

# BALANCE DE SOSTENIBILIDAD



 **TOTTUS**

# Índice

» Bienvenida de nuestro CEO

» Bienvenida de nuestro líder de Finanzas y Sostenibilidad Corporativa

» Tottus en cifras e hitos 2025

» Certificaciones, Acreditaciones y Reconocimientos

CAPÍTULO

## 01 » ¡Lo puedo Tottus!

1.1 ¿Quiénes somos?

1.2 Nuestro compromiso con la sostenibilidad

CAPÍTULO

## 02 » Estrategia frente al cambio climático

2.1 Descarbonización y acción climática

2.2 Economía circular en nuestras operaciones

CAPÍTULO

## 03 » Crecemos con las personas

3.1 Diversidad, equidad e inclusión

3.2 Talento Tottus

3.3 Impacto social

CAPÍTULO

## 04 » Gobernamos con responsabilidad

4.1 Estructura de gobernanza

4.2 Negocios éticos y transparentes

4.3 Compromiso con los DDHH



# Bienvenida de nuestro CEO

Cuando decidimos renovar nuestra misión como compañía para “Ser el aliado que hace posible lo bueno de cada día”, no buscábamos sólo una nueva frase. Buscábamos una nueva cultura, que reflejara lo que nos impulsa desde hace más de 20 años: estar cerca de las familias, hacerles la vida más simple y acompañarlas en cada compra. Ese espíritu se tradujo en tres palabras: “¡Lo puedo Tottus!”. Porque cuando alguien dice “lo puedo”, algo cambia. Nace la confianza, se enciende la motivación y el día a día se vuelve más sencillo.

El 2025 fue un año de consolidar esa promesa. Trabajamos para que más personas sintieran que, en Tottus, lo pueden todo. Y este camino lo recorreremos con la convicción de que crecer también implica cuidar. Cuidar a nuestros colaboradores, a las comunidades que nos abren sus puertas y al planeta que compartimos.

Esa es la base de nuestra estrategia de sostenibilidad: una forma de hacer las cosas que integra el cuidado en cada decisión. Sabemos que vamos por buen camino, y este año recibimos reconocimientos que nos llenan de orgullo y nos impulsan a seguir mejorando.

En materia ambiental, el programa HuellaChile nos otorgó el Sello de Excelencia, un reconocimiento a nuestro trabajo por reducir y gestionar la huella de carbono, así como el cumplimiento de atributos de excelencia. Asimismo, en Perú recibimos nuestra Segunda Estrella del Ministerio del Ambiente (MINAM) por reducir nuestras emisiones.

En paralelo, en Chile obtuvimos también el Sello Elijo Reciclar para decenas de productos de Marca Propia, un recordatorio de que los envases más sostenibles no son solo una aspiración, sino una realidad que hoy está presente en los hogares.

Por el lado social, recibimos importantes validaciones en el camino por construir equipos más diversos e inclusivos como parte del Grupo Falabella. La certificación de Human Rights Campaign y la Categoría A de Pride Connection nos confirman que vamos creando un entorno donde todas las personas pueden desarrollarse plenamente, sin importar su género, origen u orientación.

Y en cuanto a nuestra comunicación con propósito, nuestras campañas brillaron en los IAB Perú MIXX Awards. Obtuvimos el Oro con “El primer supermercado del mundo en vender mamografías”, una iniciativa que nos recordó el poder de usar nuestra plataforma para acercar el bienestar a miles de mujeres, facilitando su acceso a un examen clave para la detección temprana. Mientras que la Plata llegó con la campaña “Tottus a S/1”, un reconocimiento por poner la calidad y el ahorro al alcance de las familias. Esta misma campaña ganó además el Effie de Plata.

Estos reconocimientos no son fines en sí mismos, sino señales de que estamos construyendo una compañía más responsable, más humana y más conectada con lo que realmente importa.

Nada de esto sería posible sin la confianza de las familias que nos visitan cada día, sin el compromiso de nuestros colaboradores y sin el apoyo de nuestros proveedores y aliados. A todos ellos, mi más sincero agradecimiento.

El camino hacia el 2030 y 2035 está trazado. Seguiremos avanzando con la misma convicción que nos mueve: seguir estando cerca, seguir simplificando la vida de las personas y seguir demostrando que, cuando ponemos lo mejor de nosotros, juntos, ¡lo podemos todo!.



**Renato Giarola**  
CEO de Tottus

# Bienvenida de nuestro líder de Finanzas y Sostenibilidad Corporativa

La sostenibilidad no es para nosotros un concepto abstracto ni una meta lejana. Es una forma de gestionar el negocio, de tomar decisiones y de medir nuestro éxito. Como líder de dos áreas transversales al negocio, como lo son Sostenibilidad y Finanzas, creo firmemente que lo que hacemos en el día a día para hacer de este, un negocio más sostenible en el tiempo, impacta directamente en nuestros resultados y en cómo conectamos con nuestros *stakeholders*. Dado esto, en Tottus estamos comprometidos con metas claras y con resultados que demuestran que vamos en la dirección correcta.

El 2025 fue un año de avances concretos en cada uno de los ejes que definen nuestra estrategia.

En el frente ambiental, nuestra ruta hacia la descarbonización de nuestras operaciones siguió ganando impulso. Al cierre del año, el 50% de nuestros establecimientos en Perú y el 83% en Chile operan con energía 100% renovable, gracias a alianzas con Enel y Statkraft. Migramos sistemas de refrigeración a dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), una tecnología con impacto hasta cuatro mil veces menor en el calentamiento global. Estas acciones, sumadas a iniciativas de eficiencia energética, nos permitieron reducir en 2.0 GWh el consumo eléctrico en Chile.

Nuestro compromiso con la circularidad también se tradujo en cifras contundentes. Desde Tottus, redujimos en un 30% la pérdida y desperdicio de alimentos respecto al año base 2021. Además, donamos 1,400 toneladas de alimentos en buen estado y valorizamos 2,597 toneladas de residuos alimenticios. De igual modo, valorizamos el 49% de los residuos generados a nivel Tottus, equivalentes a más de 18 mil toneladas, gracias al esfuerzo conjunto de nuestros equipos en Perú (27%) y Chile (22%).

En el ámbito social, continuamos construyendo un entorno de trabajo inclusivo y diverso. El 40% de nuestra alta dirección y el 43% de los puestos de liderazgo medio fueron ocupados por mujeres en 2025. Brindamos igualdad de condiciones a 196 colaboradores con discapacidad y capacitamos a 4,600 personas en buen trato y atención inclusiva. Nuestro compromiso con la equidad fue validado con certificaciones internacionales como la de *Human Rights Campaign* y la Categoría A de *Pride Connection*.

Nuestro impacto en la comunidad se reflejó en el programa Haciendo Escuela, que benefició a 22,510 estudiantes en 22 colegios del Perú entre los años 2022 y 2025. Además, equipamos 119 aulas digitales, capacitamos a 329 docentes y, gracias a este programa, en 2024 logramos un incremento del 35% en comprensión lectora en segundo grado de primaria.

En materia de gobernanza, fortalecimos nuestra cultura de integridad con la actualización de la Política de Derechos Humanos, aprobada por el Directorio en 2025. Asimismo, nuestro Modelo de Prevención de Delitos se mantuvo alineado a las exigencias normativas de Perú y Chile. Para nuestras Marcas Propias, implementamos un modelo de aseguramiento de calidad con certificación ISO 9001, controles preventivos y seguimiento a proveedores.

