



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2024

01	PARIS, POR UN MUNDO MEJOR	03
	1.1 Carta del Gerente General	04
	1.2 Por qué soñar	05
	1.3 Paris en una mirada	07
	1.4 Trayectoria e hitos	09
02	SÍ IMPORTA	13
	2.1 Estrategia de sostenibilidad	14
	2.2 Progreso de nuestras metas	17
	2.3 Derechos humanos	21
	2.4 Gobierno corporativo	22
	2.5 Ética y transparencia	23
	2.6 Grupos de interés y alianzas	27
03	PRODUCIR CON CONCIENCIA	31
	3.1 Modelo de negocio más sostenible	32
	3.2 Suministro responsable	35
	3.3 Materias primas e insumos	48
	3.4 Producción local	53
04	CERCA DE NUESTROS CLIENTES	60
	4.1 Experiencia de clientes	61
	4.2 Promoción del consumo responsable	71
	4.3 Ciberseguridad y protección de datos	79
05	EQUIPO POWER	82
	5.1 Dotación	83
	5.2 Diversidad e inclusión	86
	5.3 Talento y desarrollo	95
	5.4 Bienestar y seguridad	99
	5.5 Relaciones laborales	102
06	OPERAMOS CON RESPONSABILIDAD	104
	6.1 Ecoeficiencia operacional	105
	6.2 Eventos masivos	116
07	ACERCA DE ESTE REPORTE	118
	7.1 Metodología	119
	7.2 Materialidad	120
	7.3 Verificación	123
	7.4 Tabla de indicadores	127
	ANEXOS	130



01 PARIS, POR UN MUNDO MEJOR

CARTA DEL GERENTE GENERAL	1.1
POR QUÉ SOÑAR	1.2
PARIS EN UNA MIRADA	1.3
TRAYECTORIA E HITOS	1.4

1.1 CARTA DEL GERENTE GENERAL

GRI 2-22

Pequeños cambios para transformaciones importantes

Desde hace 14 años, en Paris hemos caminado con determinación por la senda de la sostenibilidad. Lo que comenzó de forma modesta se convirtió en un pilar esencial de nuestra marca, consolidándose hace tres años en el propósito “Por un mundo mejor”. Una vocación que guía cada paso que damos: desde la experiencia del cliente al compromiso con un desarrollo más justo y sostenible.

Diversas acciones impulsadas en solitario hace una década, como eliminar los catálogos impresos, reducir los plásticos de un solo uso, promover la boleta electrónica y acopiar textiles desechados para nuevos destinos, hoy son una realidad extendida y/o en avance en el comercio de nuestro país.

Sabemos que pequeñas acciones conducen a transformaciones importantes, con impacto positivo, y que los cambios profundos requieren de un esfuerzo constante y colectivo. Nos enorgullece promoverlos y ser parte de ellos.

Somos conscientes de que la industria de la moda y el retail, de la que formamos

parte, está en deuda con el planeta a causa de la sobreproducción y el sobreconsumo. Por eso tomamos la determinación de alejarnos del fast fashion, mediante procesos que nos permitan atender de la mejor manera a nuestros clientes, haciéndolos partícipes de una nueva propuesta. Los patrones de consumo son difíciles de cambiar, pero estamos dispuestos y tenemos toda la energía para innovar y buscar nuevas medidas.

En este reporte, presentamos la **Hoja de Ruta de Sostenibilidad 2025-2030**, agenda estratégica en la que, tras analizar diversos aspectos de nuestro negocio, nos planteamos metas y objetivos concretos, orientados a profundizar en los procesos clave, desde la producción hasta el final del ciclo.

Queremos que las personas sepan en qué les beneficia adquirir y utilizar prendas de mejor calidad, cómo deben cuidarlas para extender su uso, cómo pueden repararlas y, al término de su vida útil, darles un destino mejor que un relleno sanitario.



Para ello, **priorizamos la transparencia y las certificaciones, asegurándonos de que nuestros clientes confíen en la calidad y el origen de los productos que ofrecemos. También nos ocupamos de mejorar en logística, tanto para envíos como devoluciones, con mejores procesos de packaging y consolidación de despachos desde diferentes centros para reducir nuestra huella de carbono.** Además, implementamos sistemas automatizados y consolidamos el formato de tiendas más pequeñas y eficientes, reduciendo nuestro impacto ambiental.

Este camino no sería posible sin el esfuerzo y la dedicación de nuestros colaboradores, quienes han hecho suyo nuestro propósito, siempre buscando oportunidades de mejora. También agradecemos a proveedores y aliados por vernos como socios cercanos y confiables para desarrollar iniciativas que benefician a todos.

¡Continuemos juntos construyendo **un mundo mejor!**

Los cambios profundos requieren de un esfuerzo constante y colectivo. Nos enorgullece promoverlos y ser parte de ellos.

Juan Luis Taverne

Gerente General
Tiendas por Departamento

1.2 POR QUÉ SOÑAR

En Paris creemos firmemente que sí importa soñar con un mundo mejor. Porque somos parte de una industria con desafíos ambientales y sociales, asumimos el compromiso de transformarla, un paso a la vez. Cada detalle cuenta, incluso aquellos que pasan inadvertidos, porque al sumarlos generamos cambios reales.

Valoramos la autenticidad y diversidad de cada miembro de nuestro equipo,

personas que juegan un papel clave en este camino. Nos inspiran nuestros clientes y colaboradores, sus necesidades y sueños. Avanzamos junto a nuestros proveedores, socios estratégicos en la implementación de procesos con altos estándares sociales y ambientales, porque sí importa lo que hemos hecho, lo que hacemos y lo que haremos por un mundo mejor.



**NUESTRO PROPÓSITO
- PARIS, POR UN MUNDO MEJOR -
ES LA ESENCIA DE
LA TRANSFORMACIÓN
QUE ESTAMOS LLEVANDO
A CABO Y NOS GUÍA EN
CADA DECISIÓN, INCLUSO EN LAS
MÁS PEQUEÑAS.**

CÓMO ES
UN MUNDO
MEJOR



MÁS...

RESPONSABLE

Desarrollamos un negocio que se preocupa por sus impactos sociales y ambientales.

ENTRETENIDO

Exploramos y disfrutamos de la espontaneidad y las cosas simples de la vida.

CONSCIENTE

Mejoramos día a día el aporte que generamos en nuestro entorno.

LIBRE

Nos comprometemos a ser promotores y defensores de la autoexpresión sin ataduras.

EMPÁTICO

Conectamos con las personas, formando relaciones cálidas y humanas.

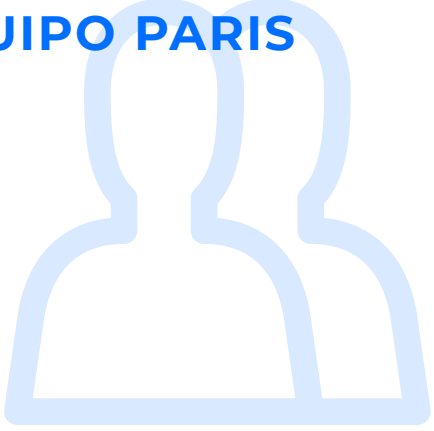
SORPRENDENTE

Movilizamos los cambios con energía y alegría, desafiando el status quo.

1.3 PARIS EN UNA MIRADA

K= MILES / M= MILLONES

GRI 2-6

DISEÑO 	404 TONELADAS DE MATERIAS PRIMAS CERTIFICADAS CON ATRIBUTOS DE SOSTENIBILIDAD	+13M DE PRENDAS CONFECCIONADAS CON MATERIALES O PROCESOS SOSTENIBLES	70% DE LOS ESTILOS DE MARCAS PROPIAS CUENTAN CON CERTIFICACIONES APROBADAS POR UN TERCERO VALIDADOR
PRODUCCIÓN 	362 PROVEEDORES INTERNACIONALES PARTICIPAN EN SOSTENIBILIDAD COMPARTIDA	100% DE LOS PROVEEDORES DE VESTUARIO FIRMARON EL CÓDIGO DE SOSTENIBILIDAD	
EXPERIENCIA DE CLIENTE 	71% DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES	75% DE CASOS RESUELTOS EN CALL CENTER EN EL PRIMER CONTACTO	
VENTA Y COMERCIALIZACIÓN 	400K PRODUCTOS DISPONIBLES EN TIENDAS Y VENTA ONLINE	+5M DE CLIENTES COMPRARON EN PARIS EN 2024	+41M DE TRANSACCIONES EN PARIS
EQUIPO PARIS 	9.973 COLABORADORES FIJOS Y TEMPORALES	48% EN REGIONES DISTINTAS A LA METROPOLITANA	55% DE MUJERES GERENTAS DE TIENDAS
LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN 	21,2K DESPACHOS DIARIOS DESDE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN	28,1% DE LAS ENTREGAS REALIZADAS EN 24 HORAS	87 PUNTOS DE RETIRO EN LOCALES CENCOSUD
CIRCULARIDAD 	55.856 PRENDAS DE SEGUNDA MANO VENDIDAS	14.365 UNIDADES REPARADAS Y CUSTOMIZADAS	5.150 PRODUCTOS REACONDICIONADOS VENDIDOS EN TECNO CIRCULAR

Marcas propias
y exclusivas

Los clientes de nuestra tienda tienen una amplia oferta de productos, bajo marcas propias de París, al igual que una selección exclusiva en categorías nacionales e internacionales.



1.4 TRAYECTORIA E HITOS



Hitos 2024



AMFORI:
COMERCIO TRANSPARENTE
Y SOSTENIBLE

Durante 2024 participamos en las mesas de Amfori, espacio de diálogo internacional encabezado por esta organización, que es la principal asociación empresarial mundial para el comercio transparente y sostenible. Nos reunimos con empresas de todo el mundo para compartir experiencias e intercambiar puntos de vista en torno a BSCI (“Business Social Compliance Initiative”), iniciativa que evalúa y monitorea estándares laborales en la cadena de suministro global.

POTENCIANDO
EL RECICLAJE

Pusimos en marcha un programa para mejorar la tasa de reciclaje en tiendas. Esta iniciativa considera una campaña interna para las tiendas y comités ambientales que involucran a los gerentes de Administración, incluyendo jornadas para capacitar a los colaboradores. En ese marco, cerramos el año con una tasa de reciclaje en la operación de las tiendas del 31%. A su vez, en los Centros de Distribución se alcanzó una tasa del 79%.

SOSTENIBILIDAD EN
LOS INCENTIVOS

En línea con lo anterior, en 2024 por primera vez el bono anual que se paga a toda la administración de Paris (peso 5%) consideró la tasa de reciclaje en la operación de las tiendas y Centros de Distribución (CD), una demostración del alto compromiso interno con este desafío.

Hitos 2024



VIAJE A CHINA:
SOSTENIBILIDAD EN TERRENO

Nuestro equipo de sostenibilidad fue a China para inspeccionar fábricas y conversar personalmente con los proveedores. Se trató del primer viaje de este equipo a este importante mercado, y tuvo como objetivo revisar en terreno distintos aspectos relacionados con la sostenibilidad, como cambios de flujos, nuevos protocolos y procedimientos, auditorías y certificaciones.

LÍDERES EN SOSTENIBILIDAD,
SEGÚN LA PERCEPCIÓN PÚBLICA

En septiembre, fuimos reconocidos como la empresa más sostenible del sector de Tiendas por Departamentos, según el Índice de Percepción de Sostenibilidad que elabora Ipsos Chile en base a una encuesta aplicada a 5.000 personas de las 16 regiones de Chile. Además, ocupamos el tercer puesto del ranking global, compuesto por 100 compañías con operaciones en el país. El holding Cencosud, en tanto, logró el primer lugar en la categoría Grupo Empresarial.

PARIS PARADE,
UNA FIESTA CIUDADANA

Con más de diez años de historia, Paris Parade se consolida como un evento ciudadano, mejorando en cada versión. En 2024 publicamos un reporte de impacto sobre la actividad desarrollada en diciembre 2023, en la que hubo un alto nivel de cumplimiento de objetivos sociales y ambientales. Un ejemplo fue el reciclaje de cinco globos de grandes dimensiones, los que convertimos en accesorios. También generamos una mesa de gobernanza público-privada, que congregó a entidades del Estado y organizaciones de la sociedad civil, instancia diseñada para conjugar voluntades con miras a optimizar la realización del evento que reunió a más de 1,4 millón de personas.

Premios y reconocimientos



En marzo, Paris recibió este reconocimiento por un destacado desempeño en áreas clave evaluadas por los premios GIA (Global Innovation Awards), que otorga la International Housewares Association, organización que agrupa a compañías internacionales que comercializan productos para el hogar. Este premio honra a empresas que bajo una estrategia y un propósito claros y movilizadores desarrollan su negocio con innovación, excelencia en prácticas comerciales y creatividad en marketing, publicidad y merchandising visual.

SEOawards.

Paris.cl fue seleccionado como el mejor sitio optimizado de Chile por los SEOawards 2024, reconocimiento que entregan los especialistas de la industria SEO (Search Engine Optimization) de la venta en línea a través de motores de búsqueda. Este premio, otorgado en junio, distingue a las empresas que consiguieron visibilidad sobresaliente de sus sitios web y un alto posicionamiento de resultados en buscadores.



Cencosud fue reconocido como una de las 20 empresas más admiradas a nivel mundial en la categoría de Centros de Servicios Compartidos (SSO/GBS). Esta distinción es entregada por SSON Research & Analytics, prestigioso centro de análisis de datos global. El reconocimiento fue producto de la implementación de C-Transforma, proyecto estratégico que ha permitido al holding modernizar y centralizar sus operaciones en América Latina.



En octubre, recibimos el Premio Lealtad del Consumidor NPS 2024 en la categoría “Tiendas por Departamento”. Esta distinción, que entregan Alco Consultores y la Escuela de Negocios de la Universidad de Los Andes, reconoce a las empresas que han generado mayores niveles de lealtad y buenas experiencias entre sus clientes durante el año. Además, Jumbo obtuvo el primer lugar en la división correspondiente a “Supermercados”. Las compañías ganadoras fueron seleccionadas por más de 16.000 personas, por lo cual este premio es especialmente significativo, ya que es una demostración de la confianza de los consumidores en las marcas de Cencosud.



Cencosud fue finalista de los XV Premios Corresponsables en la categoría de grandes empresas. Este certamen internacional distingue las mejores prácticas de responsabilidad social y comunicación responsable en Iberoamérica. Es organizado por la Fundación Corresponsable, con sede en España, y en su edición de este año recibió 7.621 candidaturas de 20 países. En la categoría en que participó Cencosud hubo 33 empresas, de las cuales solo tres eran chilenas.



La versión 2024 de este estudio de reputación corporativa nos reconoció como la mejor marca nacional del retail, según percepción ciudadana. El sondeo fue realizado por la consultora True Brands en colaboración con GfK, y fue dado a conocer en octubre. Consultó la opinión de 4.100 personas a lo largo del país sobre los principales atributos de 123 empresas de 22 sectores económicos. Además, el estudio distinguió a Jumbo como la mejor marca en el rubro de supermercados.



La edición 2023 de Paris Parade – el desfile navideño más grande de Sudamérica— recibió el sello Huella Chile del Ministerio de Medio Ambiente. Este reconocimiento nos fue entregado en octubre de 2024, valorando la implementación de una innovadora herramienta de inteligencia artificial para medir la huella de carbono de la movilidad de los asistentes a esta fiesta familiar. Este sello es el instrumento a través del cual el Estado distingue a las iniciativas empresariales que gestionan sus gases de efecto invernadero, y busca potenciar la cooperación público-privada en pos del desarrollo sostenible.



02 SÍ IMPORTA

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD	2.1
PROGRESO DE NUESTRAS METAS	2.2
DERECHOS HUMANOS	2.3
GOBIERNO CORPORATIVO	2.4
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	2.5
GRUPOS DE INTERÉS Y ALIANZAS	2.6

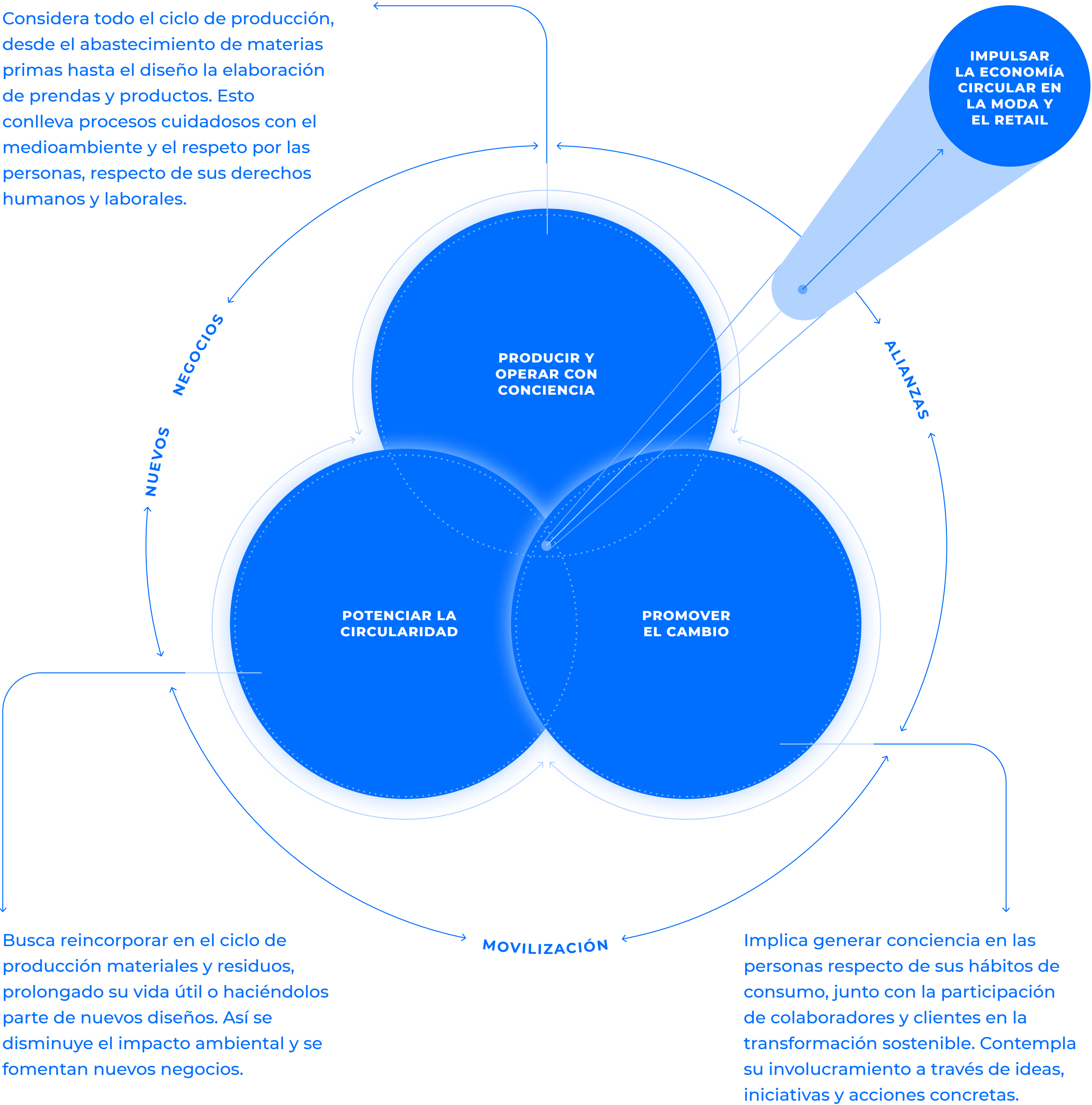
2.1

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

GRI 2-24

Generar una nueva forma de hacer negocios es un imperativo en el mundo de hoy, caracterizado por las secuelas de la crisis climática y de cambios sociales de alcance global. Como parte del Grupo Cencosud, seguimos una estrategia de sostenibilidad cuyos cuatro pilares orientan nuestras acciones:





En París sabemos que la colaboración es el camino para sumar conocimientos, experiencias y recursos, por lo cual desarrollamos **alianzas** con organizaciones expertas públicas, privadas y de la sociedad civil. También reconocemos que los cambios esperados para reducir los impactos negativos de nuestra industria requieren de una **movilización** de esfuerzos y conductas hacia un consumo verdaderamente responsable. Asimismo, vemos con optimismo que el círculo virtuoso que impulsamos abre oportunidades para la generación de **nuevos negocios**, tanto de París como de los emprendedores con quienes nos vinculamos.

Estos ejes de trabajo nos han permitido conducir variadas acciones desde 2019, con un horizonte a 2025. Varios objetivos ya se cumplieron y, en otros casos, vimos la necesidad de ampliar o profundizar el alcance de los cambios a desarrollar. Es por eso que en 2024 decidimos desafiarnos con nuevas metas e iniciar otra etapa de este camino junto a nuestros principales grupos de interés.

Hoja de ruta de sostenibilidad
a 2030

Bajo nuestra Hoja de Ruta de Sostenibilidad 2025–2030 nos proponemos avanzar con fuerza hacia una operación más responsable y comprometida con el entorno. Para ello, mantenemos los tres focos estratégicos con que hemos trabajado en los últimos años y aprovechamos la experiencia adquirida para guiar acciones más desafiantes.

PRODUCIR Y OPERAR CON
CONCIENCIA

Queremos reducir la sobreproducción de vestuario, gestionar mejor los residuos y hacer más eficientes nuestras operaciones. Vamos a disminuir el uso de empaques y embalajes en nuestros productos de marca propia, expandir servicios circulares como Ropa x Ropa, Juguete x Juguete, Paris Beauty y TecnoCircular, y trabajar para que nuestro centro de distribución obtenga la certificación Zero Waste. También nos esforzaremos por mejorar la eficiencia energética de las tiendas, aumentaremos la tasa de reciclaje y fortaleceremos nuestro voluntariado junto a la Fundación Banco de Ropa.

PROMOVER EL CAMBIO

Sabemos que las decisiones informadas generan impacto. Por eso, vamos a entregar más información sobre el origen, la huella de carbono y los atributos sostenibles de las prendas en nuestros canales digitales. Además, seguiremos profundizando la alianza con Vopero para fomentar la compra y venta de ropa usada, y desarrollaremos más iniciativas para impulsar hábitos de consumo responsable entre nuestros clientes.

POTENCIAR LA CIRCULARIDAD

Nos proponemos dar una nueva vida a los productos que ya cumplieron su ciclo. Vamos a impulsar su reinserción al mercado a través de iniciativas circulares innovadoras. Queremos hacernos cargo de los residuos textiles y transformarlos en nuevas oportunidades.

Este camino lo seguiremos recorriendo con convicción, porque creemos firmemente que cada acción cuenta.



2.2 PROGRESO DE
NUESTRAS METAS

RESULTADOS 2021-2024

El plan de acción 2019-2024 nos permitió avanzar y ganar experiencia en distintos aspectos que contribuyen a la promoción del consumo responsable, el cuidado ambiental en la operación y el desarrollo de la economía circular textil en Chile.



PRODUCIR Y OPERAR CON CONCIENCIA

OBJETIVO	META 2025	2021	2022	2023	2024
Diseñar productos y colecciones que incorporen los criterios de economía circular	100% del vestuario de marcas propias confeccionado con materiales sostenibles	41%	36%	64%	70%
Promover modelos productivos que minimicen el impacto social y ambiental en nuestra cadena de valor	100% de los productos de marcas propias con trazabilidad de cara a clientes	0%	0%	51,8%	77%
Promover modelos productivos que minimicen el impacto social y ambiental en nuestra cadena de valor	100% de nuestros proveedores participando en el Programa de Sostenibilidad Compartida	73% PROVEEDORES INTERNACIONALES 46% PROVEEDORES NACIONALES	90% PROVEEDORES INTERNACIONALES 46% PROVEEDORES NACIONALES	95% PROVEEDORES INTERNACIONALES 46% PROVEEDORES NACIONALES	100% PROVEEDORES INTERNACIONALES
Generar procesos eficientes y ambientalmente racionales	Centro de Distribución (*) con certificación Cero Waste (>90%)	75%	81%	82%	83%
	Tasa de reciclabilidad de las tiendas mayor al 50%	-	-	28%	31%

(*) Corresponde al Centro de Distribución de Renca.



PROMOVER EL CAMBIO

OBJETIVO	META 2025	2021	2022	2023	2024
Sensibilizar a través de experiencias de consumo responsable a todos nuestros clientes	25% de los clientes habrá adquirido hábitos de consumo responsable	16%	13%	63%	7,1% (*)
Disponibilizar productos y servicios sostenibles, en espacios ambiental y socialmente responsables	Al menos el 30% de los productos disponibles en Paris y paris. cl tengan al menos un atributo sostenible	14%	29%	15%	-
	Participación en Fashion Transparency Index	PUNTAJE OBTENIDO DE 12%	PUNTAJE OBTENIDO DE 20%	PUNTAJE OBTENIDO DE 25%	PUNTAJE OBTENIDO DE 8% (**)
Fomentar la participación de colaboradores de Paris en acciones vinculadas a la Estrategia de Sostenibilidad	50% de los colaboradores participan en una actividad de sostenibilidad	-	-	72%	80%

(*) En 2024 ajustamos esta medición, quitando la compra de prendas con atributos sostenibles, debido a que el crecimiento de la oferta certificada podía alterarla.

(**) FTI focalizó en este año la medición en el tema descarbonización de la cadena de abastecimiento.

Llamamos productos con atributos sostenibles a aquellos de marca propia en que se han utilizado materiales que tienen un desempeño ambiental positivo, consideran prácticas de bienestar animal y/o provienen de insumos reciclados. También los que se reinsertan en el ciclo para reutilización, se elaboran en fábricas certificadas o corresponden a producción local. Para el caso de productos de otras marcas, incluimos la certificación Fair Trade, que sean elaborados mediante producción local, o que aporten a una fundación, entre otros criterios.

En la medición de clientes responsables incluimos a los que compran productos con atributos sostenibles, no imprimen su boleta, no compran bolsas de papel, contratan Recicambio, compran productos Volver a Tejer y utilizan la oferta de Servicios Circulares.



POTENCIAR LA CIRCULARIDAD

OBJETIVO	META 2025	2021	2022	2023	2024
Reinsertar al ciclo económico productos post consumo	Triplicar la cantidad de productos que se reinsertan en el ciclo económico	ROPAXROPA / NÚMERO DE UNIDADES RECICLADAS			
		175.000	267.250	154.677	370.000
		THE ROPANTIC SHOW / NÚMERO DE UNIDADES GESTIONADAS			
		-	4.400	15.800	17.210
		RECICAMBIO / NÚMERO DE UNIDADES GESTIONADAS			
		3.380	2.036	1.332	1.451
		JUGUETEXJUGUETE / NÚMERO DE UNIDADES REPARADAS			
		40.766	9.985	22.661	15.974
		MODA CIRCULAR / NÚMERO DE UNIDADES DE SEGUNDA MANO GESTIONADAS			
		47.300 VENDIDAS	60.571 VENDIDAS	73.752 VENDIDAS	55.856
		52.412 COMPRADAS	81.098 COMPRADAS	106.350 COMPRADAS	480 (***)
		-	7.069 REPARADAS Y CUSTOMIZADAS	12.507 REPARADAS Y CUSTOMIZADAS	14.365
		-	-	2.262 UNIDADES TRANSFORMADAS (UPCYCLING)	1.200
		BANCO DE ROPA / MUESTRAS DONADAS			
		89.000	101.067	30.645	210.320
		TECNO CIRCULAR / UNIDADES GESTIONADAS (REUSELL****)			
		-	-	7.870 VENDIDAS	5.150
		-	-	681 COMPRADAS	1.764
		-	-	2.545 RECICLADAS	7.854
		-	69 VENTAS DE PRODUCTOS REACONDITIONADOS Y REPARADOS	10.699 VENTAS DE PRODUCTOS REACONDITIONADOS Y REPARADOS	17.092
		PARIS BEAUTY / ENVASES DE VIDRIO PROCESADOS			
		-	-	-	18.818
		MARÍA AYUDA / PRENDAS Y ARTÍCULOS DONADOS			
		-	-	-	1.334

(***) INICIO DE OPERACIONES DE VOPERO Y SOLO EN TIENDAS FÍSICAS.

(****) REUSELL ES UNA EMPRESA DEDICADA AL INTERCAMBIO DE TECNOLOGÍA. ESTA ALIANZA CONSISTE EN RECOGER CELULAR DE CLIENTES QUE DESEEN RENOVARLOS.



2.3 DERECHOS HUMANOS

GRI 2-23, 2-24

El cumplimiento de nuestro propósito se sustenta en la protección de los derechos humanos de todas las personas que participan en los procesos productivos y comerciales que llevamos a cabo. Se trata de un fundamento de nuestra gestión, que permea todas las operaciones, considerando también la cadena de suministro.

Al formar parte del Grupo Cencosud, adherimos a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la Organización de Naciones Unidas (ONU), y promovemos su adopción por parte de nuestros socios y grupos de interés.

En 2024, al cumplirse 13 años desde su aprobación, reafirmamos nuestro compromiso con estos lineamientos. Los Principios Rectores constituyen una carta de navegación inspiradora del quehacer empresarial con miras a la promoción y el respeto de los derechos humanos, que llama a actuar con debida diligencia en este campo.

Lo anterior se traduce en medidas concretas, que en París asumimos de manera proactiva, promoviendo la diversidad e inclusión, aplicando criterios de no discriminación y manteniendo condiciones laborales seguras. Gracias a nuestro programa "Sostenibilidad Compartida" y las auditorías que realizamos en nuestras fábricas, garantizamos la ausencia de trabajo infantil y forzoso en todas nuestras operaciones y cadena de abastecimiento, y respetamos el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva, entre otros aspectos.

¿CÓMO NOS HACEMOS CARGO?

Con el fin de poner en práctica los principios de debida diligencia, realizamos auditorías para afrontar los riesgos de impactos adversos sobre los derechos humanos vinculados a nuestra actividad, considerando su identificación, prevención y mitigación.

Nos preocupamos de mantener un monitoreo permanente de nuestra cadena de suministro. Esto implica que los proveedores directos (Tier 1) deben suscribir una Carta de Compromiso y una Declaración de Conocimiento de nuestro Código de Sostenibilidad. En tanto, los proveedores de insumos (Tier 2) están sujetos a auditorías enfocadas en factores relacionados a la gobernanza, temas ambientales y sociales.

Para contar con más información sobre cómo incorporamos los derechos humanos en nuestro proceso productivo, ver el capítulo 3: Cómo producimos.



2.4

GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 2-1, 2-9, 2-11

Formamos parte de Cencosud, un holding que tiene operaciones en cinco países de América Latina: Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia. También está presente en Estados Unidos, China y Bangladesh, donde posee una oficina comercial. Además, en Uruguay cuenta con un Hub tecnológico, digital y de innovación.

El Grupo abarca distintas líneas de negocios, considerando supermercados, mejoramiento del hogar, tiendas por departamento (bajo la marca Paris en Chile), centros comerciales y servicios financieros.

Ser parte de un conglomerado internacional del sector minorista entraña una responsabilidad: nos exhorta a conducir nuestra gobernanza en consonancia con la cultura empresarial y las directrices de integridad y transparencia fijados por la casa matriz.

DIRECTORIO

El Directorio de Cencosud para el periodo 2024-2027 está compuesto por Julio Moura Neto (presidente), María Leonie Roca, Josefina Montenegro Araneda, Felipe Larraín Bascuñán, Mónica Jiménez Gonzalez, Manfred Paulmann Koepfer, Peter Paulmann Koepfer, Carlos Fernández Calatayud e Ignacio Pérez Alarcón. Destaca en este máximo órgano de gobierno corporativo el 33,3% de integrantes femeninas y 4 nacionalidades.

