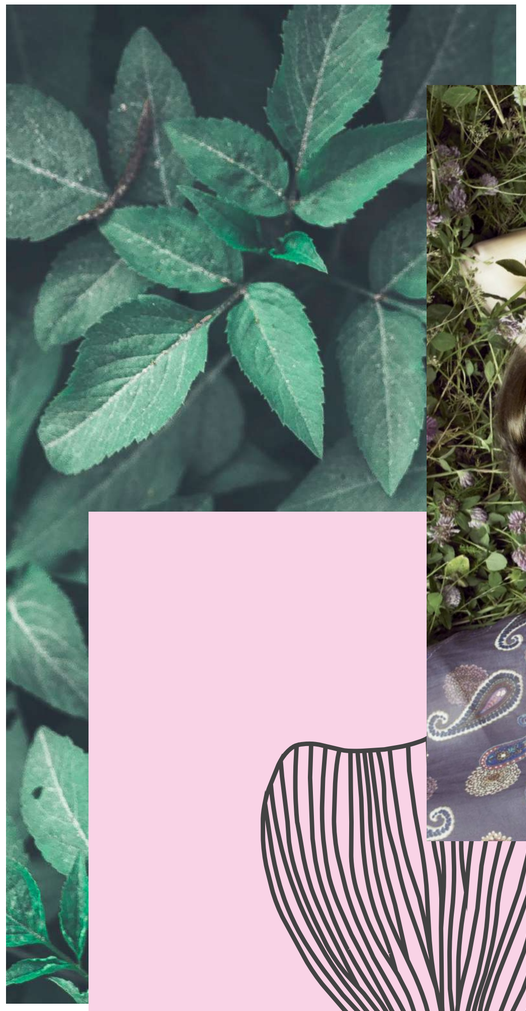


REPORTE

CONCIENCIA CELESTE 2018

01

CARTA
GERENTE
GENERAL

02

GOBIERNO Y
LINEAMIENTOS
CORPORATIVOS

03

CONCIENCIA
CELESTE

04

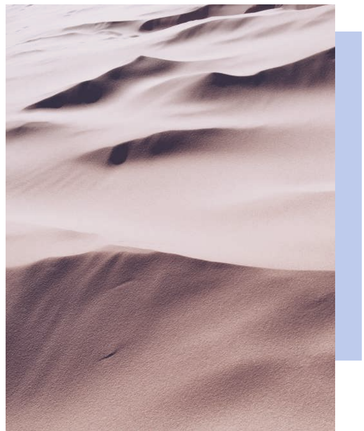
FOCO PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLE

05

FOCO CALIDAD
DE VIDA LABORAL

06

FOCO CUIDADO
MEDIOAMBIENTAL



07

FOCO DESARROLLO
COMUNITARIO

01

CARTA GERENTE GENERAL

CARTA DEL GERENTE GENERAL

Te presentamos el reporte de avances durante 2018 de la estrategia de Conciencia Celeste y de las metas que nos hemos propuesto como empresa, respecto a un año que no fue fácil para la industria del retail.

Los cambios en los comportamientos de consumo, el creciente aumento de las compras on-line y la ardua competencia han generado un panorama complejo para las Tiendas por Departamento tradicionales. Paris se mantiene siempre abierto al cambio y atento a las condiciones de mercado, para ir a la vanguardia y mantenerse un paso adelante en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes. Es por ello que hoy nos encontramos en pleno proceso de transformación, el cual pone al centro la sostenibilidad y la experiencia digital.

Desde hace varios años Paris, con su estrategia Conciencia Celeste, es un referente en sostenibilidad en nuestro país. En 2018 esta estrategia tomó una especial relevancia, dándole énfasis al compromiso con la producción y el consumo responsable, preocupándonos por hacer cambios tangibles que transformen radicalmente la industria de la moda en estrecha colaboración con nuestros clientes y proveedores.

Nos hemos comprometido en ser una empresa 100% circular, una meta desafiante pero que como equipo estamos trabajando para alcanzar. Queremos lograr que desde el diseño de los procesos, y hasta el final de la vida útil del producto, se considere la sostenibilidad. En relación a esto, la calidad de vida laboral, el desarrollo comunitario y el cuidado del medioambiente contribuyen en alcanzar nuestro gran objetivo de circularidad.

Nuestros clientes están más empoderados y exigentes, demandan más información y transparencia y esperan servicios eficientes, llamativos y de alto impacto. Por ello, queremos considerarlos dentro de nuestro proceso de creación de mejoras, para esto tenemos canales por los cuales comunicarnos y recibir su retroalimentación. También, sabemos que el consumidor busca procesos de compra sencillos que se adapten a su estilo de vida, y en respuesta hemos aumentado notablemente el mix de productos de Paris.cl y estamos constantemente optimizando tanto los canales de venta como los tiempos de entrega y las formas de despacho.

Queremos ser la tienda por departamento que entregue las mejores experiencias para verse y sentirse bien. Nos obsesiona ser ágiles en la satisfacción del cliente, en el mundo online y en conformar eficientes equipos de trabajo, siempre apuntando a encontrar las mejores soluciones a las necesidades de nuestros clientes.

Estamos comprometidos a que nuestros colaboradores encuentren en nuestra empresa un lugar donde desarrollar sus sueños, para ello tenemos como foco la inclusión y la equidad de género, temas que fueron controversiales a nivel nacional durante 2018 y que venimos trabajando desde hace varios años, porque nos interesa que cada persona pueda desarrollarse dentro de nuestra empresa. También esperamos que las comunidades encuentren alianzas de beneficio mutuas con nosotros para así realizar nuestras operaciones con el menor impacto posible al medio ambiente.

Sabemos que el trabajo hacia nuestra meta es arduo, pero debemos contribuir al crecimiento y desarrollo del país, siendo una empresa responsable y aportando a la economía circular desde nuestro negocio.

Ricardo Bennett

Gerente General Tiendas
por Departamento

PARIS EN UN MINUTO

9.708
COLABORADORES

1 TIENDA NUEVA
(INDEPENDENCIA)

30.843.772
TOTAL
DE TRANSACCIONES

68,2%
MUJERES

44
TIENDAS

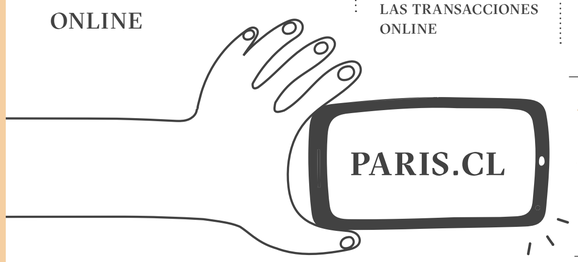
79,3%
TRANSACCIONES EN VESTUARIO

49,1% DE LAS TRANSACCIONES DE VESTUARIO SON DE MARCAS PROPIAS

1.788.935 (5,8%)
DE LAS TRANSACCIONES TOTALES SON ONLINE

1,7%
CRECIMIENTO EN LAS TRANSACCIONES ONLINE

63%
DE LAS TRANSACCIONES ONLINE SON CON RETIRO EN TIENDA



181% MIX TOTAL DE PARIS.CL RESPECTO A LAS TIENDAS

68% DEL MIX DE LAS TIENDAS EN E-COMMERCE

2.210
PROVEEDORES

56,7%
PROVEEDORES NACIONALES

43,3%
PROVEEDORES INTERNACIONALES

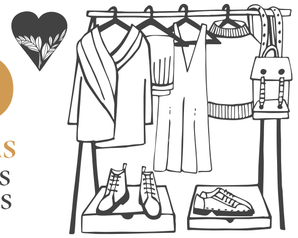
90,5%
PROVEEDORES DE CHINA

92%
DE LOS DESPACHOS SE ENTREGAN AL CLIENTE EN LA FECHA DE COMPROMISO O ANTES

2,8
DÍAS
TIEMPO PROMEDIO DE ENTREGA AL CLIENTE

2.150
UNIDADES
PROMEDIO DE PRODUCTOS DESPACHADOS POR DÍA

60
TONELADAS
DE TEXTILES RECICLADOS AL AÑO



211.630 tCO2e
EMISIONES TOTALES

1
MILLÓN
ASISTENTES AL
PARIS PARADE

174.272
MUESTRAS DONADAS

1.493
TONELADAS DE PAPEL QUE SE DEJÓ DE IMPRIMIR

40% DE LOS MATERIALES USADOS EN PARIS PARADE FUERON REUTILIZADOS

HITOS 2018

Sello Platino, por tercer año consecutivo, en el Ranking de Sustentabilidad Empresarial Prohumana.

Lanzamiento de “No imprimo mi boleta”, que promueve el uso de la boleta electrónica

Implementación de “No más catálogos”.

Fuimos la primera empresa chilena en obtener el sello internacional Diversity Champion, que reconoce las iniciativas por promover la diversidad e inclusión entre nuestros clientes.

Paris se encuentra en el lugar 35 del ranking GPTW, encontrándose dentro de las mejores empresas para trabajar en Chile.

Pacto Global reconoció a Paris través de Conciencia Celeste en la categoría Derechos Humanos por nuestra iniciativa de prevención del Cáncer de Mama.

02

GOBIERNO Y LINEAMIENTOS CORPORATIVOS

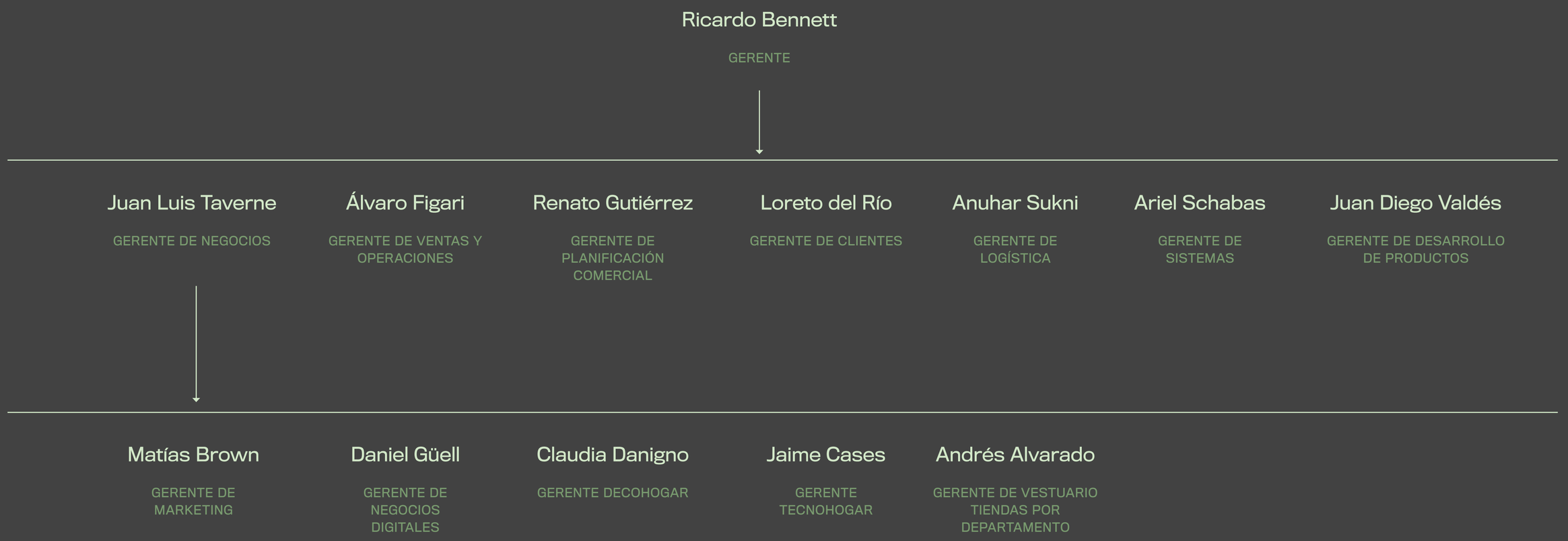
GOBIERNO CORPORATIVO

Somos parte de Cencosud

Somos parte de Cencosud, uno de los conglomerados de mayor preponderancia en América Latina, con una exitosa estrategia multiformato en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia. Su estructura contempla seis unidades de negocio: Supermercados, Mejoramiento del Hogar y Construcción, Retail Financiero, Shopping Centers, Costanera Center y Tiendas por Departamento.

La supervisión de todas las operaciones de Paris está a cargo del gobierno corporativo de Cencosud que, compuesto por un Directorio y un equipo directivo, entrega los lineamientos a todas las unidades de negocios. Para conocer más sobre Cencosud dirigirse a http://investors.cencosud.com/Spanish/inversionistas/gobierno-corporativo/estructura-de-gc/directorio/default.aspx

Tiendas por Departamento (TxD) está conformado por Paris, Jonhson y Eurofashion, el gobierno corporativo es liderado por Ricardo Bennett.