Estos resultados son el fruto de un trabajo sistemático y de una visión clara: en Tottus, el crecimiento económico y la responsabilidad con las personas y el planeta van de la mano. Los resultados de 2025 nos confirman que estamos en el camino correcto.

Mi gratitud a todos los que hacen posible este camino: colaboradores, proveedores, aliados y las familias que confían en nosotros cada día.



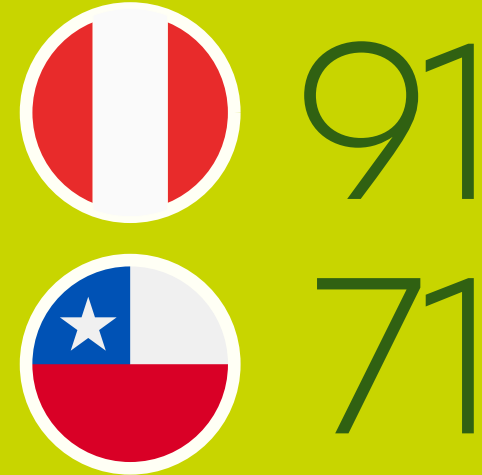
**Juan Pablo Carrizo**

Líder de Finanzas y Sostenibilidad Corporativa de Tottus

# Tottus en cifras e hitos 2025

N° TIENDAS

162



Abrimos dos nuevos locales en Perú: Tottus Izaguirre y Precio Uno Collique

\$2,873 mill. de ingreso al cierre del 2025

Con un crecimiento del 9%

30%

de reducción en pérdida y desperdicio de alimentos

con respecto a la línea base del 2021



Lanzamos nuestro nuevo posicionamiento de marca “Lo puedo Tottus”. Un lema que refleja nuestra misión de Ser el aliado que hace posible lo bueno de cada día

ESTABLECIMIENTOS CON ENERGÍA 100% RENOVABLE



50% de nuestros establecimientos



83% de nuestros establecimientos

196

empleados con discapacidad reciben igualdad de condiciones en Tottus



819,316

productos con atributos sostenibles vendidos

MUJERES EN PUESTOS CLAVE

40% Top management

43% Middle management



Nota: El presente documento utiliza la coma (,) para separar los miles y el punto (.) para los decimales.

# Certificaciones, Acreditaciones y Reconocimientos 2025

## CALIDAD



**Certificación ISO 9001** para el proceso de Desarrollo de Marcas Propias



**Certificación Control Union** en producción orgánica en el Centro de Distribución de Secos de Tottus



**Acreditación INACAL** del Laboratorio Huachipa en competencias de ensayo y calibración



**Recertificación de Almacén de productos Hidrobiológicos** congelados y en conservas

## MEDIOAMBIENTE



Recibimos el **Sello de Excelencia HuellaChile** gracias a nuestros resultados en reducción de CO<sub>2</sub> así como en compromiso, cooperación, sensibilización, co-beneficiarios, mejora continua y género



**Sello Elijo Reciclar en Chile:** el 80% de cada envase de 81 categorías de productos son completamente reciclables



**El MINAM nos otorgó nuestra Segunda Estrella.** Un reconocimiento a nuestro compromiso con la medición de emisiones de GEI en Perú

## MARKETING RESPONSABLE



Ganamos el Oro en la categoría **Por una buena causa** con nuestra campaña “El primer supermercado del mundo en vender mamografías”



Alcanzamos la Plata en la categoría **Brand Content** con nuestra campaña “Tottus a S/1: cuando una promo se vuelve noticia nacional”



Obtuvimos la Plata en la categoría **Promociones - Servicios** con nuestra campaña “Tottus a S/1: cuando una promo se vuelve noticia nacional”

## DIVERSIDAD



En Chile, recibimos **dos certificaciones por nuestras prácticas inclusivas:** la **Categoría A de Pride Connection**, y la **Certificación de equidad de HRC (Human Rights Campaign)**



A la fecha de la publicación de nuestro balance, también queremos destacar que nos seguimos posicionando en los rankings Merco:

**merco**  
TALENTO  
Merco Talento Perú

PUESTO

**21**

En el **ranking general**

PUESTO

**1**

En la categoría **autoservicio**

**merco**  
RESPONSABILIDAD ESG  
Merco Responsabilidad ESG Perú

PUESTO

**42**

En el **ranking general**, escalando 19 posiciones frente al 2025

PUESTO

**3**

En la categoría **autoservicio**

## REPUTACIÓN



¡LO PUEDO  
**TOTTUS!**

# ¿Quiénes somos?

En Tottus llevamos más de 20 años siendo parte de las compras de cada día de miles de familias en Perú y Chile. Desde nuestra llegada a Perú en 2002 y a Chile en 2004, como parte del Grupo Falabella, hemos crecido con un objetivo claro: Ser el aliado que hace posible lo bueno de cada día.

Somos una empresa del sector retail dedicada a la fabricación y comercialización de productos de las categorías *food* (alimentos y perecibles) y *non-food* (no alimentos).

Contamos con formatos pensados para adaptarse a las distintas necesidades de nuestros clientes: **Tottus** y **Precio Uno** son nuestras tiendas físicas, las cuales son complementadas por nuestros canales online compuestos por nuestra App, página web y nuestra oferta por medio de falabella.com.

Hoy contamos con 162 tiendas en la región —91 en Perú y 71 en Chile— y seguimos expandiéndonos para llegar a más barrios y familias.

## NUESTRA PRESENCIA EN LA REGIÓN

56.2%

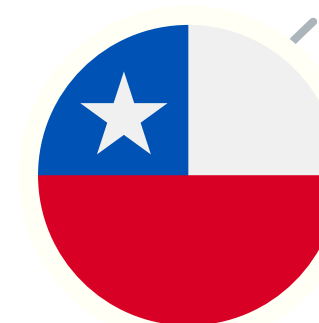


59  
TIENDAS



32  
TIENDAS

43.8%



71  
TIENDAS



## NUESTRA FILOSOFÍA

Creemos para estar más cerca de quienes nos eligen cada día. Por eso, en 2025 renovamos nuestra cultura empresarial con un lema que consolida nuestra misión:

## Ser el aliado que hace posible lo bueno de cada día

*Ser aliado es estar ahí para nuestros clientes, construir con nuestros socios estratégicos, y tomar conciencia del impacto de nuestro rol.*

*Para disfrutar de lo simple de la vida, los detalles en lo cotidiano y extraordinario, los pequeños y grandes momentos.*

En línea con ello, lanzamos nuestro nuevo posicionamiento de marca “¡Lo puedo Tottus!”. Porque cuando nos desempeñamos como aliados de las familias, hacemos posible que cada día encuentren lo que necesitan con la mejor calidad y el mejor precio.

De ese modo, contribuimos al propósito del Grupo Falabella:

“Simplificar y disfrutar más la vida”

Y continuamos trabajando para estar cada vez más cerca y hacer que la experiencia de compra sea sencilla. Para lograrlo, nos guiamos por cuatro valores corporativos:



# Nuestro compromiso con la sostenibilidad

## Estrategia de sostenibilidad

En Tottus creemos que crecer también implica cuidar: a las personas, a las comunidades y al entorno del que todos somos parte. Por eso nuestra gestión en sostenibilidad se enmarca en una estrategia corporativa con cinco ejes de acción, cada uno con metas concretas que nos ayudan a medir el impacto de lo que hacemos.

