de avance de este, y conocer los resultados de las auditorías y el seguimiento de los puntos observados por el regulador, así como la revisión de otros proyectos relevantes de las contralorías de los distintos negocios.

4. Se reunió con la empresa de asesoría externa CL Group, y tomó conocimiento de las conclusiones de los informes sobre suficiencia de provisiones efectuados por ellos, tanto para el Banco Ripley Chile como para el Banco Ripley Perú.

5. Se reunió con los auditores externos Deloitte para tomar conocimiento del proceso de auditoría y de los estados financieros de la Sociedad al 31 de diciembre de 2022, luego de lo cual aprobó el balance, los estados consolidados de situación financiera de la Sociedad y sus subsidiarias al 31 de diciembre de 2022 y 2021, los estados de resultados integrales, de flujo de efectivo, así como el informe de los auditores externos.

6. Se reunió con los auditores externos Deloitte, en diversas oportunidades con las siguientes finalidades:

· Para la revisión de los Estados Financieros Intermedios al 30 de junio de 2023.

· Para tomar conocimiento de la revisión del control interno efectuada por los auditores externos.

7. Examinó la Memoria de la Sociedad correspondiente al ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 2022.

8. Propuso al Directorio la empresa de auditoría externa y las clasificadoras de riesgo. En cuanto a los auditores externos, el Comité revisó cuáles han sido las firmas auditoras que ha tenido la Compañía y los honorarios y costos pagados en los últimos años por ese concepto, y realizó un análisis de la gestión de la empresa auditora contratada a esa fecha, así como de las empresas que cumplen con todos los requerimientos necesarios para llevar a cabo el proceso de auditoría de la Compañía. Producto de esa evaluación, el Comité acordó proponer al Directorio a las siguientes firmas de auditoría de acuerdo con la siguiente priorización: 1° Deloitte y 2° KPMG. Las fundamentaciones más relevantes para proponer en primer lugar a la empresa Deloitte fueron las siguientes: (i) El equipo y recursos propuestos por Deloitte tienen una gran experiencia en los rubros retail, financiero e inmobiliario, que corresponden a los principales negocios de la Compañía, tanto en Chile como en Perú. Además, Deloitte es una de las cuatro principales firmas de auditoría a nivel nacional e internacional; (ii) Deloitte presentó una propuesta competitiva para los servicios que la Compañía requiere para sus tres negocios en Chile y Perú, tanto en los aspectos técnicos, como en la experiencia y tiempo del personal especializado necesarios para llevar a cabo un proceso de auditoría que cumpla con los más altos estándares, así como en los aspectos económicos, considerando honorarios y los recursos que destinaría a prestar los servicios de auditoría; y (iii) Deloitte realiza la prestación de los servicios utilizando, entre otras herramientas, un proceso de analítica de datos digital, que permite que la revisión sea muy completa y eficiente.

9. Examinó los antecedentes relativos a la contratación de Deloitte para asesorar en la revisión de las sociedades del grupo que deben reportar FATCA y realizar el reporte correspondiente por parte de Banco Ripley, así como la contratación de Deloitte para efectuar una revisión de la determinación del impuesto a la renta de varias sociedades chilenas del grupo, concluyendo en ambos casos que la ejecución de esos servicios no generaba un riesgo de pérdida de la independencia de Deloitte como auditores externos de la Sociedad.

10. Revisó la política de habitualidad y la política de conflictos de interés de la Sociedad.

11. Se reunió con el Gerente Corporativo de Personas para revisar el sistema de remuneraciones y planes de compensación de los ejecutivos de la Compañía, así como otros temas relacionados con recursos humanos.

12. Tomaron conocimiento del modelo de prevención de delitos aprobado para la Sociedad.

13. Revisó las estadísticas y funcionamiento del Canal de Denuncias de la Compañía.

14. Revisó el Código de Ética y los procedimientos corporativos de la Compañía.

15. Tomó conocimiento del avance de la estrategia de sostenibilidad de la compañía y de las metas ESG de la Sociedad.

16. Tomó conocimiento de las operaciones relacionadas que le fueron presentadas, las cuales si bien estaban exceptuadas de las reglas descritas en los artículos 147 y siguientes de la Ley de Sociedades Anónimas, igualmente fueron llevadas por la administración como una buena práctica de gobierno corporativo.

El Comité no incurrió en gastos durante el año 2023.

Comité de ética

El Comité de Ética de Ripley Corp debe asegurar el adecuado funcionamiento e implementación del Código de Ética de la sociedad. Dentro del periodo, se analizaron y revisaron las políticas que orientan a todo el grupo en esta materia, considerando, entre otros factores, las estadísticas del Canal de Denuncias y los temas que han sido objeto de quejas o consultas del mismo canal.

En 2023, al igual que en el periodo anterior, el comité estuvo conformado por Hernán Uribe Gabler, Verónica Edwards Guzmán (Directora independiente), Sergio Hidalgo Herazo (vicepresidente corporativo) y Mauricio San Miguel Vásquez (gerente asuntos corporativos). Sus miembros analizan la necesidad de realizar reportes al Directorio de acuerdo con la relevancia, gravedad y sensibilidad de los temas tratados.

En 2023 y 2022 no se registran gastos por remuneraciones y/o asesorías de este comité.

Comité de revelaciones al mercado

Se encarga de analizar la información que la empresa entrega al mercado en el año calendario anterior, fijando si corresponde efectuar ajustes en la forma, suficiencia y oportunidad en que se da a conocer. Con este fin, está facultado para contratar la asesoría de expertos ajenos a la sociedad que brindan apoyo en la detección e implementación de eventuales mejoras.

En 2023, al igual que en el periodo anterior, estuvo integrado por Hernán Uribe Gabler, Verónica Edwards Guzmán (Directora independiente) y Lázaro Calderón Volochinsky (Gerente General Corporativo). Durante el período este comité no incurrió en gastos por conceptos de remuneraciones y/o asesorías.

Sus miembros analizan la necesidad de realizar reportes al Directorio de acuerdo con la relevancia, gravedad y sensibilidad de los temas analizados. Durante el ejercicio, analizó la forma y sensibilidad de la información revelada al mercado durante el período comprendido entre los dos últimos comités. Además, analizan la necesidad de realizar reportes al directorio de acuerdo con la relevancia, gravedad y sensibilidad de los temas analizados.

Comité de crisis

Desde 2019, se aplica un procedimiento que sistematiza los mecanismos para constituir un Comité de Crisis ante una situación que lo exija. Lo integran el gerente general, el presidente del Directorio y el equipo que se proponga dependiendo del tipo de evento que se esté enfrentando.

Su principal función es mantener la continuidad del Directorio en momentos de riesgos importantes. Dada su naturaleza, no existe necesidad de que efectúe reportes periódicos acerca de su accionar. Desde la fecha de su creación y hasta el cierre de este reporte, nunca ha sido necesaria su constitución. En el período este comité no incurrió en gastos. No se reciben ingresos por pertenecer a este comité.



Ejecutivos Principales

La alta gerencia o "Ejecutivos Principales" de Ripley Corp es un grupo conformado por personas altamente capacitadas y con una amplia experiencia en las industrias del retail, inmobiliaria y financiera, y en el cual el Directorio delega la administración diaria de la compañía.



Lázaro Calderón Volochinsky
Gerente General Corporativo
6.693.648-1
Contador Auditor
Universidad de Santiago
Fecha de ingreso a la Compañía: 01-08-1981
En el cargo desde: 28-12-2004



Sergio Hidalgo Herazo
Vicepresidente Corporativo
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



Werner Geissbuhler Aranda
Gerente de Administración y Finanzas Corporativo
15.639.850-0
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile
MBA London Business School
Fecha de ingreso a la Compañía: 13-09-2021
En el cargo desde: 01-09-2021



Mauricio San Miguel Vásquez
Gerente de Asuntos Corporativos y Contraloría
10.206.163-2
Abogado, Pontificia Universidad Católica de Chile
Magíster en Derecho de los Negocios
Universidad Adolfo Ibáñez
Fecha de ingreso a la Compañía: 11-06-2018
En el cargo desde: 01-02-2020



Carlos Ureta Rechner
Gerente Personas Corporatvo
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



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



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



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



Paul Fiedler Vásquez Mejía
Gerente General Banco Ripley Perú
DNI 07629900
Administrador de Empresas
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
MBA Incae Business School
Fecha de ingreso a la Compañía: 10-10-2013
En el cargo desde: 01-10-2020

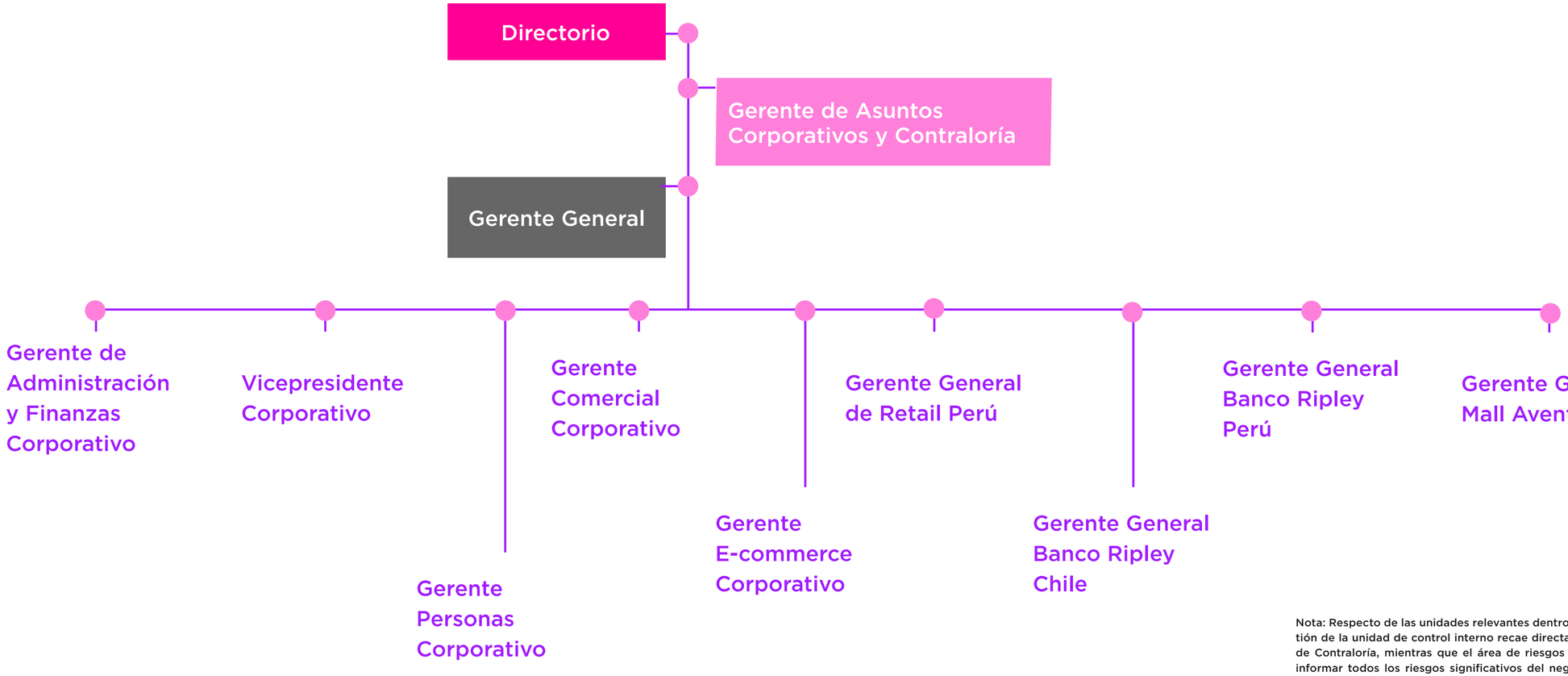


Rodrigo Guajardo Ormazabal
Gerente General de Retail Perú
16.611.484-5
Ingeniero Comercial
Universidad de Chile
MBA Duke University
Fecha de Ingreso a la Compañía: 09-08-2022
En el cargo desde: 23-08-2022



Javier Postigo Ballon
Gerente General Mall Aventura
DNI 10147636
Ingeniero Industrial
Universidad de Lima
MBA Universidad San Ignacio de Loyola
Fecha de ingreso a la Compañía: 06-07-2016
En el cargo desde: 16-07-2016

Organigrama



Nota: Respecto de las unidades relevantes dentro de la empresa, el liderazgo y gestión de la unidad de control interno recae directamente en la Gerencia Corporativa de Contraloría, mientras que el área de riesgos se encarga de medir, gestionar e informar todos los riesgos significativos del negocio, reportando directamente al gerente general de Ripley Corp.

En el caso de las materias referidas a desarrollo sostenible del negocio, existe un Comité de Sostenibilidad coordinado por los gerentes de recursos humanos de Chile y Perú, quienes también reportan directamente al gerente general.

Finalmente, la Gerencia de Administración y Finanzas gestiona las relaciones, consultas y comentarios de accionistas e inversionistas, mientras que la gestión de prensa es apoyada y gestionada por una firma externa.

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	CLP $232.510.987	CLP $245.488.546
Aportaciones a la seguridad social	CLP $13.107.945	CLP $15.837.769
Gastos por beneficios de terminación	CLP $9.910.667	CLP $9.899.328
Otros beneficios a corto plazo	CLP $9.059.733	CLP $22.310.453
Otros gastos de personal	CLP $25.678.596	CLP $22.995.731
Totales pagos por remuneraciones	**CLP $290.267.928**	**CLP $316.531.827**

Planes de compensación o beneficios especiales dirigidos a la alta gerencia

La empresa no contempla un programa de beneficios especial para su equipo ejecutivo. En cuanto a los beneficios del personal en general, son los habituales de acuerdo con la normativa, pactados en contratos colectivos con cada sindicato. Nuestra compañía ofrece un plan de incentivos para ejecutivos que consiste en un bono anual variable no garantizado, que se calcula según el cumplimiento de metas del año y del logro de objetivos estratégicos de la compañía y de las áreas específicas de negocio y de 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.

Porcentaje de participación en la propiedad de los ejecutivos principales y directores

El porcentaje de participación en la propiedad de Ripley Corp de los ejecutivos principales y directores de la compañía es, directa o indirectamente, el siguiente:

Director o Ejecutivo	Cargo	% Participación en la propiedad de Ripley Corp S.A.
Michel Calderón Volochinsky	Director	14,27831424%
Andrés Calderón Volochinsky	Vicepresidente del Directorio	14,27831424%
Lázaro Calderón Volochinsky	Gerente General Corporativo	14,27831424%
Juan Luis Montes Zegers	Gerente de administración y Compras Corporativas	0,00000018%
Pablo Andrés Melys Parera	Gerente de Seguros	0,00066966%
Total		**42,83561256%**

Plan de sucesión

En 2023 se sentaron las bases para trabajar y establecer directrices en relación con el plan de sucesión de los principales ejecutivos de la compañía. Este proceso permitió definir la fórmula y metodología para la elaboración del plan. En marzo de 2023 concluyeron dos jornadas de trabajo en las que se definieron tanto los potenciales reemplazantes del gerente general y demás ejecutivos principales, como los tiempos de traspaso de funciones e información relevante, ante una eventual ausencia imprevista, minimizando el impacto que ello tendría en la empresa. Al momento de la publicación de esta memoria, el plan todavía no había sido publicado ni aprobado por el Directorio.

Estructuras salariales y políticas de compensación del gerente general y demás ejecutivos principales

El Comité de Directores examina anualmente los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y dotación de la sociedad y luego reporta sus conclusiones al Directorio. Estos son de carácter reservado y por tratarse de información estratégica no son divulgados al público, en general.

Las remuneraciones son determinadas tomando en consideración información de escalas salariales confeccionadas con metodología de compensaciones (GGS) la que utiliza información de Consultoras expertas en estudios de mercado. Adicionalmente se toman en cuenta la experiencia de los ejecutivos, conocimiento estratégico de estos y la opinión de integrantes del Comité Corporativo de Personas.

Respecto de los incentivos variables, se ha elaborado un sistema que considera entre otros factores el cumplimiento de metas y obtención de resultados para determinar un eventual pago de ellos. Este sistema es revisado por el Comité de Directores de Ripley Corp y en el caso de los ejecutivos de los bancos tanto en Chile como en Perú, es aprobado por el Comité de Compensaciones y el directorio.

Propiedad y Control

Antecedentes legales de la sociedad

Ripley Corp S.A. fue constituida en la ciudad de Santiago mediante escritura pública con fecha 6 de diciembre de 2004, otorgada ante el Notario Público Titular de Santiago don Eduardo Avello Concha. Un extracto fue inscrito a fojas 40.403, Nº 30.056 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago de 2004 y publicado en el Diario Oficial de fecha 20 de diciembre del mismo año.

En conformidad a la ley Nº 18.046, Ripley Corp S.A. es una sociedad anónima abierta, inscrita en el Registro de Valores bajo el Nº 900 y sujeta a la fiscalización de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

Su objeto es la inversión de capitales en toda clase de bienes muebles, corporales e incorporales, tales como acciones, promesas u opciones de acciones, bonos y debentures, planes de ahorro, cuotas o derechos en todo tipo de sociedades, ya sean comerciales o civiles, comunidades o asociaciones y en toda clase de títulos o valores mobiliarios; la adquisición, enajenación y explotación de toda clase de bienes inmuebles, sean bienes rústicos o urbanos, la construcción en ellos, sea por cuenta propia o ajena, y su explotación en cualquier forma, ya sea directamente o a través de terceros; la constitución de sociedades o asociaciones de cualquier tipo y el ingreso a ellas, sea en calidad de socio o accionista, su modificación y la administración de las mismas; la administración de las inversiones referidas precedentemente y la percepción de sus frutos o rentas; y la compraventa, importación, exportación, distribución, consignación, representación o intermediación en relación con cualquiera clase de bienes

Accionistas e información bursátil

Ripley Corp posee 736 accionistas según la información entregada por el DCV al cierre del periodo 2023. El accionista principal y controlado de Ripley Corp S.A. es la sociedad Inversiones R Matriz Limitada la que es dueña de un 42,8354% de las acciones en que se divide el capital de Ripley Corp S.A. Por su parte, los dueños y controladores de Inversiones R Matriz Limitada son los hermanos Andrés Calderón Volochinsky, Lázaro Calderón Volochinsky y Michel Calderón Volochinsky (conjuntamente los "Hermanos Calderón Volochinsky"). En consecuencia, los Hermanos Calderón Volochinsky son dueños directa e indirectamente del 42,8354% de las acciones de Ripley Corp S.A., en conformidad con la siguiente tabla:

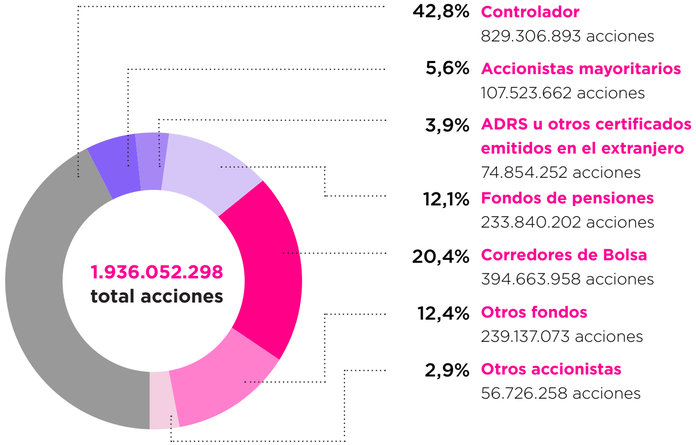
Personas naturales

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%
Total Hermanos Calderón Volonchinsky		829.306.893	42,832%
Total acciones Ripley Corp		1.936.052.298	100%

Personas jurídicas

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

Participación porcentual de los accionistas



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.

Principales accionistas de Ripley Corp

(Al 31 de diciembre de 2023)

Nombre o razón social	Rut	DV	Acciones	Porcentajes
Inversiones R Matriz Limitada	87.163.400	9	829.306.893	42,8%
Banchile Corredores De Bolsa S A	96.571.220	8	102.363.521	5,3%
Bci C De B S A	96.519.800	8	59.740.261	3,1%
AFP Habitat S A para Fondo Pensión C	98.000.100	8	58.910.218	3,0%
Compass Small Cap Chile Fondo De Inversion	96.804.330	7	47.794.171	2,5%
Bolsa de Comercio de Santiago Bolsa de Valores	90.249.000	0	38.048.018	2,0%
BTG Pactual Small Cap Chile Fondo de Inversión (Cta. Nueva)	96.966.250	7	37.926.798	2.0%
Banco Santander por Cuenta de Inv. Extranjeros	97.036.000	k	36.576.774	1,9%
CK EMC SPA	77.384.262	0	35.841.221	1,9%
Pck Spa	77.379.825	7	35.841.221	1,9%
Dck Spa	77.384.263	9	35.841.220	1,9%

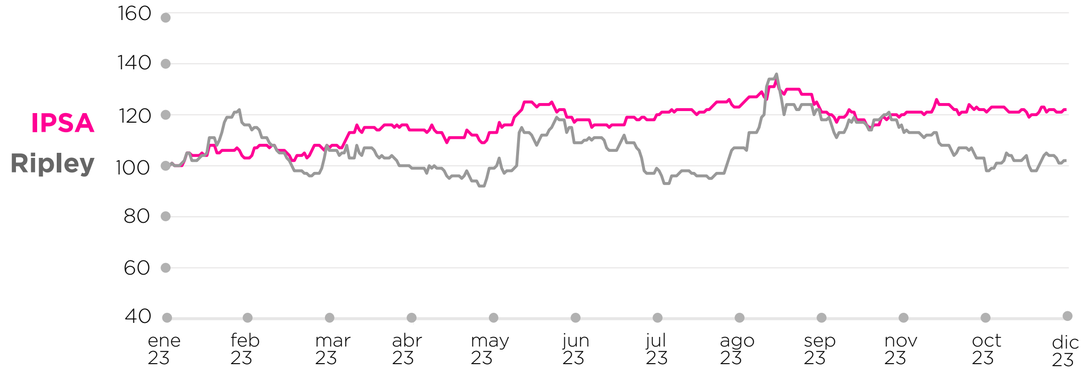
Verónica Calderón Volochinsky a través de la sociedad Inversiones Verónica Berta Calderón EIRL, es dueña de 77.408.607 acciones de Ripley Corp S.A., y en conjunto con los Hermanos Calderón Volochinsky, posee más del 10% del capital de la sociedad.