Ricardo Bennett
GERENTE
Juan Luis Taverne
GERENTE DE NEGOCIOS
Álvaro Figari
GERENTE DE VENTAS Y OPERACIONES
Renato Gutiérrez
GERENTE DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL
Loreto del Río
GERENTE DE CLIENTES
Anuhar Sukni
GERENTE DE LOGÍSTICA
Ariel Schabas
GERENTE DE SISTEMAS
Juan Diego Valdés
GERENTE DE DESARROLLO DE PRODUCTOS
Matías Brown
GERENTE DE MARKETING
Daniel Güell
GERENTE DE NEGOCIOS DIGITALES
Claudia Danigno
GERENTE DECOHOGAR
Jaime Cases
GERENTE TECNOHOGAR
Andrés Alvarado
GERENTE DE VESTUARIO TIENDAS POR DEPARTAMENTO

Nuestra mirada sostenible

PARIS CUENTA CON UN ÁREA DEDICADA A IMPULSAR Y DAR SEGUIMIENTO A LAS DIVERSAS INICIATIVAS Y PROGRAMAS EN SOSTENIBILIDAD QUE AÑO A AÑO POSICIONAN A NUESTRA EMPRESA COMO LÍDER EN ESTOS TEMAS. LA GOBERNANZA DE LA SOSTENIBILIDAD ESTÁ LIDERADA POR LA SUBGERENCIA DE MARKETING RESPONSABLE Y POR UN COMITÉ QUE INTEGRA A TODOS LOS GERENTES DE PRIMERA LÍNEA.

LINEAMIENTOS CORPORATIVOS

Ética

El Sistema de Gestión Ética de Cencosud contempla el cumplimiento cabal de los principios y valores establecidos en su Código de Ética, señalando los canales destinados a consultas y denuncias, los que son administrados por un tercero independiente con experiencia internacional para ayudar al colaborador cuando tiene dudas y tratar de detectar incumplimientos a estas normas con absoluta reserva.

Cencosud dispone de diversos canales para facilitar y formalizar las consultas y denuncias, tales como la línea telefónica gratuita (800-104-031); el sitio https://eticacencosud.lineaseticas.com; el correo electrónico lineaeticacencosud@kpmg.com.ar; y las entrevistas personales (solicitadas por línea telefónica gratuita).

En el caso específico de ética publicitaria, hemos capacitado a todo el equipo de marketing en base al Código de Ética Publicitario, de esta forma esperamos lograr ser transparentes, honestos y construir

credibilidad en las personas, para generar confianza en nuestros clientes. A través de nuestra comunicación buscamos promover una conducta sustentable en los consumidores y por ello, debemos tener autodisciplina en la actividad publicitaria.

Durante 2018, Paris no recibió multas relativas al incumplimiento en salud y seguridad de productos y servicios ni multas relacionadas con las comunicaciones de marketing.

Sostenibilidad

La Política de sostenibilidad define lo que entiende Cencosud por este tema, además de establecer compromisos con los cuatro grupos de interés y con el medioambiente. Si quieres ver el documento completo, te invitamos a abrir

https://www.cencosud.com/politica-de-sostenibilidad/cencosud/2016-04-21/093353.html

Medioambiente

La intensa y constante pasión por el tema medioambiental llevó al holding a generar una política específica que dicta los lineamientos respecto a los residuos, eficiencia energética y emisiones, entre otras unidades. Si quieres ver el documento completo, accede a

https://www.cencosud.com/politicamedioambiental/cencosud/2016-04-21/091905.html.

Diversidad e inclusión

Cencosud tiene una política que demuestra su voluntad de potenciar culturas organizacionales fuertes y centradas en las personas, donde el respeto por la diversidad y la inclusión es fundamental para todas sus unidades de negocio.

03

CONCIENCIA CELESTE

MANIFIESTO CONCIENCIA CELESTE

Nos inspira nuestra estrategia Conciencia Celeste, guía transversal que define la forma de cómo pensamos, actuamos y vivimos la sostenibilidad en Paris. Nos entendemos como parte de una sociedad que busca una mayor transparencia, flexibilidad y cambio, por ello tenemos las puertas abiertas a escuchar a nuestros grupos de interés, ya que aspiramos a que participen activamente; puesto que su aporte es muy valioso para nosotros, seguir trabajando juntos resultará como beneficio para las futuras generaciones.

Para potenciar el equilibrio ambiental, económico y social en la compra, asumimos que el compromiso con el consumo responsable está alineado con entregar información de calidad, ofrecer líneas de productos sostenibles a los clientes, promover nuevos emprendimientos, reducir el impacto ambiental e incentivar el reciclaje en todas nuestras acciones.

Con las mismas ganas, favorecemos la equidad social y la descentralización de las tiendas Paris, que actúan como fuentes de desarrollo en las comunidades donde estamos, al promover una intensa colaboración con sus habitantes e integrar a los proveedores locales a nuestra cadena de valor. Sin embargo, nada de esto sería posible si no tuviéramos el firme compromiso de las personas con quienes trabajamos, en un espacio de trabajo abierto en el que son escuchadas, donde pueden desarrollarse y beneficiarse de las mejores prácticas de calidad de vida laboral.

FOCO PRINCIPAL

FOCO 1

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

SER 100% CIRCULAR

FOCOS DE APOYO

FOCO 2

CALIDAD DE VIDA LABORAL

FOCO 3

CUIDADO MEDIOAMBIENTAL

FOCO 3

DESARROLLO COMUNITARIO

MANIFIESTOS

- MANIFIESTO DE DERECHOS HUMANOS
- MANIFIESTO DE TRANSPARENCIA
- MANIFIESTO DE COLABORACIÓN
- MANIFIESTO DE INCLUSIÓN LABORAL
- MANIFIESTO DE EQUIDAD SOCIAL
- MANIFIESTO DE PARTICIPACIÓN
- MANIFIESTO DE DIVERSIDAD
- MANIFIESTO DE PROVEEDORES
- MANIFIESTO DE RESPETO Y BUEN TRATO
- MANIFIESTO DE MEDIOAMBIENTE

GRUPOS DE INTERÉS

CLIENTES

SUBGRUPOS

- Clientes preferentes
- Clientes Paris.cl
- Clientes generales

MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

- Pensando Paris
- Encuesta anual de sostenibilidad
- Newsletter
- Call center
- Chat online
- Libro de reclamos y sugerencias
- Servicio al cliente en tiendas

COLABORADORES

SUBGRUPOS

- Colaboradores
- Administración Central
- Colaboradores tiendas
- Sindicatos

MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

- Encuesta anual de sostenibilidad
- Encuesta Ranking Sustentabilidad
- Empresarial Prohumana
- Reuniones con federaciones de sindicatos
- Workshops anuales con sindicatos

PROVEEDORES Y PYMES

SUBGRUPOS

- Proveedores sostenibles
- Proveedores de alto riesgo
- Proveedores nacionales
- Proveedores extranjeros

MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

- Encuesta anual de sostenibilidad
- B2B
- Newsletters

COMUNIDAD

SUBGRUPOS

- Vecinos de nuestras tiendas
- Emprendedores locales en las comunas donde estamos presentes

MECANISMOS DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

- Encuesta evaluación Paris Parade
- Espacio de consultas y sugerencias en la web Conciencia Celeste

CREEMOS EN EL TRABAJO COLABORATIVO

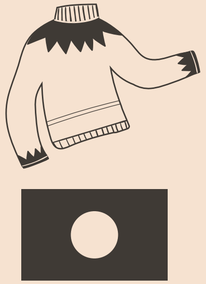
Porque creemos en la fuerza del trabajo colaborativo, formamos parte de algunas iniciativas colectivas orientadas a generar cambios para la construcción del mundo que queremos.

PACTO GLOBAL

Adherimos desde el 2014, junto a más de 10.000 empresas del mundo. Esta iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) es el primer pacto internacional orientado a velar por la sostenibilidad global.

PROHUMANA

Desde el 2012 estamos participando con esta organización chilena que identifica, promueve y coordina las buenas prácticas para un desarrollo humano.



ACCORD

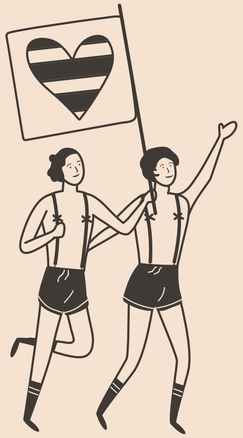
En 2016 nos unimos a este acuerdo, creado para garantizar un entorno de trabajo seguro en la industria textil de Bangladesh.

PRINCIPIOS DE EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

En 2017 suscribimos a estos principios, elaborados por la asociación entre ONU Mujeres y Pacto Global, como una forma de consolidar nuestras acciones en torno a la equidad de género.

2020 CIRCULAR FASHION SYSTEM COMMITMENT

En 2017 asumimos el compromiso de acelerar la transición hacia un esquema circular de la moda que busca restaurar y regenerar materiales, así como ofrecer un diseño innovador y una mayor participación de los clientes.



PRIDE CONNECTION

Desde 2017, Paris es miembro de Pride Connection Chile, una red de empresas que busca promover espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual, y generar lazos para la atracción de talento LGBT a las distintas organizaciones que la componen.

04

FOCO PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

PARIS SE COMPROMETE A FAVORECER UN CONSUMO QUE EQUILIBRE LAS DIMENSIONES AMBIENTAL, ECONÓMICA Y SOCIAL. PARA ELLO ENTREGARÁ A SUS CLIENTES INFORMACIÓN DE CALIDAD, LOS SENSIBILIZARÁ AL RESPECTO Y TRABAJARÁ EN GENERAR CADENAS DE PRODUCCIÓN MÁS RESPONSABLES, PRODUCTOS TRAZABLES Y COLECCIONES SOSTENIBLES.

ESTE COMPROMISO IMPLICA NECESARIAMENTE LA PARTICIPACIÓN DE NUESTROS PROVEEDORES, ALIADOS ESTRATÉGICOS PARA ALCANZAR UNA PRODUCCIÓN SOSTENIBLE; Y TAMBIÉN DE NUESTROS CLIENTES, A QUIENES ESTÁN DIRIGIDAS NUESTRAS INICIATIVAS DE CONSUMO RESPONSABLE Y TODOS LOS ESFUERZOS PARA QUE TENGAN UNA EXPERIENCIA DE COMPRA ÚNICA.

META 2025
SER 100% CIRCULAR

GESTIÓN RESPONSABLE DE PROVEEDORES

Reconocemos la relevancia de nuestros proveedores, con quienes compartimos el compromiso con la sostenibilidad.

METAS		ESTADO 2018
Firma del 100% de proveedores de China y Bangladesh de la Carta de Compromiso, en 2018.	🔴	El 8,1% de los proveedores de China la ha firmado, y el 100% de los proveedores de Bangladesh firmó en 2018.
Suscripción del 70% de proveedores de vestuario a Sedex en China y Bangladesh, en 2018.	🔴	3,5% estaban inscritos en 2018 (29 de China y 6 de Bangladesh).
Autoevaluación de 100 proveedores nacionales, a partir de 2017.	🟢	Durante 2018, 180 proveedores realizaron su autoevaluación. En total 294 empresas han realizado su evaluación.
Visita inicial al 100% de proveedores con riesgo alto, en 2018.	🔴	Se visitó al 90% de los proveedores de alto riesgo (26 fábricas de 18 proveedores en China).
Adscripción del 100% de proveedores nacionales a acuerdos comerciales en el B2B, en 2018.	🔴	Al término del período, el 17% de los proveedores nacionales contaba con su acuerdo.
Pago a 30 días al 100% de las micro y pequeñas empresas nacionales declaradas como tales en el B2B, desde 2017.	🔴	72% de ellas recibieron el pago a 30 días en 2018 (94 en total).
Entrega de beneficios de transporte y marketing al 80% de las micro y pequeñas empresas nacionales declaradas como tales en el B2B, desde 2017.	🔴	Durante 2018, 41% de las micro y pequeñas empresas declaradas recibió el beneficio.
Participación de 100 proveedores en instancias de diálogo anuales, desde 2017.	🟢	Mantuvimos comunicación directa con 350 proveedores.
Envío de dos newsletters al año a proveedores, desde 2017.	🔴	En 2018 enviamos 1 newsletter.
Seleccionar 10 proveedores en base a criterios de sostenibilidad al 2017.	🟢	40 proveedores seleccionados en base a criterios de sostenibilidad.
Inspecciones SEE anuales a 100 fábricas internacionales, desde 2017.	🟢	En 2018 se inspeccionaron 150 fábricas.
Equipos comerciales capacitados anualmente en Moda Responsable.	🟢	Entrega de manual sobre moda responsable a los colaboradores en 2018.

Trabajando en equipo

Nuestros proveedores son parte importante de nuestra cadena de valor. Sin el trabajo en conjunto, nuestros productos no lograrían los estándares de calidad que los clientes esperan ni las transformaciones hacia una oferta cada vez más sostenible, por eso nos preocupamos por saber quiénes son nuestros proveedores.