Para conocer aspectos específicos del gobierno corporativo, consultar la Memoria Integrada de Cencosud.

NUESTRA ADMINISTRACIÓN

En Paris, la responsabilidad de administrar el negocio, conseguir los objetivos comerciales y gestionar los impactos económicos, sociales y ambientales, recae sobre un equipo ejecutivo liderado por el Gerente General.



Juan Luis Taverne
Gerente General



Teodosio Varela
Gerente Sistemas



Pamela Escobar
Gerente Desarrollo
Producto y Experiencia



Álvaro Figari
Gerente
Operaciones



Anuhar Sukni
Gerente Logística



Daniel Urrutia
Gerente
Planificación
Comercial



Fernanda Kluever
Gerente Clientes y
Sostenibilidad



Adolfo Lira
Gerente
Ecommerce



Andrés Alvarado
Gerente Negocios



Carolina Sat
Gerente Personas



Pilar Sánchez
Gerente Marketing

2.5 ÉTICA Y TRANSPARENCIA

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

La ética y la transparencia cobran especial importancia en una industria con una cadena de valor global, extensa y compleja, por lo que resulta clave garantizar una producción y comercialización responsables. Se trata de factores relevantes en la relación con clientes, colaboradores y otros grupos de interés, desde una perspectiva de fortalecimiento de vínculos de confianza.

En Paris nos guiamos por el principio esencial de actuar con integridad que rige al Grupo Cencosud, lo cual se manifiesta en los valores, políticas, normas y compromisos corporativos, desde una perspectiva de Buen Gobierno y cumplimiento legal.



2.5 ÉTICA Y TRANSPARENCIA

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



- La ética fomenta prácticas sostenibles que van más allá de las exigencias legales, promoviendo la responsabilidad social y ambiental en las operaciones y en la cadena de suministro.
- La transparencia es esencial para gestionar y supervisar de manera efectiva los procesos de producción y abastecimiento, impulsando la adopción de buenas prácticas.
- Una cultura basada en principios éticos estimula la innovación en el diseño y fabricación de productos, promoviendo enfoques más responsables desde una perspectiva social y ambiental.
- Las empresas que destacan por su ética y transparencia atraen y retienen talento, ya que muchos profesionales buscan organizaciones que compartan sus valores y compromisos.

POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS



- Política de Sostenibilidad.
- Declaración y Promoción de Derechos Humanos.
- Declaración de Buen Gobierno Corporativo.
- Código de Ética.
- Procedimiento de registro de denuncias.
- Procedimiento de investigación de denuncias.
- Código de Sostenibilidad.
- Manual de procedimientos Sostenibilidad Compartida.
- Política de Cumplimiento de Libre Competencia.

OBJETIVO



Fomentar una cultura de ética y transparencia en todos los niveles de la organización y a lo largo de la cadena de valor.

AVANCES 2024



- Publicación del nuevo Código de Ética, con incorporación de ámbitos sostenibles.
- Actualización del Modelo de Prevención de Delitos.
- Mantención de una página web con datos corporativos y de la cadena de suministro transparente y accesible.
- Actualización de la Política Corporativa Anticorrupción.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

- Cadena de suministro ●
- Operaciones propias ●
- Postventa ●

CÓDIGO DE ÉTICA

El nuevo Código de Ética de Cencosud, publicado en 2024, es una guía de convivencia interna que promueve ambientes laborales saludables y de respeto, bajo el lema “Haciendo lo correcto siempre”. Aborda temáticas de sostenibilidad, derechos humanos, diversidad e inclusión.

Para apoyar y dar realce a este hito, se lanzó la campaña “Juntos Cumplimos”, a través de la cual se difundió un conjunto de procedimientos y buenas prácticas adoptadas para identificar y clasificar riesgos operativos y legales.

Los colaboradores pueden dirigir consultas o aclarar inquietudes referentes a la aplicación de políticas y prácticas para una conducta empresarial responsable a través de un correo dirigido al área de Ética y Compliance.

Al cierre de 2024, 4.205 colaboradores de Paris habían firmado el nuevo Código.

CANAL DE DENUNCIAS

GRI 2-26, SASB FTI 4.4B.1

Cencosud cuenta con una Línea Ética administrada por un tercero independiente para garantizar la confidencialidad y transparencia en la resolución de denuncias. Disponible en todas las plataformas web del grupo, locales y centros comerciales, está dirigida a directores, colaboradores, clientes, proveedores y cualquier interesado.

Las denuncias pueden realizarse de manera anónima, y se asigna un código para su seguimiento. Una vez recibidas, son evaluadas por el proveedor externo y gestionadas a través del portal interno por la Gerencia Corporativa de Auditoría Interna, que asigna un investigador según la naturaleza del caso (malos tratos, acoso, fraude, entre otros). Las investigaciones concluyen con la validación y cierre por parte de Auditoría Interna, garantizando acciones según la gravedad. Anualmente, las estadísticas y los casos más graves se presentan al Comité de Ética, compuesto por directivos clave del grupo.

Las vías de contacto del canal de denuncia son:

PORTAL WEB



WWW.ETICACENCOSUD.COM

MAIL



LINEAETICA@CENCOSUD.COM

TELÉFONO



CHILE 800 914 601
 BRASIL 0800 580 2895
 ARGENTINA 0800 348 1003
 COLOMBIA 018005 185 244
 PERÚ 0800 70272
 URUGUAY 000-4052-96728
 CHINA +86 21 60314569

WHATSAPP



ESPAÑOL +56 232 150 270
 PORTUGUÉS +56 232 150 271
 INGLÉS +56 232 150 272

ENTREVISTAS



EN MODALIDAD PRESENCIAL O VIRTUAL SE SOLICITAN AL CORREO LINEAETICA@CENCOSUD.COM

CARTAS



SE RECIBEN EN LAS DIRECCIONES:

 25 DE MAYO 432, PISO 3, CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

 AV. ENG. LUIS CARLOS BERRINI, 550, 4º ANDAR – BROOKLIN, SÃO PAULO, BRASIL

CONFLICTOS DE INTERÉS

GRI 2-15

Como una forma de evitar los conflictos de interés al interior de la compañía, el Código de Ética corporativo dispone que los colaboradores deben declarar expresamente si viven situaciones personales de esta naturaleza que pudiesen afectar su toma de decisiones durante su desempeño laboral.

En esa línea, se establecen directrices para enfrentar eventuales conflictos de interés que pudiesen producirse en relaciones comerciales con proveedores con los cuales existiesen relaciones de parentesco o amistad. Además, es obligatorio explicitar vínculos con personas que trabajan en la misma compañía, firmas de la competencia y/o emprendimientos ligados de alguna manera con Cencosud.

LIBRE COMPETENCIA

En este ámbito, nos regimos por la Política de Cumplimiento de Libre Competencia de Cencosud, que fue actualizada en 2023. Esta contiene una guía de conducta que estipula pautas de comportamiento para actividades en asociaciones gremiales, foros de la industria e instancias de trabajo con la autoridad, previo y durante su realización. A la vez, contempla una advertencia explícita sobre los riesgos que entrañan iniciativas de benchmarking (comparación con otras empresas) que involucren compartir información confidencial del negocio. Debido a esto, se dispone que este tipo de actividades tienen que ser llevadas a cabo por terceros con acuerdo de resguardo de la información.

Otra dimensión considerada en esta política es la identificación de delitos. Entre estos se cuentan las comunicaciones recibidas de proveedores o competidores en las que se podría tener conocimiento de información sobre estrategias futuras de otras compañías, disposición a aceptar aumentos de precios de los productos, futuras promociones o datos estratégicos para manejar precios. De reconocer situaciones de esta naturaleza, los colaboradores están llamados a informar al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia.

MODELO DE PREVENCIÓN DEL DELITO

El Modelo de Prevención de Delitos (MPD) corporativo considera una amplia gama de acciones preventivas, de detección y de respuesta. Esto posibilita una adecuada prevención de la comisión de delitos al interior de nuestra organización, tarea que es liderada por la Oficial de Cumplimiento y Encargada de Prevención de Delitos.

Para afrontar este desafío el holding dispone de diversas herramientas, como matrices de riesgos que registran los procesos con exposición al riesgo de corrupción y sus respectivas actividades de control; un proceso de validación de proveedores y locatarios (Área de Prevención de Delitos); auditorías de seguimiento de cumplimiento normativo; y distintos documentos clave, entre los que se cuentan el Código de Ética, el Manual y la Política de Prevención de Lavado de Activos y el Manual de Prevención de Delitos.

DENUNCIAS DE COLABORADORES DE PARIS	2023	2024
TOTAL DE DENUNCIAS RECIBIDAS	115	176
DENUNCIAS INVESTIGADAS	86	135
COMPROBADAS	30%	35%
MAYOR TIPIFICACIÓN (ACOSO LABORAL, ACOSO SEXUAL, MALOS TRATOS, VULNERACIÓN DE DERECHOS FUNDAMENTALES.)	77%	81%
DÍAS PROMEDIO DE RESPUESTA	86 DÍAS	80 DÍAS
EN MENOS DE 60 DÍAS	32%	35%

2.6 GRUPOS DE INTERÉS
Y ALIANZAS

Grupos de
interés
GRI 2-29

En Paris mantenemos canales de comunicación abiertos con nuestros diversos grupos de interés porque creemos en el diálogo y la apertura a nuevas perspectivas. Nuestro compromiso con un mundo mejor se basa en la construcción de vínculos cercanos, lo que nos permite entender de primera mano los impactos que generamos y cómo podemos enfrentarlos, solucionándolos, en caso de ser negativos, y potenciándolos, si son positivos.



CLIENTES

¿COMO NOS RELACIONAMOS?

- Servicio al cliente en tiendas
- Encuestas de satisfacción
- Formularios de autoatención
- Redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp)
- Mailing

¿QUIÉNES SON?

Nuestros clientes acuden y utilizan las **tiendas físicas**, los **canales digitales** y en muchos casos, los dos medios de manera complementaria. Los clientes de tiendas valoran la experiencia directa, los digitales buscan comodidad y rapidez, y los **omnicanales** exigen integración fluida entre ambos formatos. Cada segmento impulsa la innovación y fortalece la relevancia de Paris en el mercado, asegurando una experiencia personalizada y consistente que fomenta la lealtad y el crecimiento del negocio.

COLABORADORES

¿COMO NOS RELACIONAMOS?

- Reuniones
- Talleres
- TV Tiendas
- Mailing
- WhatsApp
- Reporteros
- Encuesta clima laboral

¿QUIÉNES SON?

Los colaboradores son el motor de nuestras operaciones. Los equipos de **tiendas** conectan directamente con los clientes, ofreciendo un servicio personalizado que fortalece la experiencia de marca. Los colaboradores en la **administración central** lideran la estrategia, innovación y toma de decisiones clave para el crecimiento sostenible. En los **centros de distribución**, los equipos aseguran una logística eficiente que respalda tanto las operaciones en tiendas como el comercio digital. Por último, los **sindicatos** son aliados clave para fomentar un ambiente laboral justo, colaborativo y alineado con los valores de la empresa, asegurando el bienestar y compromiso de quienes trabajan en Paris.

PROVEEDORES

¿COMO NOS RELACIONAMOS?

- B2B
- Newsletters
- Mailing
- Programa Sostenibilidad Compartida
- Seller Center

¿QUIÉNES SON?

Los proveedores de Paris representan una red diversa y estratégica que impulsa su operación y compromiso con la sostenibilidad. Las **pymes nacionales** aportan innovación, productos diferenciados y fortalecen las economías locales, creando un impacto positivo en las comunidades. Las **grandes empresas nacionales** garantizan volumen, calidad y confiabilidad, siendo clave para mantener la oferta consistente y competitiva. Los **proveedores extranjeros** amplían la variedad de productos y los **sellers del marketplace** diversifican la oferta al incorporar productos y servicios de terceros, potenciando la experiencia de compra y aumentando el alcance de la plataforma digital.

ALIADOS

¿COMO NOS RELACIONAMOS?

- Reuniones
- Eventos en alianza
- Mesas de gobernanza

¿QUIÉNES SON?

Nos relacionamos con variados actores para potenciar las iniciativas que desarrollamos. Las **organizaciones de reciclaje, reparación e intercambio de ropa** permiten cerrar el ciclo de vida de los productos, fomentando la economía circular y reduciendo residuos textiles. Las **iniciativas de la sociedad civil sobre moda y consumo** aportan conocimiento y generan conciencia colectiva sobre prácticas más responsables, fortaleciendo la conexión con consumidores conscientes. Por su parte, los **grupos de emprendedores locales** enriquecen la oferta con productos únicos y apoyan el desarrollo económico de comunidades cercanas.

Asociaciones y alianzas
 GRI 2-28

ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
 Pacto Global Red Chile	Desde 2015, formamos parte de esta iniciativa de la Organización de Naciones Unidas (ONU) que promueve el desarrollo sostenible en las empresas, por medio de diez principios centrados en cuatro ámbitos: derechos humanos, relaciones laborales, medio ambiente y anticorrupción. Quienes somos parte de esta organización asumimos un serio compromiso de integrar esta visión en la estrategia corporativa.
	Fashion Revolution es una iniciativa global sin fines de lucro que persigue una reforma sistémica en la industria de la moda, centrándose en impulsar la transparencia en toda la cadena de suministro. Además, promueve activamente el Fashion Transparency Index, una evaluación anual de las principales marcas de moda en la industria, clasificándolas según su grado de transparencia. Participamos desde 2021.
	EIM es una iniciativa internacional que facilita el monitoreo eficiente y económicamente viable del impacto ambiental de los procesos de acabado de prendas, a través de una plataforma. Nuestro compromiso con esta iniciativa, a la que nos unimos en 2023, se materializa en el proyecto Less Water, que tiene como objetivo reducir el consumo de agua en la producción de jeans, abarcando tanto los procesos de acabado como los lavados.
	Amfori es una asociación empresarial a nivel mundial enfocada en promover el comercio abierto y sostenible. Con más de 2.400 miembros distribuidos en 46 países y una plataforma que abarca a más de 27.000 productores, la organización trabaja para fomentar prácticas comerciales responsables y sostenibles a lo largo de las cadenas de suministro internacionales. Formamos parte desde 2022.
	Desde 2017, somos miembros de Pride Connection Chile, una red empresarial que tiene como objetivo promover entornos laborales inclusivos para la diversidad sexual. Además, colaboramos activamente en la creación de vínculos para atraer talento LGBTQ+ a las diversas organizaciones que participan en la red.

Alianzas

ALIADO	DESCRIPCIÓN
ASALVO	Consultora especialista en monitoreo y seguimiento de indicadores sociales y ambientales.
BANCO DE ROPA	Desde 2011, entregamos a esta fundación muestras de producción para posteriormente donarlas a personas en situación de calle.
DEGRAF	Contamos con el respaldo de esta empresa de reciclaje en iniciativas como Juguete x Juguete (elementos que no se pueden reparar) , Tecno Circular y Recicambio.
PROCITEX	Desde 2022, mantenemos una alianza con este emprendimiento de reciclaje textil para llevar a cabo el programa Ropa x Hogar en asociación con Easy.
ESTUDIO 2020	Consultora que nos acompaña en torno a la estrategia de marca y de sostenibilidad de Paris.
FRANCA ESTUDIO	Consultora especializada en moda y comunicación sostenible que nos acompaña desde 2022 a transitar por los desafíos de crear cultura en torno al propósito.
FUNDACIÓN ONA	Colaboramos con Ona, una organización dedicada a la preservación de artes tradicionales y el fomento del emprendimiento, desde 2015. Juntos, llevamos a cabo el programa "Volver a Tejer", que se centra en la capacitación de mujeres de regiones en los oficios del hilado y tejido.
INDAP	Desde 2015 colaboramos con el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) en torno al programa "Volver a Tejer", cuyo objetivo es impactar directamente a mujeres usuarias de la entidad.
KELLUN	Consultora que nos acompaña desde 2016 en nuestro trabajo de sostenibilidad y sus reportes, además de nuestra participación en Fashion Transparency Index.
MARÍA AYUDA	Hogar de acogida de niños, niñas y adolescentes, con el cual colaboramos con donaciones para su tienda solidaria con vestuario y productos de hogar y decoración.
MODULAB	Emprendimiento que nos ha acompañado desde 2012 en proyectos como el reciclaje de telas de PVC, Reparalab y Juguete x Juguete.
NOSTALGIC	Marca chilena que nos permite ofrecer a nuestros clientes prendas de segunda mano en paris.cl, lo cual forma parte del modelo de negocio “Moda Circular”.
ROPANTIC	Emprendimiento chileno-español, referente en el intercambio de ropa, que nos apoya en el programa “Moda Circular”.
REUSELL	Empresa chilena especializada en el desarrollo de plataformas enfocadas en la gestión de equipos electrónicos nuevos, reacondicionados y usados. Su propósito principal es fomentar la economía circular en el ámbito tecnológico.
VOPERO	Startup de origen uruguayo que ha consolidado un modelo de venta y compra de artículos de moda de segunda mano de reconocidas marcas, a precios convenientes y buena calidad.

03 PRODUCIR CON CONCIENCIA

MODELO DE NEGOCIO MÁS SOSTENIBLE	3.1
SUMINISTRO RESPONSABLE	3.2
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	3.3
PRODUCCIÓN LOCAL	3.4

3.1

MODELO DE NEGOCIO MÁS SOSTENIBLE

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

Adoptar un nuevo modelo de negocio en la moda y el retail implica transformar la industria para reducir su impacto ambiental. Esto se logra mediante la reducción de desperdicios, la optimización de la logística, la aplicación del diseño sostenible, la reutilización y el reciclaje de materiales, fomentando así la economía circular.



3.1 MODELO DE NEGOCIO CIRCULAR

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



- El exceso de producción en la industria y el consumo desmedido de los consumidores generan una gran cantidad de residuos textiles, que en su mayoría terminan en vertederos, contribuyendo a la contaminación ambiental.
- El reúso de materiales en nuevos productos, la reparación, el reciclaje y la reventa de productos abre nuevas oportunidades económicas y laborales en el sector.

POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS



- Estrategia de negocios Paris
- Hoja de Ruta de Sostenibilidad

OBJETIVO



Promover un modelo de producción responsable y circular y ofrecer una experiencia superior y diferenciadora, orientada al consumo responsable.

AVANCES 2024



- Definición del modelo y sus metas asociadas en la Hoja de Ruta de Sostenibilidad 2025-2030.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

- Cadena de suministro ●
- Operaciones propias ●
- Postventa ○

Un cambio necesario

En Paris estamos transitando nuestro modelo de negocios hacia uno que potencia la economía circular. Un desafío que no es fácil, dadas las complejidades de la producción y la demanda de los consumidores.

Tal como presentamos en la renovada Hoja de Ruta de Sostenibilidad, **asumimos compromisos para disminuir la cantidad de ropa que producimos bajo marcas propias, elaborar y comercializar vestuario con atributos de durabilidad, aumentar el consumo de segunda mano por parte de nuestros clientes y reinsertar en los ciclos de producción los materiales que se obtienen al fin de la vida útil de las prendas.**

En este camino nos guiamos fundamentalmente por el ODS 12, sobre Producción y Consumo Responsables. Así, fomentamos el ecodiseño de productos para facilitar su reutilización y reciclaje, y llevamos a cabo proyectos relacionados con materiales y productos elaborados con respeto al medioambiente.

Todo esto, bajo una perspectiva de negocio sostenible, que sea eficiente y rentable para los accionistas, creando valor para todos nuestros grupos de interés.



Más atributos sostenibles

Las prendas de Paris se han confeccionado hasta ahora con atributos sostenibles, que Paris define como aquellos que tienen un desempeño ambiental y/o social positivo, provienen de insumos reciclados y se elaboraron en fábricas certificadas o bajo producción local.

Bajo el Modelo de Negocios Circular que impulsa la nueva Hoja de Ruta de Sostenibilidad, queremos avanzar hacia el diseño con ciclo de vida. Este es un enfoque que revisa las etapas de uso de una prenda hasta el momento de su descarte y promueve su reciclabilidad.

En Paris usamos materiales reciclables o biodegradables, como algodón orgánico certificado o poliéster reciclado. Adicionalmente, promovemos y generamos espacios para que los consumidores puedan hacer intercambio de ropa, vendan y compren prendas de segunda mano, así como puedan disponer de canales para entregar los textiles que ya no están en condiciones de seguir usándose. Estos se llevan a procesamiento para la elaboración de nuevos productos.



Más calidad

Otro aspecto relevante es ofrecer a los consumidores prendas de calidad que satisfagan sus expectativas de uso y, a la vez, disminuyan la necesidad de comprar en el tiempo. Siendo la calidad una característica subjetiva, en Paris estamos trabajando en una definición para evaluar nuestra producción en base a parámetros funcionales.

El Modelo de Negocio Circular de Paris se relaciona con otros temas materiales presentados en este reporte, como son el suministro responsable, las materias primas e insumos y la producción local, todos descritos en este capítulo. También está vinculado con la promoción del consumo responsable, detallado en el capítulo 4.

3.2 SUMINISTRO RESPONSABLE

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

Las empresas de moda y retail enfrentan desafíos ambientales y sociales debido a su cadena de suministro global, el uso intensivo de recursos y la variabilidad de la demanda. Para gestionarlos, es clave contar con herramientas de trazabilidad y auditoría que aseguren el origen ético de los materiales, condiciones laborales dignas y prácticas sostenibles. Además, las marcas deben cumplir con normativas cada vez más estrictas, equilibrando sostenibilidad, costos y rentabilidad sin afectar la calidad ni la accesibilidad de sus productos.



3.2 SUMINISTRO RESPONSABLE

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



- Uso intensivo de agua, contaminación por químicos, emisiones de carbono y acumulación de residuos textiles.
- Alto uso de plástico para embalaje y huella de carbono por distribución.
- Riesgo de explotación laboral, bajos salarios y condiciones inseguras en algunos países productores.

OBJETIVO



Garantizar que nuestra cadena de suministro aplique los más altos estándares éticos, con respeto a los derechos humanos y laborales de los trabajadores, y cuidado del medioambiente en sus operaciones.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS



- Código de Sostenibilidad de Proveedores
- Programa Sostenibilidad Compartida

AVANCES 2024



- Alcanzamos el 100% de trazabilidad en proveedores Tier 2 en China y Bangladesh, mejorando significativamente la capacidad de monitorear el origen ético y social de los productos.
- Más proveedores se adhirieron al Código de Sostenibilidad.
- Realizamos más auditorías BSCI y SEE, validando la conformidad de un mayor número de fábricas en estándares sociales y ambientales, mientras que las no conformidades detectadas disminuyeron en comparación con años anteriores.
- Aumentamos la proporción de proveedores evaluados con buena gestión BSCI y cerramos la relación con los que tenían insuficiencia.
- Mejoramos la trazabilidad de la información en la cadena de suministro, dentro del propio ecosistema corporativo, y aumentamos los estándares de exigencia para otorgar certificados.
- Aplicamos acciones correctivas a la totalidad de incumplimientos identificados en la cadena de suministro.

IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

- Cadena de suministro ●
- Operaciones propias ●
- Postventa ○



NO ES RELEVANTE DESDE LAS OPERACIONES DIRECTAS DE LA EMPRESA



MEDIANAMENTE RELEVANTE



MUY RELEVANTE

Trazabilidad

SASB CG-AA-000.A

En el mundo globalizado de hoy, la producción textil es un proceso complejo. Involucra diversas fases, desde la recolección y transformación de materiales e insumos, hasta su elaboración, transporte, distribución y comercialización. Además, obliga a establecer relaciones con actores de mercados del otro lado del planeta, como China, Bangladesh e India, donde se ubica la mayoría de los proveedores de esta industria.

Para monitorear nuestra extensa cadena de suministro, durante el último año en París hemos avanzado en la trazabilidad de venders y fábricas de vestuario, proveedores de las categorías Tier 1 y 2, respectivamente.



VENDORS (TIER 1)

Son las empresas especializadas en la fabricación de productos textiles que se encargan de la producción de vestuario y otros artículos.

En 2024, 102 venders trabajaron con París.



FÁBRICAS (TIER 2)

Empresas en las que se realiza la manufactura de los productos.

En 2024, 305 fábricas trabajaron con París.

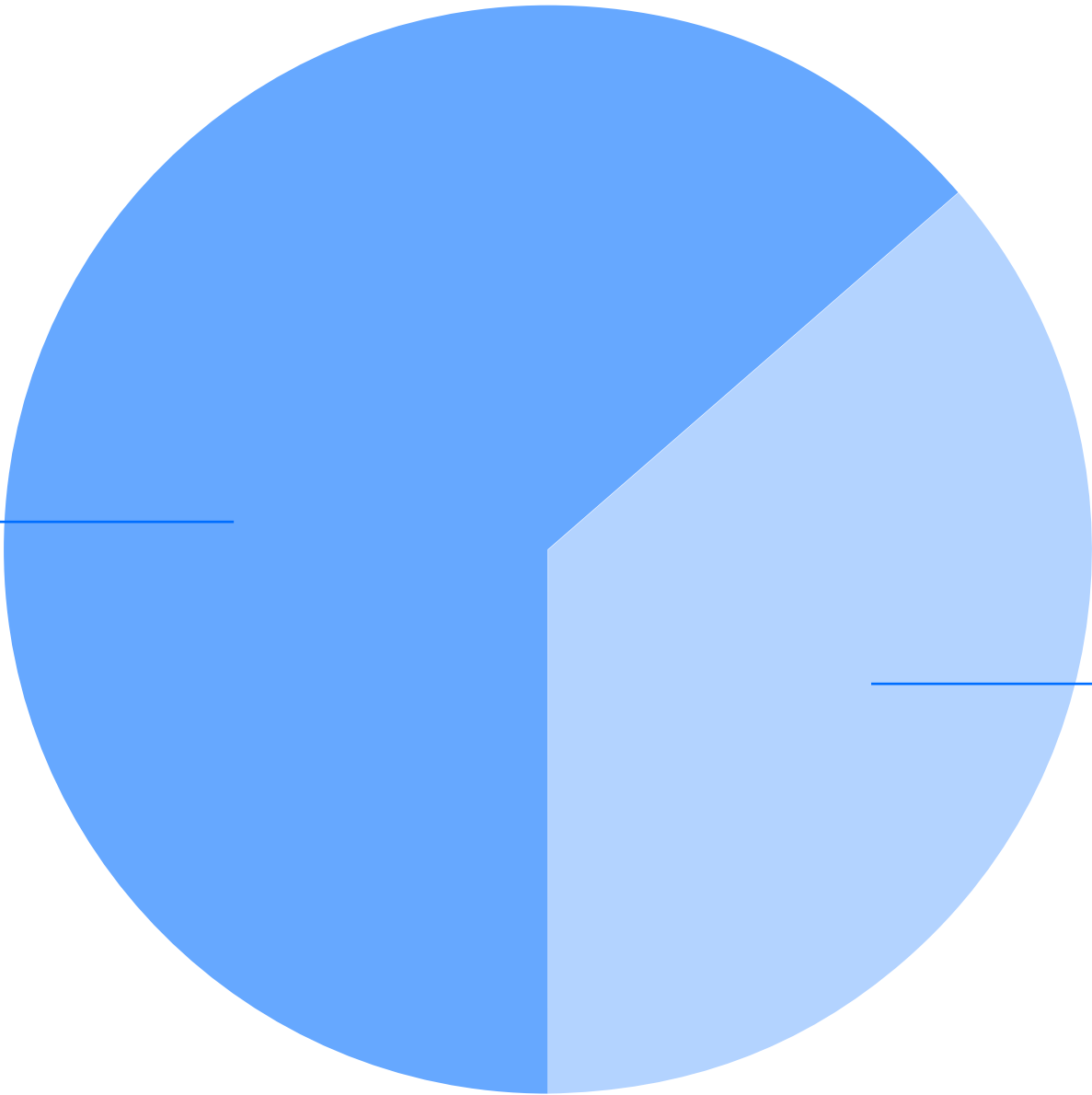
UBICACIÓN DE LAS FÁBRICAS

305 TOTAL



57.504
 TRABAJADORES

37.141 / 64,6%
 MUJERES



20.363 / 35,4%
 HOMBRES

1.078* / 1,8%
 MIGRANTES

(*) NÚMERO TOMADO DEL REPORTE SEMESTRAL.

GRI 408-1 409-1

BANGLADESH			CHINA		
100%	100%	94%	100%	100%	99%
Libre de trabajo infantil	Libre de trabajo forzoso	Salidas de emergencia apropiadas	Libre de trabajo infantil	Libre de trabajo forzoso	Salidas de emergencia apropiadas
100%			99%		
Pago de salarios legal			Pago de salarios legal		
91%			92%		
Equipo de incendios			Equipo de incendios		

Nueve años del Programa
Sostenibilidad Compartida

GRI 414-1,408-1 SASB CG-AA-430B.1

La gestión de los riesgos sociales y de derechos humanos en la cadena de suministro ha sido una preocupación prioritaria para Paris, desafío que abordamos y gestionamos a través del programa Sostenibilidad Compartida (SC) que ya tiene nueve años de aplicación.

Los proveedores que participan en esta iniciativa suscriben un Código de Sostenibilidad, vigente para todas las empresas que suministran bienes y servicios a tiendas por departamento del Grupo Cencosud, en el cual estipulamos los estándares y procedimientos que tienen que seguir para mantener vínculos comerciales de largo plazo.

Este código considera aspectos laborales, como condiciones de higiene y seguridad de los trabajadores, salarios, horarios, descansos, criterios de diversidad e inclusión, y prohibición del trabajo infantil y del trabajo forzoso. También incluye políticas anticorrupción y de transparencia. Adicionalmente, contempla la evaluación de variables ambientales y de salud, como la gestión de residuos sólidos y líquidos, la adhesión a las listas de químicos restringidos y el almacenamiento adecuado de estos productos, entre otros elementos.

PROVEEDORES EVALUADOS DE ACUERDO CON UN CÓDIGO DE CONDUCTA



MECANISMOS DE DENUNCIA

En Paris ponemos a disposición de nuestros proveedores y trabajadores un canal de denuncia formal para transmitir quejas y reclamos, que es administrado por un tercero independiente con experiencia internacional en la gestión de estos mecanismos. A través de este, pueden plantear dudas o reportar incumplimientos, con garantía de confidencialidad de los denunciantes y certeza respecto a la recepción de un informe detallado sobre la respectiva situación.

Este canal está especificado en la carta de compromiso.

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES:
AUDITORÍAS

En Paris desarrollamos periódicamente procesos de auditoría e inspección, que buscan detectar riesgos e impactos al interior de las instalaciones de nuestra cadena de suministro, los cuales son llevados a cabo íntegramente por un tercero externo.