Según el registro de accionistas, ninguna persona natural o jurídica tiene un 10% o más del capital de la sociedad. La empresa no cuenta con conocimiento de eventuales acuerdos de actuación conjunta entre diferentes accionistas que les permitan designar a lo menos un miembro del Directorio.

Transacciones en bolsa

La acción de Ripley Corp se transa en la Bolsa de Comercio de Santiago y en la Bolsa Electrónica de Chile bajo el nemotécnico RIPLEY. La sociedad cuenta solo con una misma y única serie de acciones.

Evolución del Precio de la acción de Ripley versus el IPSA



Resumen de las transacciones, desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2023, por trimestre:

Resumen 2023				
Trimestre	N° de acciones	Monto (M$)	Precio Promedio ($)	Presencia Bursátil (%)
1º	172.148.815	28.571.540	164,5	100
2º	214.530.210	33.800.229	156,6	100
3º	232.182.829	41.509.852	178,1	100
4º	148.070.480	23.690.671	159,9	100

Resumen 2022				
Trimestre	N° de acciones	Monto (M$)	Precio Promedio ($)	Presencia Bursátil (%)
1º	228.985.072	33.472	145,1	100
2º	834.834.430	125.544	141,9	100
3º	806.873.032	121.380	149,1	100
4º	207.978.556	30.926	148,1	100

Política y pago de Dividendos

La política de distribución de utilidades de la sociedad considera repartir dividendos mínimos obligatorios establecidos por los estatutos y la ley, los que serán pagados en las fechas que se determinen, destinando el saldo a la constitución o incremento de reservas para futuros dividendos. Cuando exista disponibilidad de caja y la marcha de los negocios lo permitan, el Directorio podrá acordar la distribución de dividendos provisorios a ser repartidas durante el último trimestre del respectivo periodo, con cargo a las utilidades del ejercicio.

Dividendos

Tipo de dividendo	Fecha de pago	$/Acción	Con cargo a la utilidad del año
Definitivo eventual	Mayo 2023	20.00	2023
Definitivo	Mayo 2022	5,00	2021
Provisorio	Diciembre 2021	14,00	2021
Definitivo	Mayo 2020	11,37	2019

No se registran dividendos pagados con cargo a la utilidad del año 2020 ni del año 2022

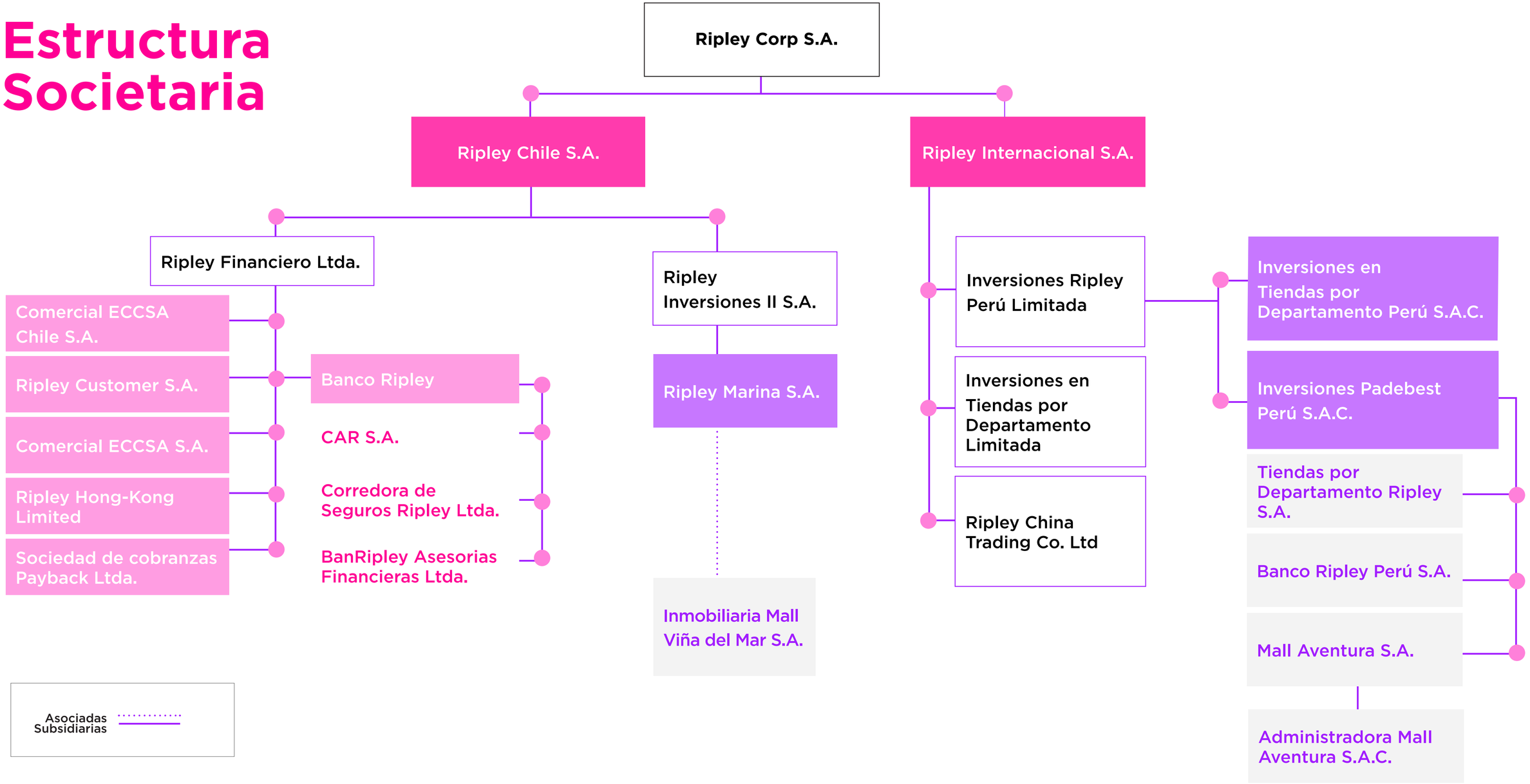
Otros Valores: Emisiones de bonos

La información de nuestros bonos en circulación se proporciona en la siguiente tabla:

Emisor	Nombre	Fecha de emisión	Moneda	Monto	Tasa	Fecha de vencimiento
Ripley Corp S.A.	Bono 2017 – Serie F	12-01-2017	UF	2.000.000	2,8%	15-10-2037
Ripley Corp S.A.	Bono 2017 – Serie J	30-11-2017	UF	2.000.000	3,4%	01-09-2038
Ripley Corp S.A.	Bono 2017 – Serie K	4-02-2017	UF	2.000.000	3,1%	15-06-2025



Estructura Societaria



Filiales y coligadas

*No se registran variaciones durante el último ejercicio en los porcentaje departicipación 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.	Inversiones en Tiendas por Departamento Limitada	Inversiones Ripley Perú Limitada	Ripley Chile S.A.
Naturaleza Jurídica:	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Socieda d de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Cerrada
RUT:	83.382.700-6	77.032.236-7	77.604.813-5	78.906.680-9	78.895.760-2	78.895.760-2
Capital Suscrito y Pagado (M$):	768.994.112	221.841	31.811.120	6.045.303	6.078.985	603.537.156
% Participación Total:	100,00%	50,00%	100,00%	99,75%	99,75%	100,00%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz:	20,58%	0,01%	0,85%	0,16%	0,16%	16,15%
Variación porcentual ocurrida durante el último ejercicio:	-	-	-	-	-	-
Total Patrimonio de la filial M$:	788.177.554	2.141.531	127.471.651	128.513.766	130.090.990	666.219.730
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	N/A	Hernán Uribe Gabler, Sergio Hidalgo Herazo, Alejandro Fridman Pirozansky, Laurence Golborne Riveros y Débora Calderón Kohon (gerentes)
Gerentes/ Administradores:	Alejandro Fridman Pirozansky	Alejandro Fridman Pirozansky	Alejandro Fridman Pirozansky	Ripley Internacional S.A.	Ripley Internacional S.A.	Sergio Hidalgo Herazo
Objeto Social:	Grandes tiendas	Grandes tiendas	Inversiones inmobiliarias	Inversiones	Inversiones	Inversiones
Dirección:	Alonso de Córdova 5320, piso 9, Las Condes.	Antonia López de Bello 172, oficina 203, Recoleta	Estado 91 piso 3, Santiago	Huérfanos 1052, piso 4°, Santiago.	Huérfanos 1052, piso 4°, Santiago.	Huérfanos 1052, piso 4°, Santiago.

Razón Social:	Ripley Financiero Limitada	Ripley Internacional S.A.	Ripley Inversiones II S.A.	Ripley Customer SPA	Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A.	Banco Ripley Perú S.A.
Naturaleza Jurídica:	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad por acciones	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Bancaria
RUT:	99.531.200-K	99.560.960-6	76.729.915-K	77.009.463-1	96.863.570-0	20259702411
Capital Suscrito y Pagado (M$):	654.450.790	61.689.667	200.897.000	1.000	26.102.080	97.882.282
% Participación Total:	100,00%	99,95%	99,99%	100,00%	50,00%	100,00%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz:	17,52%	1,65%	5,38%	0,00%	0,07%	2,62%
Variación porcentual ocurrida durante el último ejercicio:	-	-	-	-	-	-
Total Patrimonio de la filial M$:	802.352.503	280.801.179	470.039.058	1.184.867	233.636.935	91.765.961
Directorio:	N/A	Mauricio San Miguel, Sergio Hidalgo Herazo y Hernán Uribe Gablera	Mauricio San Miguel, Sergio Hidalgo Herazo y Hernán Uribe Gabler	N/A	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)	Sergio Hidalgo Herazo; Sergio Roberto Barboza Beraun; Hernán Uribe Gabler Lázaro Calderón Volochinsky; Alejandro Subelman
Gerentes /Administradores:	Ripley Corp S.A.	Sergio Hidalgo Herazo	Sergio Hidalgo Herazo	Ripley Financiero Limitada	Sergio Novoa Balmaceda	Paul Fiedler Vásquez Mejía
Objeto Social:	Inversiones	Inversiones	Inversiones	Servicios de desarrollo de aplicaciones informáticas y digitales	Administración y explotación de bienes inmuebles	Bancario
Dirección:	Huérfanos 1052, piso 4°, Santiago	Antonia López de Bello 172, oficina 203, Recoleta.	Antonia López de Bello 172, oficina 203, Recoleta.	Antonia López de Bello 172, oficina 203, Recoleta.	Av. Libertad Nº 1348, Viña del Mar.	Av. Paseo de la República Nº 3118 Lima, San Isidro

Razón social:	Inversiones en Tiendas por Departamento Perú S.A.C.	Inversiones Padebest Perú S.A.C.	Tiendas por Departamento Ripley S.A.C. (Perú)	Mall Aventura S.A. (Perú)	Administradora Mall Aventura S.A.C. (Perú)	Sociedad de Cobranzas Payback Limitada	Banco Ripley
Naturaleza Jurídica:	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad Anónima	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Bancaria (Especial)
RUT:	20503615356	20503615518	20337564373	2060131505	20608642103	77.360.390-1	97.947.000-2
Capital Suscrito y Pagado (M$):	4.743	81.455.133	200.270.671	129.020.309	831.294	2.376.026	181.185.334
% Participación Total:	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz:	0,0001%	2,18%	5,36%	3,45%	0,02%	0,06%	4,85%
Variación porcentual ocurrida durante el último ejercicio:	-	-	-	-	-	-	-
Total Patrimonio de la filial M$:	4.673	514.882.886	127.498.670	281.065.330	1.072.822	-7.891.379	215.928.593
Directorio:	N/A	N/A	N/A	Andrés Calderón, Michel Calderón, Hernán Uribe, Laurence Golborne, Sergio Collarte, Cristian Muñoz, Drago Kisic	N/A	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
Gerentes/ Administradores:	Hernán Uribe Gabler	Hernán Uribe Gabler	Rodrigo Guajardo	Administradora Mall Aventura S.A.C.	Ernesto Javier Postigo Ballón	Ripley Financiero Limitada	Alejandro Subelman Alcalay
Objeto Social:	Inversiones	Inversiones	Tiendas por departamento	Inmobiliario	Servicios	Prestación servicios profesionales, administrativos y de cobranzas	Bancario
Dirección:	Calle. Las Begonias Nro. 545 Lima, San Isidro	Calle. Las Begonias Nro. 545 Lima, San Isidro	Calle. Las Begonias Nro. 545 Lima, San Isidro	Jr. Minería 122 Santa Anita, Lima, Lima	Jr. Minería 122 Santa Anita, Lima, Lima.	Huérfanos 1052, piso 4, Santiago	Alonso de Córdova N° 5320, piso 12, Las Condes

Razón Social:	Banripley Asesorías Financieras Limitada	Car S.A.	Corredora de Seguros Ripley Limitada	Ripley China Trading Co., Ltd	Ripley Hong Kong Limited
Naturaleza Jurídica:	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Sociedad Anónima Cerrada	Sociedad de Responsabilidad Limitada	Wfoe	Sociedad de Responsabilidad Limitada
RUT:	76.493.790-2	83.187.800-2	77.472.420-6	O-E	O-E
Capital Suscrito y Pagado (M$):	15.000	140.000.000	21.015.106	0	4.986.820
% Participación Total:	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
% de la inversión sobre el activo total de la matriz:	0,0004%	3,75%	0,56%	0,00%	0,13%
Variación porcentual ocurrida durante el último ejercicio:	-	-	-	-	-
Total Patrimonio de la filial M$:	-101.779	127.074.642	23.017.822	0	-3.067.720
Directorio:	N/A	Lázaro Calderón Volochinsky (presidente); Sergio Hidalgo Herazo; Hernán Uribe Gabler; Alejandro Fridman Pirozansky; Alejandro Subelman Alcalay	N/A	N/A	N/A
Gerentes/Administradores:	Christian González Salazar (S)	Christian González Salazar	Pablo Melys Parera	Tomás Vicente Sottovia	Tomás Vicente Sottovia
Objeto Social:	Asesoría Financiera	Emisora y operadora de tarjetas de crédito	Corredora de seguros	Control de calidad, relación con proveedores y exportaciones	Importaciones y exportaciones
Dirección:	Estado 91, piso 2, Santiago	Alonso de Córdova N° 5320, piso 10, Las Condes	Alonso de Córdova N° 5320, piso 11, Las Condes	Room 6006, 6/F, No.399 North Fute Road, Free Trade Zone, Shanghai, P.R.C.	1004, Goldin Financial Global Center, 17 Ka Cheung Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong

Transparencia y gestión responsable

En Ripley Corp trabajamos de manera constante por construir y fortalecer una organización confiable y segura, consciente de la responsabilidad que le cabe en aquellos territorios donde su operación puede generar un impacto. Así, se exige a quienes trabajan en la empresa que su desempeño se ajuste a valores fundamentales y que, a través de su dedicación, busquen lograr resultados de forma justa, transparente, ética y legal.

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.

En Chile el retail es fiscalizado por el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), institución pública responsable de velar por el cumplimiento de las disposiciones de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores. Respecto a esta misma normativa, el Banco Ripley y sus filiales han implementado un programa cuyo objetivo es prevenir eventuales incumplimientos y que contempla crear una política y matriz de riesgo, estableciendo las distintas obligaciones a las que se ve expuesto en materia de derechos del consumidor, 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. Además, se recibieron 162 demandas de tutela , y recibieron 31 sentencias laborales por un monto de $90,9 millones. Por otra parte, en Perú el grupo recibió 56 condenas en el marco de INDECOPI y MINJUS, lo que se tradujo en multas pagadas por $217 millones. Además se recibieron 107 sentencias laborales por un monto de $628 millones.

En Perú, Banco Ripley y sus empresas relacionadas se encuentran sujetas a la fiscalización de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. La industria del retail, en tanto, es regulada por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, INDECOPI, según Ley N° 29.571, correspondiente al Código de Protección y Defensa del Consumidor.

La compañía opera con protocolos para controlar y mitigar eventuales hechos que puedan alterar la transparencia de la información y gestión ética. Una de las principales herramientas en tal sentido es el Código de Ética, norma interna que aglutina los procedimientos y principios básicos que deben guiar las conductas del principal activo de la organización: las personas que integran los diferentes equipos de trabajo. El objetivo de alcanzar el éxito demostrando que los productos y servicios que se entregan bajo la marca Ripley se fundamentan en la honestidad, el respeto, la lealtad, la integridad, la responsabilidad y el profesionalismo.

También se cuenta con un Canal de Denuncias que puede ser utilizado por colaboradores, clientes, proveedores y/o terceros, permitiendo conocer y cuantificar posibles brechas de los protocolos éticos y de transparencia, y sobre dicha base, reaccionar desarrollando mejoras continuas.

Adicionalmente, como una respuesta formal a la necesidad de abordar estos temas, operan 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 y adhesión a los Principios Rectores de Naciones Unidas, aunque la empresa no ha elaborado un compromiso político especifico o adhesión formal al respecto, tiene pleno respeto por los derechos laborales en todas las operaciones, procurando generar lugares de trabajo seguros, saludables y donde predomine el espíritu de equipo.

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.



Gestión ética y cumplimiento normativo

En materia de cumplimiento legal y normativo, Ripley Corp estableció un Plan Corporativo de Cumplimiento, cuyo enfoque de gestión abarca las principales iniciativas, responsabilidades y planes para cada año en estas temáticas.

Entre las principales políticas o procedimientos implementados destacan el Código de Ética, el Modelo de Prevención de Delitos, la Política General de Cumplimiento, la Política de Cumplimento de la Ley de Protección al Consumidor y las respectivas matrices de riesgo. También se aplica un Plan de Difusión de la Normativa Interna, enfocado en el cumplimiento, la prevención de lavado de activos y financiamientos del terrorismo, así como la ética e integridad, en función de un modelo basado en las directrices indicadas por la Ley 20.393.

A lo largo de 2023, la empresa avanzó en la implementación de la Política de Cumplimiento de Libre Competencia y Proyección de Datos, que considera la identificación de obligaciones, identificación de riesgos y revisión de controles; el levantamiento de matriz legal y de controles en cuanto a normativa financiera, normas comunes a toda la compañía y la designación de encargados de cumplimiento por área; y la actualización de Políticas de Cumplimiento, incluyendo la Política General de Cumplimiento, Política del Modelo de Prevención de Delitos, Política de Cumplimiento LPC y la matriz de riesgos.

También se realizaron actividades transversales, incluyendo capacitaciones enfocadas en la formación de áreas centrales, e-learning y procesos de inducción, y un seguimiento al proceso de certificación MPD relativo a los delitos originalmente contemplados en la citada Ley N° 20.393, más aquellos anticorrupción de la Ley N°21.121.

En el marco de la Ley N°19.496, Banco Ripley y sus filiales han implementado un programa específico para la protección de los derechos de los consumidores, cuyo objetivo es prevenir posibles incumplimientos de la normativa vigente. Para ello, se ha desarrollado una política y una matriz de riesgos que identifican las diversas obligaciones a las que el banco está sujeto, evalúan los riesgos asociados a cada una y establecen los controles necesarios para su cumplimiento. Este enfoque refleja el compromiso de la organización con la transparencia y el respeto a los derechos de los consumidores.

Por su lado en materia medioambiental, si bien no existen modelos formales de programas de cumplimiento ambientales, la compañía vela por el cumplimiento irrestricto de la regulación y normativa vigente en todos los países donde opera.

Semana Cumplimiento

Por segundo año consecutivo se llevó a cabo esta iniciativa a través de la cual se difunden cápsulas informativas y se realizan ejercicios diarios sobre temas relacionados al Sistema de Cumplimiento de Banco Ripley y sus filiales. El propósito es que todos los colaboradores manejen definiciones clave que deben tener en cuenta en su día a día.

6% de la dotación
participó en esta actividad

92%
promedio de respuestas correctas

Temas difundidos:

- Función del Área de Cumplimiento.
- Encargado de Prevención de Delitos y Oficial de Cumplimiento.
- ¿Qué se debe hacer si se reciben invitaciones, viajes y/o regalos?
- Revisión de delitos de la Ley 20.393.
- Canal de Denuncias.
- Relacionamiento con funcionarios públicos.
- Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.