2.210

proveedores en total
(15,5% más que en 2017)

56,7%

proveedores nacionales (1.254)

Representan el 72% del gasto total en proveedores

43,3%

proveedores internacionales (956)

612

proveedores pyme

Sostenibilidad compartida

Esta iniciativa que involucra la participación activa y trabajo en conjunto con nuestros proveedores tiene 5 ejes vinculados directamente con la sostenibilidad:

1

Cadenas más sostenibles

2

Acuerdos transparentes

3

Pequeñas empresas

4

Provee innovación

5

La hora del café

1. CADENA DE VALOR MÁS SOSTENIBLE

Con el objetivo de generar cadenas de valor más sostenibles realizamos una serie de acciones, priorizando aquellas que se relacionan con el Código de Proveedores Comerciales de Tiendas por Departamento y con los mecanismos desarrollados para cumplirlas.

A. CÓDIGO DE PROVEEDORES COMERCIALES DE TIENDAS POR DEPARTAMENTO

Lineamientos:

- Temas laborales
- Temas éticos
- Temas medioambientales
- Trabajo infantil
- Trabajo forzoso
- Inclusión y diversidad
- Productos seguros
- Respeto por los animales
- Cuidado de recursos naturales
- Políticas de anticorrupción y competencia leal
- Materias primas sustentables y principio de economía circular
- Trazabilidad
- Químicos
- Libertad de decisión y asociación

B. MECANISMOS DE ASEGURAMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO

Una de las piedras angulares que nos permite asegurar y monitorear el cumplimiento de los proveedores de los mínimos establecidos en nuestro código, es el módulo de sostenibilidad del portal B2B de Paris, principal herramienta de comunicación con ellos. En este módulo se les solicita a los proveedores firmar voluntariamente una carta de compromiso, en la cual adscriben a tener un desarrollo sostenido y sostenible, cumpliendo lo expuesto en el código de ética, y a los proveedores nacionales a realizar una autoevaluación.

ACUERDOS CON PROVEEDORES NACIONALES E INTERNACIONALES	2017	2018
Nº de proveedores nacionales que han firmado la carta de compromiso	66	211
Porcentaje con respecto al total	6,90	16,82
Nº de proveedores internacionales que han firmado la carta de compromiso*	51	78
Porcentaje con respecto al total	5,3%	8,1%

AUTOEVALUACIÓN DE PROVEEDORES NACIONALES	2017	2018
Número de proveedores nacionales que ha realizado su autoevaluación	114	294

*Número de proveedores de China.

Nota: Se contabiliza la cantidad acumulada de proveedores, es decir aquellos de este año y los anteriores.

Tenemos una plataforma llamada Sedex que contiene una base de datos para gestionar información ética, social y ambiental de proveedores, en dicha plataforma hay 29 proveedores de China y 6 de Bangladesh, llegando a 35 en 2018.

Además, se evaluaron 453 proveedores en soborno y corrupción, respeto por los derechos humanos, libertad de asociación, salud ocupacional, riesgo de trabajo infantil y, criterios medioambientales.

C. PARIS ES PARTE DEL ACUERDO DE BANGLADESH[1]

En 2016 Paris se convirtió en la primera empresa de América Latina que se unió a esta iniciativa. El acuerdo busca mejorar, en conjunto con el gobierno de Bangladesh, las condiciones laborales de los colaboradores de las fábricas textiles con un enfoque orientado a lograr lugares de trabajo más seguros. En el marco de este acuerdo se realizaron 77 visitas de inspección a las fábricas de nuestros proveedores.

[1] Más información en: https://bangladeshaccord.org

2. ACUERDOS TRANSPARENTES

Porque nos gusta trabajar de manera transparente, promovemos la publicación de los acuerdos en el B2B para que todos los involucrados puedan acceder a ellos. Para finales de 2018, los representantes legales de 153 proveedores firmaron el acuerdo comercial que incluye explícitamente cláusulas sobre DDHH.

3. PEQUEÑAS EMPRESAS

Nos importa mucho el tamaño de nuestros proveedores, porque sabemos que esto provoca diferencias. En Paris, aquellos que son reconocidos como micro o pequeñas empresas acceden a beneficios adicionales, a proyectos especiales orientados a ellos y al pago de sus facturas en un plazo no mayor a 30 días.

Nota: Se contabilizan aquellos proveedores que firmaron ese año y los anteriores, es decir la cantidad acumulada.

PEQUEÑAS EMPRESAS	2017	2018
Cantidad de empresas nacionales declaradas como micro o pequeñas empresas en el B2B	32	94
Cantidad de empresas nacionales declaradas como micro o pequeñas empresas en el B2B que se pagan a 30 días	27	68
Cantidad de empresas nacionales declaradas como micro o pequeñas empresas en el B2B que reciben beneficios de transporte y marketing	17	39
Porcentaje con respecto al total	5,3%	8,1%

DÍAS DE PAGO A PROVEEDORES NACIONALES	2017	2018
Grandes empresas	25	46
Medianas	26	42
Pequeñas empresas	27	58

4. PROVEE INNOVACIÓN

También estamos enfocados en ampliar cada vez más la oferta de productos sostenibles. Para eso capacitamos a nuestros equipos comerciales, con una formación llamada “¿Y si la moda fuera más consciente?”. Porque elegir productos responsables depende de nosotros, esta capacitación recoge las mejores prácticas de la industria textil y guía la toma de decisiones de nuestros equipos de compra, enseñándoles a elegir materiales más sostenibles, incluir procesos más limpios, prestar atención al diseño para minimizar los residuos y mostrándoles los impactos que genera cada tela.

En marzo de 2018, se entregó un manual de moda responsable a los colaboradores para facilitar la búsqueda de productos responsables.

5. LA HORA DEL CAFÉ

Para mantener una comunicación constante y fluida con nuestros proveedores, durante 2018 tuvimos cuatro instancias de diálogo. Todas estas instancias generaron la participación de 350 proveedores; un 45% más que el año anterior, instancia en donde participaron 240 proveedores.

a. Newsletter: dirigido a proveedores nacionales, se envió 1 newsletter que expuso los progresos del Programa Sostenibilidad Compartida y otras actividades de Paris en este ámbito.

b. Llamados telefónicos: se contactó a 340 proveedores nacionales, para contarles del Programa Sostenibilidad Compartida y conocer su desempeño en sostenibilidad.

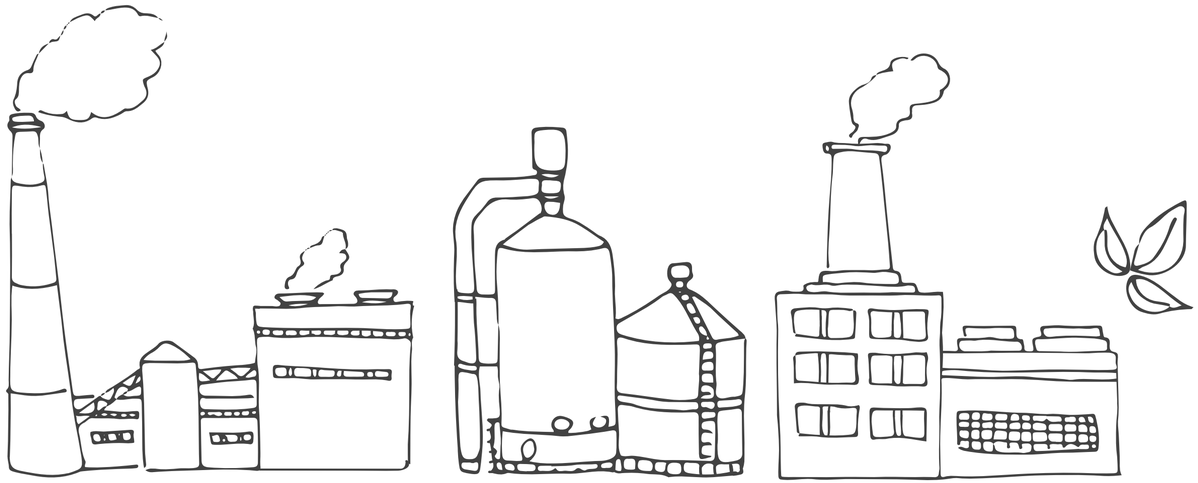
c. Visitas en terreno: en diciembre se visitaron 150 fábricas, de China y Bangladesh.

d. Capacitación: se llevaron a cabo 2 talleres de capacitación a un total de 10 proveedores, respecto a los contenidos del Código de Proveedores Comerciales de Tiendas por Departamentos.

Visitando a nuestros proveedores compartida

Con el propósito de avanzar en la implementación del programa Sostenibilidad Compartida, profesionales del equipo de Paris realizan visitas a los proveedores y sus instalaciones (fábricas) para identificar acciones positivas, así como aquellas que podrían contravenir el Código de Sostenibilidad de Paris. Luego de aquello, se elabora un plan de acción en conjunto con los representantes de los proveedores si la evaluación así lo requiere.

Los proveedores que tengan una evaluación negativa (que tengan menos del 50% de los requerimientos de Paris) o incumplan algún aspecto crítico, son categorizados como de alto riesgo. Ellos podrán continuar operando con Paris luego de demostrar acciones de mejoramiento inmediatas y de enviar sus planes de acción en un plazo máximo de 15 días. De lo contrario, se suspende hasta que apruebe una nueva inspección.



Durante 2018, realizaron 150 inspecciones SEE a fábricas de 47 proveedores en China.

PROVEEDORES	CHINA	BANGLADESH	INDIA	INDONESIA	PAKISTÁN
Número de proveedores	787	4	62	11	6
Número de proveedores de alto riesgo	0	0	0	0	1

Buscamos productos y proveedores para un mundo mejor

Los criterios específicos de Paris, tales como las certificaciones ambientales, los artículos locales, el comercio justo, el recto uso de los materiales y el tener una causa social, nos guían para seleccionar a proveedores y productos que también están buscando hacer del mundo un lugar mejor. En 2018 llegamos a tener 40 proveedores (1,8% del total) que cumplen con uno o más de estos cánones. Si bien logramos un importante incremento respecto al 2016, año en que solo tuvimos 8, y al 2017, cuando tuvimos 20, seguimos trabajando para que esta cifra sea cada vez mayor.

Volver a Tejer es un proyecto de Paris en colaboración con INDAP y Fundación ONA, cuyo fin es rescatar el oficio del hilado y potenciar el trabajo de las artesanas de Chile. Esta iniciativa, que cumple con los criterios de ser local, velar por el comercio justo, la causa social y el cuidado medioambiental, pone como centro el valor de la trazabilidad de la cadena productiva para mostrar al consumidor final la historia de los artículos.

La trazabilidad comienza en los predios donde viven los animales de las hilanderas, la esquila o trasquila, el lavado, hilado, teñido, transporte de la materia prima, el tejido de la prenda, el recorrido hasta nuestras tiendas y los cuidados de uso de las prendas después de la venta. Se puede conocer desde cuántos animales fueron esquilados y en qué predios, hasta las fichas técnicas de los procesos, pasando por quienes confeccionaron los diferentes artículos.

Además, se trabaja directamente con las organizaciones de hiladoras y tejedoras, quienes reciben aportes de materiales y capacitaciones en técnicas que cuidan el medio ambiente y de comercio justo.

¿Cómo funciona Volver a Tejer?

1

¿De dónde viene la materia prima?

Materias nobles provienen de un buen trato animal de productores ganaderos de las zonas norte (llama), centro (alpaca) y sur (oveja) del país.

2

¿Cómo se procesa la materia prima?

Se usan tintes biodegradables para el teñido y se utilizan menos recursos hídricos en el proceso, cuidando así nuestros recursos naturales.

3

¿Quiénes realizan este trabajo?

Organizaciones de hiladoras en el país realizan el hilado protegiendo el patrimonio natural de Chile.

4

¿Quiénes realizan la confección de las prendas?

Organizaciones de tejedoras usan la lana hilada para crear productos de patrimonio cultural local que son vendidos en todo el país.

5

¿Cómo se venden los productos?

Vendemos las prendas confeccionadas a público general, a través de los múltiples canales que tiene Paris para que el trabajo realizado localmente por estas organizaciones llegue a más personas.

CONSUMO RESPONSABLE

Queremos que nuestro negocio sea parte de un mundo mejor. Por eso, aportamos desde una perspectiva de consumo responsable impulsando iniciativas que nos lleven a pensar circular.