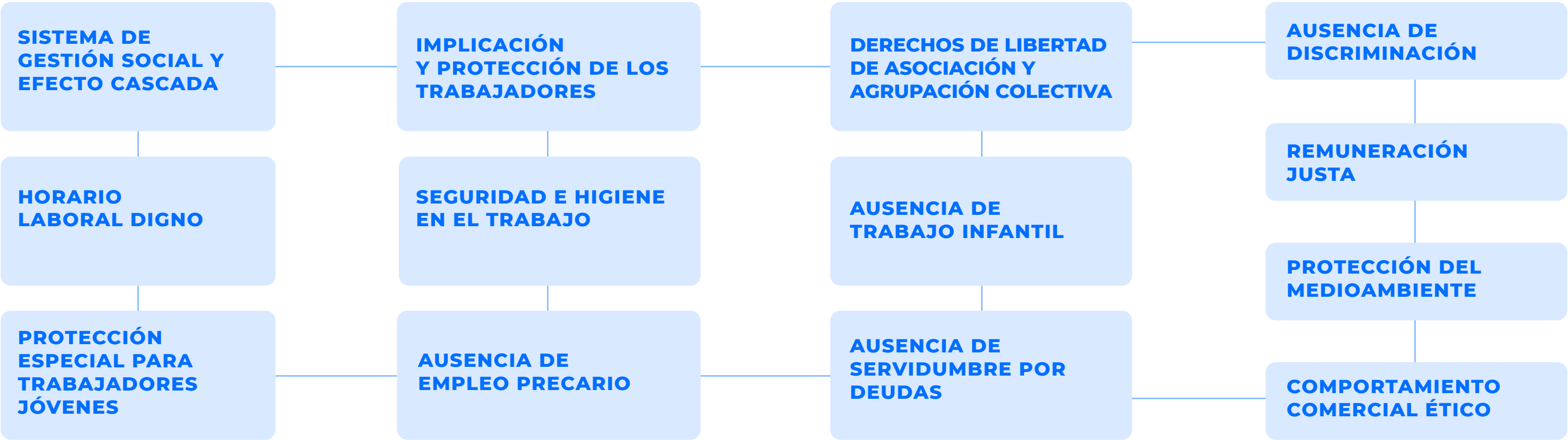


INICIATIVA DE CUMPLIMIENTO SOCIAL EMPRESARIAL (BSCI)

Permite verificar el cumplimiento de los estándares de responsabilidad social y medioambiental dentro de las fábricas, en base al Código de Conducta. Este documento es elaborado en conformidad con los principales cuerpos normativos mundialmente reconocidos, como son los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos y los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

¿QUÉ EVALÚA ESTA AUDITORÍA?

Examina el nivel de cumplimiento en 13 áreas de rendimiento interconectadas:



¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS?

La medición de estas dimensiones genera una clasificación de los proveedores. Si es A, B o C, y hay criterios críticos no cumplidos, se acuerdan planes de acción para superar las brechas. Si el resultado es D o peor, la fábrica ya no puede trabajar con nosotros.



EVALUACIÓN SOCIAL
Y AMBIENTAL (SEE)

GRI 308-1, 308-2

Es un proceso que persigue identificar y analizar impactos de nuestra cadena de suministro en el entorno y la sociedad. Implica visitas a instalaciones de proveedores, entrevistas a trabajadores y revisión de documentos.

Se realiza una visita a las instalaciones, entrevistaca los empleados y revisión de documentos. De encontrarse algún incumplimiento de las normas o requisitos definidos en las listas de verificación, se declara no conforme con evidencia adjunta. Se entiende por no conformidad la constatación de una infracción de una ley local o de uno o más aspectos del código de conducta laboral.

¿QUÉ EVALÚA ESTA AUDITORÍA?

La SEE verifica la existencia de iniciativas o prácticas para minimizar o eliminar la generación de residuos sólidos y textiles, mediante su reutilización y reciclaje. También evalúa la implementación de medidas para reducir o eliminar la generación de aguas residuales, a través de mejora de procesos, acciones preventivas de mantenimiento y sustitución de materiales, entre otras.



¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS?

- Aquellos proveedores que obtienen un puntaje menor al 80% tienen que presentar un plan de acción con fechas, responsables y actividades concretas para remediar las no conformidades.
- De no tomar estas medidas en el plazo indicado (20 días corridos, en general), su certificado caduca y no pueden solicitar una inspección de calidad hasta tener un certificado válido.
- Lo anterior implica que la relación comercial con Paris es suspendida hasta el nuevo estado de aprobación por parte de la instalación.
- A su vez, los proveedores con resultado crítico luego del proceso de inspección deben presentar su plan de remediación en un plazo de 10 días.
- De no cumplir, la relación comercial con Paris entra en estado de cancelación y no se vuelve a trabajar con dicho proveedor.

INCUMPLIMIENTOS IDENTIFICADOS

GRI 414-2

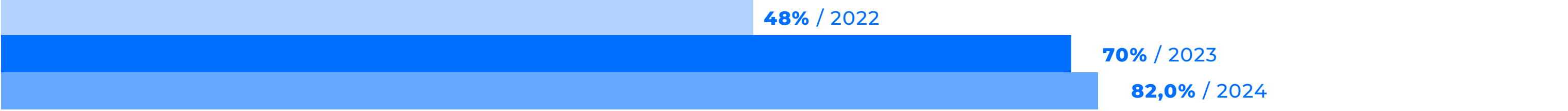
CATEGORÍA DE PROVEEDOR	2023	2024
NÚMERO DE NO CONFORMIDADES IDENTIFICADAS	139	202
NÚMERO DE ACCIONES CORRECTIVAS TOMADAS	73	202
TASA DE ACCIONES CORRECTIVAS	-	100%
CONTRATOS QUE SE RESCINDIERON COMO CONSECUENCIA DE NO CONFORMIDADES	-	2

RESULTADOS DE INSPECCIONES DE 2024

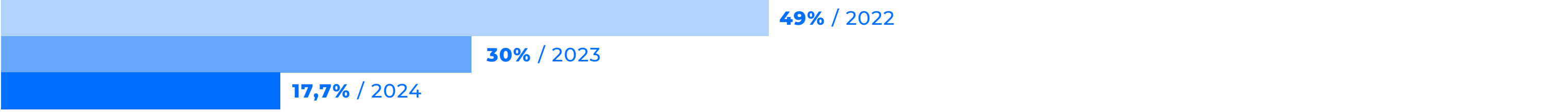


(*) SMETA ES LA SIGLA EN INGLÉS DE AUDITORÍA DE COMERCIO ÉTICO DE LOS MIEMBROS DE SEDEX, CUYO OBJETIVO ES EVALUAR Y MEJORAR LAS PRÁCTICAS ÉTICAS Y SOCIALES EN LAS CADENAS DE SUMINISTRO.

PROVEEDORES TIER 2 AUDITADOS POR LA INICIATIVA DE CUMPLIMIENTO SOCIAL EMPRESARIAL (BSCI)



PROVEEDORES TIER 2 AUDITADOS POR LA EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL (SEE)



PROVEEDORES TIER 2 CON AUDITORÍA DE COMERCIO ÉTICO DE LOS AFILIADOS A SEDEX (SMETA)



Impactos y riesgos de derechos humanos

GRI 408-1, 414-2, SASB CG-AA 430b.3

En Paris implementamos mecanismos de trazabilidad y auditoría eficientes, integrales y creíbles, que se hacen cargo de los riesgos para los derechos humanos asociados a nuestra cadena de suministro.

En este ámbito aplicamos los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la Organización de Naciones Unidas (ONU) y procuramos que nuestros socios y grupos de interés adopten sus lineamientos. En ese plano, promovemos la diversidad e inclusión, impulsamos la no discriminación y nos preocupamos de generar condiciones laborales seguras y dignas.

Por medio del programa Sostenibilidad Compartida, constantemente revisamos el cumplimiento de estos estándares, considerando las inspecciones en terreno, el examen de información secundaria y las disposiciones del Código de Sostenibilidad de Proveedores.

Enfrentamos los principales riesgos e impactos sociales de la siguiente manera:

TRABAJO INFANTIL



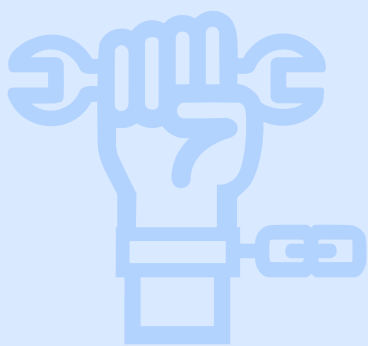
No permitimos el desempeño laboral de personas menores de 18 años en las instalaciones, o según la normativa de los países correspondientes, para lo cual exigimos la implementación de registros de las edades de los trabajadores. En caso de que un proveedor quebrante esta disposición, finalizamos la relación comercial con él.

SALARIO LEGAL



Todos los trabajadores de proveedores que están dentro de la categoría Tier 2 tienen que recibir al menos el sueldo mínimo. Exigimos que se remunere de manera equitativa, regular y conforme a las normativas de cada país.

TRABAJO FORZOSO



Los proveedores deben asegurar que el trabajo de sus colaboradores es realizado de forma libre y voluntaria y no forzosa, brindándoles protección ante cualquier clase de acoso y/o violencia. El incumplimiento de estas obligaciones implica el término de la relación comercial.

HORAS EXTRAS



La realización de horas extras al interior de las instalaciones de nuestros proveedores debe ser una decisión voluntaria, lo que es verificado mediante una carta suscrita por los trabajadores. Recomendamos una extensión máxima de 12 horas por semana para la jornada laboral, contemplando compensación según la tasa legal vigente o, en ausencia de esta, con un 125% del valor de la hora normal. Además, la jornada laboral regular no puede superar las 48 horas por semana, a menos que la legislación nacional indique un límite inferior. Asimismo, se debe garantizar que los trabajadores dispongan de 24 horas consecutivas de descanso por cada periodo de siete días laborables.

Adicionalmente, disponemos de otras herramientas, como planes de acción correctivos, que forman parte de la inspección SEE, junto con la firma de una Carta de Compromiso y de una declaración de conocimiento del Código de Sostenibilidad por parte de los vendedores que participan en el programa Sostenibilidad Compartida.

Impactos sociales en la cadena de suministro

SASB CG-AA-430b.2

Abordamos con transparencia los impactos sociales de nuestros proveedores. Para esto, sistematizamos la información generada en los procesos de auditoría e inspección.

IMPACTOS SOCIALES NEGATIVOS SIGNIFICATIVOS

INDICADOR	2024
NÚMERO DE PROVEEDORES CON IMPACTOS SIGNIFICATIVOS NEGATIVOS POTENCIALES Y REALES CON LOS QUE SE HAYA PUESTO FIN A LA RELACIÓN COMERCIAL	1 VENDOR, EL CUAL TIENE 2 FÁBRICAS
PORCENTAJE DEL TOTAL PROVEEDORES CON IMPACTOS SIGNIFICATIVOS NEGATIVOS POTENCIALES Y REALES CON LOS QUE SE HAYA PUESTO FIN A LA RELACIÓN COMERCIAL	0,55%

CONDICIONES LABORALES Y HORAS EXTRAS

En Paris prestamos especial atención al cumplimiento de la edad mínima para trabajar y a situaciones asociadas a trabajo forzoso, pues es un riesgo potencial en nuestra cadena de suministro. Sin embargo, nuestro principal impacto negativo real tiene que ver con la realización de horas extras por parte de trabajadores a cargo de nuestros proveedores.

Durante 2024, por medio de la auditoría BSCI, identificamos 145 fábricas que excedían las horas extras legales, problemática que se concentra en la zona geográfica de China. De estas, 143 instalaciones enviaron cartas firmada por sus colaboradores que acreditaban la voluntariedad de esta decisión. En el caso de dos fábricas que no presentaron este documento, cerramos nuestra relación comercial.

ENVÍO DE CARTA DE HORAS EXTRAS VOLUNTARIAS

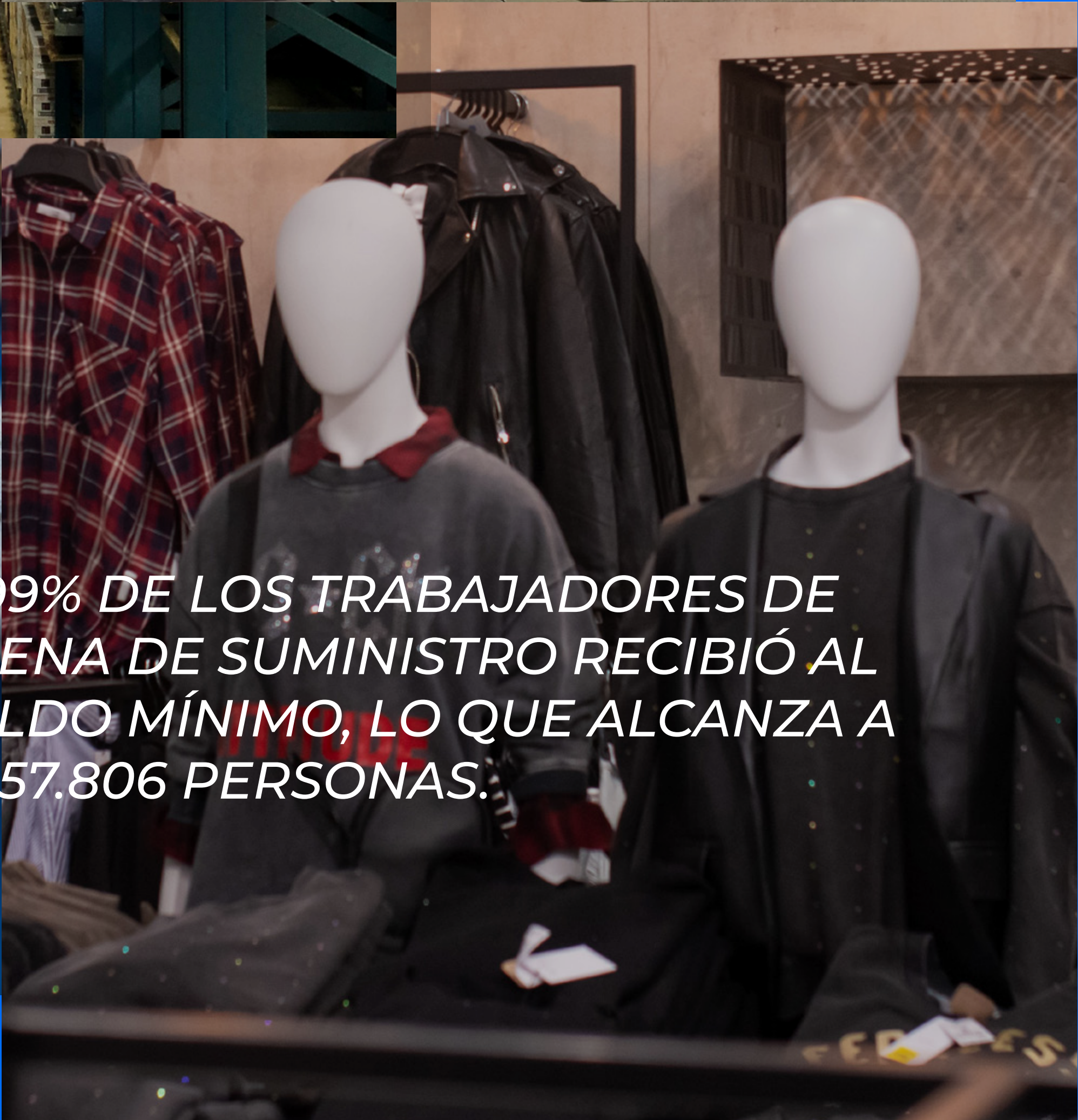
INDICADOR	2024
FÁBRICAS QUE FIRMARON UNA DECLARACIÓN AFIRMANDO QUE LAS HORAS EXTRAS FUERON REALIZADAS DE FORMA VOLUNTARIA Y PAGADAS ACORDE CON LA LEY	143
FÁBRICAS CON LAS QUE SE TERMINÓ LA RELACIÓN POR NO PRESENTAR DICHA DECLARACIÓN	2

NOTA: SE CONSIDERAN LOS TRABAJADORES DE LAS FÁBRICAS ACTIVAS DURANTE CADA AÑO REPORTADO.

SUELDO MÍNIMO EN LA CADENA DE SUMINISTRO

INDICADOR	2023	2024
NÚMERO DE TRABAJADORES EN LA CADENA DE SUMINISTRO QUE RECIBE AL MENOS EL SUELDO MÍNIMO	49.124	57.806
PORCENTAJE DE TRABAJADORES EN LA CADENA DE SUMINISTRO QUE RECIBE AL MENOS EL SUELDO MÍNIMO	100%	100%

NOTA: SE CONSIDERAN LOS TRABAJADORES DE LAS FÁBRICAS ACTIVAS DURANTE CADA AÑO REPORTADO.



EN 2024, EL 99% DE LOS TRABAJADORES DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO RECIBIÓ AL MENOS EL SUELDO MÍNIMO, LO QUE ALCANZA A 57.806 PERSONAS.

Impacto ambiental en la cadena de suministro

En Paris estamos comprometidos con la gestión responsable de los impactos ambientales de nuestra cadena de suministro, monitoreando cada fase del proceso productivo.

A través de este seguimiento, hemos identificado que los principales desafíos provienen de proveedores de insumos (Tier 2), especialmente en la gestión de desechos sólidos, cuya acumulación inadecuada puede afectar el suelo, el agua y el aire. Además, la generación de residuos textiles, como retazos, stock defectuoso y residuos posconsumo, representa una oportunidad para fomentar su reutilización y evitar su disposición en vertederos.

Asimismo, el uso de sustancias químicas requiere un manejo adecuado para minimizar riesgos en la salud humana y la contaminación del agua y el suelo. La generación de aguas residuales también puede impactar los ecosistemas si no es tratada correctamente. Además, hemos identificado posibles riesgos asociados a infraestructura deficiente y condiciones laborales relacionadas con temperatura y ruido.

Durante las inspecciones en terreno, hemos observado que algunos de estos desafíos están influenciados por normativas ambientales y sociales menos estrictas en ciertos países donde operan nuestros proveedores, lo que refuerza nuestro compromiso con la mejora continua y el trabajo colaborativo para una cadena de suministro más sostenible.

PROVEEDORES CON IMPACTOS AMBIENTALES NEGATIVOS SIGNIFICATIVOS

INDICADOR	2023	2024
NÚMERO DE PROVEEDORES CON IMPACTOS SIGNIFICATIVOS NEGATIVOS POTENCIALES Y REALES CON LOS QUE SE LLEGÓ A ACUERDOS DE MEJORAS	8	0



3.3 MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

La selección de materiales textiles y otros insumos para la producción de vestuario impacta directamente en el medioambiente. El uso de materiales durables y no contaminantes ayuda a reducir la huella ecológica y fomenta la economía circular mediante opciones reutilizables y reciclables. La trazabilidad y certificación de insumos garantizan prácticas éticas en la producción, a la vez que un modelo de producción más sostenible, alineado con regulaciones y expectativas de los consumidores.



3.3 MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



- Los materiales de baja calidad tienen una vida útil corta, por lo que aumentan los desechos textiles y sobrecarga los vertederos.
- Los productos sintéticos liberan micro plásticos y químicos dañinos en procesos de lavado y descomposición.
- La producción de fibras sintéticas, como el poliéster, requiere petróleo y genera altas emisiones de CO₂.

OBJETIVO



Asegurar que la producción de vestuario de marcas propias alcance un 100% de atributos sostenibles.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS



- Hoja de Ruta de Sostenibilidad
- Código de Sostenibilidad de Proveedores
- Procedimiento de aprobación de atributos sostenibles

AVANCES 2024



- En 2024 alcanzamos el 70 % de vestuario de marcas propias confeccionado con materiales certificados, un avance significativo respecto al 64% logrado el año anterior.
- Identificamos cuatro materiales clave por su impacto ambiental: algodón, fibras de celulosa, poliéster y nylon, los cuales fueron gestionados mediante certificaciones.
- Reforzamos el control sobre sustancias restringidas en la producción textil, aplicando estándares como OEKO-TEX Garment.
- Durante este año, además, no renovamos nuestra alianza con Better Cotton Initiative (BCI), en línea con las observaciones de la industria sobre la calidad de sus prácticas.

IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

- Cadena de suministro ●
- Operaciones propias ●
- Postventa ○

DISEÑO DE PRODUCTOS

La crisis climática es una señal de alerta que nos impulsa a adaptar nuestros procesos productivos, buscando un mayor equilibrio ambiental y menores impactos. En ese marco, en Paris nos preocupamos por promover el reciclaje y la circularidad.

Así, desde 2021, el área de Desarrollo de Productos diseña prendas de marca propia en base a materiales con atributos sostenibles, que son aquellos en los que se han utilizado materiales con un desempeño ambiental positivo, como la optimización en el uso de agua y energía, la eliminación de químicos o la promoción de prácticas de bienestar animal durante su confección. Esta categoría incluye también a productos elaborados a partir de insumos reciclados o en fábricas certificadas, y los que provienen de la producción local.

Nuestro objetivo es avanzar en la confección del vestuario de marcas propias con materiales sostenibles. En esa línea, para la temporada de verano aprobamos 9.395.301 unidades con estas características y 3.664.934 unidades para la temporada de invierno, lo que representa un 70% de la producción bajo marcas propias.

EN 2024, EL 70% DE LA PRODUCCIÓN DE MARCAS PROPIAS SE HIZO CON MATERIALES CON ATRIBUTOS SOSTENIBLES.



Materias primas prioritarias

SASB CG-AA-440a.3, a4

En Paris hemos definido que cuatro materias primas tienen un carácter prioritario en cuanto a su gestión ambiental, debido a que distintos factores dificultan seriamente su abastecimiento:

ALGODÓN



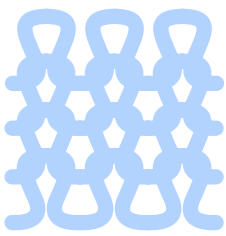
Amenazado por escasez hídrica, erosión de suelo y por el cambio climático.

FIBRA DE CELULOSA



Impactada por la deforestación y el cambio climático.

POLIÉSTER Y NYLON



Materiales generados a partir de combustibles fósiles que contribuyen al cambio climático.

Debido a estas condiciones, contamos con estrategias que dan preferencia a prendas que cuentan con certificados de materiales sostenibles, considerando además disminuir la utilización del nylon como materia prima. Los resultados en 2024 fueron:

0,32

TONELADAS DE ALGODÓN ORGÁNICO





161,37

TONELADAS DE FIBRAS DE CELULOSA SOSTENIBLES






5,78

TONELADAS DE VISCOSA RECICLADA

4,20

TONELADAS DE POLIAMIDA RECICLADA






281,21

TONELADAS DE POLIESTER RECICLADO

0,89

TONELADAS DE POLIUTERANO RECICLADO



722,20

TONELADAS DE PRODUCTOS CON OEKO-TEX





4,48

TONELADAS DE LANA RECICLADA





En 2024, en Paris utilizamos un total de 458,25 toneladas de materiales en la producción de vestuario. La clasificación es la siguiente:

Materiales renovables (incluyendo Algodón orgánico, Fibras de celulosa sostenibles, Lana reciclada y Viscosa reciclada): 171,95 toneladas (37,52%).

Materiales no renovables (que abarcan Poliéster reciclado, Poliamida reciclada y Poliuretano reciclado): 286,30 toneladas (62,48%).

USO DE QUÍMICOS PELIGROSOS

SASB CG-AA-250a.2

Una preocupación permanente de Paris es combatir los impactos negativos para la salud humana y el medio ambiente de la contaminación química, detectada como un riesgo relevante de nuestra operación.

Para esto, aplicamos el Código de Sustentabilidad Cencosud, que detalla la nómina de químicos cuyo uso está restringido o prohibido en los procesos productivos, considerando el respeto de las normativas nacionales e internacionales.

Además, incentivamos la utilización del atributo OEKO-TEX Garment entre nuestros proveedores de China y Bangladesh, el que certifica que sus prendas no están elaboradas con insumos que puedan ser perjudiciales para la salud de los trabajadores y usuarios, incluyendo sustancias químicas nocivas.

RESPETO A LOS ANIMALES

En el Código de Sustentabilidad para Proveedores Comerciales de Paris y Supermercados (Cencosud), se invita a los socios comerciales a tener conciencia de que el uso de animales o sus partes en los productos debe ser resultado de un trato digno y respetuoso, procurando el mínimo dolor y empleando las mejores tecnologías, estándares y metodologías para asegurar las condiciones menos traumáticas posibles. Asimismo, ningún proveedor puede emplear partes de animales declarados como exóticas en el país de producción o en vía de extinción según la lista roja de especies amenazadas de UICN4.



3.4 PRODUCCIÓN LOCAL

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

En una industria que ha globalizado su producción, generar espacios comerciales para la fabricación local representa una oportunidad de mitigación de su impacto económico, mediante el impulso al emprendimiento, la innovación, el empoderamiento y un menor impacto ambiental por la disminución en la huella de carbono relacionada al traslado del producto.



3.4 PRODUCCIÓN LOCAL

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



- El fomento a la producción local favorece el crecimiento de pequeñas y medianas empresas, genera puestos de trabajo y fortalece la industria textil nacional.
- La fabricación de productos en el mismo territorio de operación disminuye el impacto ambiental de la huella de carbono.

OBJETIVO



Apoyar el emprendimiento y la producción local a través de los espacios de comercialización de Paris

AVANCES 2024



- Desarrollo del Programa Básicos Locales
- 10 años de Volver a Tejer
- Campeonato Nada Nos Detiene – Moda Circular

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

- Cadena de suministro ☐
- Operaciones propias ☒
- Postventa ☐



NO ES RELEVANTE DESDE LAS OPERACIONES DIRECTAS DE LA EMPRESA



MEDIANAMENTE RELEVANTE



MUY RELEVANTE



Estamos convencidos de que el apoyo al emprendimiento es uno de nuestros principales aportes al desarrollo sostenible de la sociedad. En esa línea, contamos con iniciativas para potenciar y visibilizar a las pequeñas y medianas empresas nacionales en nuestras tiendas y dentro del Marketplace, por lo que trabajamos en ampliar nuestra red de proveedores chilenos.

En 2024, el 77% de nuestras compras beneficiaron a productores locales.

GASTO EN PROVEEDORES LOCALES
 GRI 204-1

INDICADOR	2022	2023	2024
COMPRAS TOTALES A PROVEEDORES (CLP)	992.603.709.463	834.493.027.999	912.888.564.580
COMPRAS REALIZADAS A PROVEEDORES LOCALES (CLP)	699.402.906.731	650.276.171.154	703.295.385.401
% DE LAS COMPRAS REALIZADAS EN PROVEEDORES LOCALES	70%	78%	77%

NOTA: SE REFIERE A PROVEEDORES LOCALES COMO AQUELLOS QUE TIENEN SUS OPERACIONES EN CHILE.

Programa Básicos Locales: moda con propósito y trazabilidad



A finales de 2024, lanzamos el Programa Básicos Locales en colaboración con el proyecto Bien Común Chile, con el objetivo de impulsar la producción de prendas de calidad elaboradas en Chile. La colección, bajo la marca Alaniz, incluye una línea de poleras de algodón Pima orgánico, que se distingue por su diseño moderno y atemporal. Este algodón,

proveniente de un proyecto socioambiental en Perú, cuenta con certificaciones que garantizan prácticas éticas y de trato justo. La confección se realiza en un taller de costureras locales en Santiago, lo que implica generar empleo dentro de la industria textil nacional. Esta iniciativa nació con el Pasaporte Digital de Productos (PDP), una herra-

mienta de trazabilidad accesible mediante código QR, que permite a los clientes conocer la historia completa de cada prenda, desde la extracción de la materia prima hasta su confección.

Volver a Tejer



RESULTADOS EN 10 AÑOS

En 2024, Volver a Tejer cumplió diez años dejando una huella positiva en lo social, ambiental y económico. A través de esta iniciativa, trabajamos junto al Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap) y Fundación Ona para fortalecer el oficio de mujeres artesanas de todo Chile, desde Visviri hasta Punta Arenas.

En esta década, hemos acompañado a más de mil tejedoras e hilanderas de casi un centenar de agrupaciones, ayudándolas a llevar su arte al mundo del retail y la moda. Gracias a este trabajo, llevamos a nuestros clientes una oferta única de productos hechos a mano que preservan técnicas ancestrales y tradiciones de pueblos originarios, bajo los principios del comercio justo.



MATERIAS PRIMAS NOBLES

- LANA DE OVEJA CORRIEDALE
- FIBRA BABY LLAMA
- LANA DE ALPACA
- LANA DE OVEJA MERINO

Nada Nos Detiene



En Paris también apoyamos al emprendimiento nacional a través de Nada Nos Detiene, un campeonato organizado por el G100 en que los participantes reciben mentorías y herramientas para fortalecer sus negocios y asegurar su crecimiento. Su objetivo es generar un cambio cultural, demostrando que el emprendimiento es clave para resolver desafíos sociales y generar empleo.

Adicionalmente, se llevó a cabo un proyecto piloto que implicó disponer espacios para los emprendedores en las tiendas Paris. De los 39 inscritos, se seleccionaron diez: Organic Style, The UpcyclingCO, Cocó Bebe, Soundkeleles, Maria Booth, Soy Tenaz, La Guadalupe, REA, Tapper Bee y Raíz Nativo, quienes debieron cumplir con requisitos de formalidad tributaria y capacidad de atención en horario de tiendas.

EN PROMEDIO, LOS PARTICIPANTES DE NADA NOS DETIENE-PARIS LOGRARON AUMENTAR SUS VENTAS EN UN 79,6%.

CONCURSO DE MODA CIRCULAR

Entre 2023 y 2024, realizamos el campeonato “Nada Nos Detiene Moda Circular” con el objetivo de dar visibilidad a emprendedores que están transformando la industria de la moda hacia un consumo más consciente y sostenible. También buscamos reducir la brecha en el mundo del emprendimiento, ya que en Chile solo el 8% de quienes emprenden logran consolidar su negocio, y la mayoría proviene de sectores más acomodados. Queremos cambiar esa realidad, llevando oportunidades a más personas.

El concurso se enfocó en cinco principios clave: cero residuos, diseño de larga duración, cierre del ciclo, upcycling y uso de monomateriales para facilitar el reciclaje.

Recibimos 1.494 postulaciones de siete regiones del país y seleccionamos a 30 semifinalistas, quienes participaron en cuatro talleres de formación. Finalmente, tres proyectos fueron premiados, con un total de \$12 millones en premios.



FEHU

Recicla textiles impermeables de la pesca artesanal del archipiélago de Juan Fernández, transformándolos en mochilas y bolsos secos para trabajo, pesca y deportes al aire libre. Participó en el concurso para consolidarse como el primer emprendimiento nacional que gestiona residuos de la pesca artesanal e industrial, creando productos de calidad con potencial en nuevos mercados. Su objetivo es mejorar su producción con maquinaria industrial, capacitarse para innovar y ampliar su equipo de trabajo.

HUAMAN AUTOR

Crea prendas sostenibles, desde básicos hasta piezas exclusivas, utilizando materiales orgánicos y reciclados en colaboración con proveedores locales que emplean técnicas artesanales. Además, trabaja con comunidades como los tejedores de Petorca, contribuyendo a la preservación del patrimonio textil. Participó en el concurso para desarrollar una aplicación para facilitar que los clientes compren, reparen, alquilen, vendan e intercambien prendas, fomentando la economía circular y una nueva forma de consumir moda en Latinoamérica.

PATCH CONCEPT

Es una marca que diseña prendas únicas y hechas a mano en talleres de la región de Valparaíso. Su producción es de baja escala y sigue los principios del slow fashion, combinando la técnica patchwork en chaquetas, camisas y poleras oversized, con un estilo unisex, original y cómodo. Participó en el concurso para fortalecer su crecimiento, optimizar la confección, ampliar su difusión y acceder a ferias especializadas en diseño.

A woman with long brown hair, wearing a light pink sleeveless dress, stands barefoot on a silver metal lifeguard stand. She is looking out over the ocean towards the right. The background is a vast blue sky filled with soft, white clouds. The ocean is visible at the bottom of the frame.