A través de este camino, contribuimos a once Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, sumando esfuerzos a las metas que como grupo nos hemos propuesto para dejar una huella positiva en las personas y en el planeta.

	AMBIENTAL		SOCIAL		GOBERNANZA
	 <b>ACCIÓN CLIMÁTICA</b>	 <b>CIRCULARIDAD Y RESIDUOS</b>	 <b>DIVERSIDAD, EQUITAD E INCLUSIÓN</b>	 <b>IMPACTO SOCIAL</b>	 <b>GOBIERNO CORPORATIVO</b>
QUÉ	<p>Trabajamos para reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero y fortalecer la resiliencia de nuestras operaciones frente al cambio climático.</p>	<p>Impulsamos el uso eficiente de los recursos, promoviendo la circularidad y reduciendo al máximo los residuos que generamos, especialmente aquellos que llegan a vertedero.</p>	<p>Fomentamos un entorno de trabajo donde todas las personas puedan desarrollarse en igualdad de condiciones, promoviendo el respeto, la integración y la participación.</p>	<p>Buscamos contribuir al desarrollo de las comunidades con las que nos relacionamos, generando oportunidades, aportando a una sociedad más equitativa y contribuyendo a la seguridad alimentaria.</p>	<p>Promovemos una gestión ética, transparente y responsable, que genere valor sostenible para nuestros grupos de interés.</p>
FOCO	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción de la huella de carbono en los Alcances 1+2</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de desperdicio de alimentos</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Mujeres</li> <li>Personas con discapacidad (PcD)</li> <li>Diversidad sexual y generaciones</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Educación</li> <li>Emprendimiento y empleabilidad</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>Política de Donación</li> <li>Derechos humanos</li> </ul>

# Gestión de grupos de interés

El diálogo con quienes forman parte de nuestro día a día da sentido a nuestra forma de hacer las cosas. Por ello, hemos identificado seis grupos de interés, considerando tanto su capacidad de influir en nuestra operación como el impacto que generamos en ellos.

A través de distintos canales y mecanismos de comunicación, mantenemos una escucha activa y cercana que nos permite entender sus expectativas y construir juntos un camino más sostenible.

## CLIENTES



Son las personas y familias que confían en nosotros para sus compras del día a día.

Con ellos mantenemos un diálogo constante a través de redes sociales, nuestro sitio web, el libro de reclamos en tienda, encuestas de satisfacción, atención telefónica, WhatsApp y el contacto directo en tienda.



## COLABORADORES

Son quienes hacen posible nuestra operación y dan vida a la experiencia en tienda.

Nos comunicamos a través de la Intranet, redes internas y reuniones, y recogemos su opinión mediante encuestas de clima y cultura. Además, mantenemos un diálogo permanente con sindicatos y comités.

## COMUNIDAD



Son las comunidades donde operamos, incluyendo vecinos, organizaciones locales y actores del entorno.

Nos vinculamos con ellos mediante juntas vecinales, municipalidades, contacto en tiendas, canales digitales y líneas de atención, escuchando sus inquietudes y promoviendo relaciones de confianza.

## AUTORIDADES

Son los organismos reguladores y fiscalizadores con los que interactuamos en el desarrollo de nuestras operaciones.

Mantenemos una relación cercana y transparente, respondiendo a sus requerimientos, participando en mesas de trabajo y reportando nuestra gestión a través de canales formales.



## PROVEEDORES



Son nuestros socios estratégicos, con quienes trabajamos para asegurar calidad, disponibilidad y sostenibilidad en nuestros productos.

Nos relacionamos a través de nuestra plataforma de proveedores, correos electrónicos y reuniones periódicas, desarrollando programas conjuntos y procesos de auditoría.

## GOBIERNO CORPORATIVO



Incluye al Directorio y a los órganos de gestión responsables de la toma de decisiones estratégicas.

A través de reportes periódicos, reuniones y canales como el Canal de Integridad, aseguramos una comunicación fluida basada en la transparencia y la rendición de cuentas.

**Escuchar y dialogar con nuestros grupos de interés no solo nos permite mejorar, sino también construir relaciones de confianza en el tiempo.**

ESTRATEGIA  
FRENTE AL  
**CAMBIO**  
**CLIMATICO**



# Descarbonización y acción climática

En Tottus actuamos con la convicción de que el futuro no se espera, se construye. Por eso hoy asumimos compromisos concretos frente al cambio climático, alineados con la estrategia del Grupo Falabella.

Estamos convencidos de que nuestra operación puede contribuir positivamente tanto al bienestar de las comunidades como de los entornos donde estamos presentes.

Trabajamos para mitigar nuestra huella climática reduciendo emisiones, avanzando hacia energías más limpias y mejorando nuestra eficiencia operativa. Y también nos adaptamos a los cambios que ya están ocurriendo: identificamos riesgos físicos y de transición para anticiparnos, proteger a las personas y garantizar que nuestra operación siga cerca de las comunidades, incluso frente a eventos climáticos extremos.

## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR COMO GRUPO FALABELLA?

- **Alcanzar el Net Zero en 2035 en alcances 1 y 2**, neutralizando las emisiones<sup>1</sup> directas de nuestra operación y las asociadas al consumo eléctrico.
- **Reducir en un 65% nuestras emisiones al 2030 tomando como año base el 2021**, es decir, disminuir casi dos tercios de nuestra huella de carbono<sup>2</sup> actual en menos de cinco años.

1) Emisiones: Gases de Efecto Invernadero (GEI) como el CO<sub>2</sub>, que se liberan a la atmósfera como resultado de nuestras actividades y contribuyen al calentamiento global.

2) Huella de carbono (HC): El indicador que mide la totalidad de GEI emitidos por nuestra operación, directa o indirectamente.

## RESULTADOS 2025

**Huella de carbono 2024** verificada por un tercero independiente, dando un paso más allá de la medición y evidenciando progresos en reducción respecto del año anterior. Gracias a ello logramos:

**109,355.12**

**toneladas de CO<sub>2</sub>e reducidas** (Alcances 1, 2 y 3), alcanzando la Segunda Estrella de Huella de Carbono Perú.

**711**

**toneladas de CO<sub>2</sub>e reducidas** (Alcance 1, emisiones fugitivas), obteniendo el Sello de Cuantificación y el Sello de Reducción del Programa HuellaChile. Esto se debió al recambio de gases refrigerantes en dos de nuestras centrales de frío.

**Además, en Chile fuimos el único supermercado en recibir el Sello de Excelencia.** Este reconocimiento, de gran importancia, lo obtuvimos por vez primera gracias a nuestros resultados en materia de reducción y también en ejes fundamentales para nuestra sostenibilidad, tales como: compromiso, cooperación, sensibilización, co-beneficiarios, mejora continua y género.

**En cuanto a nuestra Huella de Carbono 2025, en ambos países logramos una reducción significativa de las emisiones de GEI generadas por nuestras actividades.** Destacando que en Chile hemos verificado este avance de manera oficial, y en Perú nos encontramos en proceso de realizar ello.

## Impulsamos nuestra operación con energía renovable

En Tottus, avanzamos con paso firme hacia una operación más eficiente y responsable. Para ello, establecemos alianzas que nos permitan incorporar fuentes renovables, optimizar el consumo energético y reducir nuestra huella de carbono, contribuyendo así a la transición energética de los países donde operamos y al cuidado de nuestro entorno.