METAS	DESEMPEÑO	ESTADO 2018
CONSUMO RESPONSABLE		
OFERTA DE PRODUCTOS SOSTENIBLES		
Lograr que el 50% de los clientes afirme: "Paris me informa sobre los posibles impactos que generan sus productos y servicios en el ambiente y en la sociedad", en 2020.		41,87% de los clientes encuestados están de acuerdo o muy de acuerdo con esa afirmación.
Agregar una colección sostenible por año por división (no incluye Electro-Tecno).		Durante 2018 se ofrecieron 23 colecciones sostenibles.
Implementar un piloto de trazabilidad, en 2018.		Durante 2018 se desarrolló el marco para aplicar la trazabilidad de los productos, el piloto será lanzado en 2019.
Lograr que el 100% de los productos sean trazables al 2025.		0 productos trazados.
Realización de testeo de atributos de sostenibilidad a muestras de productos anualmente.		Evaluamos 12 muestras con el STANDARD 100 by OEKO- TEX®.
EXPERIENCIA DE CLIENTES		
Superar el 80% en la encuesta de satisfacción en el TES cada año.		En 2018, obtuvimos un 70% en la encuesta de satisfacción TES.
Que el 50% de los clientes se sienta considerado o muy considerado para influenciar cambios respecto a los productos y servicios de Paris en 2020.		48% de nuestros clientes se sienten considerados o muy considerados con dicha afirmación.
CONCIENTIZACIÓN DEL CLIENTE		
100% unidades de vestuario vendidas de marcas propias recuperadas para reciclaje al 2025*.		El 0,6% de las prendas son recuperadas para reciclaje.
Mantener los puntos limpios de vestuario en el 100% de las tiendas.		El 100% de nuestras tiendas cuenta con puntos limpios de vestuario.
Implementar una iniciativa de mejora propuestas por clientes a través de Pensando Paris cada año.		5 iniciativas fueron implementadas durante 2018.

* Bajo el supuesto de que las prendas pesan en promedio 400 gramos.

NUESTROS CLIENTES, NUESTRA RAZÓN DE SER

Los clientes son la inspiración y la razón de ser de nuestra empresa. Para nosotros, entregarles la mejor experiencia es hacer que se sientan sorprendidos, valiosos y diferentes. Por ello, los escuchamos constantemente para entender sus anhelos y tendencias, mejorando cada día para entregarles los mejores productos y servicios; entendiendo la buena calidad en la atención como algo básico, y la oferta sostenible como algo a lo que aspiramos.

ESCUCHAMOS A NUESTROS CLIENTES: PENSANDO PARIS

Nuestra motivación es ser 100% circulares y aportar, desde nuestro negocio, a la incorporación de formas de consumo responsables con el planeta y con la sociedad. Nuestros clientes son aliados para pensar e imaginar un Paris circular, lo que se manifiesta a través de la iniciativa “Pensando Paris”, donde nuestros clientes pueden opinar y aportar con propuestas de mejora para las tiendas. Es así como, durante 2018, recibimos 787 propuestas de las cuales 5 fueron implementadas.

1. Sin Boletas
2. Sin catálogos
3. Extensión de ticket de cambio en Navidad
4. Despacho gratis para “Pensando Paris”
5. Gestión de clientes preferentes: Invitarlos a los eventos en tienda

PROPUESTAS RECIBIDAS 2017 **1.235**

PROPUESTAS RECIBIDAS 2018 **787**

PROPUESTAS DESARROLLADAS 2017 **5**

PROPUESTAS DESARROLLADAS 2018 **5**

MEJORAMOS LA EXPERIENCIA DE COMPRA EN TIENDAS

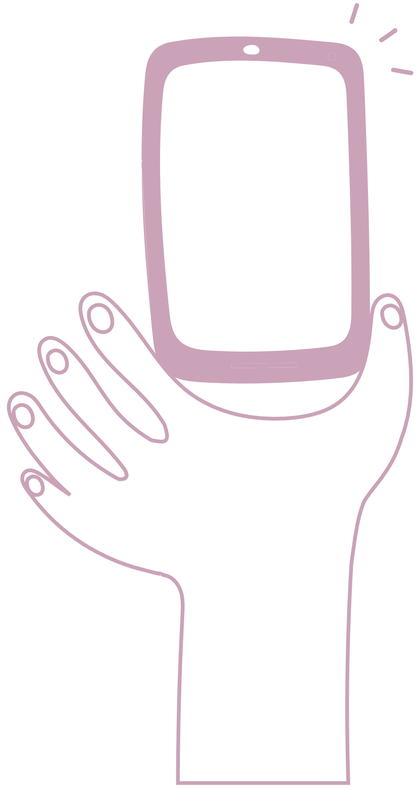
Para mejorar la experiencia de compra en tiendas, instalamos cajas de autoservicio para ofrecer a nuestros clientes una forma rápida y sencilla para hacer sus compras. En 2017 contábamos con 2 cajas de autoatención ubicadas en Paris Florida Center y Paris Parque Arauco. Debido al éxito, cerramos 2018 con 18 puntos de autoatención y para 2019 esperamos contar con cajas autoservicio en todo Chile.

CAJAS DE AUTOSERVICIO	2017	2018
Nº Total de Tiendas con Cajas Autoservicio	2	12
Nº de Cajas autoservicio promedio por tienda	4	4,5

COMPRA DIGITAL: UNA EXPERIENCIA DE COMPRA SOSTENIBLE

Los canales digitales se suman a la experiencia de compra de Paris, aportando rapidez, disponibilidad, variedad, y como valor agregado incorpora un elemento de sostenibilidad en el proceso: la disminución del impacto ambiental. La digitalización de los procesos implica menos emisiones de CO2 vinculados a traslados de clientes y productos.

Los canales disponibles para la experiencia online de nuestros clientes son Paris.cl y los kioscos disponibles en nuestras tiendas.

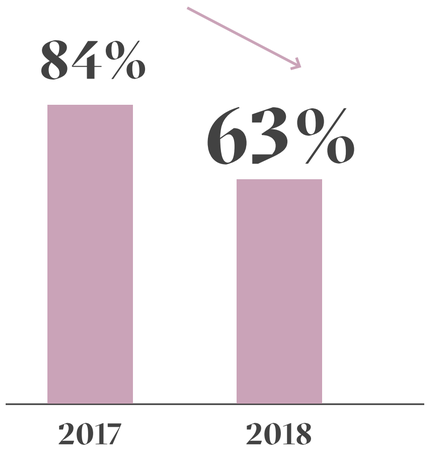


	2016	2017	2018
Nº de visitas a Paris.cl	70.249.349	92.512.661	107.507.704
% de transacciones digitales respecto al total de Paris	3,1%	4,1%	5,8%

¿CÓMO PREFIERE EL CLIENTE OBTENER SU PRODUCTO LUEGO DE LA COMPRA ONLINE?

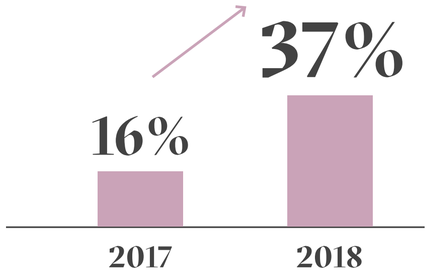
Retiro en tienda

Sin costo. Los clientes pueden acudir a nuestras tiendas para retirar los productos adquiridos online



Despacho

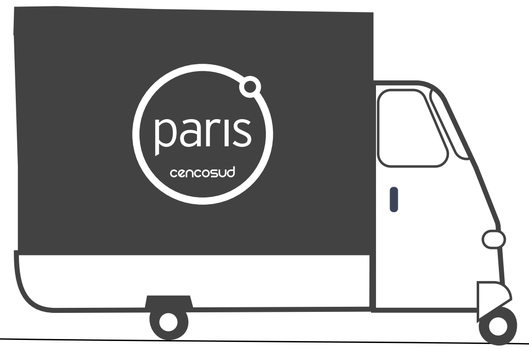
Los clientes reciben los productos adquiridos en la dirección de despacho solicitada.



DESPACHOS	2017	2018
Porcentaje total de despachos que son realizados en el tiempo acordado o antes	92%	92,3%
Tiempo promedio de despacho desde la salida del centro de distribución	1,7 DÍAS	1,6 DÍAS
Promedio de productos despachados por día	1.300 UNIDADES	2.150 UNIDADES
Porcentaje de cumplimiento de despachos en el primer intento	97,8%	99,1%*

Nota: Para el cálculo no se incluyen los despachos de los proveedores hacia los clientes.

* No considera eventos asociados a clientes (rechazos, reagendar, etc.)



Cambiemos juntos la forma de comprar

En Paris, entendemos que tenemos que cambiar juntos las formas de comprar para lograr ser más sostenibles y circulares. La tarea no es sencilla, implica modificar procesos dentro de la empresa y tiempo de adaptación de las personas, pero sabemos que traerá resultados positivos. Para ello, primero, damos una oferta de productos sostenibles a los clientes, que tengan criterios medioambientales y sociales en su propuesta de valor, enriqueciendo nuestro catálogo de productos. Segundo, nos preocupamos de disminuir nuestros residuos, eliminando la fuente y dejando de utilizar aquello que no es necesario; y tercero, aquellos que generamos y no se pueden disminuir los reintegramos a nuestros procesos para reutilizarlos o reciclarlos.

Primero: Escoger productos sostenibles

OFERTA DE PRODUCTOS SOSTENIBLES

Durante 2018 contamos con 44 colecciones sostenibles en 9 divisiones, 23 más que en 2017.

Vestuario mujer	· Sprit con jeans de algodón reciclado y orgánico · Aussie con poleras de algodón orgánico		
Vestuario hombre	· Wrangler con jeans y top ecofriendly de material reciclado · Aussie poleras de algodón orgánico		
Vestuario infantil	· Colección de Volver a Tejer · Tribu con poleras OEKO-TEX® · Aussie con poleras de algodón orgánico		
Juguetería	· Mar de Estrellas · RODA	· Caramba · Dollversity	
Deporte	· Egomoto (moto eléctrica) · Límite Sur · Patagonia · Haka Honu	· Pelota Fútbol Más · Colección de Spalding que hace aportes para la Cooperación Yo Mujer	
Zapatos	· Green Glas · Rupestre · Muka · Pantano Pallet · Gubia · Blon	· Crafter · Black Dising · El Castillo · Winnetka · Apitara · Dora Decora	· Decotaller · Taller Holz · Asimétrika · Coanil · House of Marley
Accesorios	· Bolsas reutilizables · Mochilas Kanken de plástico reciclado		
Belleza	· Urban decay · Lush		

PRODUCTOS SEGUROS Y CONFIABLES

Desde hace ya dos años evaluamos muestras de prendas de los productos en base al STANDARD 100 by OEKO- TEX®, que establece estrictos requisitos para posibles sustancias nocivas presentes en los textiles. Desde su introducción en 1992, el principal objetivo del STANDARD 100 by OEKO-TEX® es desarrollar criterios de ensayo, límites y métodos de prueba sobre una base científica. Su amplio y riguroso catálogo de medidas con varios cientos de sustancias concretas reglamentadas, considera:

- Normativas legales importantes como tintes azoicos prohibidos, formaldehído, pentaclorofenol, cadmio, níquel, etc.
- Numerosas sustancias químicas nocivas para la salud, aunque no estén reguladas por la legislación.
- Requisitos de los anexos XVII y XIV del Reglamento Europeo sobre Sustancias Químicas (REACH), así como de la lista de sustancias candidatas SVHC de la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos (ECHA por sus siglas en inglés) que, en opinión del grupo de expertos de la Comunidad OEKO- TEX®, sean relevantes para telas, productos textiles, prendas o accesorios. Los debates y desarrollos relevantes se incorporan de la forma más rápida y efectiva posible mediante actualizaciones a los requisitos del STANDARD 100 by OEKO-TEX®.
- Requisitos de la Consumer Product Safety Improvement Act (CPSIA) de Estados Unidos, relativos al plomo.
- Numerosas clases de sustancias relevantes para el medio ambiente.

	2017	2018
Categorías de productos testeados	Primera capa recién nacido	Primera capa recién nacido
Resultados del testeo de atributos	Sin presencia de químicos	Sin presencia de químicos

Segundo: Nos preocupamos de disminuir nuestros residuos

ELIMINACIÓN DE LAS BOLSAS PLÁSTICAS

- En diciembre de 2017 fueron eliminadas todas las bolsas plásticas de las 43 tiendas Paris, lo que ayudó a los clientes a tomar conciencia de la necesidad de minimizar su uso, al ser perjudicial para el planeta. En 2018, ofrecimos la posibilidad de recibir gratuitamente una bolsa de papel certificado y de poder comprar cualquiera de los tres tipos de bolsas reutilizables que ponemos a su disposición.

- Normalmente circulaban alrededor de 30 millones de bolsas plásticas al año debido a Paris, lo cual fue eliminado; reduciendo, además, en 10 millones la circulación de otro tipo de bolsas.

	2016	2017	2018
Número total de bolsas plásticas entregadas	29.280.802	26.426.171	0
Número total de bolsas de papel entregadas	821.450	4.221.808	17.376.170
Número total de bolsas reutilizables vendidas	88.113	191.815	650.000

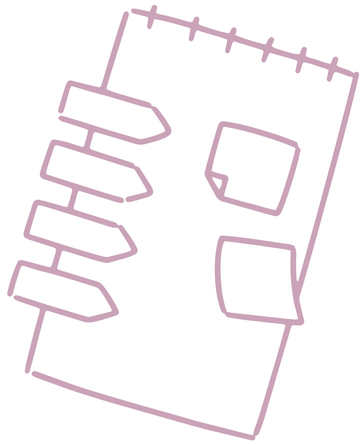
EMPAQUES AUTOLLEVABLES

- Estamos trabajando fuertemente en este importante complemento a la eliminación del uso de bolsas plásticas, para generar envoltorios que permitan llevar cómodamente el producto sin necesidad de un embalaje adicional. Este esfuerzo está dirigido especialmente hacia los artículos de marcas propias.