04 CERCA DE NUESTROS CLIENTES

EXPERIENCIA DE CLIENTES	4.1
PROMOCIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE	4.2
CIBERSEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS	4.3

4.1 EXPERIENCIA DE CLIENTES

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

La experiencia del cliente en la moda y el retail depende de una compra fluida, productos de calidad y un servicio personalizado. Factores como la omnicanalidad, la disponibilidad de stock, la rapidez en entregas y devoluciones, y el diseño de tiendas influyen en su satisfacción. Además, los consumidores son parte de cambios culturales y sociales, por lo cual es relevante conocer sus necesidades y comunicarse con ellos de manera simple y clara.



4.1 EXPERIENCIA DE CLIENTES

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



- Para los clientes, sus interacciones positivas o negativas inciden directamente en su satisfacción y futuras decisiones de compra, así como la disposición a recomendar la marca.
- La confianza que los consumidores desarrollan con una marca se relaciona con la consistencia en su comunicación, la experiencia de compra, la calidad y sostenibilidad de los productos, las interacciones en tiendas, así como la logística y atención postventa.

OBJETIVO



Desarrollar experiencias únicas para nuestros clientes, con una propuesta de valor presencial-digital y un servicio de excelencia.

POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS



- Medición de satisfacción de clientes
- Comités de clientes

AVANCES 2024



- Fortalecimiento de la estrategia omnicanal, con un 38% de las compras digitales retiradas en tienda.
- Tiempo promedio de entrega reducido a tres horas, bajo la estrategia Same Day.
- Optimización de la plataforma Paris.cl, con una navegación más fluida y coherente entre productos propios y de terceros.
- Actualización de la App Paris, con una experiencia de compra más personalizada y mejoras en descuentos y beneficios.
- Mejoras en el servicio de call center, gracias al traslado de funciones del back office a la primera línea de atención.
- Automatización de solicitudes de intercambio de productos, lo que agiliza procesos en casos de despachos erróneos.
- Expansión del plazo de cambios y devoluciones a 60 días en temporada alta.
- Reducción del tiempo promedio de resolución de reclamos a 7 días, cinco menos que en 2023.

IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

- Cadena de suministro ○
- Operaciones propias ●
- Postventa ●

Un servicio de calidad

Conseguir que nuestros clientes disfruten de experiencias de compra memorables y únicas es un anhelo que nos mueve. Trabajamos día a día en pos de este objetivo, que es un pilar de nuestra estrategia corporativa, prestando atención a sus necesidades y preferencias, atendiéndolos con dedicación y sorprendiéndolos con propuestas novedosas.

Nos adaptamos a distintas experiencias de compra

 IP 1

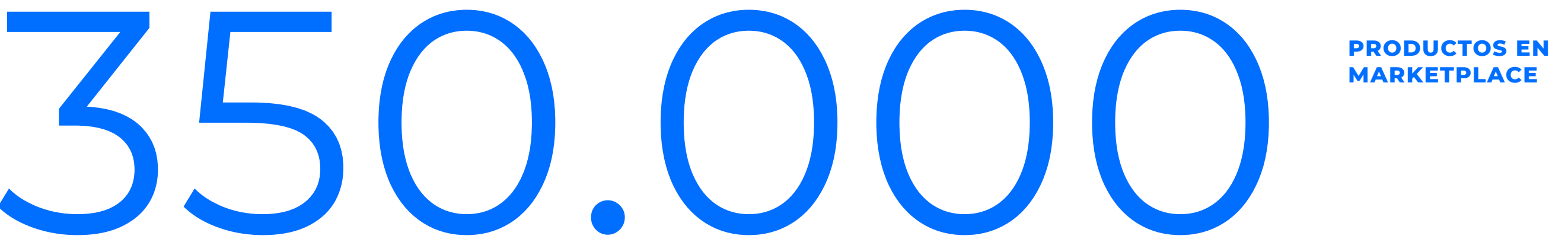
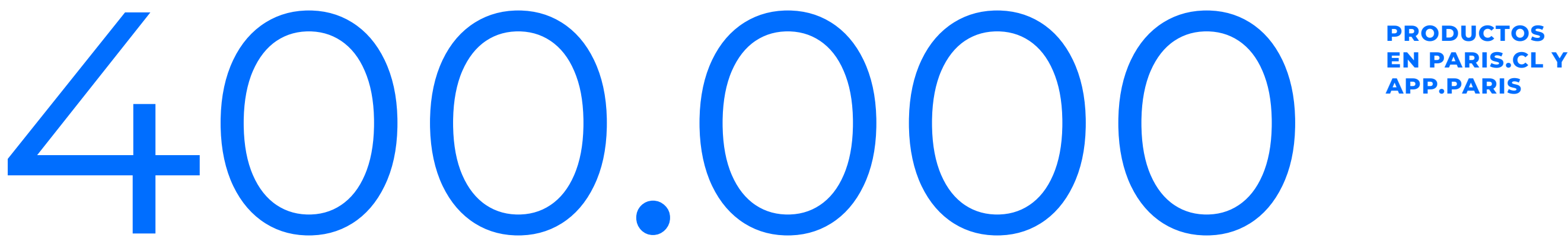
En Paris nos esforzamos cada día por ofrecer una experiencia de compra y post-venta que realmente conecte con nuestros clientes, adaptándonos a sus nuevas formas de interactuar con nosotros. Para un mundo donde lo físico y lo digital ya no tienen fronteras, diseñamos una estrategia de omnicanalidad que combina y potencia cada punto de contacto. Ahora, elegir un artículo en redes sociales y probarlo en la tienda no solo es posible, sino acciones más fáciles y cercanas.

ESPACIO	MODALIDAD	FUNCIONES
TIENDAS	Física-presencial	Compras, cambios, devoluciones y consultas. Tenemos 48 tiendas a lo largo de Chile, todas las cuales cuentan con wifi para complementar la omnicanalidad.
PARIS.CL	Digital - no presencial	Compra y petición de cambios y devoluciones. Contamos con más de 400.000 productos, separados por categorías, para consulta y adquisición.
APP. PARIS	Digital - no presencial	Compras, cambios y devoluciones. Esta plataforma permite una venta personalizada, con descuentos y beneficios en tiempo real. Tiene disponible más de 400.000 estilos para la venta.
MARKETPLACE	Digital - no presencial	Compras y cambios. En este espacio tenemos más de 350.000 productos que son vendidos y despachados por terceros, fortaleciendo nuestra oferta con artículos hechos por pequeñas empresas chilenas.
PUNTOS DE RETIRO PARIS - CENCOSUD	Híbrido	86 puntos para retirar productos de nuestra tienda comprados a través de la app o el sitio web.

ATENCIÓN PRESENCIAL

Dentro de nuestra estrategia omnicanal, las tiendas siguen jugando un rol de gran importancia. Funcionan como salas de exhibición y centros logísticos, siendo además instancias para la venta omnicanal y la posventa en línea y presencial.

En 2024, el 38% de las transacciones se concretó con clientes que retiraron sus productos en algunas de nuestras tiendas. Sumando todos los locales de Cencosud, los puntos de entrega alcanzan 87 a lo largo de todo Chile, a los que se agregan 413 puntos Copec. Esta red logística nos permitió ofrecer un tiempo promedio de entrega en tienda de solo 3 horas, fortaleciendo nuestra estrategia de servicio en el día (Same Day). Gracias a ello logramos altos niveles de satisfacción entre quienes eligen esta opción.



INDICADORES DE ENTREGA Y RETIRO EN TIENDA

IP 1

ENTREGAS REALIZADAS EN TIENDA



TRANSACCIONES CON RETIRO EN TIENDA



PARIS.CL

IP 3

En 2024, desarrollamos una serie de iniciativas para mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes. Las principales fueron:

- Experiencia única de e-commerce:** Su objetivo es ofrecer una experiencia de compra más fluida y coherente, integrando de manera efectiva productos propios y de terceros.
- Mejoras en Paris App:** Continuamos potenciando nuestro canal de ventas en la aplicación, para brindar una experiencia más personalizada que facilita el proceso de compra.
- Estrategia de clientes preferentes:** Aplicamos una estrategia orientada a fortalecer nuestra relación con los clientes más leales, lo que tradujo en mayor participación en el programa preferente.

PRINCIPALES INDICADORES PARIS.CL 2024

VISITAS

299.213.140

TRANSACCIONES EN TOTAL PARIS

41.051.345

TRANSACCIONES EN TOTAL PARIS.CL

5.069.627

12,3%

DE TRANSACCIONES DIGITALES RESPECTO AL TOTAL DE PARIS

\$100.620

TICKET PROMEDIO EN PARIS

Logística y distribución eficientes

IP 2



Durante 2024, consolidamos e implementamos varias iniciativas para mejorar la eficiencia en el despacho y distribución de productos, así como medidas para reducir el impacto ambiental de estos procesos.

Uno de los principales logros fue el resultado de disminuir de nueve Centros de Distribución (CD) a cinco, gracias al reemplazo de bodegas arrendadas por un amplio espacio en el sector ENEA, Región Metropolitana. De esta forma, optimizamos los despachos mediante la consolidación de envíos desde distintos puntos en una sola entrega, lo que incide directamente en una disminución del uso de cajas y la huella de carbono que genera el transporte.

En nuestros CD comenzamos a usar el sistema OCR shuttle que, mediante flujos automatizados, ayuda a almacenar y despachar productos de manera más

eficiente, permitiéndonos consolidar pedidos múltiples en una sola guía y optimizar la entrega de paquetes pequeños. También tomamos medidas para asegurar una operación continua, como tener kits de repuestos, un equipo de mantenimiento residente y soporte eléctrico de emergencia. A pesar de la complejidad de este nuevo método de trabajo, lo implementamos con éxito, manteniendo un buen nivel de servicio para nuestros clientes.

También incorporamos innovaciones en el despacho de productos en tiendas. Entre ellas, una prueba piloto para instalar barras de colgado en los camiones, lo que permite entregar prendas colgadas en lugar de en cajas, como se hace habitualmente.

Para aumentar la eficiencia de los CD, seguimos con el proyecto Cero Papel, que ya eliminó las guías de despacho

a domicilio y avanzamos en mejorar la reducción del uso de papel en tareas internas de preparación de pedidos e inventario. Además, trabajamos en convertir las máquinas del CD ENEA a baterías de litio, lo que requiere nuevas baterías y cambios en la instalación eléctrica.

Adicionalmente, tomamos medidas para mejorar la gestión ambiental en los Centros de Distribución (CD). Realizamos una licitación, ganada por Recupac, para mejorar el proceso de recolección y separación de materiales reciclables; e iniciamos un proceso para formalizar la reutilización de cartones.

Otra innovación desarrollada en 2024 fue transformar materiales de embalaje utilizados en material corrugado para proteger productos en cajas, generando circularidad en los insumos.



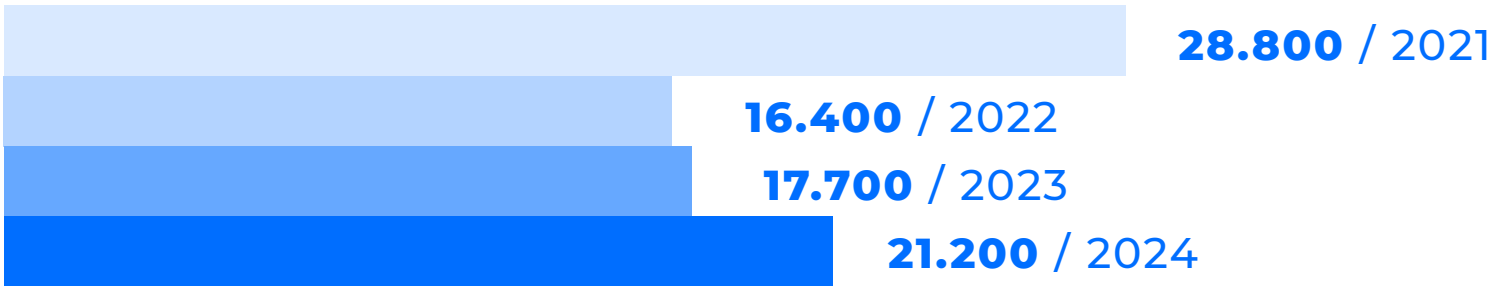
EL PROYECTO “GOODS TO PERSON” DEL GRUPO CENCOSUD, FUE CLAVE PARA MEJORAR LA CAPACIDAD DE ENTREGA, ESPECIALMENTE EN EVENTOS COMO EL CYBER DAY, CON UN PICKING 50% AUTOMATIZADO Y 50% MANUAL.



PORCENTAJE TOTAL DE DESPACHOS QUE SON REALIZADOS EN EL TIEMPO ACORDADO O ANTES.



PROMEDIO DE DESPACHOS DIARIOS



MÁXIMO DE PRODUCTOS DESPACHADOS AL DÍA



Satisfacción de clientes

IP 6

En 2024, nuestra gestión en este ámbito estuvo marcada por diversos hitos, como:

- **Mejoras al call center:** Para robustecer la gestión completa de la atención al cliente, desde el inicio hasta la resolución de su reclamo, implementamos cambios en nuestro call center de segunda línea o backoffice (en el que se atienden temas de mayor complejidad). Esto significó trasladar funciones de la segunda a la primera línea, lo que permitió una atención más ágil y eficiente, reducir los tiempos de respuesta y fortalecer la experiencia del cliente.
- **Facilitar el intercambio de productos:** Trabajamos con tres desarrolladores para automatizar las solicitudes de intercambio de productos que se generan cuando son despachados de forma incorrecta. De esta forma, logramos mayor rapidez y transparencia en estos procesos, en beneficio de nuestros clientes.
- **Potenciamiento de [www.paris.cl](#):** Seguimos fortaleciendo nuestra página web con miras a que sea cada vez una mejor instancia de interacción con los clientes durante la post venta. En esta plataforma se pueden ingresar solicitudes y reclamos, junto con hacer seguimiento de ellos.

SATISFACCIÓN DE CLIENTES



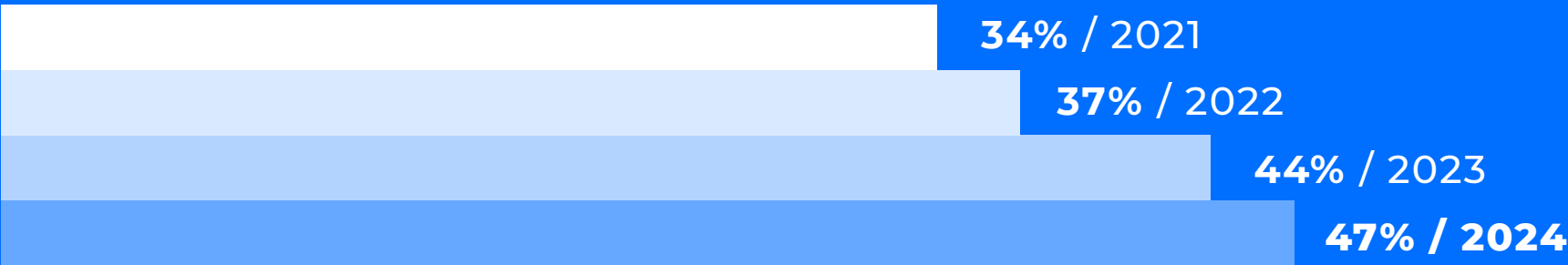
AVANCES EN POSTVENTA

GRI 2-25

Conscientes de que la postventa es una variable crítica, en Paris estamos permanentemente trabajando para revisar procesos e introducir mejoras en ese ámbito de gestión. En la medida que simplificamos la experiencia de los ejecutivos de atención, obtenemos mejores resultados de cara a los clientes.

Esto ha significado una progresión constante en resolutividad en los últimos años, tal como se aprecia en este gráfico.

RESOLUTIVIDAD POST VENTA



En 2024, optimizamos la gestión de devoluciones, con lo que logramos un plazo promedio de tres días para este procedimiento, una baja respecto de 2023, en que fue de cuatro días.

A lo largo del año, recibimos más de 1.700.000 consultas y reclamos de parte de nuestros clientes, los que mayoritariamente decían relación con atrasos en la fecha pactada de entrega de despachos y con productos que aparecían como entregados en el sistema sin que se contratara su recepción. También recibimos quejas por artículos defectuosos dentro del plazo legal. Todos estos requerimientos fueron abordados para darles una solución rápida y eficiente.

75%

DE CASOS RECIBIDOS
 POR CALL CENTER EN
 EL PRIMER CONTACTO

95%

DE CASOS RECIBIDOS
 POR REDES SOCIALES
 RESUELTOS EN EL PRIMER
 CONTACTO

0,8%

DE LOS CASOS
 LLEGAN AL SERNAC

29,1

TASA DE RECLAMOS

7

DÍAS PROMEDIO EN QUE SE
 RESUELVEN LOS RECLAMOS
 5 DÍAS MENOS QUE EN 2023

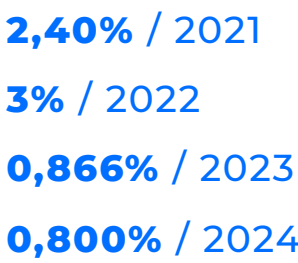
1.714.547

TOTAL DE CONSULTAS Y/O RECLAMOS RECIBIDOS

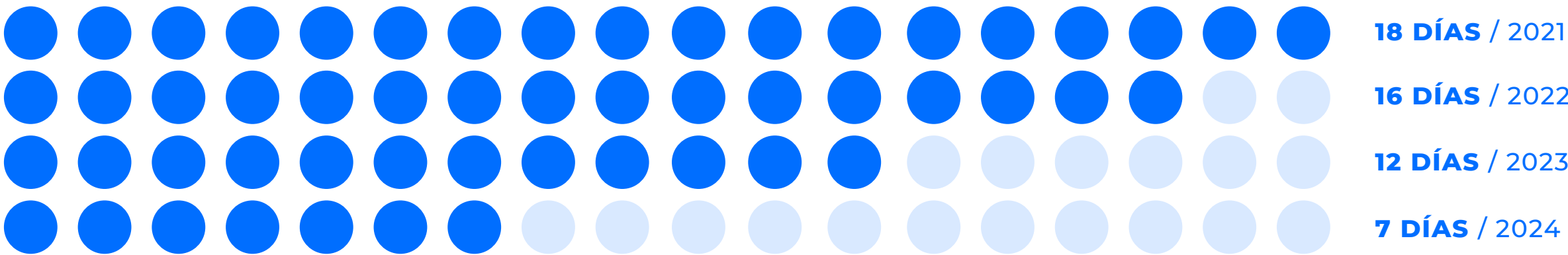
TASA DE RECLAMOS



% CASOS QUE LLEGARON A SERNAC



TIEMPO PROMEDIO EN QUE SE RESUELVEN LOS RECLAMOS



4.2 PROMOCIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

El consumo responsable es un motor de cambio en la industria de la moda y el retail, que impulsa modelos de negocio más sostenibles. A medida que más personas optan por prendas de segunda mano, confeccionadas con materiales reciclados, reparadas o intercambiadas, se generan beneficios ambientales y sociales, fortaleciendo la economía circular. Además, una gestión eficiente de residuos y una mayor educación del consumidor son esenciales para reducir la contaminación y fomentar prácticas más concientes. Las empresas jugamos un papel clave en este proceso, y colaboramos al promover la transparencia en la cadena de suministro y ofrecer alternativas que instan a las personas a hacer su consumo más informado y sostenible.



4.2 PROMOCIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



→ Las elecciones de los consumidores son fundamentales para impulsar una producción más sostenible, reduciendo impactos sociales y ambientales, promoviendo prácticas éticas y fomentando la innovación.

→ Las empresas contribuyen a este cambio al garantizar transparencia en sus cadenas de suministro, permitiendo decisiones de compra más informadas.

→ A medida que el consumo responsable se expande, crece el reconocimiento del valor de la calidad y la durabilidad, la reutilización y la reciclabilidad de los productos.

POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS



→ Hoja de Ruta de Sostenibilidad

→ Programa Sostenibilidad Compartida

OBJETIVO



Sensibilizar a todos nuestros clientes a través de experiencias omnicanales de consumo responsable.

AVANCES 2024



→ Expansión de servicios y nuevos proyectos de circularidad.

→ Mayor participación de clientes en actividades de intercambio, compra y venta de ropa de segunda mano.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

→ Cadena de suministro

→ Operaciones propias

→ Postventa

Consumo responsable

En Paris sabemos que promover el consumo responsable es un compromiso que todas las empresas de moda y retail deben asumir. Por eso, lo integramos en nuestra **Hoja de Ruta de Sostenibilidad**, abordándolo de manera integral y transparente a través de distintos canales de comunicación.

¿QUÉ ENTENDEMOS POR CONSUMO RESPONSABLE?

El consumo responsable implica la adopción por parte de los consumidores de hábitos y conductas concretas, que fomentamos a través de distintos servicios y productos que ponemos a su disposición.

En Paris consideramos que los clientes que practican el consumo responsable son aquellos que:

- Participan en iniciativas de circularidad.
- No imprimen sus boletas cuando se les consulta si prefieren recibirlas por correo electrónico.
- Privilegian usar bolsas reutilizables.
- Optan por servicios de retiro y reciclaje de colchones y productos de línea blanca cuando compran nuevos artículos de este tipo.
- Compran productos refaccionados, sostenibles y locales.
- Contratan servicios de reparación de equipos electrónicos.



PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS DE CIRCULARIDAD

Durante 2024 seguimos apostando por potenciar la economía circular, mediante distintas iniciativas que tuvieron un impacto significativo:



ROPAXROPA

Permite que cualquier persona, sea cliente o no de Paris, puede depositar en los contenedores de nuestras tiendas los materiales textiles que ya no son reutilizables. Nosotros nos encargamos de evitar su desperdicio y/o la contaminación ambiental que generan, entregándolos a empresas que se encargan de procesarlos para crear otros productos.

Resultado de 2024:
 370.000 unidades reinsertadas.



RECICAMBIO

Servicio que considera el retiro y reciclaje de colchones y productos de línea blanca.

Resultado de 2024:
 1.451 unidades reinsertadas.



JUGUETEXJUGUETE

Iniciativa de reparación y reciclaje de juguetes, los que son donados a distintas fundaciones que trabajan con la infancia para que tengan una nueva vida, como Fundación San José, Protectora de la Infancia y María Ayuda.

Resultado de 2024:
 15.974 unidades reinsertadas.



PARIS BEAUTY

A través de esta iniciativa, gestionamos los residuos de maquillaje y perfumería que generan nuestros clientes, los que pueden ser depositados en nuestros 48 locales a nivel nacional.

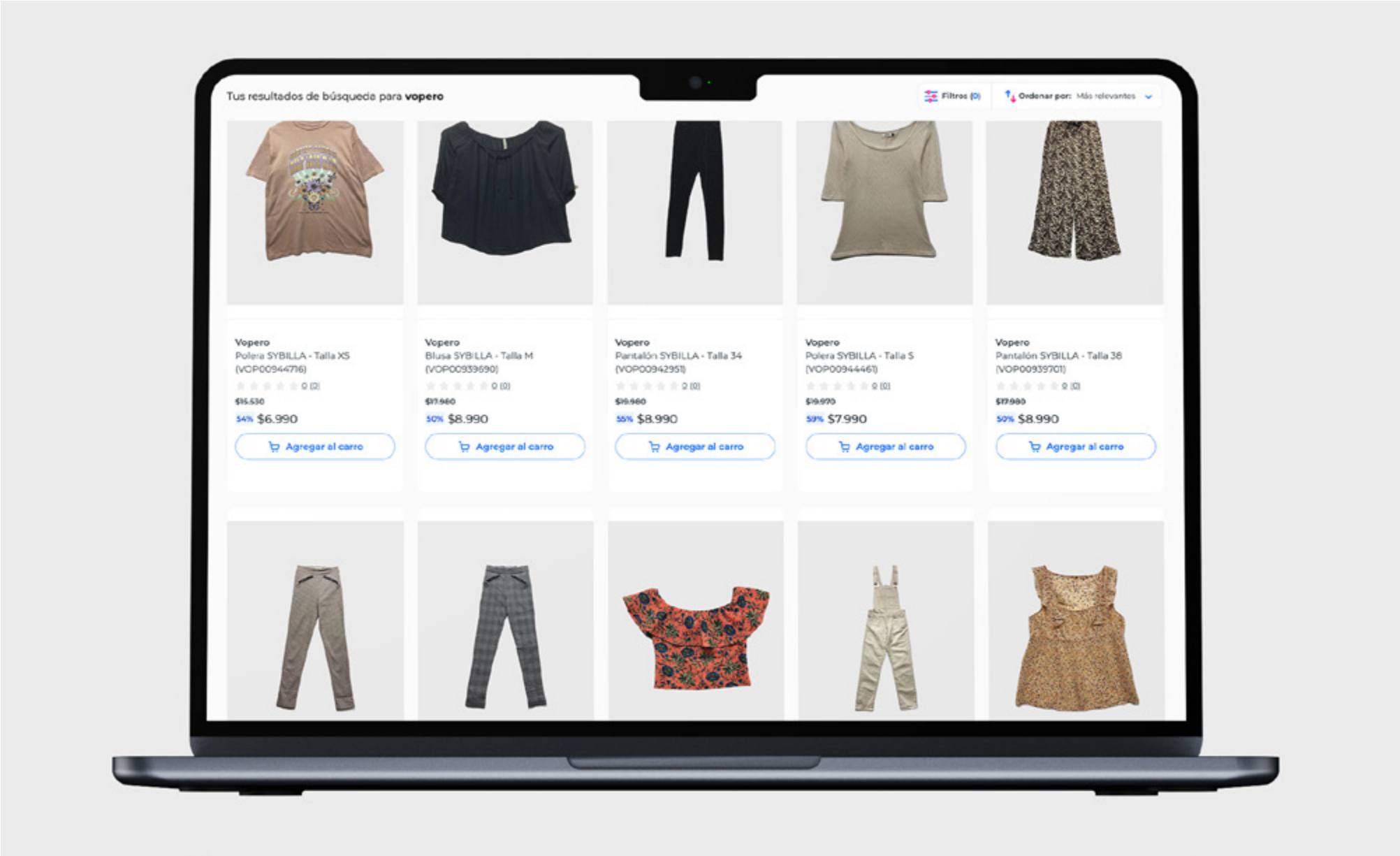
Resultado de 2024:
 18.818 unidades convertidas en material reciclable.



COMPRA DE ROPA USADA

Proyecto por medio del cual ponemos a disposición de nuestros clientes una oferta de vestuario de segunda mano en buenas condiciones y a precios convenientes por los canales online. Tras algunos años de incursión en este rubro, se concretó la compra de la empresa especialista Vopero, que inició su implementación en 2024.

Resultado de 2024:
 Cenco Ventures concreta compra de Vopero.



VENTA DE ROPA USADA

Servicio diseñado para personas que quieren vender prendas que ya no usan, las que retiramos directamente en su domicilio, para luego clasificarlas y comercializarlas a través de canales online.

Resultado de 2024:
 55.856 unidades reinsertadas.



PARISLAB

Servicio que ofrecemos en nuestras tiendas para quienes necesitan reparar o modernizar sus prendas. Incluye intervenciones artísticas de bordados, tachas, cristales y parches, entre otros elementos.

Resultado de 2024:
14.365 unidades refaccionadas.



TECNO CIRCULAR

Iniciativa que busca disminuir el desperdicio de productos electrónicos, como notebooks y celulares, mediante distintas líneas de acción que incluyen el reciclaje y la venta de reacondicionados, entre otras.

Resultado de 2024:
31.860 unidades reinsertadas.



THE ROPANTIC SHOW

Este proyecto implica la realización de eventos en los que se promociona el intercambio de prendas en buen estado y la disminución del consumo, lo que va acompañado de talleres y charlas para promover estas prácticas.

Resultado de 2024:
17.210 unidades reinsertadas.

SÍ IMPORTA

En 2024, lanzamos “Sí Importa”, una campaña que reafirma nuestro compromiso con la sostenibilidad y el consumo responsable. A través de un spot en cadena nacional y una estrategia 360°, destacamos nuestras acciones para reducir el impacto ambiental, reutilizar recursos y fomentar el reciclaje.

Para amplificar el mensaje, intervinimos espacios públicos, como paraderos y estaciones de metro, visibilizando la importancia del reciclaje de ropa, envases de belleza y juguetes. Además, recibimos reconocimiento internacional, obteniendo el segundo lugar en los Premios JCDecaux de Vía Pública en Madrid, siendo la única empresa latinoamericana en lograrlo.

En paralelo, impulsamos programas como TecnoCircular, que duplicó la recolección de notebooks en desuso, y Paris Beauty, en el que reciclamos más del 80% de los envases recolectados. También creamos el voluntariado “Sí Importa Vestir un Mundo Mejor”, en alianza con Banco de Ropa, para redistribuir prendas nuevas a quienes más lo necesitan.

Gracias a esta campaña, logramos aumentar nuestra tasa de reciclabilidad en tiendas al 31%, consolidando nuestro compromiso con un modelo de negocio más consciente y sostenible.

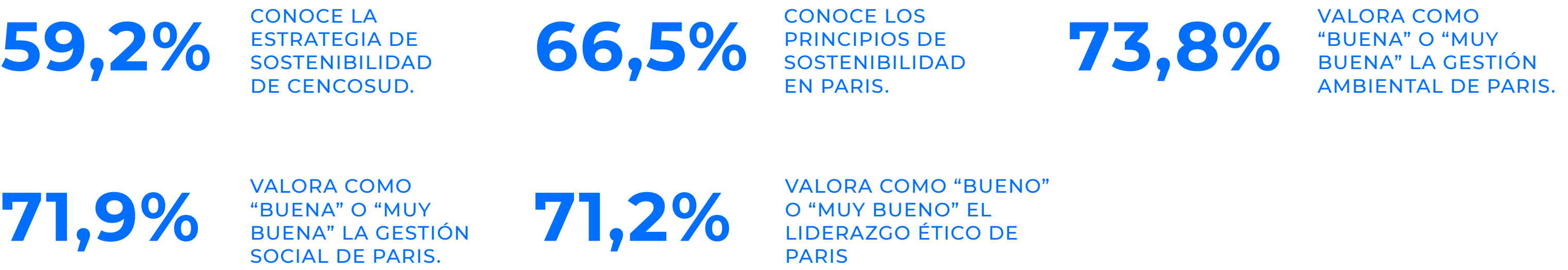




MOVILIZACIÓN INTERNA

En Paris, los colaboradores son activos promotores del propósito que impulsa a un mundo mejor. En gran parte, este comportamiento es el resultado del plan que desarrollamos, con diversas iniciativas como charlas y actividades, que entregan herramientas para aplicar tanto en el entorno laboral como personal.

Al cierre del año, realizamos una encuesta en que participaron 270 colaboradores. Estos fueron sus principales resultados:



VOLUNTARIADO PARIS

Durante 2024, preparamos un nuevo programa de voluntariado para los colaboradores de Paris, con el objetivo de potenciar su involucramiento y motivación con actividades que reúnen la acción social y la circularidad del vestuario.

Así, junto con la Fundación Banco de Ropa, invitamos a ser un apoyo constante de la donación de prendas que hacemos, mediante dos alternativas de trabajo. La primera opción consiste en destinar cuatro horas en un día (en la ocasión que la persona prefiera) para ordenar y clasificar donaciones en bodega, facilitando así su entrega. La segunda implica participar cuatro horas en un día (según preferencia), en que las dos primeras se destinan a ordenar ropa en bodega y las otras dos, a entregar las donaciones a las personas beneficiadas.

En el Proyecto Dar, ampliamos la posibilidad de que tanto colaboradores como sus familias entreguen donaciones personalmente. Es una instancia que se realiza dos veces al año.