Bajo esa línea, también promovemos la electromovilidad, facilitando puntos de carga para vehículos eléctricos en nuestras tiendas.

### ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Mantener y ampliar el abastecimiento con energía 100% renovable en nuestras tiendas.
- Avanzar en soluciones para tiendas con limitaciones de acceso a energía renovable.
- Fomentar el uso de la electromovilidad mediante la facilitación de espacios para infraestructura.

3) Incluyendo centros de producción, centros de distribución y tiendas.

## RESULTADOS 2025



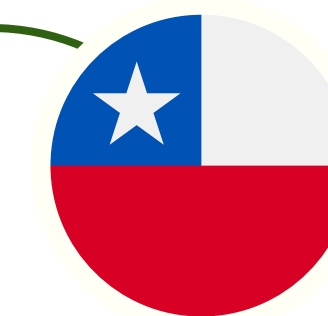
Logramos contar con

# 110

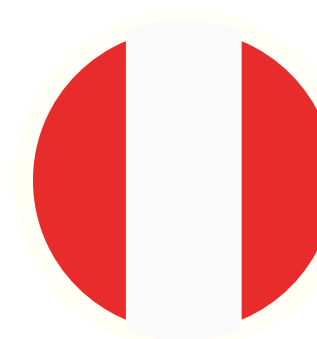
establecimientos<sup>3</sup> con suministro eléctrico renovable.

# 83%

de establecimientos operan con energía 100% renovable. Incluyendo nuestros centros de producción, distribución y tiendas.



Sostenemos una alianza con Enel para el suministro de energía renovable y la implementación de puntos de carga para vehículos eléctricos. Estos puntos se encuentran en 7 de nuestras tiendas y son de libre acceso para el público.



# 50%

de nuestros establecimientos opera con energía 100% renovable. Incluye la oficina central, el centro de picking Panamá y nuestros centros de producción y distribución de Huachipa.



Establecimos una alianza con Statkraft para el suministro de energía renovable.



# Refrigeración de bajo impacto

La refrigeración es esencial para nuestra operación y también es uno de los puntos donde nuestro compromiso con el cambio climático se vuelve más tangible. Por eso, prestamos especial cuidado a los refrigerantes que utilizamos, optando por aquellos que generan el menor impacto ambiental.

## RESULTADOS 2025

Dejamos atrás los refrigerantes tradicionales para utilizar CO<sub>2</sub> transcrítico (R-744) **un gas refrigerante que es:**

**4 mil** veces menos contaminantes que el R-507

**2 mil** veces menos contaminante que el R-22



Realizamos el **recambio acumulado en 11 supermercados** de Chile y Perú, **evitando la emisión de 16,500 toneladas de CO<sub>2</sub> anuales**<sup>4</sup>



**3**

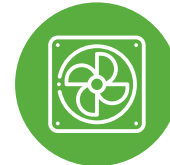
**tiendas** con la conversión de los sistemas de refrigeración a CO<sub>2</sub> completada



**Invertimos para reemplazar componentes** mayores en tiendas con impacto crónico.



**Continuamos con el reemplazo en centrales de refrigeración** para que nuestros sistemas progresivamente dejen de operar con R-22.



**Mejoramos el aislamiento de cámaras** y muebles de refrigeración mediante la reparación de burletes y lamas<sup>5</sup>.



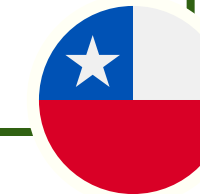
## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Migrar equipos de refrigeración hacia tecnologías de bajo impacto ambiental.

## PRÓXIMOS PASOS 2026



**En Chile, de cara al próximo año culminaremos el recambio de R22 por CO<sub>2</sub> transcrítico en la central de Antofagasta Mall, iniciado en el 2025.** Sumándose a las tiendas de San Bernardo Plaza y Plaza Egaña modificadas durante el 2024 en Chile.



<sup>4</sup> Estimación realizada en función de la reposición promedio de los últimos 4 años en las tiendas intervenidas.

<sup>5</sup> Burletes: tiras de goma, silicona o espuma que se colocan en los bordes de puertas y ventanas para sellar y reducir las pérdidas de energía. // Lamas: rejillas o aletas móviles que regulan el flujo de aire en sistemas de ventilación o refrigeración.

# Más eficiencia, menos consumo de energía

Cada kilovatio (KW) que consumimos representa un recurso que podemos cuidar mejor. Por eso, hemos puesto énfasis en volver cada vez más eficiente el uso de la energía eléctrica en nuestras tiendas, desde los equipos de frío hasta la climatización y la iluminación. Enmarcado en nuestro sistema de gestión de energía y en las buenas prácticas de eficiencia energética.

## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Reducir el consumo energético en tiendas mediante proyectos de eficiencia energética.
- Capacitar a nuestros equipos en gestión energética y buenas prácticas operativas.
- Implementar herramientas de monitoreo para optimizar el consumo en tiempo real.

### RESULTADOS 2025

Llevamos a cabo proyectos de ahorro de energía en nuestras tiendas, involucrando al personal mediante tareas medibles, indicadores de cumplimiento y reportes de seguimiento.

23

tiendas con Energy Cloud (EC) implementado, telemetría para gestión de consumo de HVAC<sup>6)</sup>, frío alimentario e iluminación.



Capacitamos al personal de mantenimiento de estas tiendas en el uso de la herramienta EC.



Buenas prácticas de encendido y apagado reforzadas en sistemas de climatización en toda la cadena.

2.0

GWh de reducción en el consumo eléctrico frente al 2024

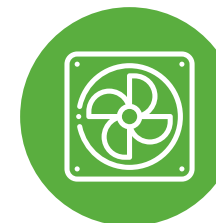
215

colaboradores concientizados en buenas prácticas sobre uso de la energía.

Mantuvimos en operación nuestro Sistema de Gestión de Energía, así como capacitamos a 2,202 colaboradores en dicho sistema y en eficiencia energética. Además, obtuvo el máximo nivel en la auditoría interna realizada para dar cumplimiento a la Ley de eficiencia energética.

Ajustamos nuestra planificación energética e instalamos un sistema de control autónomo de climatización en 10 tiendas

### CASO DE ÉXITO: CHILE



Optimización de equipos de climatización. Ajustamos el uso de aire acondicionado en 10 tiendas para que operen sólo cuando sea necesario de manera automática. Consideramos temperatura de confort y variables ambientales, logrando reducir el consumo de energía eléctrica.



Gestión como cliente libre. Considerando criterios de la ley, establecimos contratos de cliente libre con generadoras con el fin de obtener un suministro renovable y negociar el régimen tarifario.



Mejoras en aislamiento. Las mejoras en burletes y lamas en puertas de cámaras de frío también disminuyen pérdidas de electricidad, siendo importante para la gestión energética.

### PRÓXIMOS PASOS 2026

Funcionamiento del sistema de monitoreo y control de frío y energía en tiendas con conectividad, cuya planificación avanzó durante 2025.

Cumplir con la meta de reducir en un 8% el gasto de energía por debajo de lo presupuestado en 2025.

<sup>6)</sup> Sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado utilizados para climatizar y mejorar la calidad del aire

## Así cuidamos el agua en nuestras operaciones

Por otro lado, comprendemos que el uso responsable del agua es de vital importancia para los entornos en donde realizamos nuestras actividades. De ese modo, vinculado a la gestión de emisiones de Alcance 3, cuidar este recurso es parte de nuestra forma de hacer las cosas.

## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Concientizar a nuestros colaboradores y clientes sobre el uso responsable del agua.
- Fortalecer alianzas para promover la eficiencia hídrica.
- Implementar sistemas de reutilización de agua.

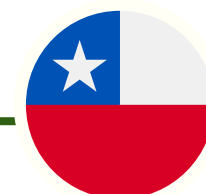


### RESULTADOS 2025



En nuestro centro logístico de Huachipa **implementamos un sistema para tratar las aguas residuales que generamos y reutilizarlas**. De ese modo, regamos las áreas verdes de la instalación, cerrando el ciclo y reduciendo nuestra demanda de agua potable.

Nos comprometimos con la Municipalidad de Puente Alto para llevar la eficiencia hídrica a nuestras tiendas y a las personas que nos visitan. **Realizamos capacitaciones con nuestros equipos** y desplegamos material informativo para clientes.



# Economía circular en nuestras operaciones

En Tottus creemos que los recursos del planeta merecen un uso inteligente y prolongado. Por eso trabajamos para que nuestros envases sean más sostenibles, nuestros alimentos tengan una segunda oportunidad y nuestros residuos se transformen en nuevos recursos.

## Envases sostenibles y ecoetiquetado

Cada producto que llega a nuestros clientes también tiene un impacto en el entorno. Por eso buscamos que nuestros envases sean cada vez más sostenibles, sin comprometer la calidad ni la seguridad alimentaria.



### ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Avanzar en la incorporación de envases reciclables en nuestras marcas propias.
- Evaluar alternativas de materiales más sostenibles para nuestros empaques.



## RESULTADOS 2025



Continuamos alineados al marco normativo de cada país sobre plásticos de un solo uso: Ley N° 30884 en Perú y Ley N° 21.368 en Chile.

**Priorizamos materiales valorizables en nuestros envases y empaques**, siempre que la seguridad alimentaria esté garantizada. Además, aplicamos criterios de ecodiseño para reducir su peso y tamaño, optimizando el uso de recursos desde el origen.

**Utilizamos bandejas, bases y domos de tortas en PET**, un tipo de plástico altamente reciclable. Así como platos de buffet fabricados con fibra de caña de azúcar, un material renovable y compostable.

Además, todos **nuestros envases PET** (bandejas, bases y domos de tortas) están **compuestos por un 15% de este mismo tipo de plástico recuperado** de envases que nuestros clientes ya usaron.



**Revisamos los envases de nuestros productos para mejorarlos**, ya sea usando materiales reciclables o reduciendo su peso o tamaño.

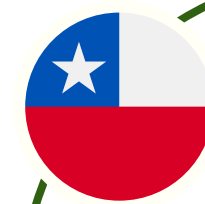


**Incorporamos criterios ambientales en licitaciones de insumos**, exigiendo a proveedores el cumplimiento de normativas vigentes.

Respecto de nuestras marcas propias de importación directa, en el marco de la Ley REP realizamos una estimación sobre el análisis de los envases que utilizamos. Obtuvimos estos resultados:

**3%** compostables **51%** reciclables

## CASO DE ÉXITO: CHILE



Para los productos de Marcas Propias, **estandarizamos una ficha de materialidad que nos permite saber si los envases de los nuevos productos son reciclables**. Esta información se complementa con un instructivo que desde 2021 nos ayuda a declarar la materialidad de cada componente del envase, con el objetivo de informar mejor a quienes nos eligen.

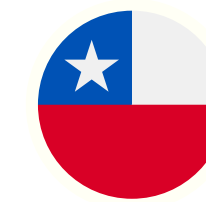


En línea con este enfoque, **durante 2025 recibimos el reconocimiento APL 2 de Ecoetiquetado**, tras cumplir al 100% los objetivos del Acuerdo de Producción Limpia. Hoy, entre los productos de Marcas Propias se puede encontrar el **Sello Elijo Reciclar**, una forma clara de decirle a nuestros clientes que sus envases están hechos para ser reciclados.

## PRÓXIMOS PASOS 2026



**Consolidaremos la estimación del porcentaje de envases reciclables de nuestro portafolio de Marcas Propias**, continuando con la medición que iniciamos en 2025.



**El sello Elijo Reciclar comenzará a ser administrado por los Sistemas de Gestión en el marco de la Ley REP<sup>7</sup>**. Por eso, iniciaremos un proceso de revisión para evaluar la recertificación de algunos productos de Marca Propia.

<sup>7</sup>) Ley REP: Ley de Responsabilidad Extendida del Productor

## Evitamos el desperdicio de alimentos

Detrás de cada producto que ofrecemos hay recursos naturales, tiempo y trabajo. Por eso trabajamos para reducir el desperdicio y dar una segunda oportunidad a aquellos que no se venden, ya sea a través de donaciones o transformándolos en nuevos recursos.



“En Tottus, la gestión de residuos es parte relevante de nuestra estrategia operativa. Trabajamos para reducir el desperdicio desde el origen, donar lo que está en buen estado y valorizar lo que ya no se puede vender. Ese enfoque, sostenido con rigor técnico y alianzas estratégicas en Perú y Chile, es lo que nos acerca cada año a una operación circular.”

**Paola Fano**

Gerente de Aseguramiento de  
Calidad y Asuntos Regulatorios

En Tottus estamos convirtiendo en **proteína los residuos orgánicos de nuestras tiendas y centros logísticos.** Mediante procesos con larvas de mosca soldado, los transformamos en alimento para animales, cerrando el ciclo de forma natural.



## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?



- Fortalecer nuestra gestión de alimentos para reducir el desperdicio en nuestras tiendas.
- Incrementar la valorización de residuos orgánicos mediante compostaje y alimentación animal.
- Consolidar alianzas con municipalidades y universidades para dar nuevos usos a los residuos.

### RESULTADOS 2025

**-30%**

de pérdida y desperdicio de alimentos con respecto a la línea base del 2021.

**1,400**

toneladas de alimentos en buen estado donadas y 2,597 toneladas de residuos alimenticios valorizadas. Todo ello respecto de la merma bruta.



Avanzamos en proyectos de economía circular como la valorización de residuos orgánicos a través de larvas de mosca soldado negra, obteniendo alimento para animales.

Gracias a las iniciativas aplicadas **gestionamos la merma**, dándole una segunda vida mediante:

donación de alimentos **(328 toneladas)**

valorización de residuos alimenticios **(296 toneladas)**

Implementamos la **segregación de residuos orgánicos** en

**83%**  
de nuestras tiendas

para destinarlos a: compost industrial, larvas de mosca soldado negra y alimento para porcinos.

En nuestro complejo logístico de Huachipa, **los residuos de la producción de platos preparados**, panadería, pastelería, frutas y verduras **también se transforman en compost.**

Nuestros esfuerzos en Perú lograron la gestión circular de la merma generada a través de

donación de alimentos **(1,072 toneladas)**

y valorización de residuos alimenticios **(2,301 toneladas)**

### CASOS DE ÉXITO



**Alianza con municipalidades:** En Lima, implementamos sistemas de segregación de residuos orgánicos en tiendas ubicadas en San Juan de Lurigancho (San Hilarión, Campoy y Tusílagos) y Punta Hermosa (Puntamar), cuyos residuos de panadería, frutas y verduras son recolectados por las municipalidades locales.