- Durante 2017 y 2018 logramos importantes avances en el departamento Deco- hogar. Ejemplos destacables son los quilt de los plumones Sarah Miller, Attimo, además de las almohadas de Alaniz, que vienen en empaques autollevables. Lo mismo hicimos con vajillas y baterías de marcas propias y con zapatos Opposite.

NO MÁS CATÁLOGOS

- El 28 de noviembre de 2018, se dejaron de imprimir catálogos, justo antes de uno de los meses en los que más se imprime a nivel de retail. En total se dejaron de imprimir 1.493 toneladas de papel.



1.493

TONELADAS DE PAPEL QUE SE DEJÓ DE IMPRIMIR

NO IMPRIMO MI BOLETA

- Anualmente gastamos más de 17 millones de metros de papel en imprimir las boletas. Con el fin de disminuir el impacto ambiental de las compras implementamos la campaña “No imprimo mi boleta”. Desde el 11 de octubre damos al cliente la opción de no imprimir su boleta y recibirla solo al mail, permitiendo además contar con un archivo automático de las compras para futuros requerimientos (cambios, garantía, etc.) se comenzó a dar a los clientes la opción de recibir la boleta al mail en vez de impresa. Aproximadamente el 5% de los clientes ya se ha sumado a esta iniciativa.

5%

DE LOS CLIENTES YA SE HA SUMADO A ESTA INICIATIVA.

Tercero: Reciclamos aquello que no podemos eliminar

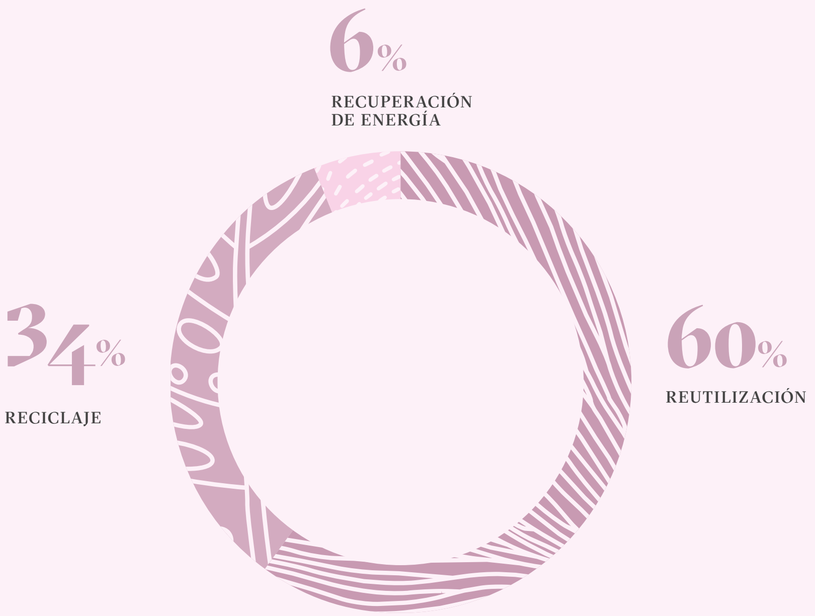
ROPA X ROPA

- Se ha constituido como un referente de la moda responsable del país desde su comienzo en 2013, donde se recolectaron 137 toneladas de ropa. A la fecha Paris lleva 872 toneladas de prendas recolectadas.
- Durante 2018, Paris empezó a trabajar con una nueva empresa recicladora de textiles llamada Retex en Chile, la cual recicla el 20% de lo recolectado. I:CO, la empresa alemana, tiene el 90% restante.

	2017	2018
Toneladas recolectadas	100	60
Porcentaje reciclado con I:CO	100%	90%
Porcentaje reciclado con Retex	0%	10%

Nota: en 2018 la campaña masiva se realizó solo una vez a diferencia de los otros años en que se realizó 2 veces, no obstante, todo el año hay puntos de recolección disponibles en el 100% de nuestras tiendas.

Las prendas recolectadas son destinadas a:



Nota: Datos promedio de la recicladora I:CO que incluye todo el material textil recopilado

RECICAMBIO

- Es un servicio de retiro de productos de línea blanca para su posterior reciclaje, los productos pueden estar en cualquier estado e incluyen refrigeradores, freezers, frigobares, lavadoras, secadoras, lavavajillas y cocinas. Este proceso se realiza en alianza con Degraf, Empresa B y principal recicladora de residuos electrónicos de Chile, junto a ellos trabajamos el manejo sustentable de los residuos y una disposición responsable en plantas autorizadas.

- El piloto fue iniciado en 2018 en la Región Metropolitana y a partir de 2019 estará además en la Región de Valparaíso.

CÓMO FUNCIONA

RECICAMBIO

1 Cuando quieras cambiar tu refrigerador, lavadora, secadora o cocina por una nueva, pídelo con Recicambio.

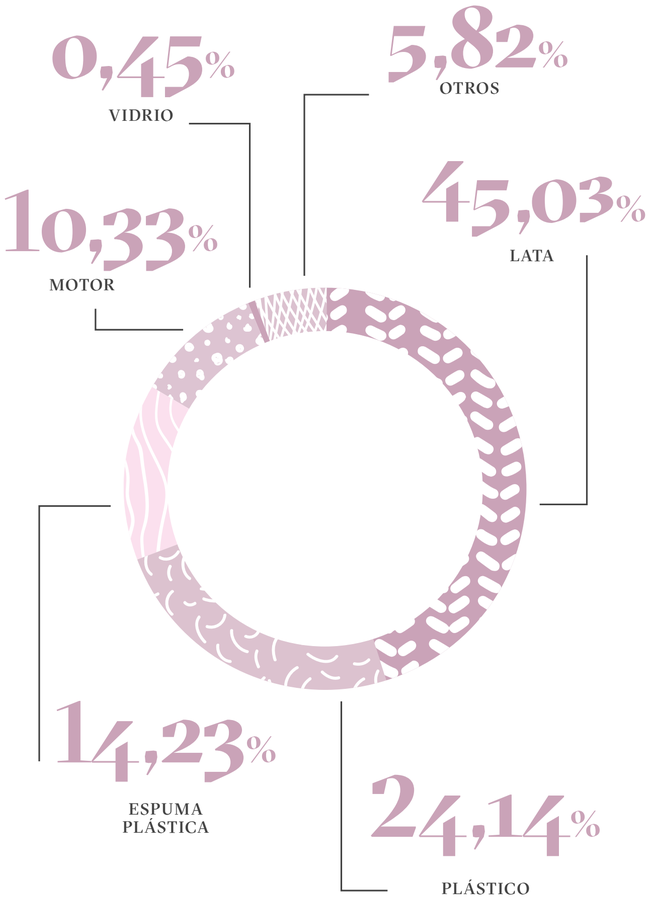
2 Recicambio es nuestro nuevo servicio de retiro y reciclaje de línea blanca, el cual podrás contratar por $10.000

3 Tú recibirás un 30% de descuento en la compra de tu nuevo producto de línea blanca.

4 Nosotros te contactaremos por teléfono para ir a buscar tu antiguo producto, en cualquier estado para que este sea reciclado.

5 El reciclaje será realizado por DEGRAF, empresa líder de reciclaje de electrónicos en Chile.

Los tipos de materiales generados a partir del proceso de desarme son:

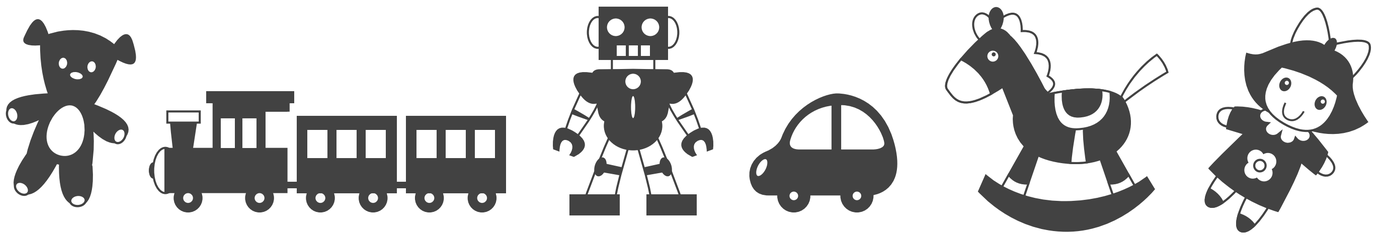


NOTA: Datos del informe mensual correspondiente a junio 2019.

JUGUETEXJUGUETE

- Inspirados en RopaXRopa, durante 2019 Paris presentó una novedosa iniciativa en la que participaron 5.000 clientes con el objetivo de contribuir con un mundo mejor: JugueteXJuguete.

- En solo 6 días, esta iniciativa permitió recolectar más de 50.000 juguetes en desuso, de los cuales el 9% será destinado a reciclaje.



DÁNDO UNA SEGUNDA VIDA A MILES DE JUGUETES

42% DE LOS JUGUETES LLEGÓ UN MUY BUEN ESTADO

solo necesitan ajustes y limpieza. Y en el caso de los peluches, lavado y sanitización.

49% DE LOS JUGUETES SERÁN REPARADOS

por el equipo de MODULAB, empresa especialista en upcycling.

LOS JUGUETES REPARADOS SERÁN DONADOS A:

Fundación San José

La Protectora de la Infancia

María Ayuda

MIDIENDO LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

Para conocer si estamos haciendo bien nuestro trabajo, evaluamos periódicamente la satisfacción de nuestros clientes, que ha ido en aumento desde el año 2016.

RESULTADOS CONSOLIDADOS	2016	2017	2018
Evaluación TES	64%	69%	70%
Evaluación post-venta	s/r	s/r	9%
Evaluación de satisfacción compras en Paris.cl	63%	71%	74%

s/r: Sin registro. En 2017, se declaró como consolidado de post-venta un 17%, pero durante 2018; la medición fue mejorada, por ende se declara sin registro el año anterior.

GESTIONAMOS LOS RECLAMOS

- Existen alrededor de 22 canales por los cuales las personas pueden hacer llegarnos sus reclamos en Paris, los principales reclamos son de despacho, garantía y anulaciones.
- Hubo reclamos por infracción a la ley del consumidor, los que corresponden a casos de: incumplimiento en la entrega de producto, error de publicación, publicidad engañosa, quiebre de stock, incumplimiento en las condiciones contratadas, producto defectuoso y garantías.
- Paris tuvo reclamos por infracción a la ley de privacidad, referentes a SPAM que recibieron clientes o llamados donde se ofrecen servicios, los cuales fueron notificados por el Sernac.

RECLAMOS	2016	2017	2018
Reclamos recibidos vía Sernac	5.767	7.542	7.286
Tasa de reclamos Paris	79,87	82,98	96,26
Tiempo promedio en el que se resuelven los reclamos (cierre)	12,9 días	11,8 días	10,25 días
Tasa de reiteraciones de reclamo de los clientes	18,44%	20,90%	18,36%

Nota: La tasa de reclamos se mide cada 10.000 transacciones. En 2018, se realizó una corrección a la medición de reclamos, las cifras de 2016 y 2017 son las nuevas tasas para esos años.

PROTECCIÓN FRENTE A ATAQUES CIBERNÉTICOS Y PRIVACIDAD DEL CONSUMIDOR

Paris tiene una estructura de gobernanza que asegura que los mecanismos de defensa contra ataques cibernéticos permeen toda la empresa. Es prioridad, para todos los que trabajamos en Paris, conocer los riesgos cibernéticos y tomar las mejores prácticas para mantener la seguridad de nuestros clientes.

COMITÉ DE SEGURIDAD INFORMÁTICA

Dos veces al año sesiona regularmente el Comité de Seguridad Informática, donde revisan la estrategia y/o los temas más relevantes de seguridad que afectan a la industria.