Barómetro de Valores

En conjunto con Fundación Generación Empresarial, la empresa aplica un Barómetro de Valores e Integridad Organizacional

(BVIO), que consiste en una encuesta para medir la cultura ética y de cumplimiento en las empresas.

Principales Resultados 2023

45%
de los colaboradores respondieron la encuesta

76%
se siente identificado con los valores del banco.

88%
considera que se respeta la libertad sindical.

Capacitaciones

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

Principales Resultados 2023

72% Banco Chile
95% Banco Perú
del total de colaboradores nuevo fue capacitado o pasó por el proceso de inducción en 2023.

99% Banco Chile
97% Banco Perú
del total de colaboradoresactivo realizó un curso de e-learning o taller presencial.

Modelo de prevención del delito

Ripley Retail cuenta con un modelo preventivo de riesgos éticos, con 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 y refleja el compromiso de la empresa para evitar la comisión de delitos, de acuerdo con la Ley N° 20.393. Cualquier colaborador que incumpla con las normas, ya sean legales o de la compañía, no sólo está yendo en contra de la cultura de integridad y cumplimiento de Ripley, sino que también podría enfrentar sanciones penales, incluyendo posibles condenas de cárcel.

Para alcanzar estos objetivos, hemos implementado una serie de controles asociados a actividades potencialmente riesgosas con el fin de prevenir y detectar oportunamente posibles irregularidades. Este modelo integral incluye políticas y procedimientos específicos, como el Código de Ética, la Política de Donaciones, la Política de Conflictos de Interés, la Política de Reunión con Funcionarios Públicos y Procedimientos de Debida Diligencia, entre otros. Estas medidas buscan asegurar que todas las actividades de la empresa estén alineadas con estándares éticos y legales.

Por su lado, Banco Ripley y sus filiales, aplican un Modelo de Prevención del Delito evaluado, auditado y certificado por BH Compliance. Se enfoca en establecer controles en distintos procedimientos para prevenir y detectar incumplimientos regulatorios que pudiesen acarrear responsabilidad penal de la entidad. Esta herramienta se audita todos los años. Durante 2023 no se recibieron denuncias al respecto.

El banco también considera 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 apoyan la prevención de riesgos, resaltando las de Cumplimiento, Riesgo Operacional y de Lavado de Activos. El área de Auditoría, a su vez, vela de forma periódica por el correcto funcionamiento de estos controles y procesos.

En esa línea, y durante este período, en Ripley Corp hemos concentrado esfuerzos en fortalecer las medidas de prevención de delitos. Se ha aprobado e implementado un nuevo modelo de prevención en Ripley Corp y Banco Ripley Perú, sumándose así al existente en Banco Ripley Chile. Además, se ha logrado la inclusión del negocio Mall Aventura en el Canal de Denuncias de Ripley, reforzando aún más nuestros mecanismos para garantizar la integridad y seguridad en todas las operaciones de la compañía.

Implementación total modelo Prevención del Delito en Chile y Perú

La Política del Modelo de Prevención de Delitos contiene los principios y lineamientos generales sobre los cuales se estructura el Modelo de Prevención de Delitos de Ripley Corp. Su objetivo es prevenir y anticipar la materialización de los delitos establecidos en la Ley Nº20.393 sobre Responsabilidad Penal de la Persona Jurídica, asegurando la estructura organizacional, los recursos, políticas, procesos y procedimientos que permitan prevenir el cohecho a funcionario público nacional y extranjero, receptación, lavado de activos, financiamiento del terrorismo, corrupción entre particulares, administración desleal, negociación incompatible y apropiación indebida, entre otros delitos.

Estos protocolos se encuentran certificados y auditados por la consultora BH Compliance. La última recertificación se realizó en diciembre de 2023.

Transparencia comercial y en cláusulas de contrato

Como sociedad anónima abierta que desarrolla su negocio en el sector retail y financiero, Ripley Corp está sujeta a la fiscalización de la CMF. Además, debe cumplir las disposiciones de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, respecto a lo cual se ha implementado un programa cuyo objetivo es prevenir eventuales incumplimientos y que contempla crear una política y matriz de riesgo, estableciendo las distintas obligaciones a las que la compañía se ve expuesta en materia de derechos del consumidor, sus respectivos riesgos y los controles establecidos al efecto.

También abordamos la transparencia comercial a través de nuestro programa “Corta y Clara” en educación financiera. Este programa se centra en proporcionar información clara y comprensible sobre conceptos financieros, prevención de fraudes y economía cotidiana. Algunas de las iniciativas incluyen la publicación de videos explicativos en redes sociales, envío de correos electrónicos mensuales sobre fraudes y la realización de talleres de educación financiera en alianza con instituciones educativas como el instituto DUOC.

Estas acciones demuestran un compromiso proactivo con la educación financiera, lo que contribuye a empoderar a los clientes con conocimientos que les permiten tomar decisiones informadas y evitar prácticas comerciales no éticas. La transparencia se promueve al proporcionar información clara y al alertar sobre posibles fraudes, contribuyendo así a una relación más ética y sólida con los clientes.

Canal de denuncias

La empresa dispone de un canal interno de denuncias, dispuesto en la Intranet, que permite a cualquier colaborador comunicar 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 Ética.

Nuestro canal de denuncias está disponible para todos los grupos de interés, permitiendo tanto denuncias internas como externas, garantiza el anonimato del denunciante, permite al denunciante conocer el estado de su denuncia y permite denunciar casos como de acoso laboral y sexual, conflicto de interés y cualquier otro que vaya en contra de los valores y el código de ética de la compañía. Las denuncias son revisadas Comité de Denuncias que resuelve las investigaciones mediante un enfoque estructurado y responsable para abordar estas cuestiones éticas. Esta medida fortalece la integridad y la cultura ética dentro de la organización.

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

La administración del canal está en manos de la Fundación Generación Empresarial, que actúa en forma independiente de Ripley, siendo el Comité de Denuncias quien revisa y gestiona las denuncias ingresadas. Toda la información recibida por este medio es evaluada e investigada en profundidad hasta llegar a una resolución.

El Comité de Denuncias sesiona en forma trimestral, y en dicha instancia se revisan las estadísticas generales de las denuncias y se hace seguimiento de aquellas que quedaron con alguna diligencia o compromiso pendiente y se revisan los cierres de las denuncias y asimismo se reporta al Comité de Ética, como máximo órgano de reporte.

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

Conoce más sobre nuestro Canal de Denuncias aquí.

Incorporación de Mall Aventura en el Canal de Denuncia

Ahora, todas las unidades de negocios de Ripley Corp cuentan con un mecanismo único y estandarizado, que permite a las personas, tanto colaboradores como externos, informar de manera confidencial cualquier hecho que consideren que puede generar un conflicto ético. Este sistema proporciona un canal seguro para reportar posibles irregularidades.

Total de denuncias	Total 2023
Denuncias recibidas	93

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 personas relacionadas o actividades comerciales	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%

Gestión de riesgos

Estructura y políticas

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.

Frente a esta realidad, los negocios de Ripley Corp 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 y peruano, así como sus cambios regulatorios.

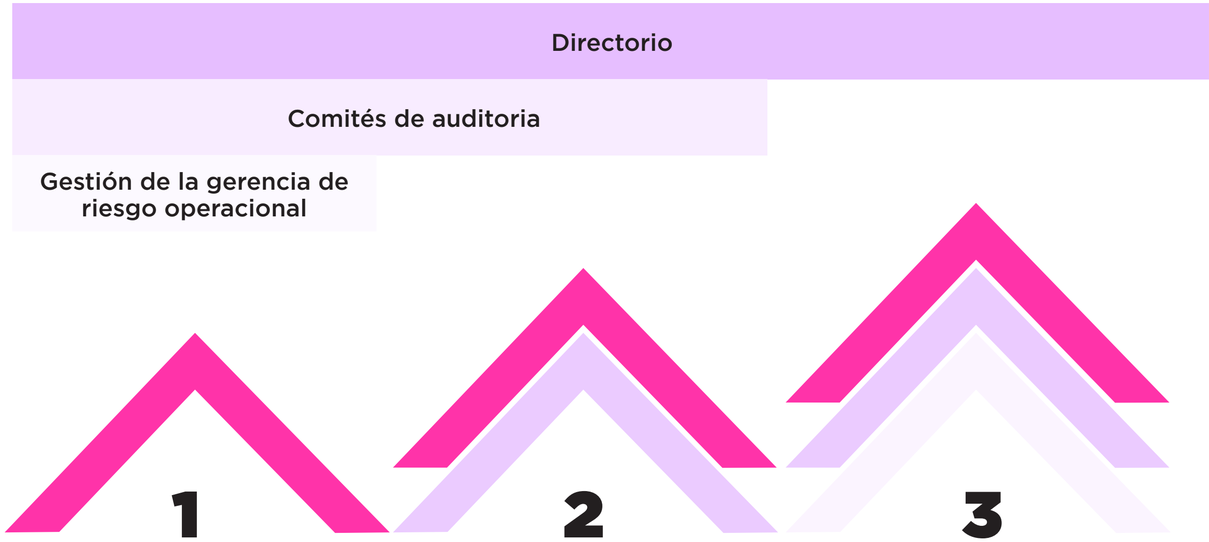
La gestión integral del riesgo en la organización se basa en un marco sostenido en políticas y metodologías con sus correspondientes manuales y procedimientos, los que exigen un constante monitoreo. Existen comités (de Riesgo de Crédito, Operacional, Financiero) conformados por miembros de la administración y directores, que tienen subcomités asociados y que responden al Directorio de cada negocio, siendo regulados por las instancias correspondientes de cada país (CMF en Chile y SBS en Perú). 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 riesgo operacional, en particular, es transversal a Ripley Corp, entendido como aquel asociado a pérdidas resultantes de la falta de adecuación o fallas en los procesos, personas y sistemas internos, o bien, de eventos externos (naturales, de fraude, y otros). Esta definición incluye el riesgo legal y el reputacional. La ciberseguridad y seguridad de la información, en tanto, han ido tomando cada vez más protagonismo en la gestión del riesgo operacional, mientras se siguen gestionando los riesgos en procesos, los servicios de proveedores, la continuidad de negocios y el fraude transaccional e interno.

Los bancos cuentan 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.

3 lineas 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, se mantiene como buena práctica el modelo de las 3 líneas, que proporciona una estructura efectiva para mejorar el control y comunicación de los riesgos existentes en el negocio y define funciones específicas, según lo descrito a continuación:



Unidades de negocios y áreas de apoyo

Son responsables de la identificación de los riesgos inherentes para los procesos que están bajo su gestión; definen planes de acción para mitigar los riesgos asociados a esos procesos; asumen los riesgos dentro de los límites asignados de exposición y son las responsables de identificar, evaluar y controlar los riesgos de sus actividades.

Gestión de la gerencia de riesgo

Corresponde a la gestión, la definición de las políticas y procedimientos y la supervisión de los riesgos, controles y cumplimientos. Monitorea la implementación de prácticas efectivas de gestión de riesgos por parte de la primera línea y los asiste en el cumplimiento del objetivo de exposición al riesgo. Además, monitorea diversos riesgos específicos sobre cumplimiento normativo, para luego reportar a la alta dirección y a los organismos de gobierno correspondientes.

Contraloría

Es la función de auditoría que evalúa de forma independiente la eficacia de los procesos creados en la primera y segunda línea de defensa, y revisa de forma independiente los riesgos y medidas de protección en las actividades operativas, políticas y los controles.

Directrices generales sobre las políticas de gestión de riesgos

En Ripley Corp, 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: Los riesgos relacionados con las transacciones de productos financieros o medios 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, de 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 manera que a partir de su misma experiencia sea posible evitar los fraudes. 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 productos

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 riegos 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, eescenarios 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 Corp, 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.

Desde el 7 de diciembre de 2022, Dina Boluarte Zegarra ejerce como presidenta de la República del Perú, por sucesión constitucional, tras ser aprobada la tercera moción de vacancia presidencial contra Pedro Castillo por parte del Congreso peruano, a consecuencia de un intento de autogolpe horas antes Es la primera mujer que ocupa la presidencia del país.

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, soles peruanos, 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

Tanto la moneda chilena como la peruana están sujetas 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. Asimismo, por la adopción de la normativa NIIF16, y de cara a los contratos de arrendamiento de largo plazo en dólares en los segmentos retail e inmobiliario en Perú, se generan fluctuaciones cambiarias en función al movimiento del sol respecto al dólar de Estados Unidos. Al ser un impacto contable, la empresa ha decidido no cubrir esta exposición.

Riesgo de competencia

Las actividades de Ripley Corp 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 y Perú, 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 perdidas 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

Colaboradores comprometidos



Gestión de personas

Demografía de nuestros colaboradores

Los equipos de trabajo en Ripley Corp 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.

18.991 Personas son parte de Ripley Corp

14.885 Colaboradores en Retail Chile y Perú

3.991 Colaboradores en Banco Ripley Chile y Perú

12.529 Colaboradores que son parte de Ripley Chile (Retail y Banco)

6.347 Colaboradores en Ripley Perú (Retail y Banco)

115 Colaboradores en Mall Aventura

11.165 Mujeres

7.826 Hombres

58,8% Mujeres

41,2% Hombres



Colaboradores por tipo de contrato y jornada laboral

	Mujeres	Hombres	Total
Total de colaboradores	11.165	7.826	18.991
Total de colaboradores contrato de trabajo indefinido	10.377	7.313	17.690
Total de colaboradores con contrato de trabajo por un periodo limitado	788	513	1.301
Número de colaboradores a tiempo completo	7.668	6.474	14.142
Número de colaboradores a tiempo parcial	3.497	1.352	4.849
Porcentaje de colaboradores contrato de trabajo indefinido	92,9%	93,4%	93,1%
Porcentaje de colaboradores con contrato de trabajo por un periodo limitado	7,1%	6,6%	6,9%
Porcentaje de colaboradores a tiempo completo	68,7%	82,7%	74,5%
Porcentaje de colaboradores a tiempo parcial	31,3%	17,3%	25,5%

No se registran colaboradores con pactos de adaptabilidad por responsabilidades familiares.

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

Total de colaboradores para cada segmento de negocio

	Mujeres	Hombres	Total
Banco	2.253	1.738	3.991
Retail	8.839	6.046	14.885
Inmobiliaria	73	42	115
Total	**11.165**	**7.826**	**18.991**

Total de colaboradores por país

Chile	7.695	4.792	12.487
Perú	3.442	3.018	6.460
Hong Kong	26	16	42
Otros	2	0	2
Total	**11.165**	**7.826**	**18.991**

Colaboradores por categoría de cargo*

Alta Gerencia	0	11	11
Gerencia	238	320	558
Jefatura	797	893	1.690
Operario	150	832	982
Fuerza de Venta	7.896	3.164	11.060
Administrativo	866	1.024	1.890
Otros Profesionales	1.218	1.582	2.800
Total	**11.165**	**7.826**	**18.991**

* No se registran colaboradores para el cargo de Otros Técnicos

Colaboradores cubiertos por convenios de negociación colectiva

	Total
Chile	9.378
Perú	1.084
Total	**10.462**

% de colaboradores cubiertos por convenios de negociación colectiva

	Total
Chile	75,1%
Perú	16,8%
Total	**55,1%**

Brecha Salarial*

	Mediana	Media
Alta Gerencia	N/A	N/A
Gerencia	79,8%	83,5%
Jefatura	89,0%	102,4%
Operario	100,4%	100,3%
Fuerza de Venta	87,2%	94,8%
Administrativo	110,9%	94,8%
Otros Profesionales	87,2%	83,6%

* Brecha salarial medida como el porcentaje que el salario bruto de las mujeres representa respecto del salario bruto de los hombres para cada categoría de funciones.

Colaboradores por nacionalidad

		Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	Chilena	0	9	9
	Peruana	0	2	2
	Total	**0**	**11**	**11**
Gerencia	Chilena	130	188	318
	Peruana	101	123	224
	Argelina	0	1	1
	Argentina	0	2	2
	Brasileña	1	1	2
	Colombiana	2	0	2
	Española	1	1	2
	Finlandesa	1	0	1
	Francesa	0	1	1
	Mexicana	1	0	1
	Venezolana	1	3	4
	Total	**238**	**320**	**558**
Jefatura	Chilena	484	524	1.008
	Peruana	283	343	626
	Argentina	3	1	4
	Boliviana	3	0	3
	Colombiana	5	3	8
	Cubana	0	1	1
	Ecuatoriana	1	1	2
	China	3	4	7
	Venezolana	15	16	31
	Total	**797**	**893**	**1.690**
Operario	Chilena	111	463	574
	Peruana	36	353	389
	Boliviana	0	3	3
	China	0	1	1
	Ecuatoriana	1	0	1
	Haitiana	1	5	6
	Venezolana	1	7	8
	Total	**150**	**832**	**982**
Fuerza de venta	Chilena	5.045	1.472	6.517
	Peruana	2.560	1.624	4.184
	Argentina	11	1	12
	Boliviana	24	4	28
	Brasileña	3	2	5
	China	5	0	5
	Colombiana	45	8	53
	Costarricense	1	0	1
	Cubana	3	2	5
	Dominicana	2	0	2
	Ecuatoriana	13	5	18
	Española	1	0	1
	Estadounidense	1	0	1
	Haitiana	4	1	5
	Paraguaya	2	0	2
	Polaca	1	0	1
	Salvadoreña	0	1	1
	Uzbeka	1	0	1
	Venezolana	174	44	218
	Total	**7.896**	**3.164**	**11.060**
Administrativo	Chilena	707	878	1.585
	Peruana	83	99	182
	Alemana	1	0	1
	Argentina	1	0	1
	Boliviana	4	3	7
	Colombiana	12	8	20
	Cubana	0	2	2
	Dominicana	1	0	1
	Ecuatoriana	3	2	5
	Haitiana	0	3	3
	Uruguaya	1	0	1
	Venezolana	27	16	43
	Total	**866**	**1.024**	**1.890**
Otros profesionales	Chilena	680	1.003	1.683
	Peruana	452	497	949
	Alemana	1	-	1
	Argentina	2	3	5
	Boliviana	3	0	3
	Brasileña	1	2	3
	Britanica	1	0	1
	Colombiana	3	7	10
	Cubana	1	2	3
	Ecuatoriana	1	0	1
	Española	1	0	1
	Italiana	0	1	1
	Mexicana	0	1	1
	India	1	0	1
	Venezolana	69	64	133
	Total	**1.218**	**1.582**	**2.800**

Colaboradores por rango de edad

		Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	Menos de 30 años	0	0	0
	Entre 30 y 40 años	0	2	2
	Entre 41 y 50 años	0	5	5
	Entre 51 y 60 años	0	3	3
	Entre 61 y 70 años	0	1	1
	Más de 70 años	0	0	0
	Total	**0**	**11**	**11**
Gerencia	Menos de 30 años	2	0	2
	Entre 30 y 40 años	103	119	222
	Entre 41 y 50 años	103	134	237
	Entre 51 y 60 años	28	50	78
	Entre 61 y 70 años	2	14	16
	Más de 70 años	0	3	3
	Total	**238**	**320**	**558**
Jefatura	Menos de 30 años	66	87	153
	Entre 30 y 40 años	349	330	679
	Entre 41 y 50 años	269	293	564
	Entre 51 y 60 años	105	139	244
	Entre 61 y 70 años	8	42	50
	Más de 70 años	0	2	2
	Total	**797**	**893**	**1.690**
Operario	Menos de 30 años	31	268	299
	Entre 30 y 40 años	48	233	281
	Entre 41 y 50 años	33	166	199
	Entre 51 y 60 años	33	100	133
	Entre 61 y 70 años	5	57	62
	Más de 70 años	0	8	8
	Total	**150**	**832**	**982**

		Mujeres	Hombres	Total
Fuerza de Venta	Menos de 30 años	3.132	1.519	4.651
	Entre 30 y 40 años	2.260	895	3.155
	Entre 41 y 50 años	1.347	444	1.791
	Entre 51 y 60 años	869	227	1.096
	Entre 61 y 70 años	264	70	334
	Más de 70 años	26	7	33
	Total	**7.898**	**3.162**	**11.060**
Administrativo	Menos de 30 años	303	407	710
	Entre 30 y 40 años	284	274	558
	Entre 41 y 50 años	165	126	291
	Entre 51 y 60 años	87	132	219
	Entre 61 y 70 años	26	74	100
	Más de 70 años	1	11	12
	Total	**866**	**1.024**	**1.890**
Otros Profesionales	Menos de 30 años	381	383	764
	Entre 30 y 40 años	575	762	1.337
	Entre 41 y 50 años	199	278	477
	Entre 51 y 60 años	56	119	175
	Entre 61 y 70 años	7	37	44
	Más de 70 años	0	3	3
	Total	**1.218**	**1.582**	**2.800**



Colaboradores por antigüedad laboral

Alta Gerencia

	Mujeres	Hombres	Total
Menos de 3 años	0	3	3
Entre 3 y 6 años	0	1	1
Más de 6 y menos de 9 años	0	2	2
Entre 9 y 12 años	0	2	2
Más de 12 años	0	3	3
Total	**0**	**11**	**11**

Gerencia

Menos de 3 años	58	78	136
Entre 3 y 6 años	39	70	109
Más de 6 y menos de 9 años	24	33	57
Entre 9 y 12 años	34	41	75
Más de 12 años	83	98	181
Total	**238**	**320**	**558**

Jefatura

Menos de 3 años	163	215	378
Entre 3 y 6 años	162	160	322
Más de 6 y menos de 9 años	86	82	168
Entre 9 y 12 años	109	113	222
Más de 12 años	277	323	600
Total	**797**	**893**	**1.690**

Operario

Menos de 3 años	63	285	348
Entre 3 y 6 años	32	117	149
Más de 6 y menos de 9 años	5	65	70
Entre 9 y 12 años	21	90	111
Más de 12 años	29	275	304
Total	**150**	**832**	**982**

Fuerza de Venta

	Mujeres	Hombres	Total
Menos de 3 años	4.109	1.699	5.808
Entre 3 y 6 años	1.493	463	1.956
Más de 6 y menos de 9 años	763	266	1.029
Entre 9 y 12 años	832	258	1.090
Más de 12 años	699	478	1.177
Total	**7.896**	**3.164**	**11.060**



Administrativo

	Mujeres	Hombres	Total
Menos de 3 años	475	608	1.083
Entre 3 y 6 años	196	166	362
Más de 6 y menos de 9 años	54	56	110
Entre 9 y 12 años	76	75	151
Más de 12 años	65	119	184
Total	**866**	**1.024**	**1.890**

Otros Profesionales

Menos de 3 años	652	873	1.525
Entre 3 y 6 años	240	324	564
Más de 6 y menos de 9 años	88	92	180
Entre 9 y 12 años	95	109	204
Más de 12 años	143	184	327
Total	**1.218**	**1.582**	**2.800**

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.