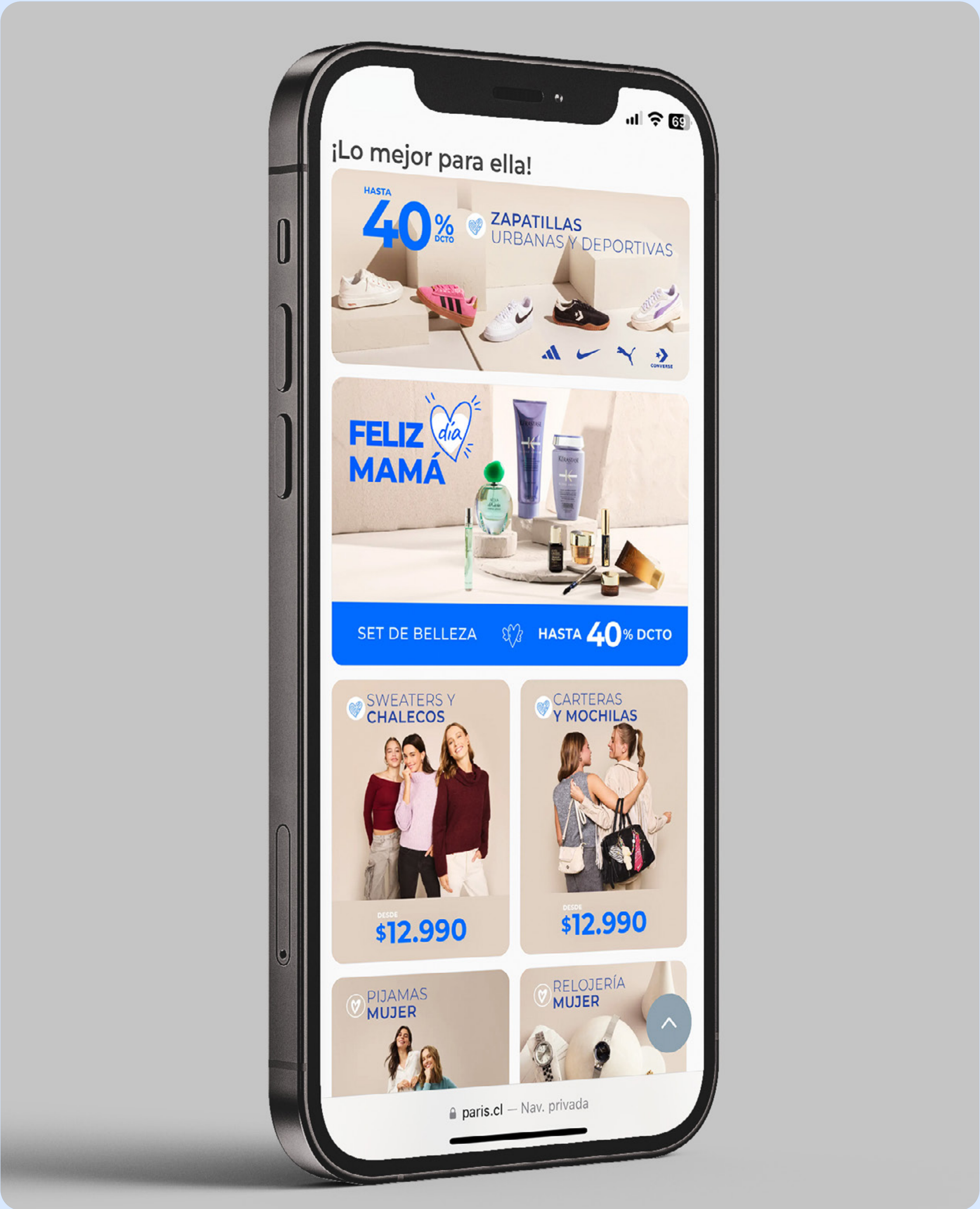


4.3 CIBERSEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

Las empresas de moda y retail enfrentan importantes desafíos en ciberseguridad y protección de datos, debido al crecimiento del comercio digital y la omnicanalidad. La gestión segura de la información de clientes, proveedores y colaboradores es clave para prevenir fraudes, ataques cibernéticos y el mal uso de datos personales.



4.3 CIBERSEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



- Los clientes pueden sufrir robo de sus datos personales y fraudes asociados a transacciones con la marca.
- Los proveedores se exponen a filtraciones de información confidencial, interrupciones en la cadena de suministro y accesos no autorizados.
- Los colaboradores corren riesgos de filtración de datos laborales, fraudes de identidad y paralización de sus funciones por ataques cibernéticos.

POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS



- Programa de Ciberseguridad

OBJETIVO



Garantizar la seguridad de la información y la continuidad operativa mediante un enfoque integral y normativo, aplicando medidas preventivas, herramientas de defensa y procesos de recuperación frente a riesgos cibernéticos.

IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

- Cadena de suministro ●
- Operaciones propias ●
- Postventa ●

NO ES RELEVANTE DESDE LAS OPERACIONES DIRECTAS DE LA EMPRESA

MEDIANAMENTE RELEVANTE

MUY RELEVANTE

GESTIONAR LOS DATOS CON RESPONSABILIDAD

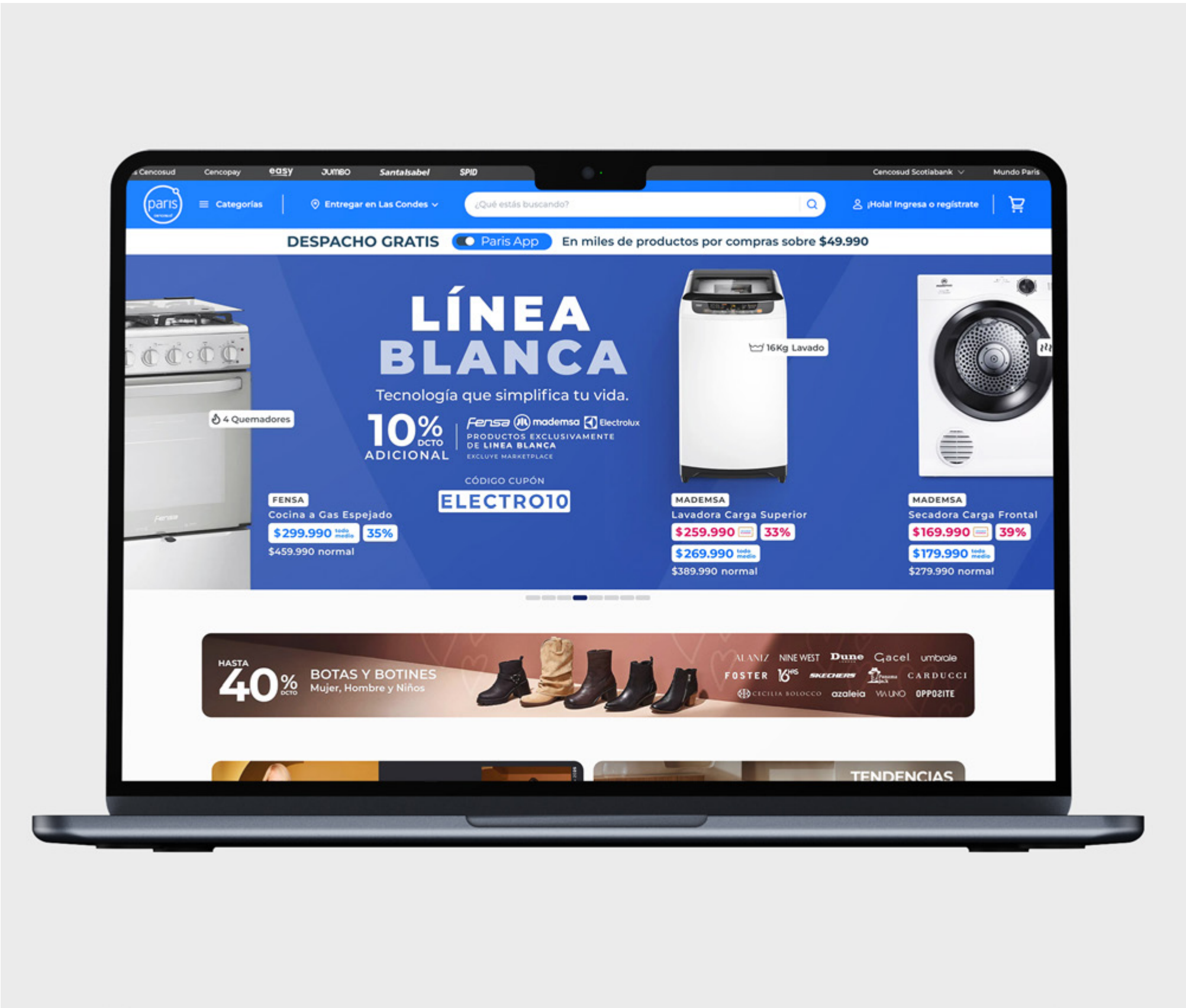
En Paris protegemos nuestra información y los datos de nuestros clientes siguiendo el marco normativo de Cencosud, que establece las medidas de seguridad que todas las áreas y colaboradores deben cumplir. Contamos con un Programa de Ciberseguridad en constante actualización, que nos ayuda a identificar riesgos, vigilar posibles amenazas, implementar controles y herramientas de defensa, y fortalecer nuestra capacidad de recuperación ante cualquier incidente.

ABORDAJE SISTÉMICO
 SASB CG-MR 230A.1, A.2

En ciberseguridad, enfrentamos riesgos como el robo de identidad, correos fraudulentos y sitios web falsos que buscan engañar a los clientes para obtener su información personal.

Para proteger los datos y asegurar la continuidad de nuestras operaciones, aplicamos un enfoque integral con diversas herramientas de seguridad. Contamos con el **Security Operation Center (SOC)**, que monitorea constantemente actividades sospechosas y las reporta a tiempo; el **Servicio de Ciberinteligencia**, que detecta sitios fraudulentos, analiza riesgos y supervisa nuevos dominios; y los ejercicios de **Threat Hunting**, que buscan de manera proactiva patrones o comportamientos inusuales para anticiparse a posibles amenazas.

Gracias a la aplicación de estas medidas, durante 2024 y los años anteriores no hemos recibido reclamaciones sobre privacidad de datos, así como tampoco hemos tenido que lamentar casos de filtración, robos y pérdida de datos.





05 EQUIPO POWER

DOTACIÓN	5.1
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	5.2
TALENTO Y DESARROLLO	5.3
BIENESTAR Y SEGURIDAD	5.4
RELACIONES LABORALES	5.5

5.1 DOTACIÓN

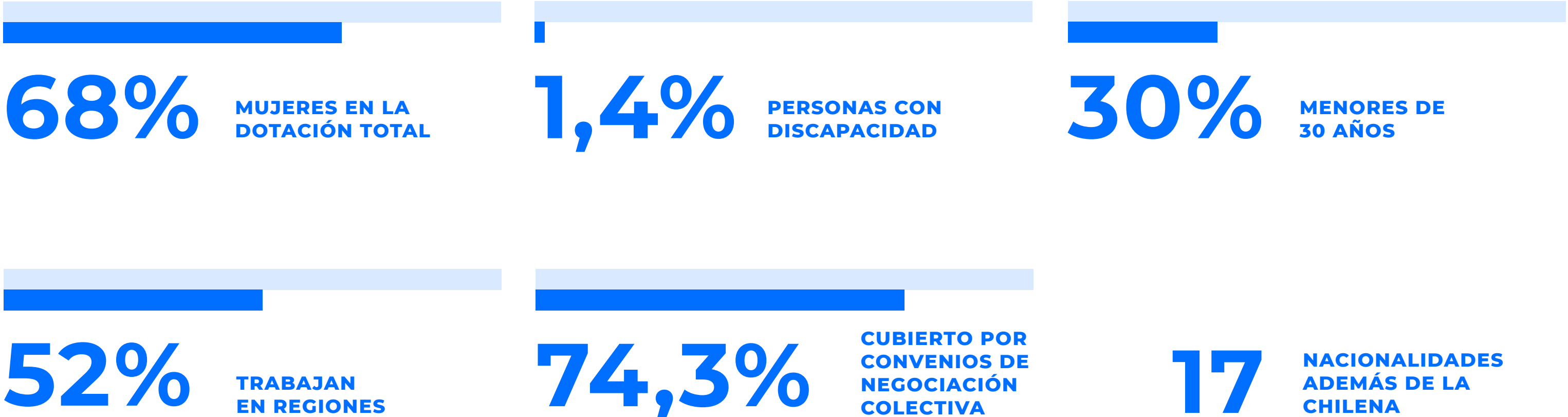
GRI 2-7, GRI 2-8

Nuestros colaboradores son protagonistas del desafío que moviliza a Paris: ser una marca que impulsa cambios sociales y ambientales para construir un mundo mejor. Se trata de un compromiso que asumen en el día a día, permeando a cada una de sus tareas y responsabilidades.

Promovemos la diversidad y el respeto al interior de la organización. Como nuestra dotación se compone en su mayoría por mujeres, nos preocupamos especialmente de que esos valores guíen la convivencia entre todos. Queremos que cada persona que se desempeña en Paris pueda hacer suyo el pilar estratégico #AmoComoSoy, sintiéndose segura en su entorno de trabajo y aceptada en su individualidad.

Para lograr estos objetivos, participamos en varias iniciativas que fomentan la inclusión y nos enseñan a evitar la discriminación tanto en nuestro trabajo diario como en la relación con nuestros clientes, que siempre son nuestra prioridad.

COLABORADORES



DOTACIÓN EN REGIONES
 GRI 2-7

120
 ARICA Y PARINACOTA

153
 TARAPACÁ

415
 ANTOFAGASTA

128
 ATACAMA

477
 COQUIMBO

1.198
 VALPARAÍSO

4.772
 REGIÓN METROPOLITANA

289
 LIBERTADOR GRAL.
 BERNARDO O'HIGGINS

348
 MAULE

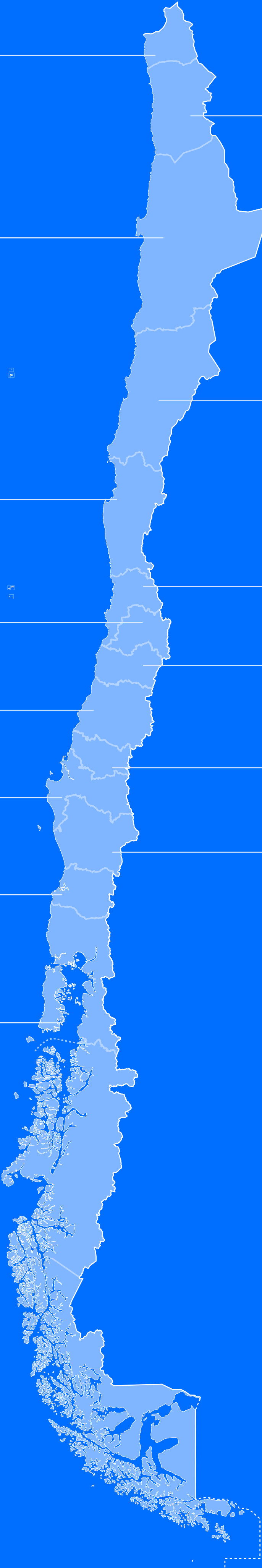
162
 ÑUBLE

908
 BÍO BÍO

515
 ARAUCANÍA

49
 DE LOS RÍOS

488
 DE LOS LAGOS



PERSONAL EXTERNO

GRI 2-8

Los colaboradores externos cumplen tareas de gran importancia para las operaciones de Paris, las que son asumidas por personal femenino, en su mayoría.

FUNCIONES DE NUESTROS COLABORADORES EXTERNOS

Promotores

Brindan atención y asistencia a los clientes de la marca que representan en las áreas de vestuario, accesorios y productos tecnológicos.

Administrativos y profesionales

Apoyan en la gestión y preparación de pedidos en diversas áreas.

Operarios de bodega

Se encargan de recibir las mercancías, preparar y entregar los pedidos.

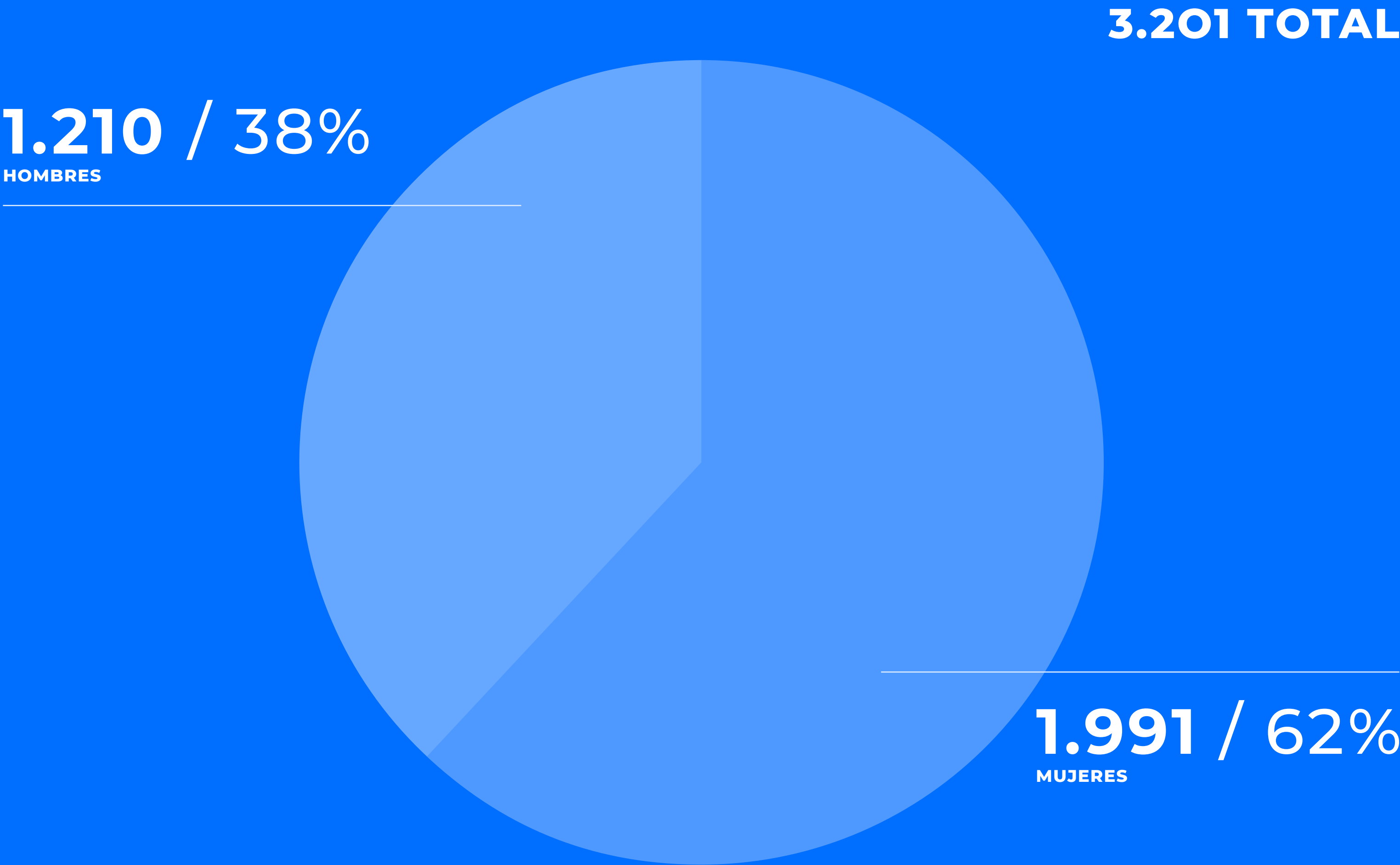
Personal de aseo

Se encargan de mantener la limpieza dentro de las tiendas.

Guardias de seguridad

Garantizan un entorno seguro y protegido para los empleados y los bienes de la empresa.

TRABAJADORES CONTRATISTAS 2024



5.2 DIVERSIDAD
E INCLUSIÓN

GRI 405-1, SASB CG-MR-330A.1

Política de Diversidad e Inclusión

La diversidad, la inclusión y la incorporación de la diferencia son pilares culturales importantes en Paris. Los lineamientos que orientan nuestro accionar están fijados por la Política de Diversidad e Inclusión (DEI), que es transversal a todo el Grupo Cencosud. Esta nos llama a ser proactivos en la construcción de ambientes de trabajo seguros para nuestros colaboradores y libres de toda clase de discriminación, donde prima la valoración y el respeto de la individualidad e identidad de cada uno. También nos impulsa a encabezar y participar en diversas instancias, redes y eventos que nos permitan hacer realidad los principios de la DEI.

En esa línea, protegemos y acogemos a toda persona que se auto perciba como parte de una minoría o una diferencia, incluyendo a colaboradores de nacionalidades distintas a la chilena, pertenecientes a comunidades LGBTQ+ y a aquellos en condición de discapacidad, entre otros grupos.

POLÍTICAS Y
NORMATIVAS



01

Política de
Diversidad
e Inclusión
Corporativa

02

Declaración
corporativa de no
discriminación

03

Programa de
empleo con
apoyo para
personas en
situación de
discapacidad

04

Protocolo de
transición de
género

OBJETIVOS
Y METAS



Fortalecer y promover una cultura inclusiva, bajo una perspectiva de derechos humanos, con un ambiente laboral seguro y libre de discriminación.

AVANCES
EN 2024

55%

De mujeres
en cargos de
gerencia

1,4%

De personas con
discapacidad en
la dotación

Renovamos la
Certificación
Equidad CL, que
nos reconoce
como uno de los
“Mejores Lugares
para Trabajar
LGBTIQ+”

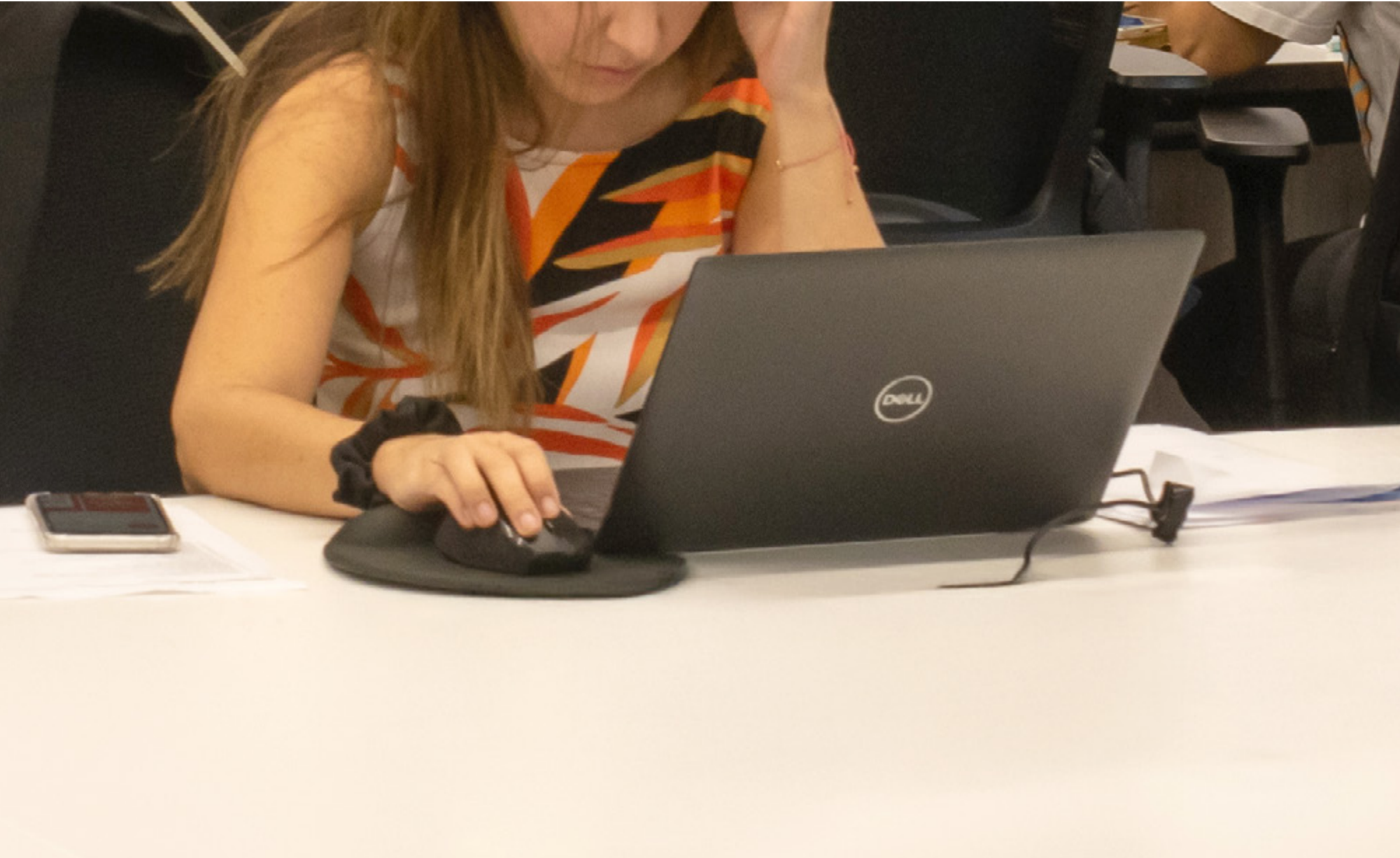




*SOMOS PROACTIVOS EN LA CONSTRUCCIÓN
DE AMBIENTES DE TRABAJO SEGUROS PARA
NUESTROS COLABORADORES Y LIBRES DE TODA
CLASE DE DISCRIMINACIÓN.*

¿Cómo promovemos la diversidad y la inclusión?
 IP 8

En 2024, llevamos adelante una serie de actividades orientadas a fomentar la DEI en nuestros equipos. Entre ellas estuvieron:



LANZAMIENTO DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE DEI
 Su objetivo es informar, educar, compartir todo lo relacionado a estos temas: en qué consisten los pilares estratégicos, las actividades del Comité DEI, los cursos de capacitación, contactos, etc.



CONMEMORACIÓN DEL MES DE LA DIVERSIDAD
 Durante todo noviembre promovimos la política y la estrategia de DEI, fomentando la importancia del respeto, espacios laborales seguros y libres de discriminación, además de la relevancia del talento diverso.



DIVERSIDAD EN ACCIÓN (BENEFICIOS)
 Nuestra área de Calidad de Vida desarrolló un apartado de diversidad e inclusión en la Intranet para difundir beneficios específicos, como: apoyo para sacar la credencial de discapacidad, grupo para padres con hijos con Trastorno Espectro Autista (TEA), acompañamiento psicológico, programa de salud para personas que están haciendo su transición de género, entre otros.

Talento femenino

EN PARIS NOS BENEFICIAMOS DE LA CONTRIBUCIÓN QUE HACEN LAS MUJERES EN TODAS LAS ÁREAS DEL NEGOCIO. POR ESO IMPULSAMOS SU CRECIMIENTO Y PARTICIPACIÓN EN DISTINTOS ROLES DE LIDERAZGO Y RESPONSABILIDAD, FOMENTANDO EL DESARROLLO PROFESIONAL DE MANERA INTEGRAL.



Talento femenino



PROGRAMA CENCOMUJERES

Con este programa corporativo buscamos que las mujeres alcancen su máximo potencial a través de mentorías que promueven el aprendizaje y el intercambio de conocimientos, habilidades y experiencias. Queremos asegurarnos de contar con los mejores talentos en los lugares adecuados, mientras construimos una cultura basada en la igualdad de oportunidades.

En la iniciativa participan tanto hombres como mujeres en calidad de mentores, y las *mentees* son exclusivamente mujeres, lo que reafirma nuestro compromiso con su desarrollo profesional.

CONMEMORACIÓN MES DE LA MUJER

- En marzo, celebramos y reconocimos el valioso aporte de las mujeres con diversas actividades significativas:
- **Desayuno del Día de la Mujer (8 de marzo):** Actividad en que el CEO de Cencosud y el Gerente General de Paris destacaron la importancia de las mujeres en el ámbito laboral.
 - **Reconocimiento “Mujer que Inspira”:** Los equipos de trabajo votaron por mujeres referentes que promueven el ADN Cencosud y fomentan ambientes de respeto.
 - **Desayuno con sindicatos:** En un taller liderado por la psicóloga Pilar Sordo, reflexionamos sobre el rol de los sindicatos en la equidad de género.
 - **Desayuno con mujeres de logística:** Reconocimos el esfuerzo y posicionamiento de las mujeres en una área históricamente dominada por hombres.

Mujeres en cargos de gerencia

PORCENTAJE DE MUJERES EN CARGO DE GERENCIA DE TIENDAS

53%

2022

53%

2023

55%

2024

CANTIDAD DE GERENCIAS DE TIENDA QUE SON ACTUALMENTE OCUPADAS POR MUJERES

58 DE 109

2022

65 DE 109

2023

62 DE 112

2024

SALARIOS DIGNOS

Cencosud define el salario digno como una remuneración que supera el salario mínimo legal vigente en cada país donde opera. Para garantizar esto, la empresa realiza estudios periódicos y ajustes salariales considerando factores como las exigencias del cargo, las responsabilidades asociadas, el nivel de contribución y una comparación con los mercados de referencia.

La empresa aplica el Global Grading System (GGS), una metodología que establece escalas salariales basadas en criterios como los requisitos del puesto, las responsabilidades y el nivel de impacto. También colabora con consultores externos especializados en compensaciones para analizar datos del mercado. Sin embargo, no se menciona explícitamente la participación de organizaciones laborales ni el uso de una canasta de bienes específica para determinar esta definición.

Ratio salarial
GRI 405-2

GERENTES

86%

2023

90%

2024

SUBGERENTES

100%

2023

103%

2024

PROFESIONALES Y JEFES

101%

2023

93%

2024

SUBJEFES

98%

2023

92%

2024

VENEDORES

103%

2023

102%

2024

ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS

97%

2023

90%

2024

Inclusión de Personas con Discapacidad (PcD)



PROGRAMA EMPLEO CON APOYO (ECA)

Su objetivo es promover el acceso de PcD al mundo laboral, asegurando que se valoren sus habilidades y competencias en un entorno de igualdad de oportunidades. Además, promueve la inclusión efectiva de nuevos colaboradores en sus roles, posibilitando que el equipo de trabajo realice un proceso de inclusión de manera asertiva, eficiente y exitosa. Para su desarrollo nos aliamos con fundaciones y Oficinas Municipales de Inclusión Laboral (OMIL).

META DE INCLUSIÓN

Aunque la ley exige que al menos el 1% de los colaboradores sean PcD o beneficiarios de pensión de invalidez, en Paris nos hemos propuesto alcanzar el 2% para 2025. Esta meta refleja nuestra profunda convicción y compromiso con valorar a las personas por su talento, competencias y habilidades, más allá de cualquier condición.

EN 2024, ALCANZAMOS UN 1,4% DE PCD EN NUESTRA DOTACIÓN.

ESPACIOS INCLUSIVOS EN PARIS PARADE

Durante nuestro desfile navideño, habilitamos espacios accesibles y seguros para personas del espectro autista y con discapacidad física, con la finalidad entregar una experiencia segura y de calidad a colaboradores y sus familias

Diversidad sexual



PARTICIPACIÓN EN PRIDE CONNECTION CHILE

Ser miembros de esta red nos permite participar en iniciativas como el programa de mentorías interempresas, cuyo objetivo es generar colaboración y *networking* entre organizaciones. Como empresa mentora, compartimos nuestras buenas prácticas laborales con otras organizaciones, ayudando a mejorar y avanzar en la inclusión de personas LGBTIQ+ en el ámbito laboral.

MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR LGBTIQ+

En 2024 renovamos nuestra Certificación Equidad CL, que nos reconoce nuevamente como uno de los “Mejores Lugares para Trabajar LGBTI+”. La iniciativa evalúa las acciones realizadas durante el año en torno a esta temática.

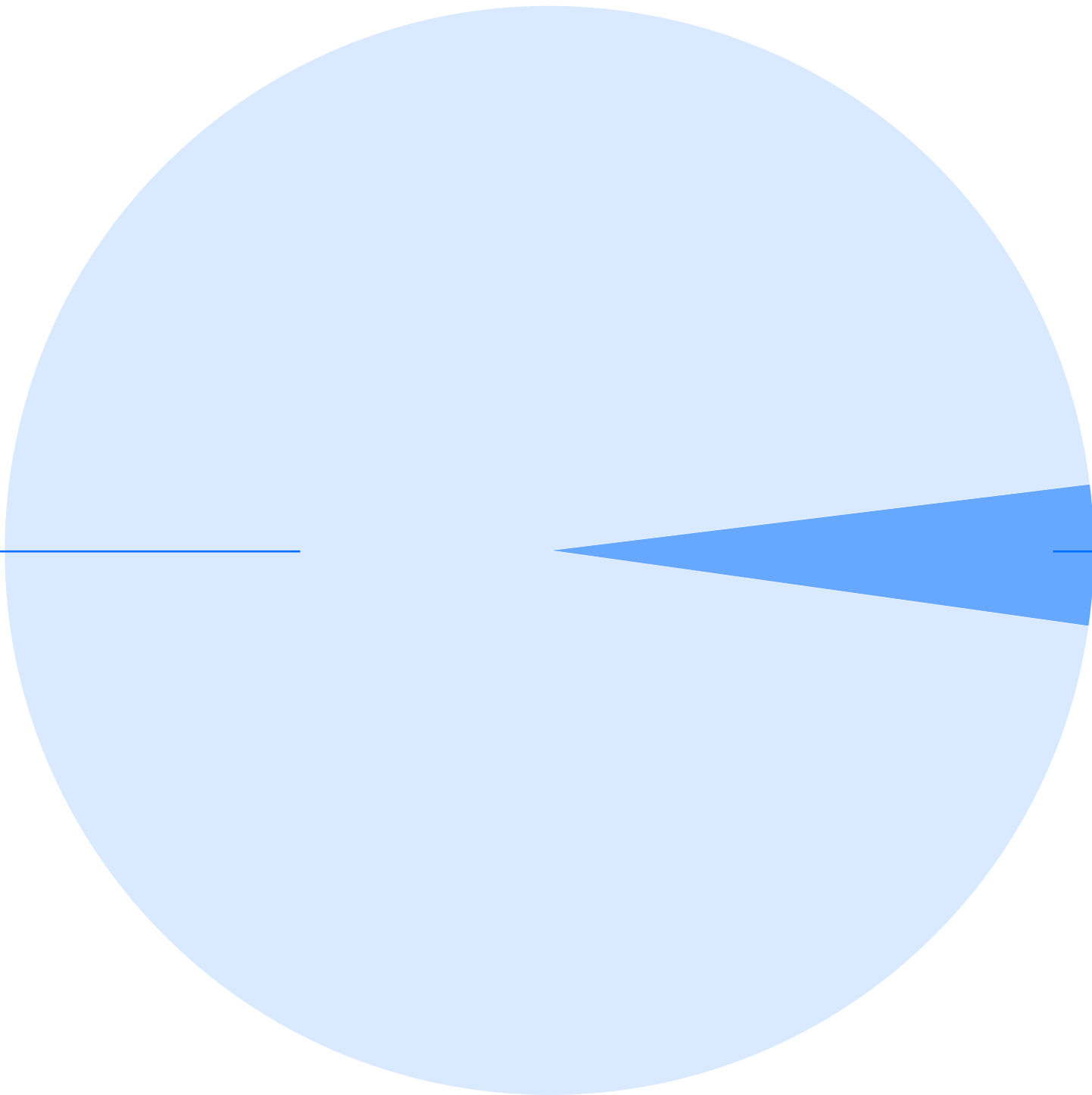
CONVENIO CON PRIDE ME

Establecimos un convenio con Pride Me, una comunidad de profesionales que apoya a personas de la comunidad LGBTIQ+. Este acuerdo busca entregar herramientas para fortalecer la autoestima, regular emociones y mejorar la integración de este grupo humano en sus entornos laborales y sociales.

DIVERSIDAD CULTURAL

GRI 2-7

96,8%
CHILENOS



Nuestra dotación, si bien es mayoritariamente chilena (96,8%), tiene representantes de otros 17 países de Iberoamérica que enriquecen la diversidad cultural en Paris.

4,2%
IBEROAMERICANOS

- ARGENTINA /
BOLIVIA / BRASIL
/ COLOMBIA /
CUBA / ECUADOR
/ EL SALVADOR
/ ESPAÑA /
HAÍTÍ / MÉXICO
/ NICARAGUA
/ PANAMÁ /
PARAGUAY / PERÚ
/ REPÚBLICA
DOMINICANA
/ URUGUAY /
VENEZUELA

No discriminación

GRI 406-1, SASB CG-MR-330A.2



En París nos aseguramos de evitar la discriminación con reglas claras descritas en el Código de Ética del Grupo Cencosud. En este documento se establece que favorecemos el desarrollo basado en el mérito y ofrecemos a todos nuestros colaboradores las mismas oportunidades de crecimiento, según su desempeño y las políticas de Recursos Humanos.

Por eso, nos esforzamos en asegurar un trato justo y equitativo en todas nuestras relaciones. Y que, en cada interacción dentro de la empresa, se actúe con respeto a la dignidad e igualdad entre las personas.

En 2024 se recibieron seis denuncias por discriminación, las cuales fueron revisadas según el proceso definido bajo las políticas corporativas. Todos los casos fueron cerrados, sin sanciones ni multas asociadas.

5.3 TALENTO Y DESARROLLO

En un entorno en constante cambio, el desarrollo de nuestros colaboradores es esencial. No solo mejora su rendimiento laboral al adquirir nuevos conocimientos y habilidades, sino que también abre la puerta a futuras oportunidades de crecimiento justo e igualitario. Esto incrementa su empleabilidad y retiene el talento, impactando positivamente en la eficiencia y productividad de la empresa, y ayudándonos a alcanzar nuestros objetivos corporativos.



Fomentamos el crecimiento

GRI 404-2

En Paris contamos con un amplio abanico de programas para el desarrollo profesional que benefician a distintos segmentos de nuestro equipo, a la vez que contribuyen a su transición y empleabilidad en el futuro.

PROGRAMA

CULTURA DE SERVICIO PARIS

Basado en la metodología Disney, es un programa formativo que entrega herramientas para mejorar la experiencia de los clientes.

QUIÉNES PARTICIPARON

200

LÍDERES

493

JEFES Y PROFESIONALES

271

ADMINISTRATIVOS Y VENDEDORES

PROGRAMA

APRENDICES PARIS

Su objetivo es reclutar y formar jóvenes talentos para potenciar nuestras marcas propias en tienda

QUIÉNES PARTICIPARON

27

ADMINISTRATIVOS

PROGRAMA

TALLER DE FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS

Esta iniciativa persigue la generación de instancias para el desarrollo y fortalecimiento del conocimiento técnico y las habilidades de nuestros colaboradores.

QUIÉNES PARTICIPARON

15

PERSONAS

48

HORAS DE CAPACITACIÓN POR CADA UNO

PROGRAMA

TALLER DE NEGOCIACIÓN

Está enfocado en nuestros equipos comerciales, a los que brinda herramientas para potenciar su rol negociador. Es impartido por ESE Business School de la Universidad de Los Andes.

QUIÉNES PARTICIPARON

27

PROFESIONALES

PROGRAMA

PROGRAMAS CERTIFÍCATE Y FOCALIZADO

Instancias formativas que se adaptan según requerimientos de colaboradores considerados como talentos, con el fin de potenciar su desarrollo de carrera. Están a cargo de ESE Business School de la Universidad de Los Andes.

QUIÉNES PARTICIPARON

30

GERENTES Y PROFESIONALES

PROGRAMA

PROGRAMA LIDERA CON PASIÓN

Proporcionamos herramientas esenciales para liderar con entusiasmo y pasión a colaboradores que cumplen el rol de jefes, quienes son seleccionados en virtud de su potencial y por su desempeño en cada una de sus funciones.

QUIÉNES PARTICIPARON

15

JEFES

MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN ANUAL

GRI 404-1

	2023			2024		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
GERENTES	1,90	4,97	3,72	1,90	1,81	1,86
SUBGERENTES	0,65	0,59	0,62	1,62	1,35	1,51
PROFESIONALES Y JEFES	5,93	8,70	7,61	7,85	7,61	7,75
SUBJEFES	15,34	22,12	18,50	3,40	3,76	3,63
VENEDORES	8,08	14,08	11,73	4,82	6,41	5,40
ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	12,29	13,53	13,06	7,04	5,92	6,74
TOTAL	44,19	63,99	108,18	6,13	5,38	5,87



Desempeño y movilidad

En Paris realizamos una evaluación anual de desempeño para revisar el progreso y los resultados de cada miembro de nuestros equipos. Este proceso ayuda a alinear sus objetivos con los del negocio y a identificar oportunidades de crecimiento.

Utilizamos una metodología creada internamente que se enfoca en un ambiente positivo, un propósito compartido, nuevos desafíos, liderazgo inspirador, trabajo significativo y orgullo por pertenecer a Cencosud.

PORCENTAJE DE COLABORADORES EVALUADOS EN DESEMPEÑO

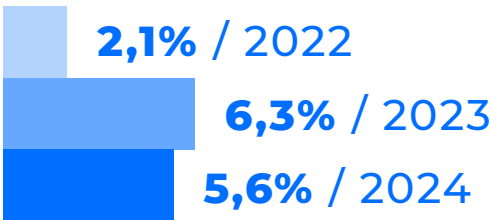
GRI 404-3



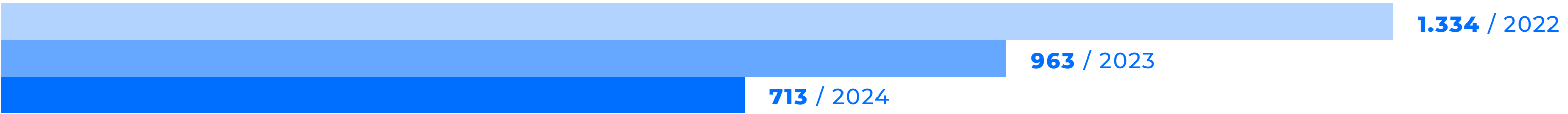
MOVILIDAD INTERNA

En Paris promovemos la movilidad interna de nuestros colaboradores, para generarles posibilidades de desarrollo laboral, abriéndoles el acceso a nuevos conocimientos y habilidades, lo que impacta en su motivación. Además, nos permite retener el talento y contribuir a la generación de liderazgos para la empresa.

PORCENTAJE DE TRABAJADORES ASCENDIDOS



NÚMERO DE VACANTES LLENADAS INTERNAMENTE



NUEVAS CONTRATACIONES Y TASA DE ROTACIÓN

GRI 401-1

GRUPO DE EDAD	NÚMERO DE NUEVAS CONTRATACIONES			TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
MENORES DE 30 AÑOS	684	1.055	1.739	67,0	61,8	63,8
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	172	333	505	18,6	15,0	16,0
MAYORES DE 50 AÑOS	41	116	157	9,3	9,2	9,3
TOTAL	897	1.504	2.401	37,6	30,0	31,7

ROTACIÓN

GRI 401-1, SASB CG-MR 310 A, A.2

GRUPO DE EDAD	NÚMERO DE ROTACIONES			TASA DE ROTACIÓN		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
MENORES DE 30 AÑOS	664	1.009	1.673	65,0	59,1	61,3
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	237	460	697	25,6	20,7	22,1
MAYORES DE 50 AÑOS	68	172	240	15,5	13,7	14,1
TOTAL	969	1.641	2.610	40,6	31,6	34,4

ROTACIÓN DE EMPLEADOS	2024	
	SALIDAS VOLUNTARIAS	SALIDAS INVOLUNTARIAS
EN TIENDAS	4%	5,4%
EN CENTROS DE DISTRIBUCIÓN	1%	5,7%

5.4 BIENESTAR Y SEGURIDAD

Clima laboral

El índice de confianza alcanzó el 86% durante 2024, el mejor de Cencosud, lo que demostró que nuestros colaboradores perciben un ambiente laboral positivo en la compañía, con una alta valoración de la relación entre los jefes y sus equipos. Las dimensiones que mide esta encuesta anual son:



Beneficios

GRI 401-2

Ponemos a disposición de nuestros colaboradores diversos beneficios, enfocados tanto en quienes laboran a tiempo parcial, como también en aquellos que trabajan en jornada completa. Algunos de estos son:

SEGUROS DE VIDA

COBERTURA POR INCAPACIDAD O INVALIDEZ

PERMISO PARENTAL

FONDO DE AYUDA DE EMERGENCIAS

El permiso parental se complementa con cinco días adicionales a lo que establece la ley, con el objetivo de apoyar a los padres en la conciliación de su vida laboral y familiar, además de contribuir a que los hombres se involucren en labores de cuidado. En 2024, 253 personas lo ocuparon.

PERMISO PARENTAL

GRI 401-3

INDICADOR	2023			2024		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
PERSONAS CON DERECHO A PERMISO PARENTAL	1	302	303	3	250	253
PERSONAS QUE HICIERON USO DEL PERMISO PARENTAL	1	302	303	3	250	253
PERSONAS QUE REGRESARON AL TRABAJO AL TERMINAR EL PERMISO PARENTAL	0	275	275	3	229	232
PERSONAS QUE REGRESARON AL TRABAJO Y SE MANTUVIERON COMO EMPLEADOS 12 MESES DESPUÉS	2	225	227	0	232	232
TASA DE REGRESO AL TRABAJO	0%	91,1%	90,8%	100%	91,6%	91,7%
TASA DE RETENCIÓN	100%	82,1%	82,3%	0%	84,4%	84,4%

Salud en el trabajo

GRI 403-3, 403-6

Proteger la salud y seguridad de nuestros colaboradores es una responsabilidad que tomamos muy en serio. Ofrecemos varios beneficios para responder adecuadamente a sus necesidades de salud. Así, ayudamos a prevenir, detectar temprano y tratar problemas de salud para más de 9.000 empleados de Operación, Administración Central y Centros de Distribución (CD).

Tenemos un convenio colectivo con una Isapre, seguros complementarios, y acuerdos con centros de salud y farmacias. Esto permite a nuestros colaboradores acceder a medicamentos, tratamientos y consultas médicas a precios reducidos.

Para facilitar su uso, toda la información está disponible en el Portal Mis Beneficios, y realizamos campañas informativas durante el año.

PROGRAMAS PREVENTIVOS

Adicionalmente, asumimos la responsabilidad de abordar riesgos de salud más allá del ámbito laboral, ofreciendo programas preventivos y diagnósticos tempranos para enfrentar problemáticas sanitarias de relevancia social. Algunas de las acciones realizadas en 2024 fueron:

CAMPAÑAS DE VACUNACIÓN CONTRA LA INFLUENZA.

PROGRAMA MULTIPLICANDO SONRISAS, QUE ENTREGA APOYO PARA LA INSTALACIÓN DE IMPLANTES DENTALES.

SEGURO COMPLEMENTARIO: OTORGA COBERTURA ADICIONAL A LOS GASTOS DE SALUD.

TELEMEDICINA CON DIFERENTES ESPECIALIDADES (MUNDO ZURICH).

CHARLAS SOBRE EL CÁNCER DE MAMA.

Formación en salud y seguridad
GRI 403-5

NUESTROS COLABORADORES PARTICIPARON EN 17 INSTANCIAS DE FORMACIÓN PREVENTIVA EN SALUD Y SEGURIDAD, LAS CUALES CUBRIERON ASPECTOS FÍSICOS, MENTALES Y PREVENCIÓN DE ACCIDENTES.

CURSO	OBJETIVO
AUDITOR INTERNO PEC COMPETITIVA	Adquirir conocimientos para realizar auditorías internas del programa PEC Competitiva y evaluar el SGSST en el centro de trabajo.
CONTROL DE RIESGOS PARA LA RADIACIÓN ULTRAVIOLETA	Identificar y controlar los riesgos de exposición a la radiación UV para proteger la salud de los trabajadores.
PROTOCOLO DE VIGILANCIA DE RIESGOS PSICOSOCIALES EN EL TRABAJO	Implementar el protocolo para promover el bienestar y la calidad de vida en el trabajo.
FORMACIÓN DE MONITORES DE PAUSAS ACTIVAS	Desarrollar habilidades para dirigir ejercicios saludables durante pausas laborales.
FORMACIÓN PARA MONITORES DE SEGURIDAD VIAL	Reconocer señaléticas, planificar desplazamientos y fomentar la seguridad vial en el trabajo.
MANEJO MANUAL DE CARGAS	Aplicar técnicas para gestionar y prevenir riesgos asociados al manejo de cargas.
IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS (IPER)	Dominar el proceso de análisis y evaluación de riesgos en la organización.
INVESTIGACIÓN ACCIDENTES (MODELO ÁRBOL DE CAUSAS)	Realizar investigaciones efectivas utilizando el método de árbol causal.
LEY KARIN	Conocer y aplicar la legislación sobre acoso laboral y sexual para promover entornos de respeto.
MANEJO DE EMOCIONES	Aprender a identificar y regular emociones en situaciones laborales y personales.
MANEJO DE EXTINTORES	Conocer el uso adecuado de extintores para controlar incendios incipientes.
ORIENTACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS	Comprender los beneficios del seguro social obligatorio en la prevención de riesgos laborales.
TRASTORNOS MUSCULOESQUELÉTICOS DE EXTREMIDADES SUPERIORES EN EL TRABAJO	Conocer la normativa y prevención de trastornos musculoesqueléticos en extremidades superiores relacionados con el trabajo.
PREVENCIÓN Y MANEJO DE CONFLICTOS	Promover un ambiente laboral seguro y libre de violencia, mejorando la convivencia.
PSICOLOGÍA DE LA EMERGENCIA	Aplicar técnicas de apoyo psicológico en emergencias o desastres para manejar reacciones comunes.
PRIMEROS AUXILIOS	Distinguir conceptos y procedimientos básicos de primeros auxilios mientras llega el equipo de emergencia.
USO DE ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL (EPP)	Identificar y utilizar los EPP adecuados según los riesgos asociados al trabajo.

5.5. RELACIONES LABORALES

Compensaciones

En Paris, queremos asegurarnos de que cada colaborador reciba una remuneración justa, acorde a su trabajo y desempeño. Nos enfocamos en la equidad interna, la competitividad en el mercado y la prevención de cualquier tipo de discriminación, siguiendo la Política Regional de Compensaciones de Cencosud, basada en estándares internacionales para definir salarios y bandas salariales.

Cada año, actualizamos nuestra estrategia de compensaciones realizando un análisis del mercado para mantenernos alineados con sus parámetros.

El 100% de nuestros trabajadores recibe sus remuneraciones mediante pagos digitales.

RATIO DE COMPENSACIÓN TOTAL ANUAL

GRI 2-21

INDICADOR	2023	2024
COMPENSACIÓN TOTAL ANUAL DE LA PERSONA MEJOR PAGADA	\$86.895.032	\$117.763.697
MEDIANA DE LA COMPENSACIÓN TOTAL ANUAL DE TODOS LOS EMPLEADOS DE LA COMPAÑÍA, SIN INCLUIR A LA PERSONA MEJOR PAGADA	\$14.308.207	\$15.225.699
RATIO DE COMPENSACIÓN TOTAL ANUAL	607%	773%

RATIO DE PORCENTAJE DE INCREMENTO DE LAS COMPENSACIONES ANUALES

GRI 2-21

INDICADOR	2023	2024
PORCENTAJE DE INCREMENTO DE LA COMPENSACIÓN TOTAL ANUAL DE LA PERSONA MEJOR PAGADA	0,7%	3,4%
MEDIANA DEL PORCENTAJE DE LA COMPENSACIÓN TOTAL ANUAL DE TODOS LOS EMPLEADOS DE LA COMPAÑÍA, SIN INCLUIR A LA PERSONA MEJOR PAGADA	4,31%	6,4%
RATIO DEL PORCENTAJE DE INCREMENTO DE LA COMPENSACIÓN TOTAL ANUAL	15,8%	52,4%

SALARIO POR HORA DE PROMEDIO Y EMPLEADOS CON SALARIO MÍNIMO

SASB CG-MR-310A.1

REGIÓN	2023		2024	
	SALARIO POR HORA PROMEDIO	% EMPLEADOS CON SUELDO MÍNIMO	ALARIO POR HORA PROMEDIO	% EMPLEADOS CON SUELDO MÍNIMO
ARICA Y PARINACOTA	3.269	64,6%	3.641	68,5%
TARAPACÁ	3.790	55,0%	3.960	58,7%
ANTOFAGASTA	4.257	54,7%	4.332	51,5%
ATACAMA	4.037	52,5%	4.225	54,2%
COQUIMBO	3.698	61,5%	3.792	61,1%
VALPARAÍSO	3.854	50,6%	4.016	54,2%
METROPOLITANA	3.792	57,1%	3.687	57,0%
O'HIGGINS	3.420	66,2%	3.545	71,4%
MAULE	3.544	63,9%	3.613	71,4%
ÑUBLE	3.738	61,5%	3.809	61,8%
BÍO BÍO	3.613	64,3%	3.741	67,2%
ARAUCANÍA	3.722	57,4%	3.853	62,1%
LOS RÍOS	3.422	62,5%	3.519	66,7%
LOS LAGOS	3.605	65,1%	3.750	65,5%

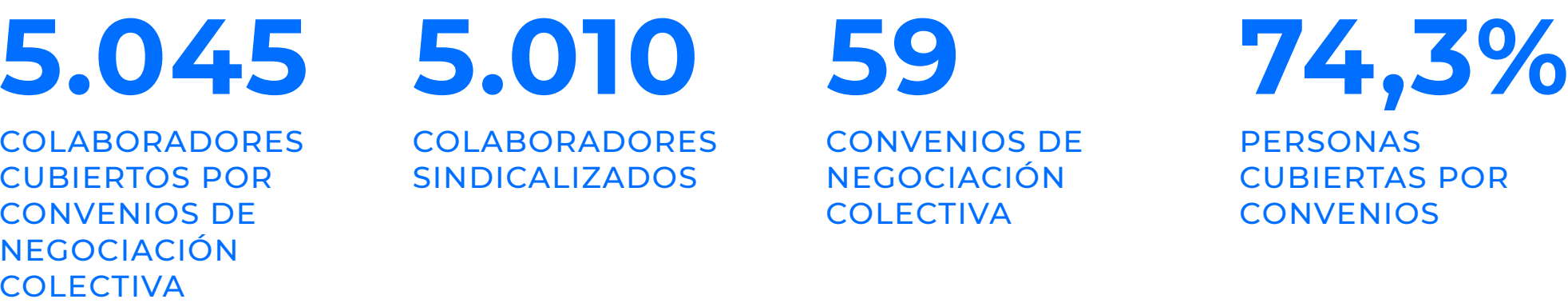
Nota: Esta información cubre las operaciones significativas de Paris (tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas).

Negociación colectiva y sindicalización

GRI 2-30

En Paris respetamos la libre sindicalización, lo cual está establecido en nuestro Reglamento Interno. Los colaboradores pueden expresar y escalar sus reclamos sin temor a represalias. Buscamos generar un ambiente laboral satisfactorio para nuestros trabajadores, sustentado en el respeto mutuo, y un trato digno, justo, amable y cordial en todo momento.

En términos de beneficios negociados entre la empresa y los sindicatos, estos se extienden a aquellos colaboradores que, si bien no forman parte de ellos, tienen contrato indefinido.



06 OPERAMOS CON RESPONSABILIDAD

ECOEficiencia OPERACIONAL 6.1
EVENTOS MASIVOS 6.2

6.1 ECOEFICIENCIA OPERACIONAL

TEMA MATERIAL GRI 3-3

DESCRIPCIÓN

Las operaciones de venta y comercialización tienen un impacto ambiental, especialmente en tiendas, centros de distribución y logística. En Paris trabajamos para gestionar estos efectos de forma responsable y enfrentar los desafíos del cambio climático. Para ello, implementamos medidas de eficiencia en el uso de energía, agua y manejo de residuos en todas nuestras instalaciones y procesos logísticos.



6.1 ECOEFICIENCIA OPERACIONAL

TEMA MATERIAL GRI 3-3

IMPACTOS



- Uso de energía en sistemas de iluminación, climatización y tecnología.
- Manejo de desechos provenientes de embalajes, remodelaciones, material publicitario y señalética.
- Emisiones de carbono derivadas del transporte y distribución de productos.

POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS



- Política Integrada de Gestión Ambiental y Eficiencia Energética Cencosud
- Estrategia corporativa de cambio climático
- Compromiso de packaging responsable

OBJETIVO



Gestionar los aspectos medioambientales de las instalaciones incorporando los riesgos y oportunidades que genera el cambio climático.

AVANCES 2024



- Plan de reciclaje para tiendas y CD Paris
- Desarrollo de iniciativas de eficiencia energética
- Actualización de Manuales de Empaque
- 100% de las tiendas con luminarias LED

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



IMPACTOS EN LA CADENA DE VALOR

- Cadena de suministro ○
- Operaciones propias ●
- Postventa ●

Nuestra gestión ambiental

En Paris nos guiamos por la Política Integrada de Gestión Ambiental y de Eficiencia Energética de Cencosud, que es el marco de referencia para revisar, medir y gestionar los aspectos e impactos ambientales y energéticos del holding, como también para prevenir la contaminación que pudiese generarse en las operaciones de las tiendas y los centros de distribución.

En la estrategia de sostenibilidad corporativa, los aspectos ambientales se gestionan bajo la dimensión Planeta. Esta contempla planes de acción para abordar el fenómeno del cambio climático, la eficiencia energética, la gestión hídrica e iniciativas de promoción de la circularidad. Cada uno de estos lineamientos cuenta con sus propios objetivos.

CAMBIO CLIMÁTICO

Implementamos planes y acciones de mitigación y de adaptación de nuestras instalaciones para gestionar los riesgos y oportunidades generadas por esta problemática ambiental.

GESTIÓN ENERGÉTICA

Desarrollamos un Plan de Eficiencia, junto con poner en ejecución el Sistema de Gestión de Energía.

CIRCULARIDAD

Promovemos la gestión de residuos, y su reciclaje y valorización en toda la cadena de valor, incluyendo los envases.

EL GRUPO CENCOSUD SE HA PROPUESTO QUE SUS OPERACIONES LLEGUEN A NET ZERO EN 2050, MEDIANTE UN PLAN SOSTENIDO CON METAS Y COMPROMISOS DE DESCARBONIZACIÓN, BAJO CRITERIOS DE SCIENCE BASED TARGET INITIATIVE (SBTI).

EMISIONES Y DESCARBONIZACIÓN

Nuestras tiendas y centros de distribución representan el 7% de la huella de carbono de las operaciones de Cencosud en Chile. Y el 99% de la huella de carbono que generamos es de alcance 2; es decir, proviene de la electricidad que ocupamos en estas instalaciones.

De ahí que las medidas a desarrollar en este ámbito estén relacionadas con eficiencia energética.



EMISIONES DE GEI (tCO₂e)

GRI 305-1, 305-2, 305-3

INDICADOR	2023	2024
ALCANCE 1 - EMISIONES DIRECTAS [1]	59,3	801
ALCANCE 2 - EMISIONES INDIRECTAS [2]	6.953	4.239
ALCANCE 3 - OTRAS EMISIONES INDIRECTAS [3]	2.598	2.948
TOTAL DE EMISIONES	9.611	7.988
COBERTURA DE DATOS [4]	100%	100%

Los gases CO₂, CH₄, N₂O, HFC y HCFC están incluidos en el cálculo.

El aumento de emisiones directas en 2024 respecto a 2023 se debe principalmente al consumo de gases refrigerantes. 674 tCO₂e provienen de estos gases, mientras que el año anterior se reportó consumo 0.

[1] EMISIONES DIRECTAS DE ALCANCE 1: SE CONSIDERAN LAS EMISIONES PRODUCIDAS POR CONSUMO DE COMBUSTIBLES UTILIZADOS EN FUENTES FIJAS COMO GRUPOS ELECTRÓGENOS, HORNOS Y CALDERAS; COMBUSTIBLES UTILIZADOS EN FUENTES MÓVILES Y EMISIONES PRODUCIDAS POR CONSUMO DE GASES REFRIGERANTES UTILIZADOS EN FRÍO ALIMENTARIO Y/O CLIMATIZACIÓN.

[2] EMISIONES INDIRECTAS DE ALCANCE 2: SE CONSIDERAN LAS EMISIONES PRODUCIDAS POR CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA.

[3] OTRAS EMISIONES INDIRECTAS DE ALCANCE 3: SE CONSIDERAN EMISIONES PRODUCIDAS POR DISPOSICIÓN Y TRATAMIENTO DE RESIDUOS Y PRODUCIDAS POR SUMINISTRO DE AGUA POTABLE.

[4] COBERTURA DE INSTALACIONES CON GESTIÓN DIRECTA DE PARIS.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Entre los objetivos que nos hemos propuesto hacia 2035 para contribuir a la eficiencia energética están:

- AVANZAR A QUE NUESTRAS TIENDAS TENGAN EN UN 100% LUMINARIAS LED.
- APLICAR MEDIDAS DE CONTROL CENTRALIZADO PARA MANEJAR LA ILUMINACIÓN Y LA CLIMATIZACIÓN.
- AMPLIAR EL USO DE ENERGÍAS RENOVABLES MEDIANTE CONTRATOS CON LAS COMPAÑÍAS SUMINISTRADORAS.
- DESARROLLAR PROYECTOS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA.

En 2024, ya tenemos los siguientes avances:



En promedio todas las tiendas tienen un 70% de sus luminarias con tecnología LED.

Las principales iniciativas de eficiencia energética desarrolladas en 2024 fueron:

- PROGRAMACIÓN DE ALARMAS**
 Busca alertar ante consumos indeseados en horarios sin público en diez tiendas, las que deberán habilitar un sistema de monitoreo en línea de los consumos principales.
- CONTROL DE ILUMINACIÓN Y CLIMATIZACIÓN**
 Plan piloto aplicado en cinco tiendas que registran los mayores consumos fuera de horario hábil. Su objetivo es mejorar el sistema de monitoreo para permitir el control de la iluminación y climatización según horarios y niveles de consumo previamente definidos.

Estas medidas para optimizar nuestro consumo eléctrico significaron una inversión en mantenimiento de \$108.219.600.

CONSUMO ENERGÉTICO (MWH)

GRI 302-1, SASB CG-MR-I30A.1

INDICADOR	2023	2024
CONSUMOS COMBUSTIBLES NO RENOVABLES [1]	266	690
CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA NO RENOVABLE	25.985	20.973
CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA RENOVABLE	0	0
CONSUMO ENERGÍA ELÉCTRICA PROCEDENTES DE COMPRAS DE FUENTES RENOVABLES	42.277	36.816
CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA NO RENOVABLE [2]	26.251	29.974
CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA RENOVABLE	42.277	36.816
CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA	68.528	57.789
PORCENTAJE DE ENERGÍA RENOVABLES	62%	64%
COBERTURA DE DATOS [3]	100%	100%

[1] CONSIDERA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y DE COMBUSTIBLES CORRESPONDIENTES A GAS NATURAL, DIÉSEL, GASOLINA Y GLP.