GERENCIA DE SEGURIDAD INFORMÁTICA & IT GOVERNANCE & COMPLIANCE

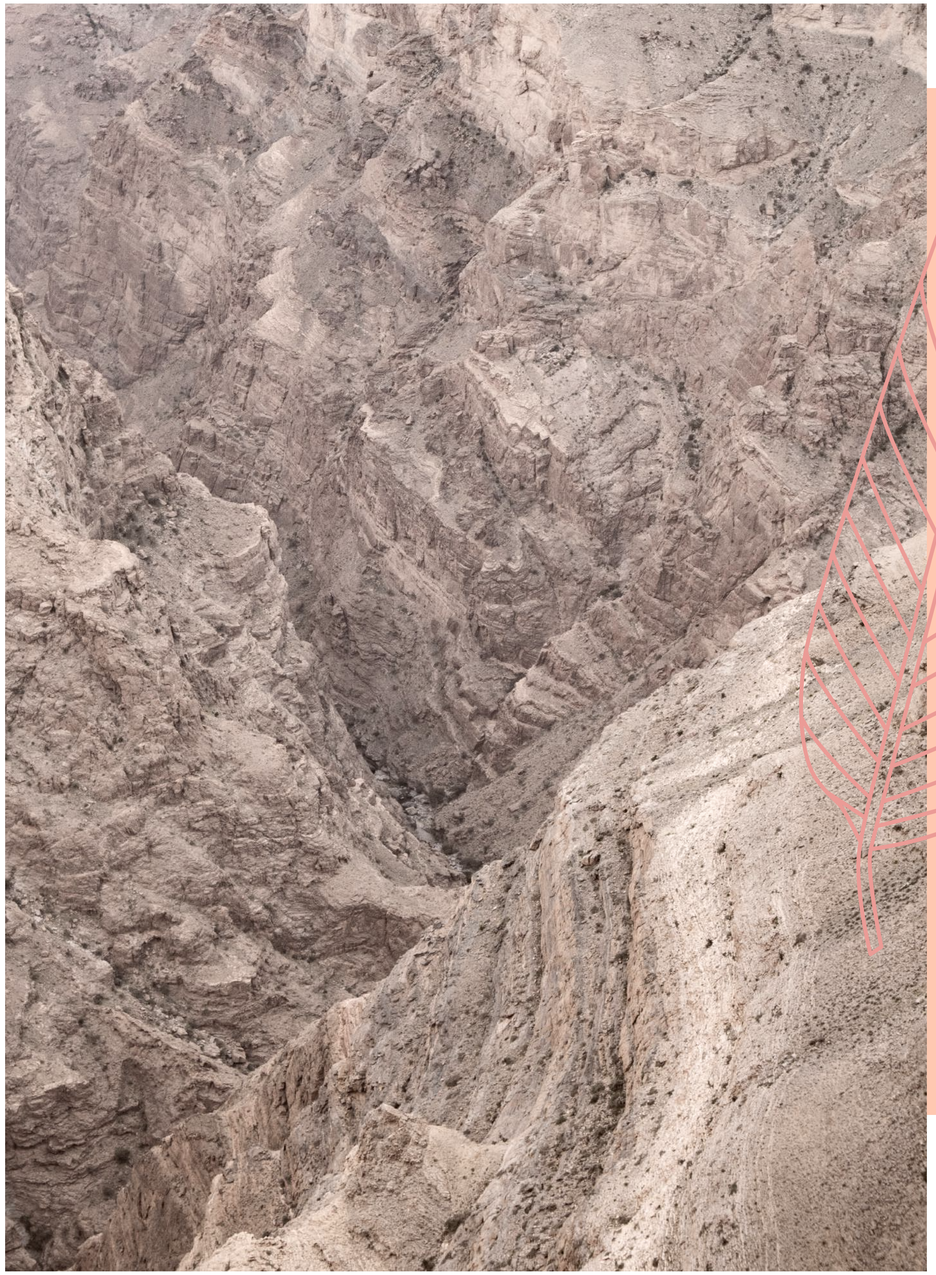
El área posee un marco normativo de seguridad para garantizar la seguridad de la información de la compañía, cubriendo los aspectos de confidencialidad, integridad y disponibilidad.

EQUIPO DE CIBERSEGURIDAD

Destinado exclusivamente a las tareas de definición e implementación de todas las medidas y acciones para prevenir, detectar y responder a amenazas y ataques informáticos internos o externos.

PROGRAMA DE CONCIENTIZACIÓN DE SEGURIDAD

Para todos los empleados, el programa tiene como objetivo generar la cultura de seguridad para alertar a los colaboradores de posibles amenazas y de la importancia de la seguridad de la información.



05

CALIDAD DE VIDA LABORAL

METAS

Paris se compromete a entregarle a sus colaboradores un lugar de trabajo seguro, donde se sientan escuchados y se puedan desarrollar y disfrutar cada día. Por eso, nos esforzamos en construir las mejores prácticas para mejorar el clima organizacional, contar con la más amplia oferta de beneficios, conciliar la vida laboral, familiar y personal, eliminar cualquier tipo de discriminación y así conseguir una plantilla diversa que enriquezca lo que somos y hacemos.

METAS		ESTADO 2018
INCLUSIÓN, DIVERSIDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO		
Lograr que haya un 5% de adultos mayores en la dotación total, al 2020.		5,3% de la dotación es mayor de 60 años.
Llegar a que un 1,5% del personal sean personas en situación de discapacidad, al 2020.		1,3% de la dotación se encuentra en situación de discapacidad.
CLIMA LABORAL		
Ser la mejor empresa de retail para trabajar en Chile según Great Place To Work, en 2025.		Durante 2018, Paris se ubicó en la posición 35 del ranking Great Place To Work Chile.
SALUD Y SEGURIDAD		
Lograr que el 50% de las colaboradoras en grupo de riesgo tengan su mamografía al día.		1.120 colaboradoras accedieron gratuitamente a una mamografía, lo que representa el 40,9% del grupo de riesgo (mujeres mayores de 40 años).

CIFRAS CLAVE

DOTACIÓN

9.708

COLABORADORES

3.085

HOMBRES

32%

6.622

MUJERES

68%

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

75%

DE LOS COLABORADORES HA RECIBIDO UNA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

INCLUSIÓN

1,3%

DE COLABORADORES EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

1,5%

DE LA DOTACIÓN ES MAYOR DE 60 AÑOS.

1,3%

DE LA DOTACIÓN ES EXTRANJERA

82%

DE LOS COLABORADORES HAN RECIBIDO AL MENOS UNA CAPACITACIÓN ONLINE O PRESENCIAL

CAPACITACIÓN

9,48hrs

EN PROMEDIO DE FORMACIÓN POR COLABORADOR

CLIMA

79%

ÍNDICE DE CONFIANZA EN TIENDAS

UN EQUIPO DIVERSO E INCLUSIVO

La riqueza de la diversidad

En Paris, buscamos fomentar una cultura interna que abrace la diversidad e inclusión como propia. Contamos con un Manifiesto propio de Diversidad y además nos regimos por la Política de Diversidad e Inclusión de Cencosud. Para focalizar nuestros esfuerzos nos hemos concentrado inicialmente en grupos LGTB, migrantes adultos mayores y personas en situación de discapacidad. Buscamos ser la tienda más diversa e inclusiva en el retail para el año 2025.

También hemos impulsado actividades de reflexión y formación en el tema:

- Los líderes del 40% de las tiendas, así como administración central y centros de distribución recibieron charlas de sensibilización.
- Durante junio, junto a la Fundación Iguales, realizamos activaciones por el mes del Orgullo LGBTI.
- Por otra parte, nuestro Protocolo de Transición de Género ha facilitado el apoyo a tres procesos de transición de género en tiendas Paris.

Nacionalidades que nos enriquecen

Durante 2018, el porcentaje de colaboradores extranjeros aumentó en 0,6%, completando un 1,3% en toda la dotación. En su mayoría se encuentran trabajando como administrativos y operativos/as.

MIGRANTES

CATEGORÍA	2017				2018			
	HOMBRES		MUJERES		HOMBRES		MUJERES	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Gerentes	1	4,3%	2	5,1%	5	7,1%	2	34%
Subgerentes	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,7%
Profesionales y jefes	2	8,7%	7	17,9%	11	15,7%	10	17,2%
Subjefes	2	8,7%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,7%
Vendedores	5	21,7%	0	0,0%	5	7,1%	0	0,0%
Administrativos y operativos/as	13	56,5%	30	76,9%	49	70,0%	44	75,9%
TOTAL	**23**	**100%**	**39**	**100%**	**70**	**100%**	**58**	**100%**

Valoramos la experiencia

El 5,3% de la dotación está conformada por personas mayores a 60 años, cifra que incrementó un 0,9% con respecto al 2017. En Paris valoramos a este importante grupo de colaboradores que aporta una mirada experimentada en sus respectivos cargos, en los cuales su participación ha ido en aumento.

ADULTOS MAYORES (MÁS DE 60 AÑOS)

CATEGORÍA	2016		2017		2018	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Gerentes	6	0,88%	6	1,60%	9	1,75%
Subgerentes	1	0,15%	2	0,53%	3	0,58%
Profesionales y jefes	27	3,92%	28	7,43%	42	8,12%
Subjefes	12	1,74%	12	3,18%	15	2,90%
Vendedores	41	5,96%	39	10,34%	64	12,38%
Administrativos y operativos/as	601	87,35%	290	76,92%	384	74,27%
TOTAL	**688**	**100%**	**377**	**100%**	**517**	**100%**

Nada nos limita

En 2018 el 1,3% de nuestra dotación se encontraba en situación de discapacidad, es decir 135 personas, de las cuales 34 fueron contratadas en este período. Personas en situación de discapacidad auditiva, física, intelectual, psicosocial o visual forman parte de nuestra dotación en tiendas, enriqueciendo la experiencia laboral de sus compañeros y también de nuestros clientes.

Con el fin de profundizar nuestro trabajo con este relevante grupo, este año se realizó el lanzamiento del Manual de Inclusión, documento reúne las mejores prácticas de la compañía y alinea el proceso de inclusión laboral de personas con capacidades reducidas.

SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

CATEGORÍA	2017				2018			
	HOMBRES		MUJERES		HOMBRES		MUJERES	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Gerentes	0	0%	1	3,2%	0	0%	0	0%
Subgerentes	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Profesionales y jefes	2	5%	2	6,5%	3	5%	4	5,6%
Subjefes	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Vendedores	2	5%	1	3,2%	2	3%	2	2,8%
Administrativos y operativos/as	36	90%	27	87,1%	58	92%	66	91,7%
TOTAL	**40**	**100%**	**31**	**100%**	**63**	**100%**	**72**	**100%**

IMPULSANDO A LAS MUJERES

Crece Mujer

En Paris reconocemos la relevancia de un equipo mayormente conformado por mujeres y que en 2018 alcanzó un 68% de su dotación. Es por eso que llevamos a cabo programas como “Crece Mujer”, especialmente diseñado para promover el desarrollo personal de este grupo. Desde 2012, junto a la corporación Yo Mujer, se realizan talleres junto a una psicóloga con el objetivo de entregar a las colaboradoras una instancia de conversación y reflexión.

EN 2018 SE REALIZARON

39

TALLERES DE REFLEXIÓN

“CRECE MUJER”

DONDE ABORDAMOS LA SORORIDAD

El reconocimiento del rol de las mujeres en Paris se ve reflejado en sus remuneraciones, por eso monitoreamos que la relación entre los sueldos de hombres y mujeres sea cada vez más equitativa.

SALARIOS BASES DE HOMBRES Y MUJERES SEGÚN CARGO

CATEGORÍA	2015			2016			2017			2018		
	SALARIO BASE MUJERES	SALARIO BASE HOMBRES	RELACIÓN (%)	SALARIO BASE MUJERES	SALARIO BASE HOMBRES	RELACIÓN (%)	SALARIO BASE MUJERES	SALARIO BASE HOMBRES	RELACIÓN (%)	SALARIO BASE MUJERES	SALARIO BASE HOMBRES	RELACIÓN (%)
Gerentes y Gerentes de ventas	$1.416.689	$1.416.689	100	$1.670.158	$1.582.441	105,54	1.710.733	1.602.049	106,8%	1.720.143	1.626.911	106%
Profesionales y Jefes	$529.004	$568.004	93,13	$763.390	$858.102	88,96	756.057	804.784	94%	746.598	807.907	92%
Subjefes	$358.194	$392.396	91,28	$437,77	$438.147	99,91	405.335	445.963	91%	393.137	479.857	82%
Vendedores	$317.250	$317.250	100	$349,75	$349.750	100	372.545	373.410	100%	385.095	387.078	99%
Administrativos y operativos	$315.298	$316.938	99,48	$356,00	$372.574	95,55	361.090	364.661	99%	393.898	402.451	98%

PROMOVEMOS EL ROL DE LIDERAZGO DE LAS MUJERES QUE SON PARTE DE PARIS, ACTUALMENTE EL **52%** DE LAS GERENCIAS DE LAS TIENDAS ES OCUPADO POR MUJERES, LO QUE EQUIVALE A 46 DE 83 TIENDAS.

Combatiendo el cáncer de mama

Durante 2018, 1.120 colaboradoras de Paris a nivel nacional se realizaron gratuitamente una mamografía.

Esta iniciativa tiene como objetivo prevenir y detectar a tiempo cualquier lesión vinculada al cáncer de mama entre nuestras colaboradoras que forman parte del grupo de riesgo. Durante 2018, se realizaron 30 mamografías por tienda a nivel nacional.

CLIMA LABORAL

Un clima laboral positivo es un incentivo importante para desempeñarnos con entusiasmo y calidad, por eso nos preocupamos por medir nuestro clima y realizar iniciativas que lo favorezcan.

Durante 2018, Paris se ubicó en la posición 35 del ranking Great Place To Work Chile, medición que año tras año nos permite identificar aspectos por mejorar y está acompañado por un Índice de Confianza de nuestros colaboradores.

Los resultados obtenidos en 2018 reflejan una leve disminución en cuanto a 2017, manteniéndose por sobre el 70% en tiendas y administración central. El foco de las acciones estuvo puesto en el Centro de Distribución, que experimentó un aumento positivo en su calificación, especialmente en el Centro de Distribución TxD que incrementó 6 puntos porcentuales respecto al año anterior.