1. Atracción de Talento
2. Aprendizaje y Formación
3. Desarrollo de Lideres
4. Gestión del Desempeño
5. Gestión del Clima Laboral

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

1.1 Inducción

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.

En Perú se repotenció este programa, haciéndolo 100% presencial para que sea una experiencia única y en Chile se comenzó a ejecutar una nueva inducción en nuestras tiendas con un 80% practica y un 20% teórico.

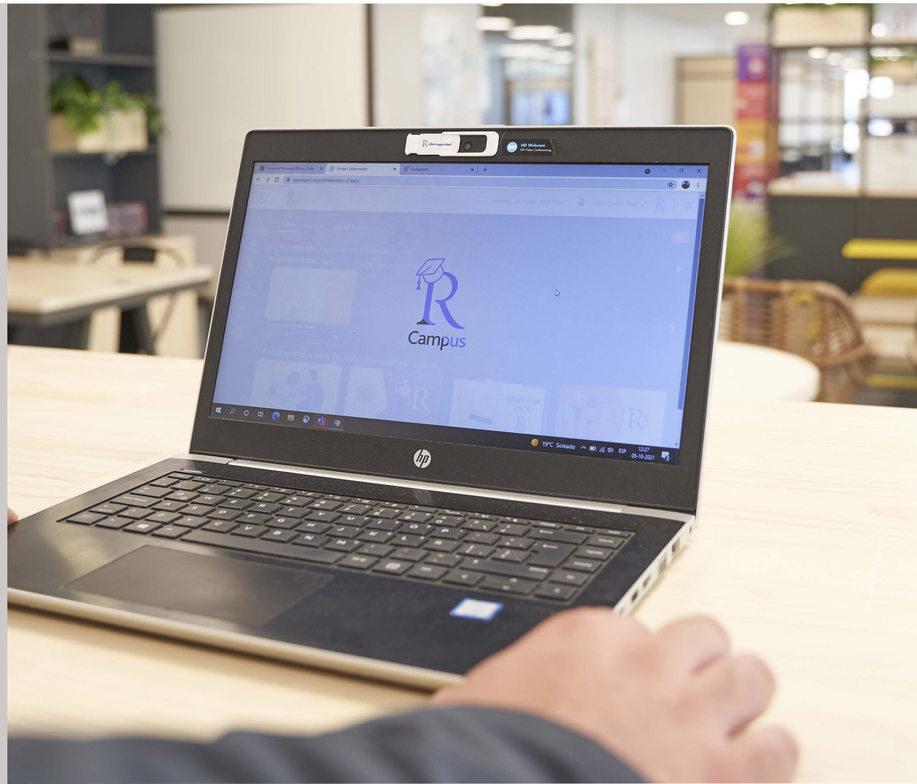
1.2 Programa de Experiencia al cliente y Productividad

El NPS es un indicador de alto valor en la Organización, ya que mide el nivel de recomendación de los clientes que nos visitan. Por ello, trabajamos para que nuestros colaboradores reconozcan la importancia de su actitud hacia el cliente y así movilizar este indicador.
En Perú, en el negocio Retail buscamos potenciar el desempeño de los cajeros en los indicadores clave (tiempo de atención, colocación productos financieros y amabilidad) y en el negocio Financiero el programa está dirigido a toda la fuerza de ventas y se miden los indicadores de colocación de tarjetas y venta de producto financieros.
En Chile implementamos el nuevo modelo de servicio ATRAE en todo el país, con el objetivo de que nuestros clientes vuelvan y estandarizar la forma de atención de nuestros colaboradores. Se a través de e-learning y realidad virtual. Los pilares de este programa son: Amabilidad, Transparencia, Resolutividad, Actitud y Empatía.

En Banco Perú se capacitaron 132 colaboradores que se encontraban con desempeño bajo lo esperado y 14% de ellos logró posicionarse en las categorías de los mejores desempeños.

En el caso Retail Perú capacitamos a 212 colaboradores, siendo el 30% quienes pudieron posicionarse en los primeros lugares gracias a este entrenamiento. Ambos programas, luego de su ejecución, presentan un nivel de recomendación del 90%.

En Chile ATRAE llegó a más de 6.000 personas a nivel nacional, obteniendo 71 puntos NPS.



II. Autoformación: Academia R

Como una forma de incentivar la autogestión de aprendizaje, poniendo a su disposición contenido de valor y de conocimiento del negocio, en el recién pasado año 2023 lanzamos de manera corporativa 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. Los cursos disponibles están agrupados en función de categorías que respaldan a nuestros negocios y nuestra forma de trabajo.

Principales Resultados 2023:

Durante el 2023 AcademiaR recibió más de 47.750 visitas.

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 en cada país.

En Chile, 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.

En Perú, se aplica un cronograma de capacitación anual de los temas normativos a los que se está sujetos, en línea con las instituciones que supervisan nuestro quehacer, como son la Superintendencia de Banca y Seguros, la Superintendencia de Administración Tributaria, el Ministerio de trabajo, entre otras. Esto asegura nuestra continuidad operacional, seguridad a los clientes e impulsa una cultura de cumplimiento y buen gobierno.

Principales Resultados 2023:

100% de cobertura
en cursos normativos en Ripley Chile

95% de cumplimiento
dde plan de capacitación normativo de Ripley Perú con 91 puntos de NPS.

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.

En Chile, 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.

Indicadores de aprendizaje y formación

21.218
Total de personas capacitadas*

108,9%
porcentaje que el número de personas capacitadas representa de la dotación total.

CLP$ 1.777
millones invertidos en capacitación
(un 0,1% de los ingresos 2023)

690.399 hrs
de capacitaciones totales

3.399 hrs
de capacitaciones para prevenir y gestionar el acoso laboral y sexual.

6.281
Colaboradores capacitados para prevenir y gestionar el acoso laboral y sexual.

Total de personas capacitadas*

	M	H	Total
Alta Gerencia	0	7	7
Gerencia	239	306	545
Jefatura	767	964	1.731
Operario	122	557	679
Fuerza de Venta	9.652	5.663	15.315
Administrativo	676	666	1.342
Otros Profesionales	648	951	1.599
Total de horas de capacitación	**12.104**	**9.114**	**21.218**

*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	8,4	8,4
Gerencia	21,9	21,5	21,7
Jefatura	29,5	22,5	25,6
Operario	16,4	15,3	15,5
Fuerza de Venta	37,0	37,8	37,3
Administrativo	14,4	13,6	14,0
Otros Profesionales	19,8	22,3	21,3
Total de horas de capacitación	**33,8**	**30,9**	**32,5**

Total de horas de capacitación realizadas

	M	H	Total
Alta Gerencia	0	59	59
Gerencia	5.239	6.592	11.832
Jefatura	22.627	21.704	44.332
Operario	2.002	8.538	10.540
Fuerza de Venta	356.713	214.048	570.761
Administrativo	9.759	9.066	18.825
Otros Profesionales	12.812	21.239	34.051
Total de horas de capacitación	**409.152**	**281.247**	**690.399**

Desarrollo de Líderes

En 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 manteniéndolos actualizados y, potenciando la gestión de equipos desde el acompañamiento en su desarrollo hasta 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.

Para nuestros programas de desarrollo de líderes tenemos el siguiente enfoque:

- Identificación de Talento: Consiste en evaluaciones que permiten medir el potencial y encaje de los postulantes con el Perfil ideal para las posiciones. Asegurando que sean los más idóneos para iniciar la etapa formativa.

- Formación en base al Modelo Operativo del negocio: La etapa formativa de líderes 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: Los colaboradores certificados en los programas, serán los próximos en cubrir las vacantes que tengamos en las posiciones para las que fueron formados y así puedan seguir creciendo profesionalmente.

En Chile, durante 2023 se implementaron programas que identifican a los principales talentos de las tiendas y agencias, permitiendoles a nuestros colaboradores con altos potenciales seguir desarrollándose profesionalmente. El trabajo se centró en 3 grandes programas:

-LideraR

-Programa Trainee

-Coaching

Por el lado de Tiendas, se implementó por primera vez el programa Lidera R y Trainee. 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 sobre el 60% de los profesionales contratados como jefes comerciales trainee en distintas tiendas.

Desde el lado de back office, se implementaron programas de coaching a través de los cuales los líderes de la organización fueron y acompañados por un profesional, entregándoles herramientas para avanzar a un siguiente nivel. También se identificaron y capacitaron 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 Ripley Perú, con el objetivo de asegurar una rápida cobertura y exitosa adaptación ante la rotación de cualquier puesto clave dentro de nuestras tiendas y agencias, durante el 2023 hemos llevado a cabo programas que nos permitieron identificar al mejor talento de la organización para cubrir posiciones de liderazgo cómo: Gerente de Agencia, Gerente de Tienda, Subgerente de Tienda y Supervisor Comercial.

A la fecha los resultados obtenidos han sido los siguientes:

102

Total de líderes que han participado de un programa de desarrollo de talento en Ripley Chile y Perú

Adicionalmente, todos aquellos colaboradores que han sido promovidos y asumen una posición de liderazgo por primera vez, participan de nuestro programa de acompañamiento a líderes, que tiene como principal objetivo brindar herramientas para un liderazgo exitoso. Durante el 2023 han participado 26 líderes de este programa, quienes han obtenido más de 22 horas de capacitación y 78 horas de coaching grupal. De este grupo de colaboradores el 50% son mujeres y el 85% pertenece a nuestra tiendas o agencias.



Atracción de talento

Las personas son fundamentales para el éxito de los negocios de Ripley Corp, y por ello, buscamos atraer y retener al mejor talento para nuestra organización, generando una propuesta de valor, tanto para nuestros equipos como para el potencial talento. Así posicionarnos como una marca empleadora relevante en el mercado, 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 se aplica una rigurosa evaluación curricular que incluye la experiencia, competencias, valores y acercamiento de las personas a la cultura Ripley. La selección considera la equidad y la inclusión, garantizando así que nadie sea discriminado por género, raza, credo o cualquier otra condición vinculada con el trabajo a realizar.

Consecuentemente, el equipo de atracción de talento busca incorporar a Ripley, 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 una elección justa y equitativa, operando conforme a las normas legales.

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

Marca Empleadora

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

Programa de prácticas

- **Prácticas profesionales,** a través de alianzas con diferentes partners educacionales, siendo además una gran opción como primer empleo para los jóvenes.

Movilidad interna

- Potenciar la **movilidad Interna,** dando opciones de crecimiento al interior de la compañía para lograr el desarrollo profesional de nuestros equipos.

Marca Empleadora

Para lograr nuestras metas, participamos en más de 70 ferias laborales en Chile y 20 en Perú, potenciando a Ripley como un gran empleador, con foco en la diversidad. También fuimos parte de eventos universitarios y especializados de empleabilidad con nuestros partners de educación y nos posicionamos como gran empleador en las distintas municipalidades. En Perú, además participamos en 6 charlas especializadas de empleabilidad para colectivos específicos y firmamos 11 nuevas alianzas de colaboración para la empleabilidad con universidades y municipalidades de zonas de influencia, destacando la relación con la Municipalidad de Chorrillos, distrito Limeño de influencia para 3 de nuestras sucursales (Atocongo, Miraflores y Primavera) pudiendo capturar el 87% del reclutamiento para las campañas comerciales de Cyber y Navidad con este convenio.

Junto con ello, continuamos potenciando nuestra presencia de marca empleadora en las distintas redes profesionales, difundiendo nuestros logros y actividades para dar a conocer nuestra cultura y lo que nos diferencia como empresa.

El 2023 se incrementó el número de seguidores en Linkedin, pasando a más de 300 mil en Chile y más de 240 mil en Perú, sobrepasando la meta anual.

Atracción de talento en la apertura de centros comerciales de Perú

Durante 2023, el foco principal fue acompañar al negocio en las dos aperturas de los nuevos malls: Mall Iquitos y Mall San Juan de Lurigancho con el fin de consolidar la propuesta comercial de estos nuevos malls. En cuanto a retención el foco estuvo en disminuir el índice de rotación vs el año anterior, logrando reducirlo en un 50%.

Ranking Best Internship Employer de First job

Lugar 39 - Banco Ripley Chile

Lugar 18 - Ripley Perú

Prácticas profesionales

"Dale Play a tu Carrera" en Chile y "Ripley Pro" en Perú, son nuestros programas de prácticas profesionales que busca 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 70 practicantes viviendo esta ruta en Chile y 25 en Perú, la que tiene desde cursos online hasta visitas a tiendas para realizar diversos roles que son 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

Uno de nuestros focos de atracción de talento es la Movilidad Interna o Programa Crecimiento, por ello generamos oportunidades y promovemos el desarrollo de los colaboradores a través de la movilización hacia 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

Nuestra política de Movilidad Interna busca fomentar el desarrollo laboral y de carrera de los colaboradores aplicando mecanismos de comunicación abiertos, o dirigidos, según la posición que se vaya a cubrir.

El 2023, 738 colaboradores se movieron en la compañía asumiendo nuevas posiciones, 48% de ellas mujeres y 52% hombres

Indicadores de movilidad interna 2023

	Mujeres	Hombres	Total
Movilidad horizontal: total de colaboradores	158	162	320
Movilidad vertical: total de colaboradores	198	220	418
Total de colaboradores con movilidad interna	**356**	**382**	**738**

Tasa de rotación: Detalle Negocio Retail

	2023
Tasa de rotación voluntaria del total de colaboradores	0,32
Tasa de rotación involuntaria del total de colaboradores	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. En Perú no se lleva registro del indicador.

Indicadores de contratación de nuevos colaboradores

	M	H	Total
Total de nuevos colaboradores contratados	7.900	4.483	12.383
Porcentaje de contratación de nuevos colaboradores*			**65,32%**

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

Indicadores de rotación de colaboradores

	M	H	Total
Total de colaboradores que han dejado la Compañía	4.295	3.104	7.399
Porcentaje de salida de colaboradores*			**39,03%**

**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 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.

Fundamental para nosotros es 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.

El 2023 se logró la mayor participación obtenida en la Compañía en este proceso:

Ripley Chile: 99%
Ripley Perú: 97%
Mall Aventura: 86%
Ripley Corp: 98%.

Otro tema dice relación con procedimientos para establecer un Plan de Sucesión, de potenciales reemplazantes de ejecutivos y así prevenir el riesgo que conlleva su rotación.

Total de colaboradores evaluados en el 2023, por categoría de funciones

	Ripley Chile	Ripley Perú	Mall Aventura	Ripley Corp.
Alta Gerencia	0	0	1	1
Gerencia	317	162	23	502
Jefatura	962	597	23	1.582
Operario	301	333	0	634
Fuerza de venta	5.453	3.803	7	9.263
Administrativo	1.145	85	3	1.233
Otros profesionales	1.694	669	42	2.405
Total	**9.872**	**5.649**	**99**	**15.620**

Evaluación promedio de colaboradores 2023

	Ripley Chile	Ripley Perú	Mall Aventura	Ripley Corp.
Alta Gerencia	-	-	105%	105%
Gerencia	105%	101%	99%	102%
Jefatura	104%	102%	99%	101%
Operario	103%	100%	-	102%
Fuerza de venta	97%	97%	99%	98%
Administrativo	100%	102%	105%	102%
Otros profesionales	103%	101%	100%	102%
Total	**103%**	**101%**	**100%**	**101%**

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 2023

	% de la dotación total encuestado	ENPS (Employee Net Promoter Score) Escala de 1 a 10	Puntaje promedio evaluación de clima Escala de 1 a 5
Ripley Chile	92%	7,8	4,4
Ripley Perú	76%	8,4	4,2

Adicionalmente, esta encuesta nos permite tener el nivel de recomendación de los colaboradores sobre su líder inmediato y la organización. Y a partir de ello generar planes de acción que mejoren su calidad de vida.

Mall Aventura: Comité de Clima

En la empresa opera un Comité de Clima con al menos un representante de cada gerencia. Se reúne de manera mensual identificando y proponiendo iniciativas que sigan ayudando a construir un mejor lugar para trabajar.

Viviendo nuestro propósito

El 2023 se buscó profundizar qué entienden los colaboradores y líderes por calidad de vida. En efecto, para saberlo, se 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

Merco Talento

Tanto Ripley Chile como Ripley Perú en sus negocios Retail se posicionaron dentro del top 100 de empresas que atraen y retienen talento en el país respectivo. Ripley Chile se ubicó en el puesto 32 siendo reconocido además con el primer lugar dentro de las nuevas empresas que entraron al ranking. Por su parte, Ripley Perú logró posicionarse en la ubicación 18, subiendo 3 puestos respecto al año anterior.



Programa Reconocimiento

En Ripley el reconocimiento a las buenas prácticas es parte de nuestra cultura. Por ello, desde 2022, se 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, semestralmente 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.

Programa Tributo

Durante 2023 relanzamos Tributo, nuestro programa que reconoce el tiempo que los colaboradores están en la Compañía, agradeciendo su compromiso y entrega. Se definieron nuevas categorías: semillas, raíces, hojas y frutos, según los años de servicio y acompañando a los líderes en cómo realizar este reconocimiento a sus equipos.

TRIBUTO

Para ti es natural crecer, para nosotros es natural agradecer

Beneficios para colaboradores: Chile

Beneficio	Breve descrición del beneficio	Aplica para colaboradores: (si/no)	
		Con plazo indefinido	Con plazo fijo
Flexibilidad	Plan de beneficios para colaboradores canjeable por tiempo libre.	SI	SI
Academia R	Plataforma online corporativa con material disponible 24/7 para desarrollo y formación.	SI	SI
Tarjeta Banco Ripley	Tarjeta Banco Ripley sin costo en mantención para colaboradores.	SI	SI
Medismart	Plan full de consultas en telemedicina sin costo para los colaboradores.	SI	SI
Seguro de Salud Commplementario	Distintas opciones de planes de salud, además de contar con seguro catastrófico y por invalidez.	SI	NO
Seguro de Vida	Aporte monetario a la familia del colaborador fallecido.	SI	NO
Smart Fit	Descuento en gimnasio Smart Fit.	SI	SI
Club Conecta Padel	Descuento en canchas de padel.	SI	SI
Isapre Colmena	Planes colectivos que nos permite ofrecer mejor cobertura y beneficios.	SI	SI
Seguro Mascotas	Descuento en seguro para mascotas.	SI	SI
Caja Compensación	Afiliación y amplia oferta de beneficios asociados a la caja de compensación	SI	SI
Kidzania	Descuento para recreación vida familiar.	SI	SI
Movistar	Valores preferenciales de planes de telefonía, internet y hogar.	SI	SI
Jardín Infantil	Descuento para el cuidado de hijos e hijas en sala cuna.	SI	SI
Bono Compensatorio	Si el hijo o hija de una de nuestras colaboradoras tiene alguna condición 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

Ninguno de los beneficios aplica para colaboradores contratados por obra, proyecto o faena.