**Proyecto mosca soldado:** Además, en la tienda Tottus Megaplaza, los residuos de carnes, pescados, frutas, verduras, fiambres y lácteos son recolectados por la Universidad Peruana Cayetano Heredia, que los utiliza en proyectos de investigación para elaborar alimento animal mediante larvas de mosca soldado negro.



**Compostaje en tiendas APL:** En nuestras tiendas adheridas al Acuerdo de Producción Limpia (APL), nuestros residuos orgánicos se transforman en compost, cerrando el ciclo de forma natural y devolviendo nutrientes a la tierra.

Además, en alianza con valorizadores de residuos orgánicos autorizados, los residuos de panadería, pastelería y legumbres son convertidos en insumos altamente energéticos para la alimentación animal.



## Reducimos y valorizamos nuestros residuos

Lo que desechamos también es parte de nuestra responsabilidad. Por eso buscamos reducir al máximo los residuos que llegan a rellenos sanitarios, priorizando su valorización mediante reutilización o reciclaje.



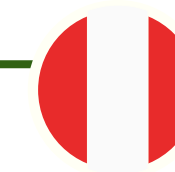
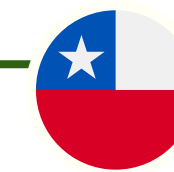
## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Avanzar en nuestras metas de valorización de residuos.
- Implementar iniciativas que permitan dar nuevos usos a residuos específicos.
- Fortalecer los sistemas de seguimiento para minimizar residuos en nuestras operaciones.

### RESULTADOS 2025

Hemos valorizado el **49%**

del total de residuos sólidos generados durante el año, equivalente a **18,736.3 toneladas** entre aprovechables (cartón, plástico) y orgánicos.



Valorizamos el

**43%**

del total de residuos sólidos generados, que equivale a **8,236.3 toneladas**.

**57%**

de residuos sólidos del total generado equivalente a **10,273 toneladas**.

### CASO DE ÉXITO: BIODIESEL

Implementamos un proyecto para darle una nueva vida al aceite que usamos para freír en nuestras áreas de platos preparados y en las Plantas Productoras de Alimentos (PPA). Hoy, ese residuo se transforma en biodiesel, un combustible renovable. **Al cierre de 2025, hemos valorizado 304,353.3 litros de aceite, con una participación del 81% en Chile y del 19% en Perú.**

CRECEMOS CON LAS  
**PERSONAS**



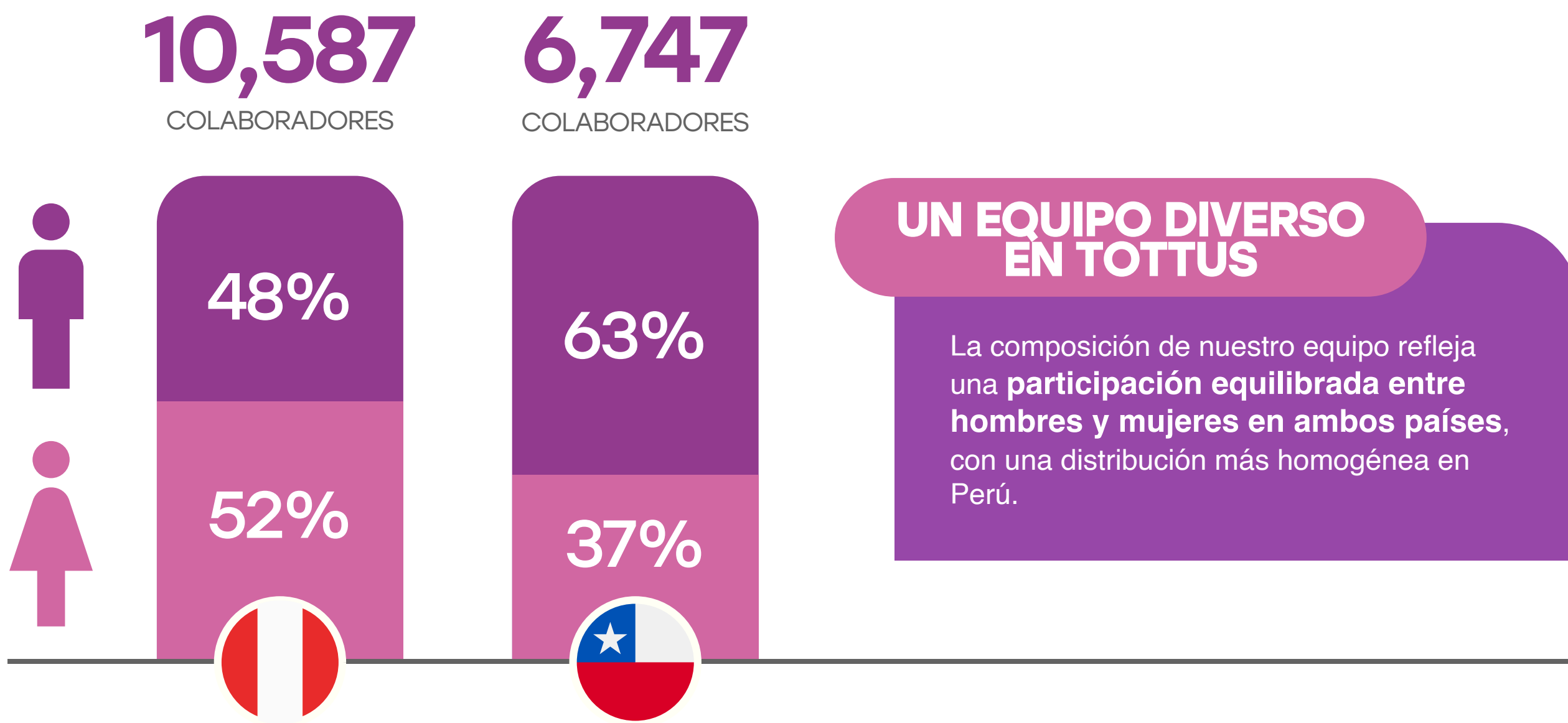
# Diversidad, equidad e inclusión

La diversidad nos enriquece y fortalece como equipo. Por eso impulsamos una cultura de igualdad de oportunidades, sin importar género, origen o condición. Cada paso que damos en esta materia nos acerca a una compañía más justa, más humana y más conectada con las comunidades que servimos.

## Equidad de género

Creemos que el talento no tiene género. Por eso trabajamos para que todos nuestros colaboradores tengan las mismas oportunidades de crecer, liderar y desarrollarse en todos los niveles de nuestra organización.

Sabemos que aún existen barreras que pueden dificultar ese camino, por lo que buscamos derribarlas desde nuestros procesos de selección hasta los espacios de liderazgo, construyendo una cultura más equitativa.



### UN EQUIPO DIVERSO EN TOTTUS

La composición de nuestro equipo refleja una **participación equilibrada entre hombres y mujeres en ambos países**, con una distribución más homogénea en Perú.