UNIDAD	ÍNDICE DE CONFIANZA						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tiendas	60%	61%	66%	72%	78%	81%	79%
Administración Central	73%	66%	69%	67%	80%	78%	76%
Centro de Distribución TxD	48%	48%	56%	64%	74%	71%	77%
Centro de Distribución Paris	48%	45%	55%	64%	74%	74%	78%

Un equipo capacitado, es un equipo empoderado

En Paris, también nos preocupamos por generar espacios de capacitación y formación para nuestros colaboradores. **En 2018 se totalizaron 62.552 horas de formación** dirigidas al equipo humano de nuestra empresa.

Las instancias de capacitación son presenciales y también digitales, lo que nos permitió llegar a 7.912 colaboradores en alguna de estas plataformas.

Evaluando el desempeño

Año tras año nos preocupamos por medir el desempeño de los colaboradores. Durante 2018, 7.314 colaboradores participaron de esta instancia asociada al desarrollo de carrera y al crecimiento profesional de cada uno.

COLABORADORES EVALUADOS POR CARGOS EN 2018

CARGO	TOTAL DE COLABORADORES EVALUADOS	% RESPECTO AL TOTAL	Nº HOMBRES	Nº MUJERES
Gerentes	93	1,27%	43	50
Subgerentes	16	0,22%	12	4
Profesionales y jefes	813	11,12%	302	511
Subjefe	187	2,56%	98	89
Vendedores	1.103	15,08%	418	685
Administrativos y operarios	5.102	69,76%	1.369	3.733
Total	**7.314**	**100%**	**2.242**	**5.072**

06

FOCO CUIDADO MEDIO AMBIENTAL

Paris se compromete a ser proactivos en reducir su impacto ambiental y enfrentar los desafíos del cambio climático junto a sus clientes y proveedores. Para ello fomentaremos activamente el reciclaje, la reducción del uso de recursos y la disminución de las emisiones en toda su cadena de valor.

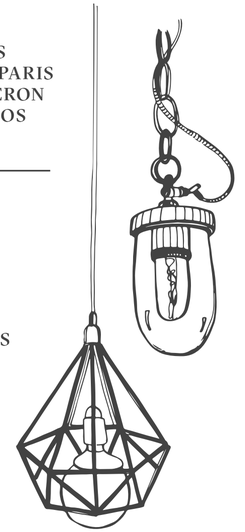
METAS	DESEMPEÑO	ESTADO 2018
Reciclar una tonelada de material de vía pública anualmente.		2,629 toneladas recicladas.
Reducción del 20% de consumo de energía en tiendas al 2020 (base a 2013).		En 2017 cumplimos la meta de reducción de 20%.
Que el 100% de las tiendas se abastecida por energía renovable no convencional en el año 2025.		El 18% de las tiendas se abastece de ERNC.

CIFRAS

40% DE LOS MATERIALES USADOS EN PARIS PARADE FUERON REUTILIZADOS

100% DEL MATERIAL PUBLICITARIO IMPRESO ES DE PAPEL CERTIFICADO

2.629
TONELADAS
DE MATERIAL PUBLICITARIO PVC RECICLADO DURANTE 2018.



EN 2018, 8 TIENDAS SE ABASTECEN DE
ENERGÍAS RENOVABLES NO CONVENCIONALES (ERNC)
LO QUE CORRESPONDE AL 18% DE LAS TIENDAS DE PARIS.

PARIS HA DISMINUIDO SUS RESIDUOS:

1.493
TONELADAS
DE PAPEL DE CATÁLOGOS

17 MILLONES
DE METROS DE PAPELES DE BOLETAS

APROXIMADAMENTE
30 MILLONES
DE BOLSAS PLÁSTICAS

HUELLA DE CARBONO

Desde el año 2011 hacemos mediciones de nuestra huella de carbono con el objetivo de dimensionar los impactos atmosféricos de las operaciones de Paris (en términos de Gases Efecto Invernadero, GEI), utilizando la metodología propuesta por el Greenhouse Gas Protocol, que es la herramienta internacional más recurrente para calcular y comunicar el inventario de emisiones directas e indirectas de una organización.

Medimos los 3 tipos de alcance propuestos por esta metodología:

Emisiones directas de GEI (Alcance 1)

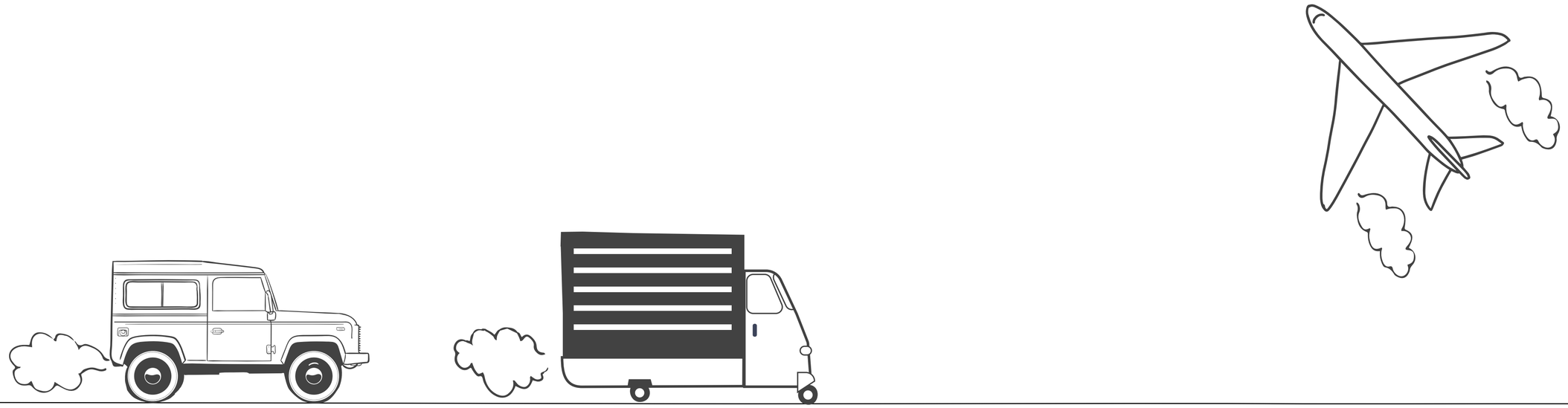
- Las emisiones directas de GEI de alcance 1 (aquellas que provienen de fuentes propias o controladas por Paris) corresponden al 1% del total de las emisiones e incluyen el consumo de combustibles, siendo el más relevante el diésel, que representa el 67% del total y los gases refrigerantes.

Emisiones indirectas de GEI (Alcance 2)

- Las emisiones de GEI de alcance 2 son aquellas que se asocian al consumo de electricidad generado por terceros. Como Paris ha aumentado el uso de energía renovable no convencional y disminuido el consumo de electricidad de la red, esto mejora el resultado de la huella de carbono.

Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)

- Se consideran indirectas porque no son controlables por parte de Paris. Estas corresponden principalmente a transporte de clientes, logística y transporte de colaboradores. Hay otras emisiones como viajes de negocios, transacciones web y residuos, pero representan un menor porcentaje dentro del alcance 3.



Los datos nos muestran que el Alcance 1 y el Alcance 2 se encuentra en disminución desde el 2015, mientras que el Alcance 3 ha ido en aumento. Destacamos que el total de emisiones ha descendido principalmente gracias a la gestión de Paris. A pesar de lo anterior, la intensidad de las emisiones aumentó, esto dado a la baja en las ventas del período objeto de este informe.

HUELLA DE CARBONO		2015	2016	2017	2018
Alcance 1	TCO2E	2.646	2.722	2.124	2.124
Alcance 2	TCO2E	28.152	29.772	22.654	21.959
Alcance 3	TCO2E	183.338	184.651	187.468	187.547
Total	**TCO2E**	**214.137**	**217.146**	**212.246**	**211.630**
Intensidad emisiones de GEI - Alcance 1, 2 y 3	KGCO2E/UF	6,6	6,5	5,6	6,9

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Trabajamos intensamente para lograr el uso eficiente de la energía, para lo cual tenemos como meta la reducción del consumo de energía, desde 2015 hemos disminuido un 20% del consumo en tiendas gracias a acciones como telemetría, uso de tecnología Led, reducción del consumo nocturno y de horas punta.

Reducción del consumo energético

- Con respecto al consumo energético, nuestra empresa ha logrado reducir el 20% del consumo que tenía en el año 2013, con un leve aumento en 2018. Por ello, debemos trabajar en nuevas metas que nos guíen en el camino hacia una mayor reducción.

ENERGÍA	UNIDAD	2015	2016	2017	2018
Consumo energético dentro de la organización	GWH	74	71	64	65
Intensidad energética en relación a ventas	GWH/UF	2,3	2,1	1,7	2,1

CONTROL Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Una de las principales preocupaciones de Paris es disminuir la generación de residuos. Nos hemos propuesto ser 100% circulares de aquí al 2025, y para ello hemos impulsado iniciativas que estén alineadas con el objetivo. En 2017, hicimos un análisis para mejorar la eficiencia y la gestión de desechos de nuestras operaciones, cuya conclusión fue que el 82% proviene del cartón y papel, 8% del PVC, y el resto corresponde a otros. Ahora vamos a continuar trabajando, orientándonos hacia los materiales más relevantes.

Residuos por tipo y método de eliminación

- Los residuos propios enviados a vertederos han disminuido casi un 75% desde el año 2015, esto demuestra el compromiso que tenemos de reducir al máximo nuestros residuos.
- Además, hemos aumentado el porcentaje de reciclaje de nuestros residuos; así además de reducir la cantidad, aquello que no podeos reducir le damos otra vida útil.

RESIDUOS POR TIPO Y MÉTODO DE ELIMINACIÓN	UNIDAD	2015	2016	2017	2018
Residuos propios enviados a vertedero	K T	12,3	4,6	3,3	2,5
Reciclaje Cartón	K T	3	2,9	2,6	2,5
Otros residuos	K T	S/I	S/I	S/I	S/I
Total Residuos	**K T**	**15,3**	**7,5**	**5,9**	**5,8**
Porcentaje residuos reciclados	%	20%	38%	44%	43%

Materiales reciclados de la publicidad y marketing

- Paris utiliza muchos materiales en publicidad, en los últimos años hemos estado generando alianzas para que esos residuos de las campañas no sean llevados a vertederos y puedan ser reutilizados.

Visual

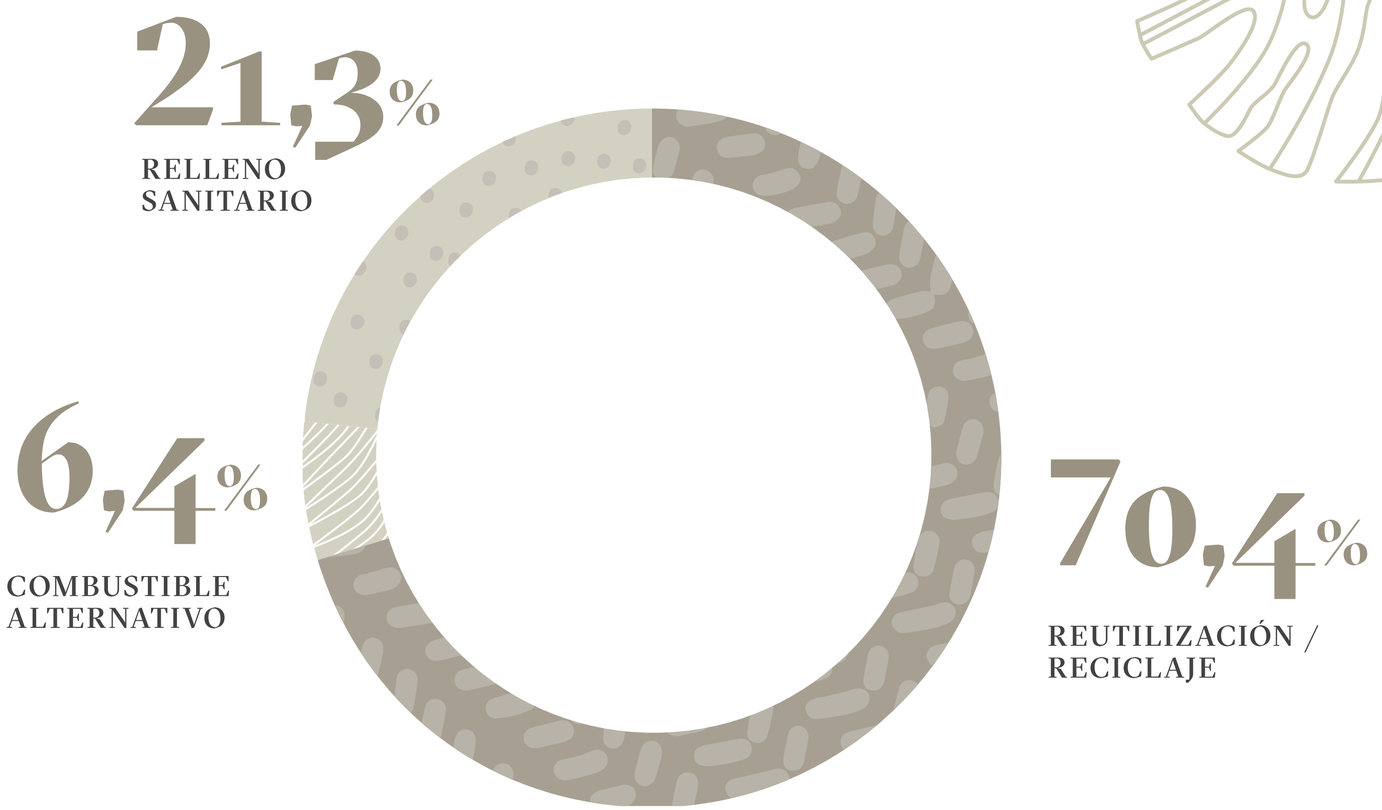
Queremos introducir criterios de sustentabilidad al diseño y elaboración de las campañas del departamento de Visual Merchandising (VM). Por ello, generamos un manual que brinda lineamientos para la creación de la campaña, el tipo de materiales utilizados y el posterior uso de los elementos que se incorporaron. Así, aplicamos el concepto de circularidad y eliminamos los residuos de las campañas del departamento de Visual.