Beneficios para colaboradores: Perú

Beneficio	Breve descrición del beneficio	Aplica para colaboradores: (si/no)	
		Con plazo indefinido	Con plazo fijo
Convenios Educativos	Acceso a descuentos en entidades educativas (pregrado, postgrado, idiomas).	SI	SI
Tiempo libre por éxito académico	Días hábiles de licencia en reconocimiento al lograr título o grado académico.	SI	SI
Tiempo libre Día de cumpleaños	Día de cumpleaños libre para disfrutar y promover la vida familia	SI	SI
Tiempo libre día del padre y de la madre	4 horas libres continuas para disfrutar las jornadas de los días del Padre y la Madre.	SI	SI
Tiempo libre por matrimonio	Licencia con goce de haber por matrimonio civil y religioso (1 día libre por cada fecha).	SI	SI
Tiempo libre por inicio de etapa escolar	Tiempo libre otorgado por Ripley para acompañar a tu hijo/a en su primer día de clases.	SI	SI
Tiempo libre por atención médica	2 permisos por atención medica al mes, de hasta 4 horas continuas como máximo.	SI	SI
Tiempo libre para trámites personales	horas libres cada trimestre para atender asuntos y trámites personales.	SI	SI
Aguinaldo navideño	Brindamos un vale de pavo y 1 panetón para compartir en familia	SI	SI
Kit de nacimiento para bebés Ripley	Celebramos el nacimiento de un hijo o hija con un obsequio especial.	SI	SI
Beneficios exclusivos en productos del banco y la tienda	Beneficios exclusivos en los productos y servicio	SI	SI
Seguro de Vida	Seguro Vida Ley desde el 1er día de trabajo en la empresa para brindar mayor tranquilidad.	SI	SI
Seguro Oncológico	Seguro Oncológico para el colaborador y su familia con tarifas preferenciales	SI	SI
Seguro de salud particular (EPS)	Plan de salud complementario (EPS) a través del descuento por planilla.	SI	SI
Asignación familiar	Asignación familiar mayor al monto establecido por ley	SI	SI
Bono por fallecimiento	Bono por fallecimiento de familiares directos para cubrir gastos.	SI	SI
Bono por nacimiento	Asignación económica al momento del nacimiento de hijos(as).	SI	SI
Bono escolar	Asignación económica una vez al año para ayudar con los gastos escolares.	SI	SI
Licencia por fallecimiento	Licencia de 3 días laborables, si el deceso de un familiar ocurre en la misma ciudad, o de 5 días si este fuese fuera de Lima	SI	SI
Licencia por paternidad	Otorgamos 5 días calendario adicionales a los 10 días otorgados por ley.	SI	SI
Ayuda psicológica Ripley Para Tí	Brinda soporte emocional en el primer contacto a través del tercero SIGA.	SI	SI

*No computables para el cálculo de la remuneración, gratificación y otras consideraciones de ley.
Ninguno de los beneficios aplica para colaboradores contratados por obra, proyecto o faena.

Postnatal

Corresponsabilidad parental: Ripley Perú otorga a los colaboradores hombres 5 días calendarios adicionales a los 10 días otorgados por ley. Es decir, se otorgan en total 15 días libres para disfrutar más tiempo con el recién nacido. En tanto, cuando se trata de licencia por adopción se otorga 30 días naturales, adicionales a los otorgados por ley, con la finalidad de fortalecer el vínculo con el hijo/a. En el caso de Ripley Chile, tanto los colaboradores hombres como mujeres pueden optar por tener 5 días adicionales al post natal legal a través del canje de tiempo libre disponible.

Tiempo definido (en número de días) de descanso postnatal definido en la política

	Mujeres	Hombres
Chile	85	5
Perú	98	10

Días adicionales que los mínimos establecidos por ley de permiso postnatal paternal

Chile	Perú
5	5

Permiso Postnatal

Total de colaboradores que han utilizado el permiso

País de operación	Mujeres	Hombres	Total
Chile (Retail/ Banco)	312	76	388
Perú (Retail/ Banco/ Mall Aventura)	154	85	239

Porcentaje de colaboradores que han utilizado el permiso

Chile (Retail/ Banco)	4.92%	1,59%	3,48%
Perú (Retail/ Banco/ Mall Aventura)	4,09%	2,61%	3,40%

Promedio de días que hubieren sido utilizados durante el año por categoría de funciones: Chile	M	H
Alta Gerencia	-	-
Gerencia	71	84
Jefatura	55,5	88
Operario	-	-
Fuerza de Venta	58	84
Administrativo	84	84
Otros Profesionales	66	80,5

Promedio de días que hubieren sido utilizados durante el año por categoría de funciones: Perú	M	H
Alta Gerencia	-	10
Gerencia	98	13
Jefatura	98	13
Operario	98	15
Fuerza de Venta	98	13
Administrativo	98	15
Otros Profesionales	98	13

Works: Nuestra forma de trabajar

Desde el 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	1.716	1.703	3.419
Porcentaje de colaboradores que se acogen a teletrabajo o a pactos de adaptabilidad de jornada laboral	**15,41%**	**21,81%**	**18,04%**



Política salarial

El 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.

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 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.

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 posición, 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:

Colaboradores de tienda:
*Tanto en Chile como en Perú, la categoría salarial más baja de Ripley supera el salario mínimo legal.

CLP$4.878
Salario promedio por hora de colaboradores de la tienda Chile.

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

CLP$1.795
Salario promedio por hora de colaboradores de la tienda Perú.

2%
porcentaje de colaboradores que ganan el rango salarial más bajo dentro de la compañía Perú.



Diversidad, Inclusión y Equidad

En Ripley Corp, con más de 18 mil colaboradores en Chile y Perú, 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 excelencia 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 participación 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

En Ripley Corp 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 - Perú

En junio 2023 vivimos nuestra 5ta Semana de la Diversidad Chile y la segunda Corp junto a Perú, en 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.

Mejor Programa de Diversidad e Inclusión - Perú

La Asociación de Buenos Empleadores del Perú – ABE, que pertenece a la Cámara de Comercio Americana del Perú reconoció a Ripley Perú como la empresa con el mejor programa de Diversidad e Inclusión dentro del concurso de Buenas Prácticas Laborales.

Programa Mujeres Imparables

Por tercer año se realizó el programa "Mujeres Imparables" en Ripley Chile. Esta vez, junto a la consultora WoomUp, 36 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.

En Perú, gracias a un convenio con el Ministerio de la Mujer, enmarcado en el Programa Nacional para la Prevención y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres e Integrantes del Grupo Familiar – Aurora, la compañía efectúa campañas de prevención y brindaservicios de atención y protección a cualquier persona que pueda verse afectada por ese tipo de hechos.

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 LGBTIQ+.

Principales resultados 2023: En Chile, 96 líderes participaron, mientras que en Perú fueron 45 líderes

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 de Percepción en Diversidad e Inclusión

El primer Diagnóstico de Percepción en Diversidad e Inclusión 2023, realizado por la ONG Presente, reveló que más del 93% de los colaboradores LGTBIQ+ de Ripley Perú afirma tener confianza para ser ellos mismos en su trabajo. Por su parte, 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.

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.

Programa de Mujeres Montacarguistas

En línea con nuestra política de diversidad y nuestra preocupación por impulsar la equidad e igualdad de oportunidades, durante el 2023 desarrollamos nuestro primer programa de mujeres montacarguistas en nuestro centro de distribución. Una iniciativa que no solo les brindó a nuestras colaboradoras la posibilidad de expandir sus conocimientos y mayores oportunidades de crecimiento, sino que nos regaló la oportunidad de trabajar diversos temas como el empoderamiento y la resilencia, así como desmitificar un rol que usualmente estaba asignado a nuestros colaboradores.

A través de 4 sesiones de aprendizaje nuestras colaboradoras participantes lograron en un mes adquirir las herramientas y desarrollar las habilidades necesarias para ocupar esta posición, así como inspirar a más mujeres a tomar nuevos retos para seguir desarrollándose personal y profesionalmente.



Nuestro ecosistema por la inclusión

En línea con el compromiso de Ripley Corp 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:

País	Institución	Acción
Chile	Red de Empresas Inclusivas de Sofofa (REIN) con foco en la inclusión de personas en situación de discapacidad	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 DuocUC en materia de comunicación de la diversidad e inclusión.
	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	
	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.	
Perú	Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad (CONADIS), del Ministerio de Trabajo.	Alianzas, foros y paneles especializados, compartiendo las mejores prácticas para inspirar a que más organizaciones desarrollen dicho tipo de iniciativas.
	Centro de Rehabilitación de Ciegos de Lima (CERCIL).	
	AddMework, consultora enfocada en el trabajo inclusivo y la accesibilidad.	
	Municipalidad de Lima.	

Otras instancias de participación:

- Charla Aprendizajes de la Inclusión Laboral en la ExpoInclusión.
- Conversatorio “La importancia de la digitalización en el trabajo” de Trabajando Pro.
- Seminario por la Inclusión Laboral de la Comunidad LGBTQI+ 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 para que las personas en situación de discapacidad no se encuentren con ningún tipo de barrera que les impida o restringa 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, 156 personas con discapacidad trabajan en la compañía, tanto en Chile como en Perú

Colaboradores en situación de discapacidad

Total de personas en situación de discapacidad 2023

Categorias por funciones	Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	0	0	0
Gerencia	0	1	1
Jefatura	1	1	2
Operario	2	14	16
Fuerza de Venta	60	61	121
Administrativo	1	7	8
Otros Profesionales	3	7	10
Total	**67**	**89**	**156**

Ripley Premium: brindando las herramientas necesarias para la inclusión e inserción laboral

Desde 2016 Ripley Perú, cuenta con el programa de inclusión laboral Ripley Premium, a través del cual se reafirma el compromiso con la sociedad, promoviendo prácticas laborales que permitan una mayor igualdad de oportunidades para aprender, trabajar y desarrollarse en el mundo laboral. Se trata de un programa de inserción e inclusión laboral para personas con discapacidad auditiva, visual, motora y/o cognitiva. Cuenta con un employee experience 100% adaptado a cada tipo de discapacidad, brindando las herramientas necesarias para que los equipos se desempeñen exitosamente en sus funciones y puedan comunicarse efectivamente con clientes y compañeros de trabajo

Sus principales objetivos son, sobre todo:

Taller: “Entendiendo la discapacidad” Los colaboradores y líderes reciben talleres de sensibilización que brindan herramientas para interactuar correctamente con sus compañeros con discapacidad.

Comunicación inclusiva En todos los videos y cursos virtuales se incorporan subtítulos para personas con discapacidad auditiva, y mejores audios o locuciones para colaboradores con discapacidad visual. Además, los cursos de capacitación consideran intérpretes de lengua de señas en forma presencial o virtual.

Reclutamiento inclusiva Las charlas de reclutamiento y entrevistas de selección se ofrecen a través de lengua de señas peruana, con el apoyo de un intérprete, que puede ser personal interno o externo.

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 permite 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 también en generar 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 especialistas 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 en el trabajo 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. 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 Dessarrollamos 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 Ripley retail, tanto en Chile como en Perú, 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, en el caso de Chile, 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 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.

En Ripley Perú, se vela por el bienestar de los colaboradores generando ambientes de trabajo seguros y saludables. Para ello, se cuenta con una Jefatura de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) que se encarga de liderar el sistema de gestión en esta materia y que opera de manera coordinada con la Jefatura de Bienestar y Salud Ocupacional. Esta última realiza revisiones periódicas del cumplimiento normativo y de la ejecución de los planes y programas de SST, chequeando el cumplimiento de los requisitos legales en la temática y realizando acciones formativas y de sensibilización en las conductas de los colaboradores.

Prevenir, concepto clave

En Chile, para lograr mayor cobertura, trabajamos en asesoría preventiva y en conjunto con nuestra mutualidad Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), en donde una de sus funciones es 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.

También llevamos a cabo diferentes iniciativas orientadas a contribuir en el bienestar integral de los colaboradores y, de esa forma, asegurar la continuidad operacional del negocio. Algunos ejemplos de capacitaciones son talleres de salud mental, charlas de salud sobre influenza, nutrición, convivencia familiar saludable, plan comunicacional, servicio psicológico online gratuito, entre otros.

Por otra parte todos los colaboradores con contrato indefinido pueden acceder a un seguro complementario de salud, convenio con Isapre y otros servicios médicos.

En Perú, estamos comprometidos con la salud de nuestros colaboradores, desarrollando las siguientes actividades:

Semana de la Salud: Se fomentó la realización de los chequeos médicos preventivos en los colaboradores, con el apoyo de la Clínica Sanna que incluye: consulta médica, oftalmológica, nutrición, radiografía de tórax y exámenes de laboratorio.

Ripley para Ti: Un programa de soporte psicológico gratuito dirigido a los colaboradores y familiares directos que brinda pautas, recomendaciones y técnicas de manejo emocional frente a la situación de crisis por la que podamos estar atravesando.

Seguro de Salud: Seguro público (Essalud) que brinda cobertura de enfermedades comunes (no relacionadas al trabajo) de capa simple (consultorio externo) o capa compleja (hospitalario) y medicina preventiva. Asimismo, ofrece la alternativa de contar con la cobertura de un seguro particular (EPS Pacífico) o Seguro oncológico con tarifas preferenciales

Convenios y alianzas con proveedores de salud: Ripley busca concretar tarifas preferenciales con los gimnasios y proveedores de salud para ofrecer atenciones médicas, consulta odontología, análisis clínicos, imágenes.

Charlas, activaciones de salud: Para mantener informados a los colaboradores sobre diversos temas: Importancia y refuerzo de la vacuna frente a la Influenza y Covid-19, Fenómeno del Niño, Importancia de la alimentación para la salud mental y emociones, Manejo del estrés, Lactancia materna, Pausas activas.

Miniferias de salud: Las principales marcas del marketplace nos presentan sus productos para mejorar la salud y bienestar de los colaboradores.

Ripley Perú - Ofreciendo más beneficios por la felicidad de nuestros colaboradores

En Perú contamos con beneficios para los colaboradores enfocados al cuidado y prevención de enfermedades no relacionadas al trabajo. También de Horas Libres por Atención médica, que aplica para todos los colaboradores; Licencia para la prevención del cáncer en mujeres, entre otros.



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.

En Perú, estas materias están a cargo de comités de seguridad y salud en el trabajo tanto en el de negocio retail como en el financiero, cada uno conformado por el 50% de representantes de la empresa y el otro 50% por colaboradores, cumpliendo así con la normativa vigente

Servicios que contribuyen a identificar y eliminar peligros y minimizar riesgo

Con el apoyo de un equipo de la ACHS, en Chile 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. En Perú, el área de Prevención de Pérdidas se encarga de analizar accidentes, incidentes de trabajo y lesiones no visibles. Para ello, se emplean formatos que permiten recabar información clave de los sucesos para conocer sus causas inmediatas.

Participación y comités formales colaboradores - empresa

En Chile y Perú 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.

Indicadores de salud y seguridad ocupacional bajo la metodología de la NCG 461.	Tasa de fatalidad por cada cien colaboradores
2023	0,0
Meta 2023	0,0

	Tasa de accidentabilidad por cada cien colaboradores
2023	23,44
Meta 2023	12,51

	Tasa de enfermedades profesionales por cada cien colaboradores
2023	0,63
Meta 2023	0,01

	Promedio de días perdidos por accidentes
2023	7,18
Meta 2023	79,79

*no incluye indicadores de Mall Aventura

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**	6,65	4,69	-29,4%

*No incluye fallecimientos, Cálculo en base a 200.000 hrs trabajadas
**Tipo de lesiones más comunes: Fracturas, luxaciones, esguinces y distensiones , concusiones y lesiones internas, caídas mismo y distinto nivel, golpeado por o contra, sobresfuerzo



Nuestro impacto en el Desarrollo Social y Sustentable

Desarrollo social





Campañas con propósito social

Ripley Corp se ha 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 continuó 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, el 2018 Banco Ripley lanzó el programa “Corta y Clara”; 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, el 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 ayudan a concientizar acerca de temas relevantes para la comunidad en materia de finanzas, seguridad de la información y servicios bancarios.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 DuocUC.

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 logramos más de 13 millones y medio de visualizaciones con las diferentes publicaciones realizadas tanto en Chile como en Perú.

corta y clara
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, donde estuvimos presentes en el tema de la inclusión fue Campeones Sin Límites y Proud Supporter de Santiago 2023. Además, destacó la suma de Ripley Perú a nuestra histórica campaña para combatir el bullying, y que en Chile ya lleva 7 años. Asimismo, invitamos a realizar buenas obras, actos sencillos que impactan positivamente en las emociones de las personas.

Campeones Sin Límites y Proud Supporter de Santiago 2023

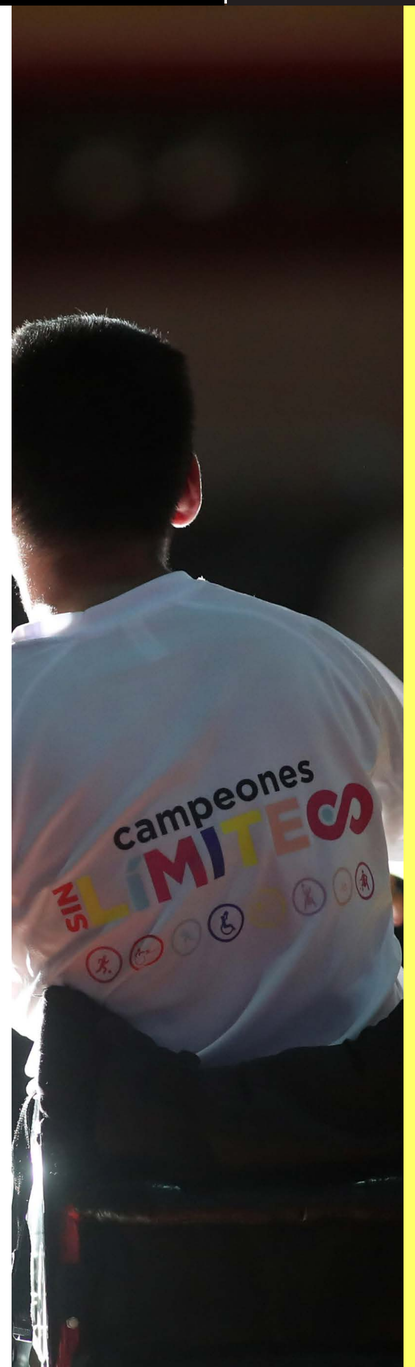
Por primera vez llevamos a cabo "Campeones Sin Límites" -organizado por Ripley, Teletón y Canal 13-, que reunió a 420 deportistas paralímpicos de Teletón, logrando visibilizar el deporte y mostrar el camino que recorren estos deportistas para desempeñarse en las diferentes disciplinas. Se desarrolló en Antofagasta, Coquimbo, Santiago y Temuco donde 200 colaboradores participaron como voluntarios/as en este torneo.

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

Principales cifras 2023:

Participaron 420 deportistas de Teletón

200 colaboradores fueron voluntarios



#NOMÁS BULLYING

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, Ripley ha impulsado una campaña para combatir el bullying, en una campaña escolar con la ayuda de diferentes aliados estratégicos.

En Chile, el 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 más 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.

En el caso de Perú, el 2023 fue el primer año de lanzamiento de la campaña no más bullying obteniendo un alcance muy relevante por abordar una coyuntura social que hasta el momento ninguna empresa privada había tomado, a la que logramos sumar a cinco empresas privadas para en conjunto realizar diferentes iniciativas de difusión y sensibilización en los colegios y en las organizaciones impactando a estudiantes y también a padres.

Como resultado de esta primera implementación en Perú logramos impactar a más de 3000 niños entre los cinco colegios en los que realizamos diferentes talleres de sensibilización, asi como una cobertura 360 que qué alcanzó más de 16 millones de vistas en redes sociales y más de 30 millones como alcance estimado en medios.

Conoce más sobre la campaña en Chile haciendo clic aquí.

y campaña de Perú haz clic aquí.

Ripley y Banco Ripley desean que LO BUENO se MULTIPLIQUE
embajador de las buenas acciones

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.

Así es como en Chile y Perú, 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. En Chile, se contó con la entusiasta participación de los animadores de TV, Martín Cárcamo y Diana Bolocco.

En Perú, Ripley se unió a las distintas emisoras de CRP Radios para celebrar la temporada navideña con una colaboración especial que buscó que lo bueno se multiplicase. Cientos de peruanos pudieron enviar su mensaje personalizado y escucharlo en las radios.

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 2023, más de 5.200 sellers son parte del ecosistema marketplace.

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.

Alianzas emprendedoras

Desde 2022 estamos unidos a la Asociación de Emprendedores de Perú (ASEP) para impulsar nuestro marketplace. La finalidad de esta alianza ha sido la de sumar esfuerzos con nuestros emprendedores con el propósito de generar un impacto positivo en la comunidad y contribuir al desarrollo del talento y la economía peruana.

Seller Fest

En el primer trimestre del 2023, Ripley Perú organizó en coordinación con la asociación de emprendedores del Perú un evento que convocó a diferentes microempresas con el fin de compartir con ellos nuestra propuesta de valor para todos los emprendedores de Perú y nuestra apuesta por el crecimiento así como los beneficios de ser parte de nuestro marketplace.

A través de una jornada innovadora y en el que participaron nuestras principales áreas de negocio, logramos convocar a más de 800 sellers.

sellerfest ripley.com



Mall Aventura: apoyando el crecimiento y desarrollo local

Mall Aventura contribuye al bienestar social de las ciudades en donde se encuentra presente, buscando convertir a los centros comerciales en espacios de integración, que brinden experiencias memorables en momentos cotidianos. Para ello, trabaja en tres frentes:

· **Incubadora de negocios:** Impulsa el desarrollo de emprendedores y comerciantes locales, dando visibilidad a su trabajo y generando un crecimiento gradual guiado a través de los diferentes formatos que administra el mall. La primera instancia es la organización de ferias temporales de emprendedores. Una vez que el comerciante está listo para dar el siguiente paso, se materializa su integración al mall con un módulo o quiosco y luego en tiendas pop up, hasta que pueda consolidar su negocio e implementar una tienda con todos los estándares.

· **Empleabilidad:** Cada mall genera en promedio 2.800 puestos de trabajo durante su construcción y otros 2.500 durante su operación. Asimismo, genera alrededor de 5.000 empleos indirectos que forman parte de la cadena de distribución y de su funcionamiento. Así, da empleo a más de 13 mil personas en forma directa, con foco en aquellos que pertenecen a las comunidades y regiones donde se sitúan sus centros comerciales.