[2] LAS ENERGÍAS RENOVABLES QUE UTILIZA PARIS PROVIENEN DE CONTRATOS DE COMPRA CON EMPRESAS PROVEEDORAS CUYAS FUENTES SON EÓLICAS, SOLARES, HIDRO Y BIOMASA.

[3] COBERTURA DE INSTALACIONES CON GESTIÓN DIRECTA DE PARIS.

CONSUMO DE AGUA

En Paris utilizamos agua fundamentalmente para consumo humano y limpieza de nuestras instalaciones.

CONSUMO DE AGUA (M³)

GRI 303-5

INDICADOR	2023	2024
CONSUMO TOTAL DE AGUA DE RED PÚBLICA	10.049	41.781
COBERTURA DE DATOS [1]	100%	100%

[1] COBERTURA DE INSTALACIONES CON GESTIÓN DIRECTA DE PARIS.

Nota: En este cálculo se consideraron las zonas con escasez hídrica de Chile: Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Región Metropolitana, O'Higgins y Maule.



Valorización de residuos

En Paris sabemos que la sostenibilidad empieza desde adentro. Por eso, en 2024 pusimos en marcha un intenso plan de trabajo para mejorar la tasa de reciclabilidad en la operación de nuestras 48 tiendas y nuestros Centros de Distribución (CD). Este consistió en la realización de comités ambientales y capacitación para los colaboradores, bajo la aspiración de lograr que nada se bote a la basura.

En 2024 conseguimos alcanzar:

31%

TASA DE RECICLAJE
TIENDAS

79%

TASA DE RECICLAJE CENTROS
DE DISTRIBUCIÓN

A PARTIR DE 2024, PARIS EM-
PEZÓ A MEDIR LA RECICLABILI-
DAD EN CUATRO DE SUS CINCO
CENTROS DE DISTRIBUCIÓN,
PROCESO EN EL QUE EL CD DE
RENCA VA MÁS ADELANTADO Y
EN EL QUE ALCANZÓ UN 83%.

COMITÉS AMBIENTALES

Formamos equipos responsables de impulsar la reciclabilidad en nuestras operaciones, integrados por líderes de distintas áreas, como operaciones, logística, mantenimiento, mejora continua, marketing, comercial y prevención de riesgos, entre otros.

A través de estos comités, trabajamos en la aplicación de normativas, optimización de procesos y actualización de manuales para la gestión de empaques y embalajes. Además, identificamos puntos clave para auditorías internas y mejoramos la eficiencia del reciclaje en tiendas y centros de distribución. Mediante reuniones bimensuales, se revisan avances y definen nuevas acciones que para seguir fortaleciendo los procesos.

CAPACITACIONES INTERNAS

Adicionalmente, en 2024 impulsamos la participación activa de nuestros colaboradores en el reciclaje de las tiendas y centros de distribución, fortaleciendo sus conocimientos y habilidades a través de capacitaciones. Todos los colaboradores fueron invitados, incluidos los que trabajan en jornada part-time.

Durante estas sesiones, aprendimos juntos sobre la correcta clasificación y manejo de residuos, tanto peligrosos como no peligrosos, siguiendo normativas y criterios específicos. Además, nos enfocamos en los riesgos y cuidados asociados a los desechos peligrosos, el uso adecuado de elementos de protección y la importancia de mantener un entorno seguro. En cuanto a los residuos no peligrosos, trabajamos en la organización y estandarización de los puntos de almacenamiento, optimizando su gestión dentro de nuestros espacios.

#NUESTRODECÁLOGO

Esto es lo que soñamos.

1. PARIS POR UN MUNDO MEJOR

2. TENER PRÁCTICAS REGULARES EN TIENDA, CON APOYO DE PROVEEDORES, SEGÚN NECESIDADES DE CADA LOCAL

3. GESTIÓN Y CONOCIMIENTO DE RECICLAJE Y NORMATIVAS POR PARTE DE EMBAJADORES
4. SEPARACIÓN EN ORIGEN DE LOS RESIDUOS

5. MEDICIÓN Y DATOS EN PLATAFORMA SAMIMETRICS.

6. GESTIONAR TODOS LOS MATERIALES: CARTÓN, PLÁSTICOS, PAPEL BLANCO, MADERAS, METALES, BOTELLAS PET, LATAS DE ALUMINIO.
7. MONITOREO CONTINUO E INNOVACIÓN

8. COMPARTIR BUENAS PRÁCTICAS ENTRE LAS TIENDAS

9. SOMOS PARTE DE UNA MISMA COMPAÑÍA, POR LO QUE TENEMOS SEGUIR PROCESOS PARA UN CORRECTO RECICLADO → NO DEBEMOS ACTUAR DE MANERA INDEPENDIENTE EN CADA TIENDA
10. NINGUN PRODUCTO SE BOTA A LA BASURA

SI IMPORTA

CAPACITACIÓN
DE RESIDUOS
NO PELIGROSOS

373

COLABORADORES
DE TIENDAS

105

COLABORADORES
DE LOS CD

CAPACITACIÓN
DE RESIDUOS
PELIGROSOS

117

COLABORADORES
DE TIENDAS

40

COLABORADORES
DE LOS CD

MANEJO DE COLGADORES PLÁSTICOS



Dado que uno de los insumos más utilizados en las tiendas son los colgadores de plástico, en 2024 pusimos en marcha una medida que implica el uso exclusivo polipropileno (plástico N°5) y llevar una identificación clara del material, para así facilitar su separación y correcta disposición. Esto significa que ya no se ocuparán colgadores hechos de poliestireno (plástico N°6).

Además de hacer este cambio para las marcas propias, trabajamos con las líneas de terceros y proveedores, para hacerlo consistente en nuestras operaciones.

REUTILIZACIÓN DE CARTÓN



Una innovación desarrollada durante el año, para aprovechar desechos en los procesos de embalaje, fue la utilización de una máquina que convierte residuos de cartón corrugado en material para proteger productos delicados. Esto, en reemplazo de otras modalidades, como el film de burbujas, que es elaborado con plástico.

Así, en 2024 se logró la reutilización de 15.779 kilos de cartón entre agosto y diciembre.

RESIDUOS GENERADOS (EN TONELADAS)

GRI 306-3, 306-4, 306-5

INDICADOR	2023	2024
TOTAL RESIDUOS GENERADOS	8.853	8.792
RESIDUOS NO DESTINADOS A ELIMINACIÓN – RECICLADO	3.647	3.479
RESIDUOS DESTINADOS A ELIMINACIÓN - RELLENO SANITARIO	5.206	5.313
% DE RESIDUOS RECICLADOS	41%	40%
COBERTURA DE DATOS [1]	100%	100%

[1] COBERTURA DE INSTALACIONES CON GESTIÓN DIRECTA DE PARIS.

RESIDUOS GENERADOS POR TIPO (EN TONELADAS)

INDICADOR	MÉTODO	2023	2024
CARTONES Y PAPELES	RECICLAJE	2.610	2.839
PLÁSTICOS	RECICLAJE	369	476
VIDRIO	RECICLAJE	-	-
METALES	RECICLAJE	538	27
ACEITES COMESTIBLES	RECICLAJE	-	-
TETRA PACK	RECICLAJE	-	-
MADERA	RECICLAJE	128	137
RESIDUOS ORGÁNICOS	RECICLAJE	-	-
RESIDUOS LODOS DE CÁMARAS DESGRASADORAS	DISPOSICIÓN FINAL	-	-
RESIDUOS ASIMILABLES A DOMICILIARIOS	DISPOSICIÓN FINAL	5.206	5.313
RESIDUOS PELIGROSOS	DISPOSICIÓN FINAL	-	-
RESIDUOS VOLUMINOSOS	DISPOSICIÓN FINAL	-	-
RESIDUOS DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS	DISPOSICIÓN FINAL	1	-
TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS [1]	DISPOSICIÓN FINAL	8.853	8.792

[1] COBERTURA DE INSTALACIONES CON GESTIÓN DIRECTA DE PARIS.



6.2 EVENTOS MASIVOS

Paris Parade 2024: Un evento más grande y sostenible

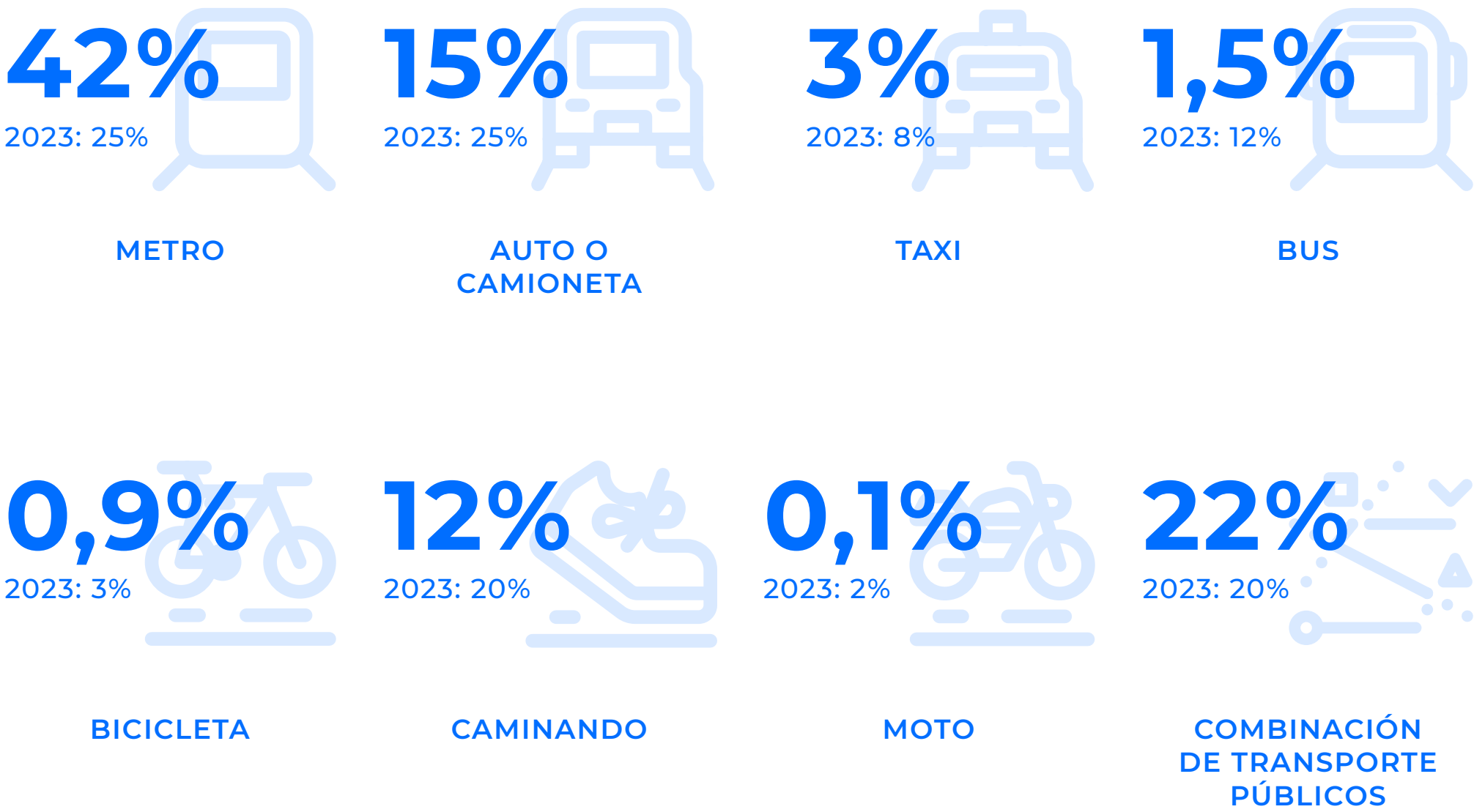
En 2024, nuestro desfile Paris Parade reafirmó su lugar como el espectáculo ciudadano más importante de Santiago y la fiesta navideña más grande de Sudamérica, tras reunir a 1.500.000 personas en una celebración llena de magia y emoción.

Sabemos que un evento de esta magnitud tiene un impacto en el entorno; por eso implementamos nuevas medidas para disminuirlo. Instalamos más de diez puntos limpios a lo largo del recorrido, asegurando que los residuos fueran recolectados y procesados en una planta especializada. Además, por primera vez, reciclamos cinco globos gigantes y los transformamos en accesorios, dándoles una segunda vida.

También avanzamos en una mejor organización y gobernanza, al establecer una mesa de trabajo con representantes del Estado y organizaciones de la sociedad civil, instancia en la que acordamos acciones clave para optimizar su desarrollo.

Todo este esfuerzo quedó reflejado en nuestro Reporte de Impacto, que confirmó un alto cumplimiento de nuestras metas ambientales y sociales. Sus resultados fueron los siguientes:

MEDIO DE TRANSPORTE USADO POR LOS ASISTENTES



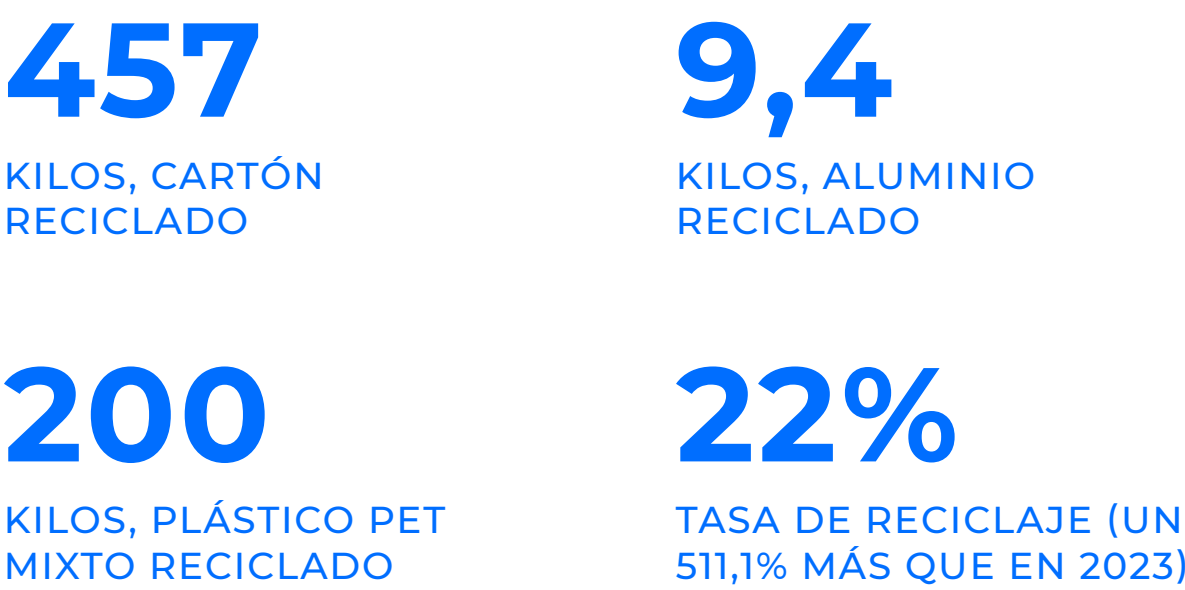
HUELLA DE CARBONO



REUTILIZACIÓN DE RECURSOS



RESIDUOS



6.3 INDICADORES AMBIENTALES
DE PROVEEDORES

Conscientes de que los impactos ambientales de la industria son relevantes en nuestra cadena de suministro, en 2024 iniciamos el monitoreo de indicadores clave, como consumo de energía y agua. Los primeros resultados se presentan a continuación.

CONSUMO DE ENERGÍA EN PROVEEDORES
TIER 2 EN 2024

CONSUMO DE ENERGÍA EN LA CADENA DE SUMINISTRO	REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA	CONSUMO DE GAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO
947.260 kwh*	Sin Información	250 M³ **

* REPRESENTA EL 3,6% DEL TOTAL DE FÁBRICAS INCLUYENDO A LOS TRADERS

**REPRESENTA EL 1,3% DEL TOTAL DE FÁBRICAS INCLUYENDO A LOS TRADERS

CONSUMO DE AGUA EN PROVEEDORES
TIER 2 EN 2024

CONSUMO TOTAL DE AGUA
24.267 m³

REPRESENTA EL 3,6% DEL TOTAL DE FÁBRICAS INCLUYENDO A LOS TRADERS



07 ACERCA DE ESTE REPORTE

METODOLOGÍA	7.1
MATERIALIDAD	7.2
VERIFICACIÓN	7.3
TABLA DE INDICADORES	7.4

7.1 METODOLOGÍA

GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4

Este decimocuarto Reporte de Sostenibilidad refleja la gestión de Paris durante 2024 en materia económica, social, ambiental y de gobernanza. A través de este ejercicio anual de transparencia y trazabilidad, reafirmamos nuestro compromiso y propósito de construir un mundo mejor, en línea con nuestra Hoja de Ruta Sostenible.

Para su elaboración, seguimos los principios y estándares de Global Reporting Initiative (GRI), los cuales se reportan en referencia, y colocan énfasis en los im-

pactos de la organización y las medidas para abordarlos. También incorporamos indicadores de Sustainability Accounting Standards Board (SASB) para las industrias de vestuario, accesorios y calzado y distribuidores multilínea, además de los requeridos por las organizaciones Fashion Transparency Index y Remake.

El período de cobertura abarca del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024, e incluye nuestras operaciones en Chile y la cadena de abastecimiento en el extranjero. En este documento no se rea-

lizaron actualizaciones a la información presentada en informes anteriores. Esto se debe a que no hubo cambios a los datos de años previos y no se produjeron cambios relevantes que afectaran su reportabilidad.

Tiendas Paris es una línea de negocios de Cencosud Retail, sociedad anónima cerrada perteneciente a Cencosud S.A.

En Paris todas sus tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas son consideradas instalaciones con operaciones significativas.



7.2 MATERIALIDAD

GRI 3-1

En 2024, actualizamos nuestra materialidad de impacto siguiendo las directrices de Global Reporting Initiative (GRI), con el objetivo de identificar y priorizar los impactos económicos, ambientales y sociales que generamos, tanto positivos como negativos. Este proceso nos permite enfocar mejor nuestra gestión y fortalecer la transparencia en nuestro reporte de sostenibilidad.

El análisis comenzó con una revisión de los temas materiales definidos en 2023, incorporando tendencias globales y nuevos estándares internacionales.

Luego, realizamos una consulta a miembros de la alta administración de esta línea de negocios, proveedores y expertos de la industria. Finalmente, a través de una encuesta, invitamos a nuestros colaboradores a compartir su percepción sobre la gestión de sostenibilidad de Paris y sus principales impactos.

PARTICIPACIÓN EN CONSULTA



Con los resultados de esta consulta como insumo principal, se llegó a una lista de nueve temas materiales.

TEMAS MATERIALES

GRI 3-2

2023	2024
- Circularidad del modelo de negocio - Promoción del consumo responsable - Suministro responsable - Materias primas e insumos - Ética y transparencia - Experiencia de clientes - Diversidad e inclusión - Bienestar laboral - Desarrollo de colaboradores - Gestión medioambiental - Producción local	- Modelo de negocios circular - Promoción del consumo responsable - Suministro responsable - Materias primas e insumos - Ética y transparencia - Experiencia de clientes - Ciberseguridad y privacidad de datos - Ecoeficiencia operacional - Producción local

Gestión de los temas materiales
Paris 2024
GRI 3-3

Los temas materiales que se presentan a continuación están estrechamente relacionados con nuestras actividades como empresa de retail, incluyendo la producción y comercialización de vestuario, la gestión de la cadena de suministro y la experiencia de clientes. Algunos impactos negativos también se originan a través de nuestras relaciones comerciales, particularmente con proveedores. La gestión de estos temas se orienta por compromisos corporativos definidos en políticas internas, códigos de conducta y programas específicos como el Programa de Sostenibilidad Compartida, además de alinearse con la estrategia del pilar Planeta del grupo Cencosud.

Realizamos un seguimiento sistemático de la eficacia de nuestras acciones mediante indicadores y metas que se presentan en los reportes de sostenibilidad. Este proceso se complementa con la escucha activa de grupos de interés, análisis de tendencias y monitoreo del cumplimiento en la cadena de suministro. Las lecciones aprendidas a lo largo del tiempo se han incorporado en la actualización de manuales, políticas y estrategias, fortaleciendo así nuestros programas y relaciones con aliados. Las mejoras implementadas en productos, servicios y procesos reflejan un enfoque orientado a la mejora constante.

TEMA	DESCRIPCIÓN DE IMPACTOS	ACTUAL/POTENCIAL	MEDIDAS DE FORTALECIMIENTO O MITIGACIÓN	PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS
MODELO DE NEGOCIOS SOSTENIBLE	Negativos: El exceso de producción en la industria y el consumo desmedido generan una gran cantidad de residuos textiles, que en su mayoría terminan en vertederos, contribuyendo a la contaminación ambiental. Positivos: El reúso de materiales en nuevos productos, la reparación, el reciclaje y la reventa de artículos abre nuevas oportunidades económicas y laborales en el sector.	Actual	Fortalecimiento: Transición del modelo de negocios de Paris hacia uno que potencia la economía circular. Esto incluye asumir compromisos para disminuir la producción de vestuario, elaborar y comercializar prendas con atributos de durabilidad y aumentar el consumo de segunda mano. Mitigación: Recolectar y reinsertar materiales obtenidos al fin de la vida útil de las prendas; promover el uso de servicios circulares.	Nutrimos este tema mediante una escucha activa a diversos grupos de interés, a través de revisión de tendencias, consultas a expertos y atención a las regulaciones y políticas públicas en la materia. Asimismo, estos temas son tratados a nivel ejecutivo, como parte de la planificación estratégica de la marca, y en el ámbito organizacional, en instancias de capacitación y charlas en que participan los colaboradores. También hay alta participación de aliados, quienes contribuyen con proyectos para fomentar la economía circular.
PROMOCIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE	Positivos: El consumo responsable impulsa una producción sostenible, promoviendo la innovación, la ética y el valor de la durabilidad y reciclabilidad, respaldado por la transparencia en las cadenas de suministro. Negativos: La falta de transparencia y la dificultad de cambiar patrones de consumo masivos, basados en conveniencia de precios y moda rápida, retrasan la adopción de prácticas más sostenibles.	Actual	Fortalecimiento: Disposición de oferta de productos con atributos sostenibles, compra, venta e intercambio de ropa de segunda mano, servicios circulares y diversas iniciativas de upcycling y reciclaje. Mitigación: Transparencia de información sobre la cadena de suministro.	Abordamos este tema mediante la asesoría de expertos en la materia y diálogo regular con nuestros aliados.
SUMINISTRO RESPONSABLE	Negativos: Riesgo de explotación laboral, bajos salarios y condiciones inseguras en algunos países productores; uso intensivo de agua, contaminación por químicos, emisiones de carbono y acumulación de residuos textiles; y alto uso de plástico para embalaje y huella de carbono por distribución.	Potencial (impactos sociales) Real (impactos ambientales)	Mitigación: A través del Programa Sostenibilidad Compartida, que se aplica mediante el Código de Sostenibilidad de Proveedores, contamos con un sistema auditable y transparente de las condiciones laborales en las fábricas que nos abastecen. También incluimos variables ambientales y de salud, como gestión de residuos sólidos y líquidos, adhesión a listas de químicos restringidos y almacenamiento adecuado de estos productos.	Trabajamos este tema a través de revisión de tendencias y benchmark de la industria, con el apoyo de asesores expertos, así como la relación constante que mantenemos con nuestros proveedores a través del Programa Sostenibilidad Compartida.
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	Negativos: Los materiales de baja calidad tienen una vida útil corta, por lo que aumentan los desechos textiles y sobrecargan los vertederos; los productos sintéticos liberan micro plásticos y químicos dañinos en procesos de lavado y descomposición; y la producción de fibras sintéticas, como el poliéster, requiere petróleo y genera altas emisiones de CO₂.	Actual	Mitigación: Diseñamos prendas de marca propia utilizando materiales sostenibles, que optimizan el uso de agua, energía y eliminan químicos, todo ello con sus correspondientes certificaciones por organismos internacionales. Nuestra oferta también incluye productos fabricados con insumos reciclados.	Tratamos este tema a través de revisión de tendencias y benchmark de la industria, con el apoyo de asesores expertos, así como la relación constante que mantenemos con nuestros proveedores a través del Programa Sostenibilidad Compartida.

TEMA	DESCRIPCIÓN DE IMPACTOS	ACTUAL/POTENCIAL	MEDIDAS DE FORTALECIMIENTO O MITIGACIÓN	PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Positivos: La ética impulsa prácticas sostenibles que van más allá de las leyes, promoviendo la responsabilidad social y ambiental en las operaciones y cadena de suministro. La transparencia es clave para gestionar procesos de producción y abastecimiento, adoptando buenas prácticas. Una cultura ética fomenta la innovación en diseño y fabricación de productos responsables. Además, las empresas éticas y transparentes atraen y retienen talento, ya que muchos profesionales valoran las organizaciones que comparten sus valores.	Actual	Fortalecimiento: Mantenemos actualizadas las políticas y lineamientos que regulan los comportamientos de las personas, así como nuestro Modelo de Prevención de Delitos. También aseguramos que nuestra página web esté siempre actualizada con datos corporativos y de la cadena de suministro de manera transparente y accesible, y publicamos anualmente nuestro Reporte de Sostenibilidad.	En París existe comunicación directa en los equipos de trabajo, en los que se abordan estos temas. Asimismo, estos pueden formar parte de la agenda de conversaciones entre los sindicatos y la administración. Con proveedores existe comunicación constante, especialmente bajo el Programa Sostenibilidad Compartida. Adicionalmente, el Grupo Cencosud mantiene un canal de denuncias dirigido a directores, colaboradores, clientes, proveedores y cualquier interesado. En materia de transparencia, París recibimos sugerencias y propuestas de mejora de asesores en esta materia y nos medimos bajo el Fashion Transparency Index.
EXPERIENCIA DE CLIENTES	Positivos: Para los clientes, sus interacciones positivas o negativas inciden directamente en su satisfacción y futuras decisiones de compra, así como la disposición a recomendar la marca; la confianza que los consumidores desarrollan con una marca se relaciona con la consistencia en su comunicación, la experiencia de compra, la calidad y sostenibilidad de los productos, las interacciones en tiendas, así como la logística y atención postventa. Negativos: Situaciones que no contemplan los factores mencionados inciden en experiencias malas o deficientes.	Actual	Fortalecimiento y mitigación: A través de distintas iniciativas, tanto en tiendas como canales digitales, fomentamos relaciones simples y cercanas con nuestros clientes. Mantenemos un plan de mejora continua que en el último año abordó los principales temas detectados, tales como atención omnicanal, reducción de tiempos de entrega, actualizaciones de sitio web y app, mejoras al call center, automatización de solicitudes, extensión de plazos de cambios y devoluciones, y reducción de tiempos de resolución de reclamos, entre otros.	Realizamos mediciones regulares de la satisfacción y contamos con comités de clientes, fuentes de escucha para atender y mejorar la experiencia de cliente. Estos temas también son tratados dentro de la organización, a través de diversas instancias ejecutivas. Además, mantenemos comunicación directa con el Servicio Nacional del Consumidor, entidad que regula y fiscaliza esta materia.
CIBERSEGURIDAD Y PRIVACIDAD DE DATOS	Negativos: Los clientes pueden sufrir robo de sus datos personales y fraudes asociados a transacciones con la marca; los proveedores se exponen a filtraciones de información confidencial, interrupciones en la cadena de suministro y accesos no autorizados; los colaboradores corren riesgos de filtración de datos laborales, fraudes de identidad y paralización de sus funciones por ataques cibernéticos.	Actual	Mitigación: Disponemos de un Programa de Ciberseguridad en constante actualización, que nos ayuda a identificar riesgos, vigilar posibles amenazas, implementar controles y herramientas de defensa, y fortalecer nuestra capacidad de recuperación ante cualquier incidente.	Abordamos este tema desde una perspectiva de gestión de riesgos, mediante análisis de tendencias y cumplimiento legal, en el que atendemos tanto requerimientos regulatorios impulsados por las autoridades como de gestión de riesgos del grupo empresarial del que formamos parte. Participan, por tanto, nuestras líneas ejecutivas, expertos y colaboradores.
ECOEficiencia OPERACIONAL	Positivos: Eficiencia energética en sistemas de iluminación, climatización y tecnología; manejo de desechos provenientes de embalajes, remodelaciones, material publicitario y señalética. Negativos: Emisiones de carbono derivadas del transporte y distribución de productos.	Actual	Fortalecimiento: Aplicación de iniciativas de eficiencia energética en tiendas; desarrollo de plan de reciclaje para tiendas y centro de distribución; actualización de Manuales de Empaque. Mitigación: Estrategia corporativa de Cencosud de cambio climático.	Nos ocupamos de este tema a través de la aplicación de la estrategia corporativa para el pilar Planeta, que considera análisis de tendencias y asesoría experta para impulsar cambios y mejoras que impulsen la ecoeficiencia operacional.
PRODUCCIÓN LOCAL	Positivos: El fomento a la producción local favorece el crecimiento de pequeñas y medianas empresas, genera puestos de trabajo y fortalece la industria textil nacional; la fabricación de productos en el mismo territorio de operación disminuye el impacto ambiental de la huella de carbono.	Actual	Fortalecimiento: Desarrollamos programas y proyectos orientados a fomentar productos elaborados en Chile, como Volver a Tejer y Básicos Locales. Adicionalmente, fomentamos el emprendimiento a través de concursos que impulsan el crecimiento de emprendedores, bajo la iniciativa Nada nos Detiene. También contribuimos a visibilizar a pequeñas y medianas empresas nacionales en nuestras tiendas y en el Marketplace de París.	Abordamos este tema mediante conversaciones constantes con proveedores locales, aliados y organizaciones públicas y privadas. También contamos con la asesoría de expertos en la materia.

7.3 VERIFICACIÓN
 GRI 2-5

Este reporte fue verificado externamente por Deloitte, empresa seleccionada a través de un proceso de licitación, sin otros vínculos más que una relación comercial. La auditoría evaluó la calidad y evidencia de la información reportada por distintas áreas de la organización. Los resultados quedaron respaldados en una carta de verificación anexada en este capítulo.



Deloitte
 Auditores y Consultores Limitada
 Rosario Norte 407
 Rut: 80.276.200-3
 Las Condes, Santiago
 Chile
 Fono: (56) 227 297 000
 Fax: (56) 223 749 177
 deloittechile@deloitte.com
 www.deloitte.cl

Julio 4, 2025

Señores
 Paris S.A.
 Presente

Hemos realizado una revisión de seguridad limitada de los contenidos e indicadores del Reporte de Sostenibilidad 2024 de Paris S.A., (en adelante "la Sociedad"), de acuerdo con lo establecido en los Estándar del Global Reporting Initiative (en adelante "GRI"), Sustainability Accounting Standards Board (en adelante "SASB"), indicadores Fashion Transparency Index y Remake (en adelante "Indicadores FTI y Remake") e indicadores propios (en adelante "Indicadores ASG propios") por el periodo comprendido entre el 01 de enero de 2024 y el 31 de diciembre 2024.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión de seguridad limitada de los contenidos e indicadores incluidos en el Reporte de Sostenibilidad 2024 para el período finalizado en diciembre de 2024, que han sido presentados de acuerdo con los Estándares GRI, SASB, Indicadores FTI y Remake e indicadores ASG propios, en base a los procedimientos que hemos realizado y la evidencia obtenida. Hemos realizado nuestra revisión de seguridad limitada de acuerdo con la Norma Internacional sobre International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000), emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB). Esta norma requiere que planifiquemos y realicemos este trabajo para obtener una seguridad limitada, respecto de los indicadores incluidos en el Reporte de Sostenibilidad 2024, estén exentos de errores materiales.