Modulab

Como parte de la gestión responsable de residuos, operamos con Modulab, empresa de eco-diseño dedicada a la elaboración de accesorios de alto valor agregado (billeteras, bolsas reutilizables y otros) a partir del material proveniente de la publicidad de Paris en la vía pública. Regalamos estos artículos a nuestros clientes para ocasiones especiales. Este año se reutilizó un total de 6.756 mts2 de PVC equivalentes a 2,629 toneladas.

CENTRO DE DISTRIBUCIÓN BASURA CERO

Con el objetivo de administrar de manera eficiente los residuos en el Centro de Distribución de Paris, el año 2017 nos propusimos lograr la certificación Basura Cero, al distribuirlos de acuerdo a sus características, midiendo el porcentaje de recuperabilidad, el detalle de los materiales reciclados y su trazabilidad. A diciembre de 2018, el 70,4% de los residuos fueron reciclados o reutilizados y solo el 23,1% fue a relleno sanitario. A pesar de lo anterior, aún nos queda mucho por hacer para cumplir con nuestra meta.



PARIS PARADE CIRCULAR: UN EVENTO SOSTENIBLE

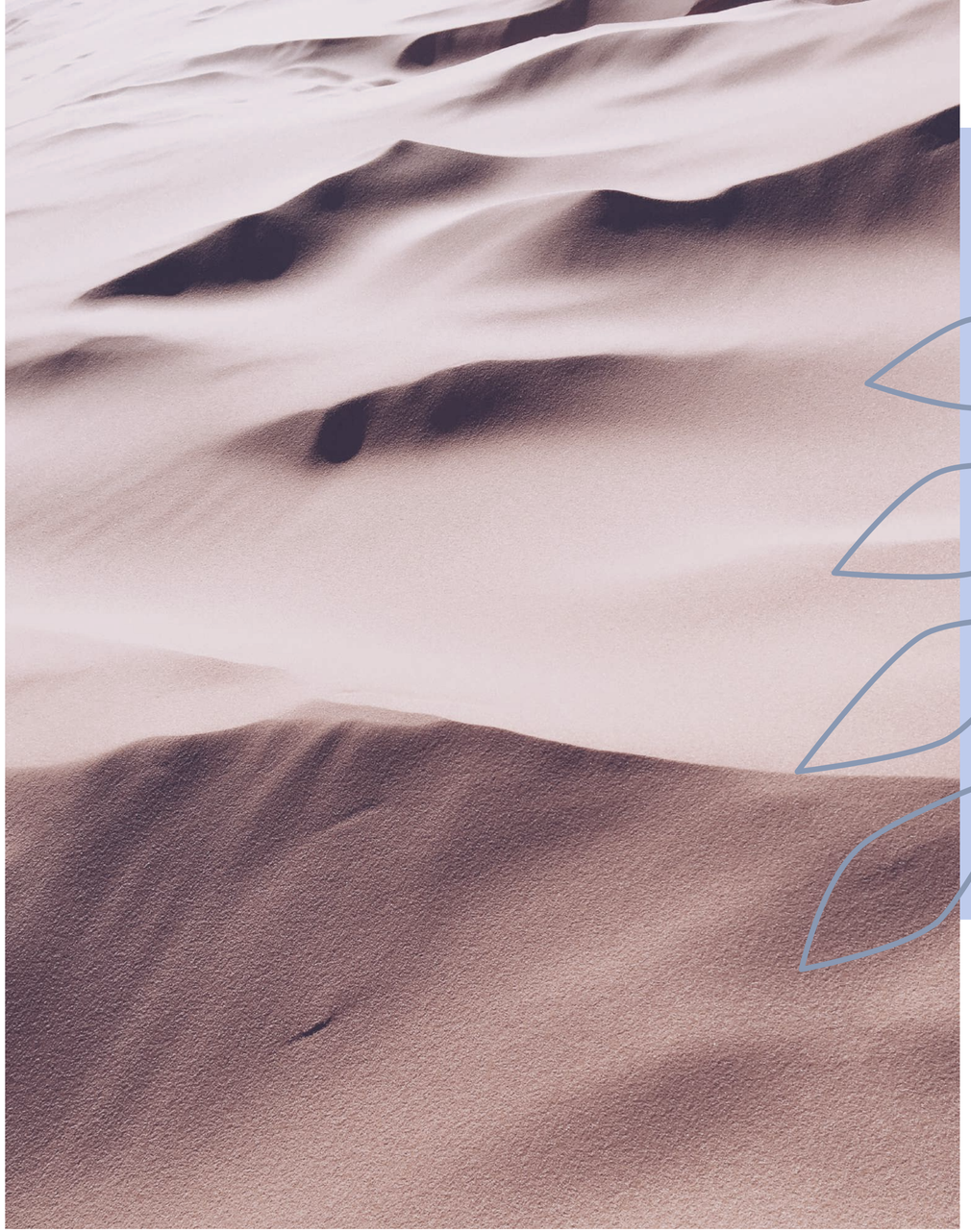
Paris Parade, la mayor celebración navideña de América Latina desde hace nueve años, en 2018 se sumergió en las profundidades del mar.

A través del concepto “Por un mundo mejor” este masivo evento que convocó a 1 millón de asistentes, fue diseñada con criterios de Economía Circular, con el objetivo de aumentar el impacto social minimizando la huella ambiental.

Esta nueva versión de Paris Parade realizó un llamado a reducir la cantidad de desechos -además de bolsas plásticas, bombillas, colillas, envases- que producimos y que van a parar a nuestros océanos. Para ser coherentes con este propósito 40% de los materiales usados en Paris Parade 2018 fueron reutilizados. Como las bases estructurales de los carros, la marioneta Rayén, globos, vestuarios, entre otros materiales que guardamos desde el año 2017 para utilizar nuevamente en la versión 2018 del Paris Parade.

Este año, el proceso de diseño del desfile, contempló diversas etapas que involucraban proveedores sostenibles, materiales, procesos de reciclaje -como 5 puntos limpios y contenedores para colillas-, y gestión de residuos para reducir el impacto ambiental de este evento llamando a generar conciencia sobre este relevante tema.

Se trabajó con la empresa Triciclos para realizar campañas de recolección de desechos para su reciclaje con los asistentes del Paris Parade y con la fundación Plastic Oceans que realizó campañas de concientización sobre las colillas en las playas.



07

FOCO DESARROLLO COMUNITARIO

Paris se compromete a aportar al bienestar y la equidad social, a ampliar el acceso a la cultura y la entretención, a incluir en su cadena de valor a pequeños proveedores locales. Todo esto con el fin de dinamizar las relaciones entre la empresa y los habitantes de los territorios donde está presente y generar sinergias para potenciar la creación de valor compartido.

METAS	DESEMPEÑO	ESTADO 2018
Donar más de 10 mil muestras de vestuario y calzado anualmente.		174.272 muestras donadas
Obtener 6,5 o más en la nota de evaluación del Paris Parade.		6,7 fue la nota del Paris Parade 2018

LOGOROS 2018

1 MILLÓN ASISTENTES AL PARIS PARADE CIRCULAR

6,7 NOTA DE EVALUACIÓN DEL DESFILE.

174.272 PRENDAS DONADAS EN 2018

22.574 BENEFICIADOS CON DONACIONES DE PRENDAS

5 CAMPAÑAS DE MARKETING CON CAUSA

1.493 TONELADAS DE PAPEL AHORRADAS POR #NOMASCATÁLOGOS

60 TONELADAS DE TEXTILES RECICLADAS

6 VOLUNTARIADOS CORPORATIVOS

35,74% DE LOS COLABORADORES DE ADMINISTRACIÓN CENTRAL PARTICIPARON EN ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN 2018

PARIS PARADE

Cada año, Paris Parade busca innovar y sorprender a los asistentes que disfrutan de este desfile navideño, que en 2018 cumplió 9 años.

Uno de los aspectos que hace de este un desfile inclusivo es la participación de las comparsas comunitarias, que en esta edición sumaron diez agrupaciones provenientes de diversas comunas de Santiago, Valparaíso y Arica. Desfilaron junto a todos los personajes del Paris Parade con música, danza, alegría y las características de las comunidades que representaban.

MUESTRAS DE CARIÑO

Hace siete años comenzamos a trabajar con Banco de Ropa, fundación dedicada a la entrega de vestimenta 100% nueva a personas de escasos recursos o en situación de calle. Ellos realizan entregas personalizadas en bolsas individuales con el nombre de cada persona, de acuerdo a su talla y edad, de manera de entregar cariño y dignidad.

Para contribuir con esta valiosa causa, anualmente hacemos entrega de muestras de vestuario y calzado. Este año, l**a donación fue de 174.272 muestras, alcanzando un 77% de todas las donaciones realizadas desde el 2012 (Paris ha entregado al Banco de Ropa en 227.456 prendas), 2018 fue un año record en la donación de vestuario y calzado.**

Escuelas, hogares, cárceles, jardines, corporaciones y otras 115 instituciones ubicadas en Santiago, Valparaíso, Concepción, Antofagasta y Aysén fueron beneficiadas durante 2018 con esta iniciativa.

Beneficiarios 2018

10.832

HOMBRES

12.192

MUJERES

22.574

TOTAL

VOLUNTARIADO CORPORATIVO: LA DONACIÓN MÁS VALIOSA

89

COLABORADORES DE ADMINISTRACIÓN CENTRAL PARTICIPARON EN ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

"Haz que Cuente", el programa de voluntariado corporativo de Cencosud, es una invitación a los colaboradores del área administrativa para desarrollar actividades vinculadas con los focos de trabajo promovidos por Diversidad e Inclusión: adultos mayores, discapacidad y migración.

ESPAÑOL PARA HAITIANOS

PARTICIPANTES: 23

Nuestros colaboradores acompañaron a diversos niveles de clases de español para apoyar a la Fundación Fré en su labor de apoyo a haitianos en Chile.

PINTURA DE MURALES CON LABSOCIAL Y EDUDOWN

PARTICIPANTES: 48

Se hicieron dos actividades de pintura de murales en jardines infantiles con los niños y niñas de EduDown.

MEJORA EN INFRAESTRUCTURA DE FUNDACIÓN GANTZ

PARTICIPANTES: 10

Colaboramos con esta fundación, que busca devolver la sonrisa a los niños con fisura de labio palatina, con una actividad de pintura y cambio de mesas de su comedor.

GOALBOAL

PARTICIPANTES: 13

Nuestros colaboradores y sus familiares vivieron junto al equipo Goalball Santa Lucía un entrenamiento de esta disciplina paraolímpica.

RUTA CALLE

PARTICIPANTES: 6

Junto a la Fundación Hogar de Cristo, se realizó una salida nocturna para entregar café, comida y frazadas a personas en situación de calle.

MEJORA EN LA INFRAESTRUCTURA DE FUNDACIÓN KAWELLERCHE

PARTICIPANTES: 12

En este voluntariado navideño, nuestros colaboradores y sus familias realizaron mejoras de pintura en caballerizas y nuevos espacios de esta fundación que entrega hipoterapias a niños y niñas en situación de discapacidad.

paris
cencosud

REPORTE
CONCIENCIA CELESTE 2018

AGRADECIMIENTOS:
PHOTO BY JULIET FURST ON UNSPLASH
PHOTO BY BRAD HELMINK ON UNSPLASH
PHOTO BY JULIEN LECLERCQ ON UNSPLASH
PHOTO BY MADISON BRACAGLIA ON UNSPLASH
PHOTO BY AUGUSTINE WONG ON UNSPLASH
PHOTO BY NAHIL NASEER ON UNSPLASH
PHOTO BY HEATHER SHEVLIN ON UNSPLASH

DISEÑO:
BRANDBOOK.CL