· **Alianza con Aldeas Infantiles SOS:** Mall Aventura mantiene una alianza permanente con esta ONG, cuyo propósito es proteger la infancia a nivel mundial. Este vínculo se materializa en el compromiso de encargarse durante 60 años del mantenimiento de casas hogar que albergan a niños que no pueden vivir con sus familias. Se ofrece una bolsa de trabajo especial para jóvenes que se reinsertan a la sociedad luego de su paso por la ONG.

Nuevos malls: Beneficios tangibles para las comunidades

Con la apertura del Mall Aventura San Juan de Lurigancho, la filial inmobiliaria 100% propiedad de Ripley Corp, hemos llegado a una superficie arrendable de centros comerciales en Perú, de un total de 317 mil m2. La compañía opera cinco centros comerciales en ese país: dos en la ciudad de Lima y uno en Arequipa, Chiclayo e Iquitos.

Pero lo más relevante para la comunidad es que el accionar de Mall Aventura viene unido a una serie de iniciativas de sostenibilidad que contribuyen al mejoramiento vial de la zona, desarrollo de las comunidades, y reducción significativa del consumo de agua y de energía, entre otros beneficios, como se muestra a continuación

San Juan de Lurigancho

· Mejoramiento vial de la zona con la entrega de 2.500m2 de obras viales y desarrollo de las vías necesarias.

· Reducción del consumo de agua de un centro comercial estándar, a través del uso de aparatos sanitarios que no consumen este recurso.

· Desarrollo de proyecto de ventilación bioclimática, eliminando así el aire acondicionado en las áreas comunes del mall, logrando importante reducción del consumo eléctrico de alrededor de un 30%. También, buscando eficiencias en el consumo energético, se ha disminuido la entrega de energía a los locales de 100W/m2 a 70W/m2.

Iquitos

· Mejoramiento de la iluminación del entorno, permitiendo un mayor flujo de personas, lo que incide en la seguridad de los estudiantes del Colegio Nacional de Iquitos, vecino del centro comercial.

· Mejoramiento vial que incluye semáforos, cruces peatonales y paradas de buses.

· Tal como en San Juan de Lurigancho, se desarrolla una iniciativa de ventilación bioclimática que elimina el aire acondicionado de las áreas comunes del mall, reduciendo de forma importante del consumo eléctrico.

· Eliminación de animales peligrosos como serpientes, entre otros, habilitando un terreno consolidado y limpio.

Relacionamiento comunitario y voluntariado

588 Total de colaboradores que participaron del voluntariado

CLP$ 32,5 millones Total de inversión en voluntariado 2023

2.920 Total de horas de voluntariado

Desde hace décadas, en Ripley Corp 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.

Hitos 2023

Aportar a la calidad de vida de las personas.

En esta dimensión las acciones en Chile fueron en apoyo de las fundaciones Teletón, Coaniquem, Conecta Mayor y se vincularon con el programa de educación financiera Corta y Clara. En Perú se apoyó a Hogar de las Bienaventuranzas, Caritas, Hospital Rebagliati y el programa InteRcambia.

Cuidando el bienestar del planeta.

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

Programas en Chile

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 Ripletón,** donde voluntarios de todas las tiendas del país entrgaron su esfurzo y tiempo para lograr la meta que cada tienda tenia, organizando actividades de recaudación.

· **Campaña Campeones Sin Límites:** Nombre del evento deportivo y formativo organizado entre la Unidad de Ejercicio y Deporte Adaptado (UEDA) de la Teletón, Ripley y Canal 13, que tiene como objetivo principal visibilizar el deporte paralímpico y destacar el camino que recorren los usuarios de Teletón para desarrollarse en disciplinas como fútbol, natación y ciclismo, entre otras. Gracias a esta alianza, se realizaron cuatro encuentros deportivos, en Antofagasta, Coquimbo, Temuco y Santiago, donde en total se congregaron más de 400 deportistas de siete disciplinas diferentes que representaron a 14 ciudades de Chile y que fueron acompañados por 200 voluntarios de la Compañía.

campeones SIN LÍMITE

Teletón RIPLEY.com 13

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 areas 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 #AppMayor, 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 C02 fueran liberados al medio ambiente.



Programas en Perú

En Perú, al igual que en Chile, el objetivo es realizar diversas actividades, de manera que cada colaborador pueda participar en aquellas que se adecúen mejor a su perfil y horario laboral. Así es como se impulsó el programa de voluntariado "CompRometidos", que permite a los colaboradores convertirse en agentes de cambio social, eligiendo una actividad de voluntariado, para lo cual, se realiza una convocatoria abierta utilizando los canales de comunicación internos.

El trabajo de campo, en tanto, se lleva a cabo mediante alianzas estratégicas con ONG's y asociaciones con enfoque social orientadas a transformar positivamente las vidas de personas vulnerables.

Alianza con el Hogar de las Bienaventuranzas

Año tras año, Ripley Perú contribuye con la misión de ayudar a las comunidades menos favorecidas que promueve el Hogar de las Bienaventuranzas. A través de la donación de muestras del área de Dehogar esta institución genera fondos con el fin de auto financiar proyectos en favor de las poblaciones vulnerables que atienden.

Por otro lado, durante el 2023 entregamos materiales e insumos para el cuidado de la salud que representa un aporte mas de 62 mil dólares.

Nos unimos a Cáritas del Perú para ayudar a quienes nos necesitan

En abril del 2023 se suscribió una alianza con Cáritas del Perú para llevar a cabo diversas actividades de responsabilidad social beneficiando poblaciones vulnerables. El vínculo se materializó a través de "Perú da la mano", una campaña a nivel nacional a la que se sumaron voluntarios de Ripley. Fue impulsada en ayuda de las familias afectadas por inundaciones y huaicos debido a lluvias torrenciales ocurridas en Perú.
Además, colaboradores de la empresa participaron en la campaña "Loncheras solidarias: Unidos llenando corazones", que brindó refrigerios saludables y nutritivos a niños del Callao que fueron afectados por el derrame de petróleo ocurrido en 2022. Junto a aportes en dinero, se logró recolectar 2 toneladas de ropa de abrigo, productos perecibles y no perecibles.

Ripley Solidario: Donación de sangre

Entre abril y junio colaboradores de Ripley atendieron al llamado de participar en la campaña de donación voluntaria de sangre queimpulsó el Hospital Nacional Edgardo Rebagliati Martins de Lima, favoreciendo a gestantes que presentan hemorragias durante el parto, víctimas de accidentes de tránsito, enfermos con cáncer, hemofílicos y quienes necesitan una transfusión urgente. Ripley apoya esta iniciativa habilitando instalaciones de la empresa y aportando un equipo de profesionales de la salud, para que los colaboradores que apoyen la campaña hagan una pausa en sus labores y se unan a la causa.



Programa InteRcambia

En 2023 la empresa apoyó la labor de Cáritas del Perú con el proyecto textil InteRcambia. La idea fue invitar a los padres a renovar el closet de sus hijos con un descuento, a cambio de donar las prendas infantiles que estuvieran ya sin uso. Todo lo recolectado se destinó a ayudar a menores en situación de extrema pobreza, fomentando en el proceso la consciencia verde entre los clientes con la promoción de la segunda vida y uso de la ropa.

Más de 10 mil
prendas recolectadas

242 horas
de dedicación.

33 voluntarios
en tareas de coordinación

Negocios con una mirada sostenible



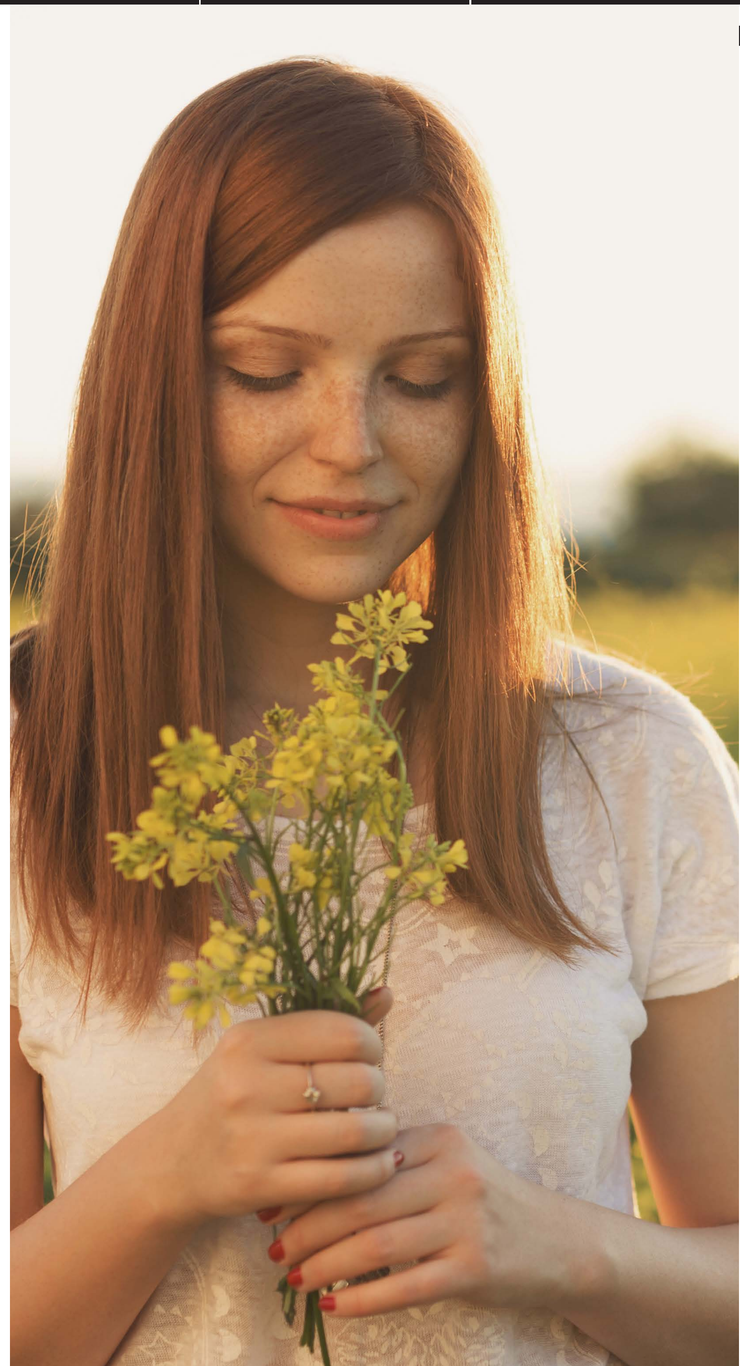
Nuestros focos ambientales

En sus más de seis décadas de historia la 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 de Chile y Perú.



Marcas propias con atributos sostenibles

En Ripley Corp 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, en Ripley tenemos el compromiso de alcanzar al 2026 que el 100% de nuestras marcas propias de vestuario cuenten con algún atributo sostenible. Para lograrlo, trazamos hitos por ventana de compra y por división de producto, de modo de alinear a los equipos y proveedores, y así asegurar su cumplimiento

56%

de los productos poseen un atributo sostenible

CLP $112.144

millones en venta durante 2023 por productos con atributos sostenibles en Chile

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	14.927.087	56%
Productos sin atributos	11.965.952	44%

Solo considera producto de vestuario

Tipos de Productos	Total de unidades	Porcentaje
Cultivo de algodón responsable	5.920.782	22%
Producto certificado libre de componentes dañinos para las personas	3.766.654	14%
Producto que contiene fibras recicladas	3.083.202	11%
Fibras producidas ecológicamente respeto con el medio ambiente	1.443.187	5%
Producido con menos agua	447.519	2%
100% algodón orgánico	85.338	0,3%
Producto relleno con plástico reciclad	81.200	0,3%
100% Lyocell	45.536	0,2%
Contiene fibras orgánicas	28.620	0,10%
Producto que contiene Lyocell	21.929	0,08%
Total	**14.927.087**	

Solo considera producto de vestuario

División	Productos con atributos sostenible	Total de Unidades	Porcentaje con atributos sostenibles
Mujer	6.020.676	10.090.479	22%
Hombre	4.841.160	7.053.647	18%
Infantil	3.169.850	4.512.816	12%
Calzado y accesorios	0	1.746.682	0%
Deportes	565.041	1.374.208	2%
Decohogar	0	1.230.165	0%
Belleza	330.360	885.042	1%
Total	**14.927.087**	**26.893.039**	**56%**



¿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.

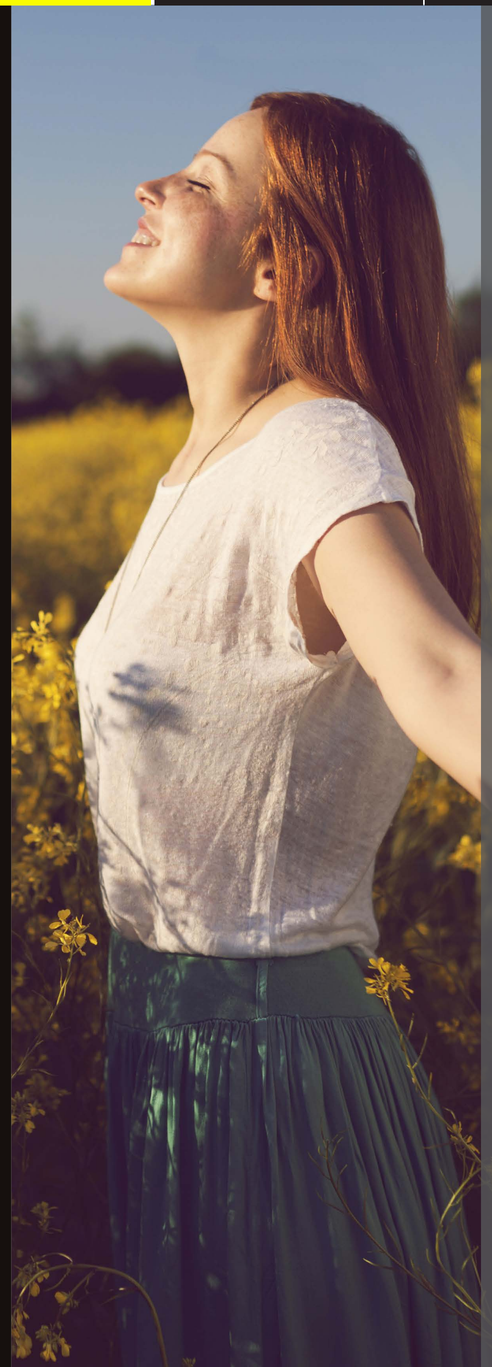
***Contiene al menos 25% de fibras recicladas certificadas por GRS y REPREVE

Recicla. Reduce. Reutiliza.

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 56% 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 Standar100 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 reciclaje 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, como compañía 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 que 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.

Se destaca la Política de gestión de residuos, implementada con Masso, y que se encarga de recopilar información de los distintos proveedores y entregar reportes de dicha gestión,

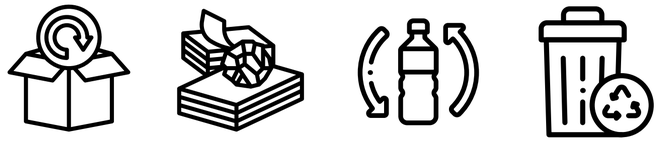
En Perú, hemos trabajado en conjunto con proveedores para usar insumos más económicos sin restar calidad al proceso de biodegradación. En tienda, evidenciamos que las botellas al mezclarse con el resto de los residuos, no se gestionaban, por lo que realizamos un piloto, implementando tachos separados de vidrio y plástico, lo que hicimos en las tiendas de Pucallpa y San Juan de Lurigancho, para luego sumar a Iquitos desde setiembre 2023. La medida del impacto se revisaría en febrero 2024, para luego, implementar al resto de las tiendas.

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

Peso total de los materiales utilizados	SEGMENTO: RETAIL CHILE	SEGMENTO: RETAIL PERÚ	TOTAL RIPLEY CORP
Total de material renovable o reciclable 2022: (ton)	5.762	800	6.562
Total de material renovable o reciclable 2023: (ton)	4.357	1.200	5.557
Var. Porcentual 2022-2023	-24,4%	50,0%	-15,3%
Porcentaje de productos y materiales de envasado recuperados 2023:	**100,00%**	**100,00%**	**100,00%**

Packaging utilizado: productos vendidos 2023 marca propia y primera importación
Packaging recuperado: SINADER (gestión residuos de nuestros patios traseros, tiendas y Redex durante 2023)



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 filmen 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.

En Perú, donde se llegó a la meta de cero compras de bolsas plásticas, para entregar a clientes, el área de Operaciones se preocupa de reciclar todos los materiales de cartón utilizados en las tiendas, asegurando su correcto tratamiento con proveedores certificados.

A lo largo de 2023 se inició e implementó un proyecto de recirculación de piochas de seguridad, para evitar una producción mayor de plástico contaminante.

En el caso de Mall Aventura, el área de Operaciones diseñó un plan de colección, acopio, clasificación y recojo para un posterior proceso de reciclaje a través de socios certificados. Los encargados de limpieza del centro comercial retiran a diario los residuos en cada tienda y los trasladan en bolsas a un cuarto de acopio, donde luego son recogidos por una empresa especialista en reciclaje que certifica el tratamiento y cantidad de estos residuos.

Recuperación de plástico de polietileno

Desde abril 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 14,2 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 necesiten, 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 estan 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 de residuos	SEGMENTO: RETAIL CHILE	SEGMENTO: RETAIL PERÚ	MALL AVENTURA	TOTAL RIPLEY CORP
Total de residuos destinados a eliminación 2022: (ton)	3.973	285	558	4.816
Total de residuos destinados a eliminación 2023: (ton)	3.862	225	876	4.963
Var. Porcentual 2022-2023	-2,8%	-21,2%	0,0%	3,1%
Total de residuos no destinados a eliminación 2022: (ton)	2.557	513	0	3.070
Total de residuos no destinados a eliminación 2023: (ton)	2.344	634	0	2.978
Var. Porcentual 2022-2023	-8,3%	23,6%	0,0%	-3,0%
Total de residuos generados 2022: (ton)	6.530	798	558	7.886
Total de residuos generados 2023: (ton)	6.207	859	876	7.942
Var. Porcentual 2022-2023	-5,0%	7,6%	0,0%	0,7%

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, se han 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.

Por otra parte, 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 Vestua, Nostalgic y Orange Blue 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 se ofrece a los clientes el retiro de productos antiguos de gran volumen, como línea blanca, muebles y colchoness a través del operador logístico Puelche Servicios Ltda, para darles un destino sostenible. Se fomenta en primer término su reutilización para alargar la vida útil entregándolo a Coniquem, y de no ser posible, reciclarlo con empresas especializadas, como Degraf y Rembre.

183.174 kilos
de productos reciclado

18 curaciones
financiadas en Coaniquem

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 Distrófico 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.



Huella de Carbono y Emisiones

Ante la aceleración de los efectos del cambio climático la adaptación resulta cada vez más urgente, considerando un amplio abanico de medidas para reducir la vulnerabilidad a los efectos derivados del cambio climático, en 2023, Ripley Corp como parte de la estrategia de sostenibilidad de la compañía, definió avanzar y tomar acciones en materia de cambio climático y emisiones. La prioridad estratégica fue dar el puntapié y realizar el levantamiento de emisiones de gases de efecto invernadero del 2022, apoyado por la empresa MASSO Consultores. Esto involucró el esfuerzo corporativo de diversos equipos de Banco y Retail, Chile y Perú, así como de Mall Aventura.

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 el 2022 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. GEI incluidos: CO2, N2O y CH4 y HFC.

En Chile recibimos el sello de cuantificación de Huella Chile que certifica que medimos según los requisitos de la NChISO14064-1:2019 y en Perú el Ministerio del Ambiente, a través de su plataforma Huella de Carbono Perú, nos otorgó nuestra primera estrella en reconocimiento por realizar el cálculo de nuestras emisiones.

Resultados Medición Huella de Carbono 2022

	Ripley Chile	Ripley Perú	Mall Aventura	Ripley Corp.	% de participación
Alcance 1	209,56	611,44	1060,62	1881,62	1,2%
Alcance 2	25814,20	12247,76	1812,27	39874,23	25,0%
Alcance 3	8996,09	4921,15	103669,85	117587,09	73,8%
Total	**35019,85**	**17780,35**	**106542,74**	**159342,94**	**100,0%**
% de participación	**22,0%**	**11,2%**	**66,9%**	**100,0%**	

1. En la medición de Perú, se produce un traslape entre las emisiones de Mall Aventura y Ripley Perú, ya que Mall Aventura tiene como locatarios Tiendas Ripley. Esto se midió y se restó del total de las emisiones de alcance 3 de Mall Aventura, ya que fue considerado en el alcance 1 de Ripley Perú. El total corresponde a 945,89 tCO_2e.

2. Los resultados de Ripley Chile y Ripley Perú 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.

3. Los resultados de Mall Aventura fueron calculados por la empresa Proyectae, utilizando criterios del GHG Protocol y factores actualizados del IPCC. Los resultados también están en proceso de certificación con el Programa Huella de Carbono-Perú, habiéndo identificado diferencias menores al 1% y sin poder validar las emisiones de Alcance 2 con criterio de mercado debido a una limitación del programa mencionado.