Una revisión de seguridad limitada implica la realización de procedimientos (que consisten principalmente en realizar consultas a la gerencia y a otros dentro de la entidad y aplicar procedimientos analíticos y de otro tipo, según corresponda) y evaluar la evidencia obtenida. Los procedimientos también incluyen la evaluación de la consistencia de los indicadores incluidos en el Reporte de Sostenibilidad para el período finalizado en diciembre de 2024 de acuerdo con los Estándares GRI, SASB, Indicadores FTI y Remake e indicadores ASG propios.

Nuestra revisión incluyó los siguientes procedimientos:

- Reunión con el equipo que lideró el proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2024 de Paris S.A.

Deloitte® se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited una compañía privada limitada por garantía, de Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Por favor, vea en www.deloitte.com/cl acerca de la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited es una compañía privada limitada por garantía constituida en Inglaterra & Gales bajo el número 07271800, y su domicilio registrado: Hill House, 1 Little New Street, London, EC4A 3TR, Reino Unido.

Julio 4, 2025
Sres. Paris S.A.
Página 2

- Revisión de evidencias para los indicadores detallados en esta carta, así como el resultado del proceso de materialidad, con las áreas participantes de la elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2024 de Paris S.A.
- Análisis de la trazabilidad de los contenidos del Reporte de Sostenibilidad 2024 de Paris S.A., comprobación de los indicadores detallados en esta carta, de acuerdo con los requerimientos establecidos en los Estándares GRI, SASB, Indicadores FTI y Remake e indicadores ASG propios.
- Revisión de la información incluida en el Reporte de Sostenibilidad 2024 de Paris a partir de la documentación de respaldo proporcionada por la Administración, sin embargo, nuestros procedimientos no incluyeron el testeo de los datos en los que se basan las estimaciones o en desarrollar por separado nuestras propias estimaciones con las cuales evaluar las realizadas por la entidad.

Los procedimientos realizados en un encargo de seguridad limitada varían en naturaleza y oportunidad y son menos extensos que para un encargo de seguridad razonable. En consecuencia, el nivel de seguridad obtenido en un encargo de seguridad limitada es sustancialmente menor que la seguridad que se habría obtenido si hubiéramos realizado un encargo de aseguramiento razonable.

Nuestra Independencia y controles de calidad

Hemos cumplido con las normas pertinentes de conducta profesional y el código de ética aplicables a la práctica contable y aquellas relacionadas con las revisiones de seguridad limitada, emitidos por diversos organismos profesionales de contabilidad, que se basan en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

La firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1, Control de Calidad para Firmas que Realizan Auditorías y Revisiones de Estados Financieros, y Otras Revisiones de Seguridad y Servicios Relacionados, y en consecuencia mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados con respecto al cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales, los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

Julio 4, 2025
 Sres. Paris S.A.
 Página 3

Conclusiones

El proceso de verificación se realizó en base a los indicadores incluidos en el Reporte de Sostenibilidad 2024, una vez definidos por la Administración en su proceso de materialidad. El detalle de los indicadores que forman parte del proceso de verificación se señalan a continuación:

Indicadores Gobal Reporting Intiative (GRI):

2-1	2-2	2-3	2-4	2-5	2-7
2-8	2-9	2-11	2-12	2-15	2-21
2-22	2-23	2-24	2-26	2-28	2-29
2-30	3-1	3-2	3-3	204-1	301-1
301-2	301-3	302-1	303-5	305-1	305-2
305-3	306-3	306-4	306-5	308-1	308-2
401-1	401-2	401-3	403-3	403-5	403-6
404-1	404-2	404-3	405-1	405-2	406-1
407-1	408-1	409-1	414-1	414-2	418-1

Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

CG-AA-430a.1	CG-AA-430a.2	CG-AA-430b.1	CG-AA-430b.2
CG-AA-430b.3	CG-AA-440a.3	CG-AA-440a.4	CG-AA-250a.1
CG-AA-250a.2	CG-MR-230a.1	CG-MR-230a.2	CG-MR-330a.1
CG-MR-310a.2	CG-MR-310a.1	CG-MR-330a.2	

Indicadores Fashion Transparency Index y Remake:

1.3 (1.1 - 1.2)	2.4.1	2.4.2	2.4.3	4.1a.1
4.1a.4 - 4.1b.3	4.1a.5 - 4.1b.4	4.1a.6 - 4.1b.5	4.2.1	4.2.2
4.4A.1	4.4A.3	4.4B.1	4.4B.2	4.4B.4
4.4B.5	5.1.4	5.1.4	5.2.2	5.3.1
5.3.2 - 5.3.3	5.4.10	5.4.7	5.4.8	5.4.9
2.3.1.i	5.4.1.iii	5.5.2.iii	5.5.3.ii	5.5.3.iii
6.2.2.ii	6.2.2.iii			

Indicadores propios ASG

- 1: Tiendas
- 2: Despacho y distribución
- 3: Paris.cl
- 6: Experiencia al cliente
- 7: Contribución social
- 8: Diversidad e inclusión

Julio 4, 2025
Sres. Paris S.A.
Página 4

Podemos afirmar que no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que los indicadores antes señalados, incluidos en el Reporte de Sostenibilidad para el periodo finalizado en diciembre 2024 de Paris S.A., no han sido elaborados, en todos sus aspectos materiales, de acuerdo con los Estándares GRI, SASB, Indicadores FTI y Remake e indicadores ASG propios.

Otras responsabilidades

- La preparación del Reporte de Sostenibilidad 2024, así como el contenido de esta, es responsabilidad de la entidad, que además es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir una carta de verificación independiente, basada en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la entidad, de acuerdo con los términos establecidos en las condiciones comerciales de la propuesta de servicios.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código de Ética de la IFAC.
- Las conclusiones de la revisión son válidas para la última versión del Reporte de Sostenibilidad 2024, recibido el 13 de junio de 2025.

Saluda atentamente a ustedes,



Daniel Solórzano
Socio

7.4 TABLA DE INDICADORES

INDICADORES GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)		
CATEGORÍA	CONTENIDO	PÁGINA
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES	2-1 Detalles organizacionales	119
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	119
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	119
	2-4 Actualización de la información	119
	2-5 Verificación externa	123
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	7
	2-7 Empleados	83-84-93-130
	2-8 Trabajadores que no son empleados	83-85-131
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	22
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	22
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	MC 26
	2-15 Conflictos de interés	26
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	MC 24
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	MC 24
	2-21 Ratio de compensación total anual	102
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4
	2-23 Compromisos y políticas	21
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	14-21
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	69-129
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	25
	2-28 Afiliación a asociaciones	29
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	27
	2-30 Convenios de negociación colectiva	103-134
GRI 3: TEMAS MATERIALES	3-1 Proceso para determinar temas materiales	120
	3-2 Lista de temas materiales	120
	3-3 Gestión de temas materiales	23-24-32-33-35-36-48-49-53-54-61-62-71-72-79-80-105-106-121

GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	55
GRI 302: ENERGÍA	302-1	Consumo energético dentro de la organización	110
GRI 303: AGUA	303-5	Consumo de agua	111
GRI 305: EMISIONES	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	109
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	109
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	109
GRI 306: RESIDUOS	306-3	Residuos generados	115
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	115
	306-5	Residuos destinados a eliminación	115
GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	42
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	42
GRI 401: EMPLEO	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	98-132-133
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a empleados a tiempo parcial o temporales	100
	401-3	Permiso parental	100
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD	403-3	Servicios de salud en el trabajo	100
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	101
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	100
GRI 404: FORMACIÓN Y ENSEÑANZA	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	97
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	96
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	98-133
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	86-131-132
	405-2	Ratio de salario base y la remuneración de mujeres frente a hombres	91
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	94-134
GRI 408: TRABAJO INFANTIL	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	38-39-44
GRI 409: TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	38
GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	39
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	43-44
GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	129

INDICADORES SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)

DISTRIBUIDORES Y MINORISTAS ESPECIALIZADOS Y MULTILÍNEA			
CATEGORÍA	CONTENIDO		PÁGINA
GESTIÓN DE LA ENERGÍA EN EL COMERCIO MINORISTA Y LA DISTRIBUCIÓN	CG-MR-130a.1	Total de energía consumida, porcentaje de electricidad de la red y porcentaje de energía renovable	110
	CG-MR-230a.1	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	81
SEGURIDAD DE LOS DATOS	CG-MR-230a.2	Número de filtraciones de datos, porcentaje que implica información de identificación personal (PII), número de clientes afectados	81-129
	CG-MR-310a.1	Salario medio por hora y porcentaje de empleados de tienda que ganan el salario mínimo, por región	102
PRÁCTICAS LABORALES	CG-MR-310a.2	Tasa de rotación voluntaria e involuntaria de empleados en la tienda	98
	CG-MR-330a.1	Porcentaje de representación de géneros y grupos raciales/étnicos en la dirección y todos los demás empleados	86
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN EN LA FUERZA LABORAL	CG-MR-330a.2	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la discriminación en el empleo	94-134
ROPA, ACCESORIOS Y CALZADO			
CATEGORÍA	CONTENIDO		PÁGINA
GESTIÓN DE QUÍMICOS EN LOS PRODUCTOS	CG-AA-250a.2	Análisis de los procesos para evaluar y gestionar los riesgos o peligros asociados a las sustancias químicas en los productos	52
CONDICIONES LABORALES EN LA CADENA DE SUMINISTRO	CG-AA-430b.1	Porcentaje de instalaciones de proveedores de nivel 1 y sus instalaciones de proveedores de nivel superior al 1 que han sido auditadas de acuerdo con un código de conducta laboral, porcentaje del total de auditorías realizadas por un auditor externo	39
	CG-AA-430b.2	Tasa de no conformidad prioritaria y tasa de medidas correctivas asociadas para las auditorías del código de conducta laboral de los proveedores	45
	CG-AA-430b.3	Descripción de los mayores riesgos laborales y ambientales, de salud y seguridad en la cadena de suministro	44
SUMINISTRO DE MATERIAS PRIMAS	CG-AA-440a.3	Lista de materias primas prioritarias, para cada materia prima: factores medioambientales o sociales con mayor probabilidad de amenazar el abastecimiento, análisis de los riesgos u oportunidades comerciales en relación con los factores medioambientales o sociales y estrategia de gestión para abordar los riesgos y oportunidades comerciales	51
	CG-AA-440a.4	Cantidad de materias primas prioritarias adquiridas, por material, y cantidad de cada materia prima prioritaria certificada por un estándar medioambiental o social externo, por estándar	51
PARÁMETROS DE ACTIVIDAD	CG-AA-000.A	Número de proveedores de nivel 1 y proveedores de nivel superior al 1	37



/

ANEXOS

Capítulo 3

DOTACIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO (TIER 2)

CATEGORÍA LABORAL	2023		2024	
	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
PRODUCCIÓN TEXTIL	60%	40%	57,2%	42,8%

Capítulo 4

TIENDAS PARIS

IP1

INDICADOR	2021	2022	2023	2024
NÚMERO DE TIENDAS	49	49	49	48
NÚMERO DE TIENDAS CERRADAS	1	0	1	1
NOMBRE DE TIENDAS CERRADAS	-	-	TOBALABA	RANCAGUA CENTRO

INDICADORES DE PARIS.CL

IP

INDICADOR	2021	2022	2023	2024
NÚMERO DE VISITAS A PARIS.CL	352.903.353	335.042.529	304.051.777	299.213.140
TOTAL DE TRANSACCIONES	31.517.174	34.724.839	31.590.897	41.051.345
TOTAL DE TRANSACCIONES EN PARIS.CL	5.852.784	5.370.090	4.845.855	5.069.627
TOTAL DE TRANSACCIONES EN PARIS.CL DE PRODUCTOS SOSTENIBLES	-	-	565.808	X
% DE TRANSACCIONES DIGITALES RESPECTO AL TOTAL DE PARIS	18,57%	15,46%	15,34%	12,34%
TICKET PROMEDIO EN PARIS.CL	117.410	103.263	101.392	100.620

LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

IP 2

INDICADOR	2022	2023	2024
NÚMERO DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN PROPIOS	2	2	2
NÚMERO DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN ARRENDADOS	7	7	3
TOTAL	9	9	5

INDICADOR	2021	2022	2023	2024
DESPACHOS DIARIOS DESDE NUESTROS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN	28.800	16.400	17.700	21.200
CANTIDAD DE PRODUCTOS OFRECIDOS PARA ENTREGA EN 24 HRS.	-	34.850	32.290	32.675
% DE ENTREGAS DIARIAS REALIZADAS EN 24 HRS.	19,0%	24,0%	29,3%	28,1%
CANTIDAD DE FLOTA UTILIZADA (HD/DÍA)	-	350-500	300-500	350-560
CANTIDAD DE FLOTA ELÉCTRICA UTILIZADA	60	60	40	40
CANTIDAD DE PUNTOS DE RETIRO EN TIENDA	120	120	122	86

INDICADOR	2021	2022	2023	2024
PORCENTAJE TOTAL DE DESPACHOS QUE SON REALIZADOS EN EL TIEMPO ACORDADO O ANTES.	92,7%	94,3%	95,6%	95,8%
TIEMPO PROMEDIO DE DESPACHO*	S/I	S/I	1,7 DÍAS	1,8 DÍAS
TIEMPO PROMEDIO DE ENTREGA AL CLIENTE**	S/I	S/I	3	3,3
% DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHOS EN EL PRIMER INTENTO	S/I	S/I	92,50%	93,20%
PROMEDIO DE DESPACHOS DIARIOS	28.800	16.400	17.700	21.200
MÁXIMO DE PRODUCTOS DESPACHADOS AL DÍA	55.000	59.800	60.000	70.500

*DESDE QUE SE GENERA LA VENTA Y SE DISPONIBILIZA PRODUCTO PARA DESPACHO.
 ** DESDE QUE SE GENERA LA VENTA HASTA QUE SE ENTREGA AL CLIENTE.

INDICADORES DE POST-VENTA

GRI 2-25

INDICADOR	2021	2022	2023	2024
NÚMERO TOTAL DE CONSULTAS Y/O RECLAMOS RECIBIDOS	808.681	627.762	1.334.518	1.714.547
% DE CASOS RECIBIDOS POR CALL CENTER RESUELTOS EN EL PRIMER CONTACTO	64%	73,60%	80,91%	75,00%
% CASOS RECIBIDOS POR REDES SOCIALES RESUELTOS EN EL PRIMER CONTACTO	78%	84,70%	96,20%	95,00%
% CASOS QUE LLEGARON A SERNAC	2,40%	3%	0,866%	0,800%
TASA DE RECLAMOS	25,34	32,39	28,56	29,1
TIEMPO PROMEDIO EN QUE SE RESUELVEN LOS RECLAMOS	18 DÍAS	16 DÍAS	12 DÍAS	7 DÍAS
TASA DE REITERACIONES DE RECLAMOS	46,50%	47,10%	46,80%	45,70%

RECLAMACIONES RELATIVAS A VIOLACIONES DE PRIVACIDAD DE DATOS

GRI 418-1

INDICADOR	2021	2022	2023	2024
RECLAMACIONES RECIBIDAS POR TERCERAS PARTES Y CORROBORADAS POR LA EMPRESA	0	0	0	0
RECLAMACIONES DE AUTORIDADES REGULATORIAS	0	0	0	0

CASOS DE FILTRACIÓN, ROBOS Y PÉRDIDAS DE DATOS

GRI 418-1, SASB CG-MR-230A.2

INDICADOR	2021	2022	2023	2024
CASOS DE FILTRACIONES DE DATOS	0	0	0	0
CASOS DE ROBOS DE DATOS	0	0	0	0
CASOS DE PÉRDIDAS DE DATOS	0	0	0	0

Capítulo 5

INDICADORES DE DOTACIÓN

GRI 2-7

DOTACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y SEXO

	2022			2023			2024		
COLABORADORES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
GERENTES	51	58	109	44	65	109	50	62	112
SUB	5	6	11	3	6	9	110	173	283
PROFESIONALES Y JEFES	428	665	1.093	469	770	1.239	317	539	856
SUBJEFES	76	27	103	78	28	106	79	38	117
VENDEDORES	533	602	1.135	481	566	1.047	467	575	1.042
ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	2.387	5.798	8.185	2.250	5.355	7.605	2.149	5.414	7.563
TOTAL	3.480	7.156	10.636	3.325	6.790	10.115	3.172	6.801	9.973

DOTACIÓN POR REGIÓN

REGIÓN	2022	2023	2024
ARICA Y PARINACOTA	126	119	120
TARAPACÁ	156	147	153
ANTOFAGASTA	427	431	415
ATACAMA	136	130	128
COQUIMBO	509	475	477
VALPARAÍSO	1.199	1.219	1.198
REGIÓN METROPOLITANA	5.247	4.840	4.772
LIBERTADOR GRAL. BERNARDO O'HIGGINS	363	358	289
MAULE	306	345	348
ÑUBLE	192	177	162
BÍO BÍO	1.017	908	908
ARAUCANÍA	547	480	515
DE LOS RÍOS	0	0	0
DE LOS LAGOS	411	486	488

DOTACIÓN POR NACIONALIDAD

NACIONALIDAD	NÚMERO	%
CHILE	9.654	96,8%
VENEZUELA	127	1,3%
PERÚ	76	0,8%
COLOMBIA	44	0,4%
BOLIVIA	23	0,2%
HAITÍ	13	0,1%
ARGENTINA	12	0,1%
ECUADOR	6	0,1%
BRASIL	3	0,0%
CUBA	3	0,0%
REPÚBLICA DOMINICANA	3	0,0%
ESPAÑA	2	0,0%
MÉXICO	2	0,0%
EL SALVADOR	1	0,0%
NICARAGUA	1	0,0%
PANAMÁ	1	0,0%
PARAGUAY	1	0,0%
URUGUAY	1	0,0%
TOTAL GENERAL	9.973	100%

DOTACIÓN POR TIPO DE CONTRATO Y SEXO

	2022			2023			2024		
COLABORADORES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
EMPLEADOS A TIEMPO COMPLETO	1.612	2.861	4.473	1.546	2.715	4.261	1.467	2.575	4.042
EMPLEADOS A TIEMPO PARCIAL	864	2.449	3.313	844	2.434	3.278	921	2.615	3.536
EMPLEADOS FIJOS	2.476	5.310	7.786	2.390	5.149	7.539	2.388	5.190	7.578
EMPLEADOS TEMPORALES	1.004	1.846	2.850	935	1.641	2.576	784	1.611	2.395
EMPLEADOS SIN MÍNIMO DE HORAS GARANTIZADAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	3.480	7.156	10.636	3.325	6.790	10.115	3.172	6.801	9.973

DOTACIÓN POR TIPO DE JORNADA Y SEXO

	2022		2023		2024	
COLABORADORES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
JORNADA COMPLETA	1.843	3.183	1.746	2.979	1.594	2.774
MEDIA JORNADA	1.637	3.973	1.579	3.811	1.578	4.027

DOTACIÓN POR MODALIDAD DE TRABAJO

TIPO DE MODALIDAD	2022	2023	2024
PRESENCIAL	9.471	9.617	9.698
TELETRABAJO	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA
HÍBRIDO	346	278	275

TRABAJADORES QUE NO SON EMPLEADOS DIRECTOS

GRI 2-8

TRABAJADORES QUE NO SON EMPLEADOS	2022	2023	2024
HOMBRES	1.272	1.277	1.210
MUJERES	3.371	2.051	1.991
TOTAL	4.643	3.328	3.201

PORCENTAJE DE DOTACIÓN, SEGÚN SEXO Y CATEGORÍA LABORAL

GRI 405-1

	2022					2023					2024				
CATEGORÍA LABORAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL
	Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%	
GERENTES	51	1,5%	58	0,9%	109	44	2,1%	65	1,1%	109	50	2,1%	62	1,2%	112
SUBGERENTES	5	0,2%	6	0,1%	11	3	0,2%	6	0,1%	9	110	4,6%	173	3,3%	283
PROFESIONALES Y JEFES	428	12,9%	665	9,8%	1.093	469	17,3%	770	12,5%	1.239	317	13,3%	539	10,4%	856
SUBJEFES	76	2,3%	27	0,4%	103	78	3,1%	28	0,5%	106	79	3,3%	38	0,7%	117
VENDEDORES	533	16,0%	602	8,9%	1.135	481	20,0%	566	10,8%	1.074	447	18,7%	553	10,7%	1.000
ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	2.387	71,8%	5.798	85,4%	8.185	2.250	57,4%	5.355	75,0%	7.605	1.385	58,0%	3.825	73,7%	5.210
TOTAL	3.480	104,7%	7.156	105,4%	10.636	3.325	100,1%	6.790	100,0%	10.142	2.388	100,0%	5.190	100,0%	7.578

PORCENTAJE DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

GRI 405-1

	2022					2023					2024				
CATEGORÍA LABORAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL
	Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%	
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0%	0	0,0%	0
SUBGERENTES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1,9%	0	0,0%	1
PROFESIONALES Y JEFES	5	10,0%	3	8,3%	8	6	12,5%	4	9,8%	10	6	11,3%	5	9,3%	11
SUBJEFES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0%	0	0,0%	0
VENDEDORES	1	2,0%	0	0,0%	1	1	2,1%	0	0,0%	1	3	5,7%	1	1,9%	4
ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	44	88,0%	33	91,7%	77	41	85,4%	37	90,2%	78	43	81,1%	48	88,9%	91
TOTAL	50	100,0%	36	100,0%	86	48	100,0%	41	100,0%	89	53	100,0%	54	100,0%	107

DOTACIÓN POR GRUPO DE EDAD
 GRI 405-1

GRUPO DE EDAD	MENOS DE 30					ENTRE 30 Y 40					ENTRE 40 Y 50				
CATEGORÍA	MUJERES		HOMBRES		TOTAL	MUJERES		HOMBRES		TOTAL	MUJERES		HOMBRES		TOTAL
	Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%	
GERENTES	1	0,1%	0	0,0%	1	11	0,8%	8	1,3%	19	22	2,3%	20	5,9%	42
SUBGERENTES	7	0,4%	6	0,6%	13	48	3,5%	35	5,6%	83	59	6,2%	35	10,4%	94
PROFESIONALES Y JEFES	152	8,9%	89	8,7%	241	196	14,4%	111	17,8%	307	108	11,3%	53	15,7%	161
SUBJEFES	8	0,5%	12	1,2%	20	10	0,7%	24	3,9%	34	13	1,4%	24	7,1%	37
VENDEDORES	138	8,1%	143	14,0%	281	153	11,2%	148	23,8%	301	133	14,0%	68	20,2%	201
ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	1.402	82,1%	771	75,5%	2.173	947	69,4%	297	47,7%	1.244	618	64,8%	137	40,7%	755
TOTAL	1.708	100,0%	1.021	100,0%	2.729	1.365	100,0%	623	100,0%	1.988	953	100,0%	337	100,0%	1.290

GRUPO DE EDAD	ENTRE 50 Y 60					MÁS DE 60				
CATEGORÍA	MUJERES		HOMBRES		Nº TOTAL	MUJERES		HOMBRES		TOTAL
	Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%	
GERENTES	24	2,9%	19	6,7%	43	4	1,2%	3	2,5%	7
SUBGERENTES	49	5,8%	30	10,5%	79	10	3,1%	4	3,3%	14
PROFESIONALES Y JEFES	69	8,2%	39	13,7%	108	14	4,3%	25	20,5%	39
SUBJEFES	5	0,6%	12	4,2%	17	2	0,6%	7	5,7%	9
VENDEDORES	100	11,9%	69	24,2%	169	29	8,9%	19	15,6%	48
ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	591	70,5%	116	40,7%	707	267	81,9%	64	52,5%	331
TOTAL	838	100,0%	285	100,0%	1.123	326	100,0%	122	100,0%	448

PERSONAS EXTRANJERAS EN LA DOTACIÓN
 GRI 405-1

	2022					2023					2024				
CATEGORÍA LABORAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL	HOMBRES		MUJERES		Nº TOTAL
	Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%		Nº	%	Nº	%	
GERENTES	0	0,0%	1	0,7%	1		0,0%	1	0,6%	1					
SUBGERENTES	0	0,0%	1	0,7%	1		0,0%	1	0,6%	1					
PROFESIONALES Y JEFES	13	12,4%	20	14,8%	33	14	14,3%	26	16,0%	40					
SUBJEFES	4	3,8%	2	1,5%	6	5	5,1%	2	1,2%	7					
VENDEDORES	24	22,9%	11	8,1%	35	18	18,4%	11	6,8%	29					
ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	64	61,0%	100	74,1%	164	61	62,2%	121	74,7%	182					
TOTAL	105	100,0%	135	100,0%	240	98	100,0%	162	100,0%	260					

NÚMERO DE NUEVAS CONTRATACIONES
 GRI 401-1

	2022			2023			2024		
GRUPO DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL
MENORES DE 30 AÑOS	919	1.477	2.396	618	889	1.507	684	1.055	1.739
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	214	410	624	167	348	515	172	333	505
MAYORES DE 50 AÑOS	35	132	167	35	93	128	41	116	157
TOTAL	1.168	2.019	3.187	820	1.330	2.150	897	1.504	2.401

TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES

GRI 401-1

	2022			2023			2024		
GRUPO DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL
MENORES DE 30 AÑOS	83,17	78,07	79,95	60,83	52,14	55,38	67,0	61,8	63,8
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	22,15	18,15	19,35	17,82	15,50	16,18	18,6	15,0	16,0
MAYORES DE 50 AÑOS	8,64	11,39	10,68	8,01	7,76	7,82	9,3	9,2	9,3
TOTAL	47,17	38,02	40,93	34,31	25,83	28,52	37,6	30,0	31,7

NÚMERO DE ROTACIONES

GRI 401-1

	2022			2023			2024		
GRUPO DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL
MENORES DE 30 AÑOS	1.314	2.187	3.501	674	992	1.666	664	1.009	1.673
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	283	646	929	236	453	689	237	460	697
MAYORES DE 50 AÑOS	47	219	266	48	162	210	68	172	240
TOTAL	1.644	3.052	4.696	958	1.607	2.565	969	1.641	2.610

TASAS DE ROTACIÓN

GRI 401-1

	2022			2023			2024		
GRUPO DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL
MENORES DE 30 AÑOS	118,91	115,59	116,82	66,34	58,18	61,23	65,0	59,1	61,3
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	29,30	28,60	28,81	25,19	20,18	21,65	25,6	20,7	22,1
MAYORES DE 50 AÑOS	11,60	18,90	17,01	10,98	13,51	12,84	15,5	13,7	14,1
TOTAL	66,40	57,48	60,31	40,08	31,21	34,02	40,6	31,6	34,4

MOVILIDAD INTERNA

INDICADOR	2022	2023	2024
NÚMERO DE TRABAJADORES ASCENDIDOS	227	476	423
PORCENTAJE DE TRABAJADORES ASCENDIDOS	2,1%	6,3%	5,6%

INDICADOR	2022	2023	2024
NÚMERO DE VACANTES LLENADAS INTERNAMENTE	1334	963	713
% QUE REPRESENTAN DEL TOTAL DE VACANTES	100,3%	44,8%	47,4%

PORCENTAJE DE COLABORADORES QUE HA RECIBIDO UNA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

GRI 404-3

	2022			2023			2024		
CATEGORÍA LABORAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL	HOMBRES	MUJERES	Nº TOTAL
GERENTES	98,3%	96,6%	97,5%	100,0%	95,2%	97,4%	100,0%	95,2%	97,4%
SUBGERENTES	100,0%	85,7%	92,9%	100,0%	100,0%	100,0%	96,3%	97,7%	97,1%
PROFESIONALES Y JEFES	91,9%	92,0%	92,0%	94,6%	92,3%	93,2%	94,6%	95,2%	95,0%
SUBJEFES	93,8%	93,5%	93,7%	81,3%	89,7%	85,2%	91,1%	98,2%	93,4%
VENDEDORES	79,0%	83,1%	81,4%	83,5%	82,9%	83,2%	80,4%	85,5%	83,4%
ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	68,9%	71,0%	70,4%	66,2%	72,8%	71,0%	75,6%	77,9%	77,3%
TOTAL	76,5%	74,2%	74,9%	74,6%	76,5%	75,9%	80,5%	81,1%	80,9%

CASOS DE DISCRIMINACIÓN

GRI 406-1, SASB CG-MR-330a.2

INDICADOR	2022	2023	2024
CASOS EVALUADOS POR LA EMPRESA	2	0	6
CASOS CON PLANES DE REPARACIÓN EN CURSO	0	0	0
CASOS CUYOS PLANES DE REPARACIÓN HAN SIDO IMPLEMENTADOS EN PROCESOS DE REVISIÓN	0	0	0
CASOS FINALIZADOS (NO SUJETOS A ACCIONES)	2	0	6

MULTAS POR DISCRIMINACIÓN LABORAL

INDICADOR	2022	2023	2024
NÚMERO TOTAL DE MULTAS POR CASOS DE INCUMPLIMIENTOS DE DISCRIMINACIÓN LABORAL	0	0	0
VALOR MONETARIO DE LAS MULTAS QUE SE PAGARON POR DISCRIMINACIÓN LABORAL	0	0	0

INDICADORES DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA

GRI 2-30

INDICADOR	2022	2023	2024
NÚMERO DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA	5.100	4.896	5.045
NÚMEROS DE CONVENIOS	59	58	59
NÚMERO DE EMPLEADOS SINDICALIZADOS	4.992	4.831	5.010
EMPLEADOS CON EXTENSIÓN SINDICAL	108	65	35
PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA	70,0%	69,5%	74,3%

Capítulo 6

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO 2024

ALCANCE	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	UNIDAD	DATO DE ACTIVIDAD	EMISIONES (TCO ₂ E)
ALCANCE 1	COMBUSTIBLE FIJO	DIÉSEL FIJO	L	4.667	13
		GAS NATURAL FIJO	M3	57.977	115
	GASES REFRIGERANTES	R-22	KG	75	132
		R-407C	KG	267	434
		R-410A	KG	56	108
TOTAL ALCANCE 1				63.042	801
ALCANCE 2	ELECTRICIDAD	ELECTRICIDAD	KWH	20.973.314	4.239
		ELECTRICIDAD RENOVABLE	KWH	36.816.021	-
TOTAL ALCANCE 2				57.789.334	4.239
ALCANCE 3	AGUA	AGUA RED	M3	41.781	21
	RESIDUO DISPOSICIÓN FINAL	RESIDUOS INDUSTRIALES	TON	5.303	2.688
		RESIDUO CARTÓN	TON	2.839	179
	RESIDUO RECICLAJE	RESIDUO FIERROS	TON	27	2
		RESIDUO MADERA	TON	137	4
		RESIDUO PLÁSTICO	TON	476	53
TOTAL ALCANCE 3				50.563	2.948
TOTAL GENERAL				57.902.939	7.988

NOTA: EL AUMENTO DE EMISIONES DE GEI EN 2024 RESPECTO DE 2023 SE DEBE PRINCIPALMENTE AL CONSUMO DE GASES REFRIGERANTES (674 tCO₂e PROVIENEN DE ESTOS GASES), MIENTRAS QUE EL AÑO PASADO SE REPORTÓ CONSUMO 0.

PARIS 2024 REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Av. Kennedy N°9001, Las Condes, Santiago de Chile

—

Para dudas o sugerencias, escribir a:
María Fernanda Kluever
Gerente de Clientes y Sostenibilidad
mariafernanda.kluever@paris.cl