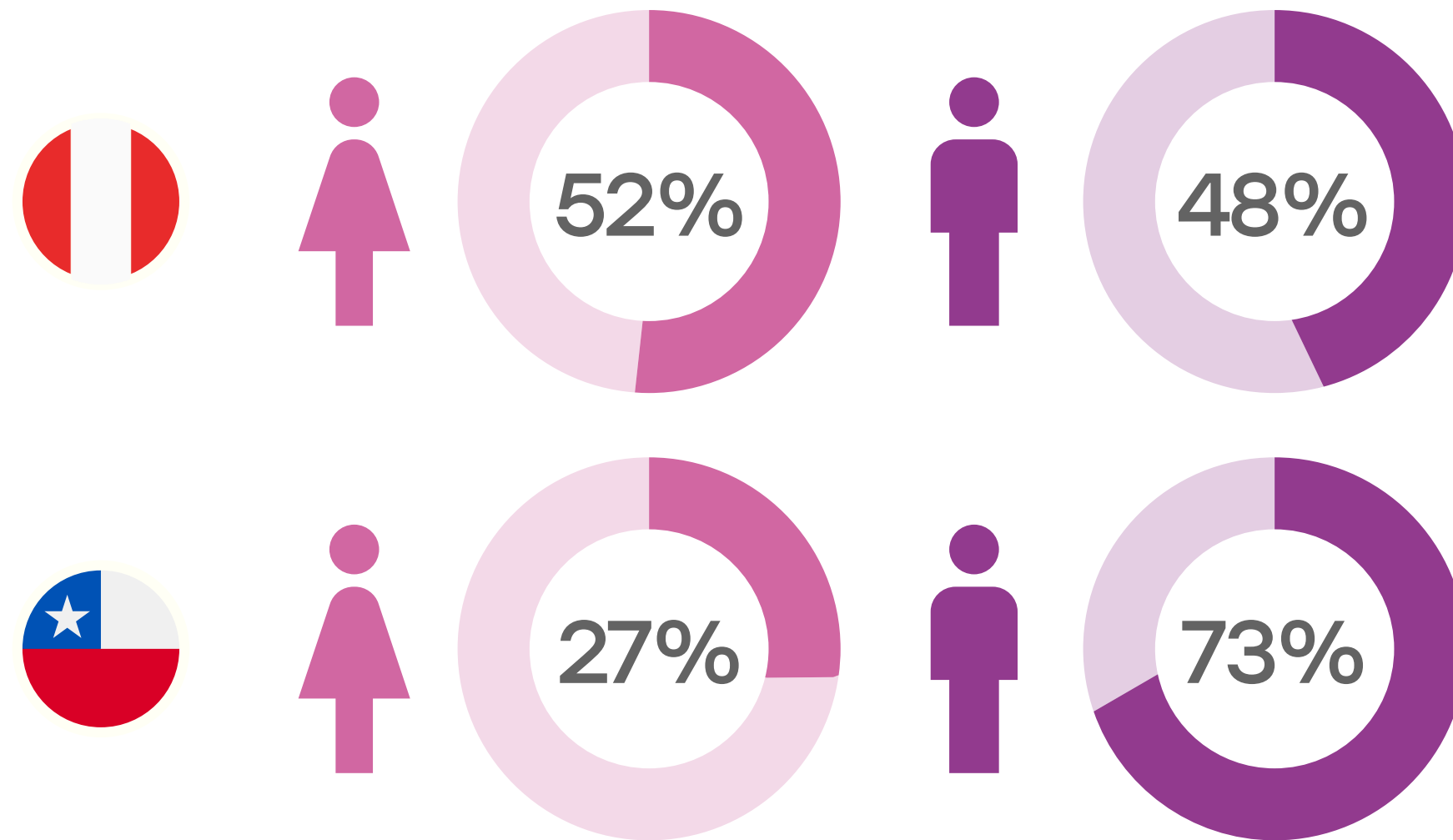
“En Tottus buscamos crecer cada día con las personas. Desde la construcción de equipos más diversos e inclusivos hasta la transformación de comunidades a través de la educación, cada acción refleja nuestra convicción de que el impacto social más poderoso nace de alianzas genuinas, construidas con confianza y propósito compartido.”

**Rosemarie Ríos**

Jefa de Sostenibilidad Binacional

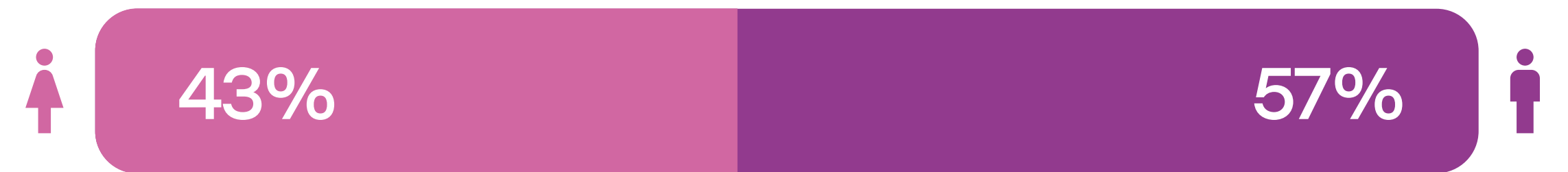
## EQUIDAD EN LOS PUESTOS DE LIDERAZGO

### TOP & MIDDLE MANAGEMENT POR PAÍS Y GÉNERO



### PARTICIPACIÓN EN LIDERAZGO

En Tottus, nuestro *Top & Middle Management* muestra diferencias entre regiones. En Perú, logramos una composición más equilibrada, con 52% de participación femenina, mientras que en Chile predomina la presencia masculina (73%). A nivel corporativo, las mujeres ocupan el 43% de los puestos de liderazgo, lo que evidencia avances y, al mismo tiempo, oportunidades para seguir impulsando su participación en estos niveles.



# ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?



- Aumentar la participación femenina en posiciones de liderazgo, con énfasis en gerencias de tienda.
- Fortalecer redes de apoyo y mentoría para el desarrollo profesional de nuestras colaboradoras.
- Sensibilizar a nuestros equipos sobre equidad de género y corresponsabilidad.



“Mujeres Conectadas busca impulsar el desarrollo y la conexión entre mujeres, pero eso solo es posible si participamos activamente. La idea es construir una red que nos represente a todas, donde cada una pueda aportar desde su lugar y ayudar a que el talento y liderazgo femenino se visibilice cada vez más.”

## Andrea Leyton

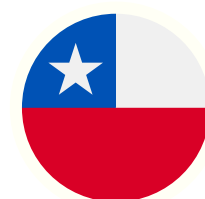
Gerente de Línea PGC Tottus y parte de la Directiva de Mujeres Conectadas

Como parte del Grupo Falabella, participamos en 2025 del **Encuentro Anual Mujeres Conectadas en Colombia**, un espacio que impulsa el desarrollo profesional y el liderazgo de nuestras colaboradoras para fortalecer tanto su crecimiento como el de toda la compañía.



## RESULTADOS 2025

Realizamos conversatorios dirigidos a nuestro personal sobre equidad en oficinas y tiendas, así como promovimos actividades de visibilización como el Talent Day.



Implementamos un programa de mentorías con

**17 duplas** formadas por una mentora y una aprendiz.



Conformamos el grupo **Mujeres Conectadas Tottus**, una red de colaboradoras que impulsa acciones en torno a la equidad, con **6 mujeres liderando la iniciativa**.



Aseguramos participación **femenina** en las ternas de selección para cargos de Middle y Top Management.



Mediante **Townhall Conexión Tottus**, destacamos historias de desarrollo y empoderamiento femenino.



## CASO DE ÉXITO: PERÚ

Incorporamos la participación femenina como **criterio clave en nuestros planes de sucesión**, asegurando que el desarrollo de talento considere la equidad desde la planificación.