4. En Chile, 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.

5. En Perú, se incluyeron un total de 40 establecimientos en la medición, entre Tiendas, Bancos, Centro de Distribución, Back Office y Centros Comerciales. El alcance 1 considera combustión en fuentes fijas, reposición gases refrigerantes y otras fuentes. El alcance 3 considera transporte de colaboradores, residuos y reciclaje, insumos y servicios comprados, manufactura combustibles alcance 1, viajes de negocio, transporte de visitantes, combustibles en fuentes fijas de locatarios, electricidad tiendas anclas de locatarios y electricidad de locatarios.

Energías limpias y renovables

Como parte de la estrategia de mitigación que nos hemos propuesto, hemos avanzado 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. De esta manera, al cierre de 2023 más del 67% del consumo energético de la compañía provenía de fuentes limpias.

Por otra parte, se ha trabajado fuertemente en la eficiencia energética. En Chile se monitorea más del 90% de los consumos de energía en las tiendas y 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 en Chile, evolucionando a un modelo acorde a la nueva normativa energética con certificación estándar internacional ISO:50001. En Chile, 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.

En Perú, por su lado, se busca generar ahorros de consumo eléctrico en las tiendas y definir estándares de operación en materia de energía. Para ello, se cambió a iluminación LED, hay un mayor control en el uso del aire acondicionado y se han limitado los trabajos nocturnos para disminuir el consumo de luz artificial.

El negocio inmobiliario y la gestión de los centros comerciales, en tanto, integró las consideraciones energéticas en sus inversiones desde su misma concepción. Ejemplo de ello es que, para la construcción de las tiendas en Iquitos y San Juan de Lurigancho se implementó un sistema automático para controlar la iluminación y el aire acondicionado central, mejorando la eficiencia.

Incentivando el uso de Energías Renovables No Convencionales (ERNC) y reducir el gasto energético

Mediante un contrato con Colbún en Chile y Enel en Perú, sobre el 67% de la operación total de Ripley Corp funciona con energías limpias suministradas por dicha generadora. Esto se traduce en un suministro de 196.762 GJ/año.

En el caso de Chile, 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 Ton CO_2 anuales, equivalentes a sacar de circulación más de 4.000 autos y plantar 143.000 árboles en un año.

En Mall Aventura se cuenta con ENEL, proveedor que acredita el suministro de energía renovable a Mall Santa Anita y Mall Arequipa.





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 retail en Chile en certificar 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.

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, disminuyendo 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 sus tiendas.

En Perú, en materia de gestión energética, se viene ejecutando un plan de eficiencia en las 33 sedes a nivel nacional. A partir de 2023 se establecieron lineamientos enfocados en establecer horarios de encendidos y apagados, sin afectar la operación de tienda.

También estamos abocados a lograr eficiencias energéticas, en donde la gestión responsable de energía en sus centros comerciales es una labor de operaciones diaria. En sus cinco malls cuentan con un sistema de iluminación LED que permite tener un consumo de energía más eficiente y ecoamigable, reduciendo el impacto en un 66% frente a iluminaciones tradicionales.

Por otro lado, se instaló en 6 tiendas un sistema energético, que nos permite monitorear la energía en tiempo real, y da visibilidad del consumo real de estas tiendas, permitiendo trazabilidades respecto a las otras tiendas que no cuentan con el sistema logrando un ahorro de energía de un 10% durante el 2023.

Total de residuos	SEGMENTO: RETAIL CHILE	SEGMENTO: RETAIL PERÚ	MALL AVENTURA	TOTAL RIPLEY CORP
Consumo total de energía (GJ) 2022	300.246	230.073	129.139	659.457
Consumo total de energía (GJ) 2023	292.509	252.625	179.139	724.274
Var. Porcentual 2022-2023	-2,58%	9,80%	38,72%	9,83%
Consumo de energía que procedía de la red eléctrica(GJ) 2022	210.959	128.332	129.139	468.429
Consumo de energía que procedía de la red eléctrica(GJ) 2023	95.747	141.164	179.139	416.051
Var. Porcentual 2022-2023	-54,61%	10,00%	38,72%	-11,18%
Consumo de energía que procedía de fuentes renovables (GJ) 2022	89.287	101.741	94.657	285.685
Consumo de energía que procedía de fuentes renovables (GJ) 2023	196.762	111.461	111.770	419.993
Var. Porcentual 2022-2023	120,37%	9,55%	18,08%	47,01%
Porcentaje de energía que procedía de la red 2022	70,26%	55,78%	100,00%	71,03%
Porcentaje de energía que procedía de la red 2023	32,73%	55,88%	100,00%	57,44%
Porcentaje de energía que procedía de fuentes renovables 2022	29,74%	44,22%	73,30%	43,32%
Porcentaje de energía que procedía de fuentes renovables 2023	67,27%	44,12%	62,39%	57,99%

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, se trabaja 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, almacenamiento, 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 tanto en Chile como en Perú 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 el 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 base a la experiencia previa en Perú, se implementaron puntos de retiro para la entrega de pedidos de ecommerce. Estos puntos 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.

Un hito del año en Perú fue el despliegue del flujo de crossdock de sellers, lo que permite seleccionar la entrega en tienda de un producto de markerplace. Este proyecto requirió el desarrollo en múltiples sistemas, así como el trabajo conjunto de los sellers, transportistas, operación del centro de distribución y operación de tiendas. También se realizó la implementación de infraestructura que permitirá clasificar los paquetes recibidos.

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.

Durante 2023 se ejecutó la etapa 2 del proyecto de redefinición de las capacidades logísticas “Master Plan Ripley” que se está llevando a cabo en Perú y que contempla 4 etapas.

Tras la primera de estas etapas – transformar al centro de distribución de villa el salvador (CD-VES) en una infraestructura logística especializada de gran volumen y liberar todos los espacios disponibles en el sótano de dicho recinto-,, en el ejercicio reportado se implementó la infraestructura necesaria para utilizar la capacidad operativa habilitada con la etapa 1. Para tal efecto, se adquirió un espiral de gravedad para el traslado de totems y dos elevadores montacargas de alta velocidad para trasladar pallets y roll containers. También se incrementó la cantidad de mesas de empaque, pasando de 22 a 37. El proyecto permitió, igualmente, pasar de 6 puertas de despacho en el piso 1 a 18 puertas en el sótano. Las 6 puertas liberadas dejaron espacio de crecimiento para poder atender hasta 12 tiendas nuevas.

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 Corp 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 colaboradores 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 la cadena de abastecimiento tanto en Chile como en Perú.

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 colaboradores, incluso más allá de lo indicado por la legislación local, Ripley Corp 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 Sub contratación

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

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 se llegó a 5.200 sellers que se benefician con el 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 grupos de emprendedores tanto en Chile como en Perú.

Política de pagos para la cadena de valor

En Ripley Corp 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 en Chile 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 compite 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	32.328	31,969	95.812	-	117
	Entre 31 y 60 días	88.218	87.337	237.151	-	217
	Más de 60 días	301,588	300.030	704.163	-	229
	Subtotal	422.134	419.336	1.037.125	-	623
Proveedores Internacionales	Menor a 30 días	113	122	6.2111	-	65
	Entre 31 y 60 días	1.811	1.793	40.236	-	330
	Más de 60 días	4.965	4.956	134.197	-	273
	Subtotal	6.889	6.871	180,644	-	668
Total de Proveedores	Menor a 30 días	32.441	32,091	102.022	-	242
	Entre 31 y 60 días	90.029	89.130	277.387	-	547
	Más de 60 días	306.553	304.986	838.360	-	502
	Total	**429.023**	**426.207**	**1.217.769**	**-**	**1.291**



Días de pagos comprometidos versus real

Rango de periodo de pago (días calendario)		Días promedio ponderado por monto
Proveedores Nacionales	Menor a 30 días	20
	Entre 31 y 60 días	45
	Más de 60 días	75
	Subtotal	65
Proveedores Internacionales	Menor a 30 días	20
	Entre 31 y 60 días	45
	Más de 60 días	90
	Subtotal	71
Total de Proveedores	Menor a 30 días	20
	Entre 31 y 60 días	45
	Más de 60 días	90
	Total	74

En Perú, los parámetros en cuanto a los plazos de pago son los siguientes

Gourmet: **30** días

Electrónica y Computación: **60** días

Textiles, Calzado, Juguetes: **90** días

* Considérese días Calendario, diferido a fin de mes

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

Resúmen 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. Convocatoria Junta Ordinaria de Accionistas con fecha 31 de marzo de 2023:

En cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 9° y 10° inciso segundo de la Ley 18.045, en la Norma de Carácter General Nº30 de la Comisión para el Mercado Financiero, y debidamente facultado, comunico a usted, en calidad de hecho esencial, que en sesión de directorio de Ripley Corp S.A. (la "Sociedad") celebrada con esta fecha, se acordó convocar a Junta Ordinaria de Accionistas, la que se llevará a cabo el día 28 de abril de 2023 a las 11:00 horas a realizarse de forma remota desde las oficinas de la Sociedad ubicadas en Alonso de Córdova 5320, piso 9, comuna de Las Condes, Santiago, Región Metropolitana.

más información y los temas abordados aquí

3. Complemento del hecho esencial publicado el 31 de marzo sobre la venta de Nuevos Desarrollos S.A., se informó el uso de fondos y efectos en resultados obtenidos en la venta de las acciones, con fecha 5 de abril 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 ("CMF"), y en cumplimiento a lo solicitado mediante el Oficio de la CMF N°31469 de fecha 4 de abril de 2023, vengo en complementar el hecho esencial publicado por Ripley Corp S.A. con fecha 31 de marzo de 2023, informando lo siguiente:

(1) Respecto del uso de los fondos obtenidos en la venta de las acciones. El contrato de compraventa de acciones celebrado entre Ripley Inversiones II S.A. (filial de Ripley Corp S.A.) y Plaza Oeste SpA establece que el precio de las acciones será pagado dentro de 30 días corridos contados desde la fecha de la suscripción del contrato (31 de marzo de 2023). Debido a que el precio fue determinado el mismo día de la celebración de la compraventa, el uso y destino de los fondos aun tiene que ser resuelto por las distintas instancias de gobierno corporativo de Ripley.

(2) Respecto de los efectos en resultados producto de la venta. Se estima que la operación de compraventa de acciones generará una utilidad de 1.928 millones de pesos, monto que puede variar dependiendo del valor de la Unidad de Fomento al día del pago del precio.

más información aquí

4. Convocatoria a Junta Extraordinaria de Accionista con fecha 10 de abril 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 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 28 de abril de 2023, a celebrarse inmediatamente a continuación de la Junta Ordinaria de Accionistas correspondiente al año 2023, la que se llevará a cabo a las 11:00 horas de forma remota mediante el uso de medios tecnológicos que permitan la participación remota de los accionistas, desde las oficinas de la Sociedad ubicadas en Alonso de Córdova 5320, piso 9, comuna de Las Condes, Santiago, Región Metropolitana, a fin de conocer y pronunciarse sobre: (i) la distribución de un dividendo eventual de $20 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.

Por otra parte, complementando la respuesta al Oficio N° 31469 remitida con fecha 5 de abril de 2023, relativa a la venta de acciones en Nuevos Desarrollos S.A., le hacemos presente que los fondos obtenidos en dicha venta serán utilizados para disminuir el endeudamiento de la Sociedad, fortalecer la caja para el pago de dividendos y continuar con las inversiones del plan estratégico de la Sociedad.

más información aquí

5. Los acuerdos tomados en la Junta Ordinaria de Accionistas con fecha 28 de abril de 2023:

De acuerdo con lo establecido en el artículo 9° y en el inciso segundo del artículo 10° de la Ley Nº18.045 y en la Norma de Carácter General Nº30 de la CMF y sus posteriores modificaciones, comunico a usted, en carácter de hecho esencial, que en el día de hoy se llevó a efecto la Junta Ordinaria de Accionistas de Ripley Corp S.A. En dicha Junta se aprobó la Memoria, el Balance General y Estados Financieros de la sociedad correspondientes al ejercicio 2022, así como la política de dividendos. Al respecto, se acordó no distribuir dividendos dado que no hubo utilidades líquidas distribuibles del ejercicio 2022, por lo que no hubo dividendos mínimos a distribuir de acuerdo con la política de cálculo de dichas utilidades acordada por el directorio de la Sociedad conforme a lo dispuesto en la Circular N°1.945 y N°1.983 de la Comisión para el Mercado Financiero.
Posteriormente se procedió a la elección de los nuevos miembros del directorio, quedando designados como directores de la Sociedad por un período de 3 años los señores: Isabel Bravo Collao, Sandra Porcile Rojas, Verónica Edwards Guzmán, Laurence Golborne Riveros, Hernán Uribe Gabler, Andrés Calderón Volochinsky, Michel Calderón Volochinsky, Mario Meirelles Gonzaga do Monte y Miguel Ángel Peña, siendo las tres primeras elegidas como directoras independientes.
Asimismo, 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 compañía.
Por último, se aprobó la remuneración del directorio, la remuneración de los miembros del Comité de Directores y el presupuesto para su funcionamiento; y las demás materias que, de conformidad con las disposiciones legales vigentes y los estatutos sociales, son propias de este tipo de juntas.

más información aquí

6. Los acuerdos tomados en la Junta Extraordinaria de Accionistas con fecha 28 de abril de 2023:

De acuerdo con lo establecido en el artículo 9° y en el inciso segundo del artículo 10° de la Ley Nº18.045, en la Norma de Carácter General Nº30 y la Circular Nº660 de la Comisión para el Mercado Financiero y sus posteriores modificaciones, comunico a usted, en carácter de hecho esencial, que en el día de hoy se llevó a efecto la Junta Extraordinaria de Accionistas de Ripley Corp S.A. En dicha Junta se acordó distribuir un dividendo eventual con cargo a las utilidades retenidas de la sociedad, que equivale a un dividendo definitivo de $20 por acción que se pagará a contar del 18 de mayo de 2023. En cumplimiento de la Circular Nº660, se adjunta el Formulario Nº1 sobre Reparto de Dividendos, en el cual se contiene información relativa al reparto de dividendos acordado.

más información aquí

7. Elección de presidente, vicepresidente y comité de directores con fecha 26 de mayo de 2023:

En cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 9° y 10° inciso segundo de la Ley 18.045, y en la Norma de Carácter General Nº 30 de la Comisión para el Mercado Financiero, debidamente facultado comunico a Ud., en calidad de hecho esencial, que, en la sesión celebrada en el día de hoy, el directorio acordó elegir como presidente del mismo y de Ripley Corp S.A. a don Hernán Uribe Gabler y como vicepresidente a don Michel Calderón Volochinsky. Asimismo, se comunica que el Comité de Directores quedó conformado por Isabel Bravo Collao, Verónica Edwards Guzmán y Laurence Golborne Riveros.

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 Corp

Sitio web CMF

Anexos e índices de divulgación ESG



Sobre este Reporte

Alcance y Estándares

El presente documento corresponde a la Memoria Integrada de Ripley Corp 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 permiten 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 en 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 Corp, 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, de gobernanza 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 Corp participa.

28 Empresas analizadas, de las industrias donde Ripley Corp 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 Corp

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
RENTABILIDAD, DESEMPEÑO ECONÓMICO Y CRECIMIENTO	G	Rentabilidad, resultados económicos y eficiencia en el control de gastos					○	○	○	
		Contexto macroeconómico de los países y mercados						○	○	○
		Crecimiento y apertura de nuevos centros comerciales						○	○	○
ÉTICA, CUMPLIMIENTO Y TRANSPARENCIA COMERCIAL	G	Ética, integridad y cumplimiento en los negocios				○	○		○	○
		Transparencia comercial y letra chica		○			○		○	
		Prácticas de ética empresarial y buen gobierno corporativo		○	○					○
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y CIBERSEGURIDAD, CON FOCO EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	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	○	○						
CADENA DE SUMINISTRO RESPONSABLE	G	Abastecimiento responsable y estándares sostenibles en la cadena de suministro	○			○				○
ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO	A	Huella de carbono y adaptación al cambio climático			○	○	○			○
		Consumo energético e incorporación de energías renovables	○		○	○	○	○		○
ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE RESIDUOS	A	Economía circular y ciclo de vida de los productos (incl. Prod. con atributos sostenibles)	○			○	○	○		○
		Gestión de residuos								○
ALIANZAS PARA GENERAR DE VALOR EN LOS TERRITORIO	S	Educación financiera y bancarización de grupos desplazados		○				○	○	○
		Alianzas y relacionamiento con proveedores (incluye compras locales)					○	○		○
		Generación de empleo en los territorios								○
BIENESTAR, CUIDADO Y DESARROLLO DE NUESTROS TALENTOS	S	Desarrollo del capital humano y atracción de talent	○	○		○	○			○
		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?
Generación de residuos	-	R	D	RESIDUOS		O	Gestión de residuos
Economía circular de productos textiles generación de residuos	-	P	D	RESIDUOS	O	O	Economía circular y ciclo de vida de los productos (incl. productos con atributos sostenibles)
Packaging y plástico de un solo uso	-	R	D	RESIDUOS	O	O	
Productos con atributos sostenibles	+	R	D	RESIDUOS	O	O	
Consumo y gestión del agua en la producción textil	-	R	I	AGUA	O	O	
Impacto de la huella de carbono en la cadena logística	-	R	I	EMISIONES	O	O	Huella de carbono y adaptación al cambio climático
Eficiencia energética	+	P	D	ENERGÍA	O	O	Consumo energético e incorporación de energías renovables

IMPACTOS SOCIALES IDENTIFICADOS	POSITIVO/NEGATIVO	REAL / POTENCIAL	DIRECTO / INDIRECTO	CATEGORÍAS	ESTÁNDARES DE	SOSTENIBILIDAD DIRECTORES & EJECUTIVOS	¿ES ABORDADO POR LA PRE-MATERIALIDAD Y QUE TEMA LO ABORDA?
Promoción de la diversidad, inclusión y equidad de genero	+	R	D	COLABORADORES		O	Diversidad, equidad y no discriminación
Sentencia contra Ripley por discriminar a colaboradores con Ley de Protección al Empleo	-	R	D	COLABORADORES	Impacto derivado del análisis de prensa		
Baja participación de la mujer en puestos de liderazgos	-	R	D	COLABORADORES		O	
Clima laboral y experiencia de trabajo	+	P	D	COLABORADORES		O	Cuidado de las personas, clima y condiciones laborales
Comunicación y relaciones laborales	-	P	D	COLABORADORES	O	O	
Bajo control de horarios y flexibilidad (centros comerciales)	-	P	I	COLABORADORES	O	O	Salud, seguridad y bienestar de los colaboradores
Capacitación y desarrollo de colaboradores	+	R	D	COLABORADORES		O	Desarrollo del capital humano y atracción de talento
Baja gestión de talento y alta rotación	-	R	D	COLABORADORES		O	
Generación de empleo	+	R	D	COLABORADORES	O	O	Generación de empleo en los territorios
Apoyo a emprendedores y productos locales	+	R	D	COMUNIDADES	O	O	Alianzas y relacionamiento con proveedores (incluye compras locales)
Esparcimiento y recreación de la comunidad	´+	R	D	COMUNIDADES	O	O	
Creación de espacios culturales para la comunidad	+	R	D	COMUNIDADES		O	Crecimiento y apertura de nuevos centros comerciales (Iquitos y San Juan de Lurigancho
Impacto de la construcción de centros comerciales en la comunidad colindante	+	R	D	COMUNIDADES		O	
Procesos de consulta a las comunidades (construcción e inmobiliaria)	+	R	D	COMUNIDADES	O	O	
Educación financiera y crediticia	+	R	D	COMUNIDADES	O	O	Educación financiera y bancarización de grupos desplazados
Acceso a financiamiento a grupos desplazados	+	R	D	COMUNIDADES	O	O	

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	O	O	Alianzas y relacionamiento con proveedores (incluye compras locales)
Compra local y apoyo a proveedores locales	+	R	D	PROVEEDORES	O	O	
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	O	O	
Estafas telefónicas a clientes y educación al cliente contra cibercrimen	-	P	I	CLIENTES	Impacto derivado del análisis de prensa.		Ciberseguridad y protección de la información
Gobierno corporativo robusto	+	R	D	GOB. CORPORATIVO		O	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	O	O	Contexto geopolítico y macroeconómico de los países y mercados
Nuevas regulaciones y normativa (MPD)	-	P	I	GOB. CORPORATIVO		O	Ética, integridad y cumplimiento en los negocios
Negocios éticos y cumplimiento normativo	-	P	D	GOB. CORPORATIVO	O	O	

Índice CMF

NCG 461

		Página	Comentarios
1. Índice De Contenidos			
2. Perfil De La Entidad			
2.1.	**Misión, visión, propósito y valores**	**13**	
2.2.	**Información histórica de la entidad**	**14-16**	
2.3.	**Propiedad**		
2.3.1	Situación de control	86	
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	86-87	
2.3.4	Acciones, sus características y derechos		
2.3.4.i	Descripción de la serie de acciones	87	
2.3.4.ii	Política de dividendos	88	Monto total pagado en dividendos 2023: CLP$38.721 millones
2.3.4.iii	Información estadística		
2.3.4.iii.a	Dividendos	88	
2.3.4.iii.b	Transacciones en bolsas	87	
2.3.4.iii.c	Número de accionistas	86	
2.3.5	Otros valores emitidos por la entidad	88	
3. Gobierno Corporativo			
3.1	**Marco de gobernanza**		
3.1.i	Garantía y evaluación del gobierno corporativo	74	
3.1.ii	Enfoque de sostenibilidad en los negocios	74	
3.1.iii	Detección y gestión de conflictos de interés	75	
3.1.iv	Preocupaciones de los principales grupos de interés	67-68	
3.1.v	Promoción de la innovación, investigación y desarrollo	20-21	
3.1.vi	Detección y reducción de barreras organizacionales, sociales o culturales	124	
3.1.vii	Identificación de diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones	124	
3.2	**Directorio**		
3.2.i	Identificación de sus integrantes	75	
3.2.ii	Ingresos de los miembros del directorio	78	
3.2.iii	Política para la contratación de expertos por parte del	76	
3.2.iv	Matriz de conocimientos	76	
3.2.v	Inducción de nuevos integrantes	77	
3.2.vi	Periodicidad con la cual se reúne con unidades de gestión de riesgo, auditoría interna y responsabilidad social	79	
3.2.vii	Informes de asuntos relacionados con las materias ambientales y sociales	79	
3.2.viii	Visitas en terreno	77	

		Página	Comentarios
3.2.ix	Desempeño colectivo y/o individual	79	
3.2.ix.a	Detección de áreas en que el directorio puede capacitarse	79	
3.2.ix.b	Detección y reducción barreras organizacionales, sociales o culturales del directorio	-	Si bien existe una autoevaluación del Directorio para detectar e implementar mejoras en el funcionamiento, esta no identifica barreras organizacionales, sociales o culturales.
3.2.ix.c	Contratación de asesoría para la evaluación del desempeño y funcionamiento del directorio	79	
3.2.x	Número mínimo de reuniones ordinarias	75	
3.2.xi	Cambio en la organización interna y funcionamiento ante situaciones de contingencia o crisis	82	
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	79	
3.2.xii.b	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: minuta	79	
3.2.xii.c	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: canal de denuncias	79	
3.2.xii.d	Sistema de acceso a la información para los integrantes del directorio: texto definitivo del acta de cada sesión	79	
3.2.xiii	Conformación del Directorio		
3.2.xiii.a	Conformación del Directorio: hombres y mujeres	78	
3.2.xiii.b	Conformación del Directorio: nacionalidad	78	
3.2.xiii.c	Conformación del Directorio: rango de edad	78	
3.2.xiii.d	Conformación del Directorio: antigüedad en la organización	78	
3.2.xiii.e	Conformación del Directorio: situación de discapacidad	78	
3.2.xiii.f	Conformación del Directorio: brecha salarial	78	
3.3	**Comités del Directorio**		
3.3.i	Descripción del rol y principales funciones de los comités	80-82	
3.3.ii	Identificación de sus integrantes	80-82	
3.3.iii	Ingresos de los miembros de los comités	78	
3.3.iv	Principales actividades que el comité haya desarrollado durante el año	80-82	
3.3.v	Contratación de asesorías y gastos	78, 81-82	
3.3.vi	Comité de Directores del artículo 50 bis de la Ley N°18.046	80-81	
3.3.vii	Periodicidad con la cual reportan al Directorio	82	

			Página
3.4		**Ejecutivos principales**	
	3.4.i	Cargo, nombre, RUT, profesión y fecha desde la cual desempeña el cargo	83
	3.4.ii	Monto de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales	85
	3.4.iii	Planes de compensación o beneficios especiales dirigidos a ejecutivos principales	85
	3.4.iv	Porcentaje de participación en la propiedad del emisor	85
3.5		**Adherencia a códigos nacionales o internacionales**	74
3.6		**Gestión de riesgos**	
	3.6.i	Directrices generales establecidas por el Directorio	99
	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	100-104
	3.6.ii.b	Riesgos de seguridad de la información	103-105
	3.6.ii.c	Riesgos relativos a la libre competencia	104
	3.6.ii.d	Riesgos referentes a la salud y seguridad de los consumidores	103-105
	3.6.ii.e	Otros riesgos y oportunidades derivados de los impactos en el medioambiente o en la sociedad, generados directa o indirectamente	100-104
	3.6.iii	Detección de riesgos y cómo se determinan aquellos relativamente más significativos	98
	3.6.iv	Rol del Directorio, u órgano de administración, y alta gerencia, en la detección, evaluación, gestión y monitoreo de riesgos	98-99
	3.6.v	Unidad de gestión de riesgos	98
	3.6.vi	Unidad de auditoría interna o equivalente	98
	3.6.vii	Código de Ética o de Conducta o documento equivalente	94
	3.6.viii	Programas de divulgación de información y capacitación de las políticas, procedimientos, controles y códigos implementados para la gestión de riesgos	95, 113
	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	97
	3.6.x	Plan de Sucesión del gerente general y demás ejecutivos principales	85
	3.6.xi	Revisión de estructuras salariales y políticas de compensación por parte del Directorio	85
	3.6.xii	Estructuras salariales y políticas de compensación e indemnización del gerente general y demás ejecutivos principales	85
	3.6.xiii	Modelo implementado de prevención de delitos conforme a lo establecido en la Ley N°20.393	96

			Página
3.7		**Relación con los grupos de interés y el público en general**	
	3.7.i	Unidad de relaciones con los grupos de interés y medios de prensa	68
	3.7.ii	Procedimiento de mejora continua para procesos de elaboración y difusión de las revelaciones que realiza la entidad al mercado	163
	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	76
	3.7.iv	Sistema o procedimiento que permita a los accionistas participar y ejercer su derecho a voto por medios remotos	76
4. ESTRATEGIA			
4.1		**Horizontes de tiempo**	**46**
4.2		**Objetivos estratégicos**	**64**
4.3		**Planes de inversión**	**40**
5. PERSONAS			
5.1		**Dotación de personal**	
	5.1.1	Número de personas por sexo	107
	5.1.2	Número de personas por nacionalidad	109
	5.1.3	Número de personas por rango de edad	110
	5.1.4	Antigüedad laboral	111
	5.1.5	Número de personas con discapacidad	126
5.2		**Formalidad laboral**	108
5.3		**Adaptabilidad laboral**	108, 122
5.4		**Equidad salarial por sexo**	
	5.4.1	Política de equidad	123
	5.4.2	Brecha salarial (Media y Mediana)	108
5.5		**Acoso laboral y sexual**	97, 114, 124
5.6		**Seguridad laboral**	127-129
5.7		**Permiso postnatal**	121
5.8		**Capacitación y beneficios**	120
	5.8.i	Monto total de recursos monetarios y el porcentaje que éstos representan del ingreso	114
	5.8.ii	Número total de personal capacitado y el porcentaje que ese número representa de la dotación total	114
	5.8.iii	Promedio anual de horas de capacitación	114
	5.8.iv	Materias abordadas por las capacitaciones	112-115
5.9		**Política de subcontratación**	154

		Página	Comentario
6. MODELO DE NEGOCIOS			
6.1	**Sector industrial**		
6.1.i	Naturaleza de los productos y/o servicios	10	
6.1.ii	Competencia en el sector industrial	19, 26, 36, 104	
6.1.iii	Marco legal o normativo que regule o que afecte la industria en la cual participa	94	
6.1.iv	Entidades reguladoras nacionales o extranjeras que cuenten con atribuciones fiscalizadoras sobre la entidad	94	
6.1.v	Principales grupos de interés	67-68	
6.1.vi	Afiliación a gremios, asociaciones u organizaciones	69-71	
6.2	**Negocios**		
6.2.i	Principales bienes producidos y/o servicios prestados y los principales mercados en los cuales son comercializados dichos productos	23, 26	
6.2.ii	Canales de venta y métodos de distribución	17	
6.2.iii	Número de proveedores que representen en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas en el período	155	
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	23-24	
6.2.viii	Otros factores del entorno externo que fueran relevantes para el desarrollo de los negocios	-	No existen otros factores del entorno externo que fueran relevantes para el desarrollo de los negocios.
6.3	**Grupos de interés**	67-71	
6.4	**Propiedades e instalaciones**		
6.4.i	Características más relevantes de las principales propiedades	10, 43-45	
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 Corp.
6.4.iii	Estado de propiedad de las instalaciones o algún otro tipo de contrato, como leasing financiero u operativo	43-45	

		Página	Comentario
6.5	**Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades**		
6.5.1	Subsidiarias y asociadas	90-93	
6.5.1.i	Individualización, domicilio y naturaleza jurídica.	90-93	
6.5.1.ii	Capital suscrito y pagado	90-93	
6.5.1.iii	Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla	90-93	
6.5.1.iv	Nombre y apellidos del o los directores, administradores y gerente general.	90-93	
6.5.1.v	Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora	90-93	
6.5.1.vi	Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz	90-93	
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	90-93	
6.5.1.viii	Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas	90-93	
6.5.1.ix	Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas	90-93	
6.5.1.x	Cuadro esquemático en que se expongan las relaciones de propiedad	89	
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
7. GESTIÓN DE PROVEEDORES			
7.1	**Pago a proveedores**		
7.1.i	Número de Facturas pagadas	156	
7.1.ii	Monto total pagado (millones de pesos)	156	
7.1.iii	Monto Total intereses por mora en pago de facturas (millones de pesos)	156	
7.1.iv	Número de Proveedores	156	
7.1.v	Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía	156	
7.2	**Evaluación de proveedores**	57, 143-144, 153	
8. INDICADORES			
8.1	**Cumplimiento legal y normativo**		
8.1.1	Cumplimiento legal y normativo: en relación con clientes	94-95	128 sanciones CLP $332,1 millones
8.1.2	Cumplimiento legal y normativo: en relación con sus trabajadores	94-95	193 sentencias y acciones de tutela laboral CLP $719,3 millones
8.1.3	Cumplimiento legal y normativo: Medioambiental	94-95	
8.1.4	Cumplimiento legal y normativo: Libre Competencia	94-95	
8.1.5	Cumplimiento legal y normativo: Otros	94-95	
8.2	**Indicadores de sostenibilidad por tipo de industria**	171-173	
9. HECHOS RELEVANTES O ESENCIALE			
	Resumen de los hechos esenciales o relevantes divulgados por la entidad durante el período anual	158-159	
10. COMENTARIOS DE ACCIONISTAS Y DEL COMITÉ DE DIRECTORES			
	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.
11. INFORMES FINANCIEROS			
	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	160	

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	151	
	(2) Porcentaje de electricidad de la red	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-130a.1	151	
	(3) Porcentaje de renovables	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-130a.1	151	
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	103-105	
	(1) Número de filtraciones de datos	Cuantitativo	Número	CG-MR-230a.2	105	
	(2) Porcentaje que implica información de identificación personal (PII)	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-230a.2	105	
	(3) Número de clientes afectados	Cuantitativo	Número	CG-MR-230a.2	105	
Prácticas laborales	(1) Salario medio por hora por Región: Tienda	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-310a.1	123	
	(2) Porcentaje de empleados de tienda que ganan el salario mínimo por Región: Tienda	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-310a.1	123	
	(1) Tasa de rotación voluntaria de los empleados de tienda	Cuantitativo	Velocidad	CG-MR-310a.2	117	
	(2) Tasa de rotación involuntaria de los empleados de tienda	Cuantitativo	Velocidad	CG-MR-310a.2	117	
	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	94	CLP $719,3 millones
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	78	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	107	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	142	
	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	
	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes	Debate y análisis	N/A	CG-MR-410a.3	145-148	
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	105	
	(2) Porcentaje que implica información de identificación personal (PII)	Cuantitativo	Porcentaje (%)	FN-CB-230a.1	105	
	(3) Número de clientes afectados	Cuantitativo	Número	FN-CB-230a.1	105	
	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	Debate y análisis	N/A	FN-CB-230a.2	103-105	
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.
Incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión en el análisis crediticio	Descripción del enfoque para la incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa (ESG) 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	97	
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	100	
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 Corp. 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
CONTENIDO GENERALES			
	2-1 Detalles de la organización	3; 43-45; 86	
	2-2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	170	
	2-3 Período de informe, frecuencia y punto de contacto	170	
	2-4 Reflexiones de información	-	No existen reflexiones de información en comparación al periodo anterior
	2-5 Garantía externa	79	
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	153-156	
	2-7 Empleados	107-129	
GRI 2:	2-8 Trabajadores que no son empleados	153-156	
	2-9 Estructura y composición de gobernanza	74	
Contenidos Generales 2021	2-10 Nominación y selección del cuerpo de gobernanza más alto	76	
	2-11 Presidente del cuerpo de gobernanza más alto	75	
	2-12 Papel del cuerpo de gobernanza más alto en la supervisión de la gestión de los impactos	79	
	2-13 Delegación de responsabilidad por gestionar los impactos	79	
	2-14 Papel del cuerpo de gobernanza más alto en los informes de sostenibilidad	74	
	2-15 Conflictos de intereses	75	
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	100	
	2-17 Conocimiento colectivo del cuerpo de gobernanza más alto	76	
	2-18 Evaluación del desempeño del cuerpo de gobernanza más alto	79	
	2-19 Políticas de remuneración	78	
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	78	
	2-21 Ratio anual de compensación total	78	
	2-22 Declaración sobre estrategia de desarrollo sostenible	48	

GRI 1 Utilizado — **GRI 1: Fundamentos 2021**

INDICADOR		PÁGINA	COMENTARIOS
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-23 Compromisos de política	94	
	2-24 Compromisos de política de incrustación	65; 98	
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	97	
	2-26 Mecanismos para buscar consejos y plantear preocupaciones	97	
	2-27 Cumplimiento de las leyes y reglamentos	95	
	2-28 Asociaciones y membresía	69-71	
	2-29 Enfoque para el compromiso de las partes interesadas	67	
	2-30 Acuerdos de negociación colectiva	108	
TEMAS MATERIALES			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1 Proceso para determinar temas de material	163	
	3-2 Lista de temas de materiales	163	
TEMA MATERIAL: Apoyo a emprendedores y proveedores locales			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	105	
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	418-1 Reclamaciones fundamentales relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	105	
TEMA MATERIAL: Consumo energético e incorporación de energías renovables			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	150-151	
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	151	
	302-2 Consumo de energía fuera de la organización	151	
	302-3 Intensidad energética	151	
	302-4 Reducción del consumo de energía	151	
	302-5 Reducciones en requisitos de energía de productos y servicios	151	
TEMA MATERIAL: Desarrollo del capital humano y atracción de talento			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	116	
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	117	

GRI 1 Utilizado — **GRI 1: Fundamentos 2021**

INDICADOR		PÁGINA	COMENTARIOS
GRI 404: Capacitación y Educación 2016	404-1 Horas promedio de capacitación por año por empleado	114	
	404-2 Programas para actualizar las habilidades de los empleados y los programas de asistencia de transición	115	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben un desempeño regular y revisiones de desarrollo profesional	118	
TEMA MATERIAL: Diversidad, equidad y no discriminación			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	123 - 124	
GRI 202: Participación de Mercado 2016	202-1 Ratios del salario de nivel de entrada estándar por género en comparación con el salario mínimo local	123	
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1 Diversidad de organismos de gobierno y empleados	107	
	405-2 proporción de salario básico y remuneración de mujeres a los hombres	108	
GRI 406: No Discriminación 2016	406-1 Incidentes de discriminación y acciones correctivas tomadas	97	
TEMA MATERIAL: Economía circular y ciclo de vida de los productos			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	145	
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	145	
	301-2 Materiales de entrada reciclados utilizados	145	
	301-3 Productos recuperados y sus materiales de empaque	145	
TEMA MATERIAL: Experiencia, satisfacción y fidelización de clientes y consumidores			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	18; 39	
GRI 416: Salud y Seguridad del Cliente 2016	416-1 Evaluación de los impactos de salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	18; 39	
	416-2 Incidentes de incumplimiento sobre los impactos de salud y seguridad de los productos y servicios	25	
TEMA MATERIAL: Transformación digital e innovación			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	20-21	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Transformación digital e innovación	20-21	

GRI 1 Utilizado **GRI 1: Fundamentos 2021**

INDICADOR		PÁGINA	COMENTARIO
TEMA MATERIAL: Ética, integridad y cumplimiento en los negocios			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	95-96	
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	145	
	301-2 Materiales de entrada reciclados utilizados	145	
	301-3 Productos recuperados y sus materiales de empaque	145	
TEMA MATERIAL: Experiencia, satisfacción y fidelización de clientes y consumidores			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	18; 39	
GRI 416: Salud y Seguridad del Cliente 2016	416-1 Evaluación de los impactos de salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	18; 39	
	416-2 Incidentes de incumplimiento sobre los impactos de salud y seguridad de los productos y servicios	25	
TEMA MATERIAL: Transformación digital e innovación			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	20-21	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Transformación digital e innovación	20-21	
TEMA MATERIAL: Ética, integridad y cumplimiento en los negocios			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	95-96	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	96	
	205-2 Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	95	
	205-3 Incidentes confirmados de corrupción y acciones tomadas	94	
TEMA MATERIAL: Educación financiera y bancarización de grupos desplazados			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	28	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Educación financiera y bancarización de grupos desplazados	28	

GRI 1 Utilizado **GRI 1: Fundamentos 2021**

INDICADOR		PÁGINA	COMENTARIO
TEMA MATERIAL: Emisiones GEI y huella de carbono			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	149	
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	149	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	149	
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	149	
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	149	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	149	
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan el ozono (ODS)	149	
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas de aire	149	
TEMA MATERIAL: Rentabilidad, resultados económicos y eficiencia en el control de gastos			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	68	
GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	68	
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	79	
TEMA MATERIAL: Transparencia comercial y letra chica			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	26-27; 96-97	
GRI 417: Marketing y Etiquetado 2016	417-1 Requisitos para información y etiquetado de productos y servicios	23	
	417-2 Incidentes de incumplimiento sobre información y etiquetado del producto y servicio	96	
	417-3 Incidentes de incumplimiento sobre las comunicaciones de marketing	97	
TEMA MATERIAL: Abastecimiento responsable y estándares sostenibles en la cadena de suministro			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	153-154	
GRI 308: Evaluación Ambiental del Proveedor 2016	308-1 Nuevos proveedores que se seleccionaron utilizando criterios ambientales	154	
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y las acciones tomadas	154	

GRI 1 Utilizado **GRI 1: Fundamentos 2021**

INDICADOR		PÁGINA	COMENTARIOS
TEMA MATERIAL: Contexto macroeconómico de los países y mercados			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	17; 26; 40	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Contexto macroeconómico de los países y mercados	17; 26; 40	
TEMA MATERIAL: Cuidado de las personas, clima y condiciones laborales			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	107-129	
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	117	
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	120	
	401-3 Permiso parental	121	
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	154	
TEMA MATERIAL: Alianzas y relacionamiento con proveedores			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	135	
GRI 204: Prácticas de abastecimiento	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	135	
TEMA MATERIAL: Equilibrio jornada laboral y familia			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	37	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Crecimiento y apertura de nuevos centros comerciales	37	
TEMA MATERIAL: Prácticas de ética empresarial y buen gobierno corporativo			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	74; 94-97	
GRI 206: Comportamiento Anticompetitivo 2016	206-1 Acciones legales para las prácticas anticompetitivas de comportamiento, antimonopolio y monopolio	104	
TEMA MATERIAL: Productos innovadores personalizados a las necesidades de los clientes			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	19-38	
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	INFORMACIÓN TEMA MATERIAL - Productos innovadores personalizados a las necesidades de los clientes	19-38	

GRI 1 Utilizado **GRI 1: Fundamentos 2021**

INDICADOR		PÁGINA	COMENTARIOS
TEMA MATERIAL: Salud, seguridad y bienestar de los colaboradores			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	127-129	
GRI 403: Salud y Seguridad Ocupacional 2018	403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	127	
	403-2 Identificación de riesgos, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	127	
	403-3 Servicios de salud ocupacional	128	
	403-4 participación, consulta y comunicación de los trabajadores sobre salud y seguridad ocupacional	128	
	403-5 Capacitación de trabajadores sobre salud y seguridad ocupacional	127	
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	128	
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos de salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por las relaciones comerciales	129	
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional	127	
	403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo	129	
	403-10 Salud enferma relacionada con el trabajo	129	
TEMA MATERIAL: Gestión de residuos			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	145	
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	145	
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	145	
	306-3 Desechos generados	148	
	306-4 Residuos desviados por la eliminación	148	
	306-5 Residuos dirigidos a la eliminación	148	
TEMA MATERIAL: Generación de empleo en los territorios			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	135	
GRI 413: Comunidades Locales 2016	413-1 Operaciones con participación local de la comunidad, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	137	

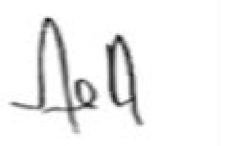
Declaración de responsabilidad

En cumplimiento con la Norma de Carácter General de la Comisión para el Mercado Financiero N° 461, y con fecha 16 de abril de 2023, los directores de Ripley Corp 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



Andrés Calderón Volochinsky

Vicepresidente Directorio
Rut 6.693.578-7



Michel Calderón Volochinsky

Director
Rut 6.693.685-6



Isabel Margarita Bravo Collao

Director
Rut 7.011.482-8



Verónica Edwards Guzmán

Director
Rut 7.051.999-2



Sandra Porcile Rojas

Director
Rut 7.294.801-7



Laurence Golborne Riveros

Director
Rut 8.170.562-3



Miguel Ángel Peña

Director
O-E (Extranjero)



Mario Meirelles Gonzaga Do Monte

Director
O-E (Extranjero)

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.