Las charlas de sensibilización fueron desarrolladas en fechas clave y abordando temas específicos: Día de la Mujer (neurohacking y rol de aliados), Día de la Madre (roles de género y empoderamiento) y Día de la No Violencia contra la Mujer (violencia de género, en alianza con Aequales).

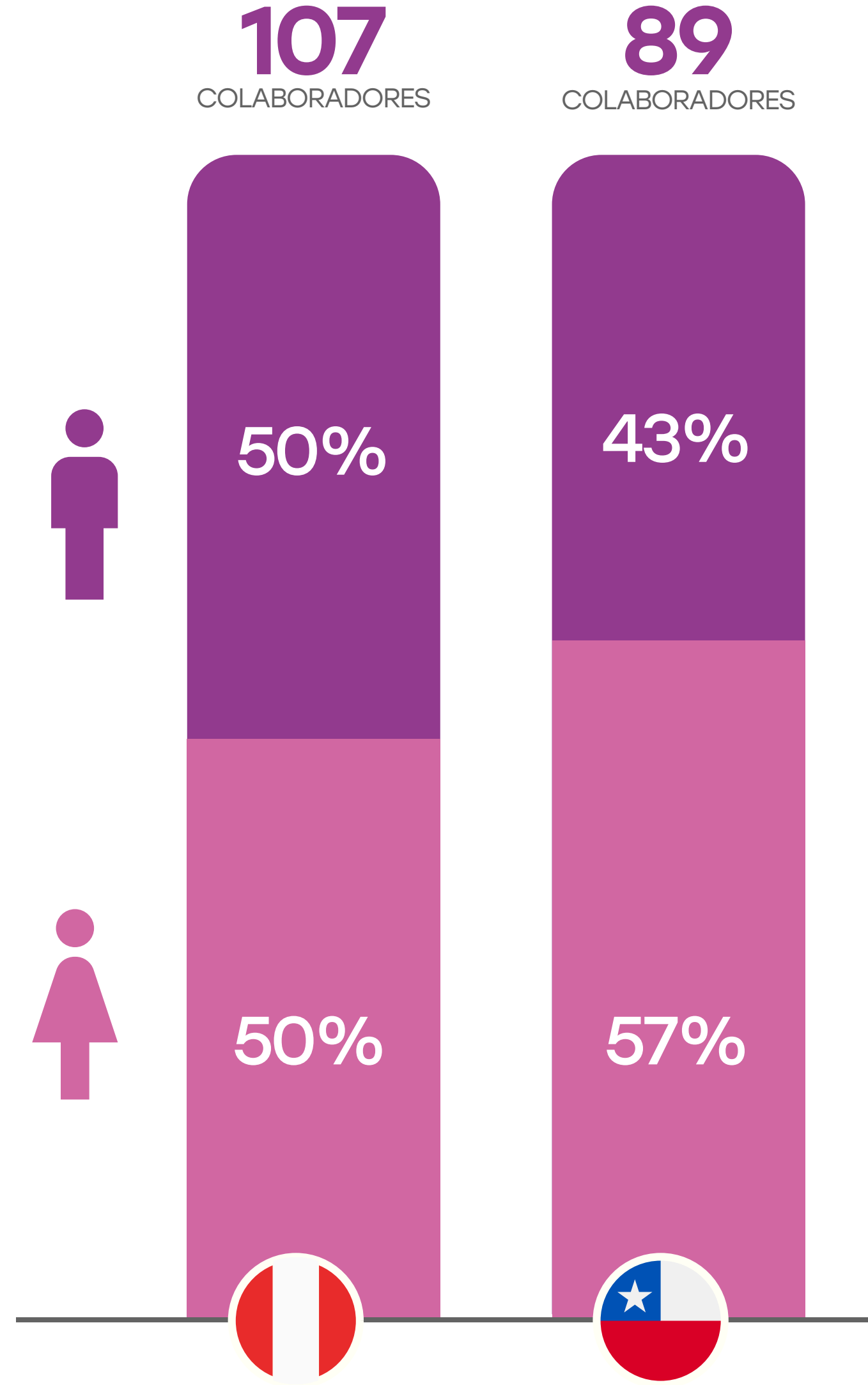
# Inclusión de personas con discapacidad

Trabajamos para construir un entorno donde todas las personas puedan desarrollarse con autonomía y respeto. En ese camino, promovemos activamente la inclusión de personas con discapacidad, generando oportunidades desde el primer día y acompañando su crecimiento dentro de la organización.

Entendemos este compromiso como un esfuerzo integral. Por eso, además de ampliar su participación, buscamos que esta también sea diversa y equilibrada. La sensibilización de nuestros equipos, la adaptación de procesos y el cumplimiento de la normativa son parte de este trabajo continuo.

La distribución por género en ambos países refleja este enfoque, evidenciando avances hacia equipos más inclusivos, diversos y representativos.

COLABORADORES CON DISCAPACIDAD POR GÉNERO Y PAÍS

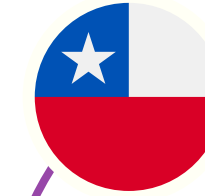


## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?



- Incrementar la contratación de personas con discapacidad en ambos países.
- Capacitar a líderes y equipos en atención inclusiva y buen trato.
- Asegurar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de inclusión.

### CASO DE ÉXITO



4,600

**colaboradores capacitados** en buen trato y atención inclusiva, incluyendo a empresas proveedoras de guardias de seguridad.



**Talleres de sensibilización** realizados para líderes y pares de los nuevos colaboradores.

**Talleres de credencialización** para orientar a colaboradores que necesitan acreditar su discapacidad.

## Diversidad sexual e inclusión LGBTIQ+

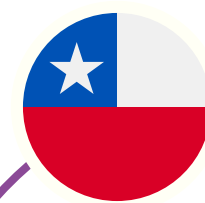
Ser uno mismo en el trabajo no debería ser un desafío. Por eso en Tottus promovemos un ambiente donde la orientación sexual y la identidad de género no sean barreras, sino parte de lo que nos hace más auténticos como equipo. La formación, el respeto cotidiano y el trabajo con aliados nos ayudan a sostener este compromiso.

### ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Fortalecer nuestras políticas de diversidad e inclusión con foco en la población LGBTIQ+.
- Capacitar a nuestros equipos en atención inclusiva y respeto a la diversidad.



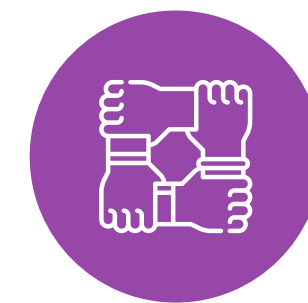
### RESULTADOS 2025



Obtuvimos la certificación categoría A de *Pride Connection*, una red latinoamericana que reconoce a las empresas con altos estándares en inclusión LGBTIQ+.



Participamos como empresa mentora dentro de esta red, compartiendo nuestras experiencias con otras organizaciones.



Alcanzamos la certificación de equidad de HRC (*Human Rights Campaign*), un reconocimiento internacional a nuestras prácticas inclusivas.

# Talento Tottus

El crecimiento de nuestra compañía está directamente ligado al crecimiento de quienes la hacen posible. Por eso invertimos en formación, en procesos transparentes de desarrollo y en espacios que cuidan el bienestar de nuestros equipos. Desde programas de capacitación hasta planes de sucesión, construimos un entorno donde el talento pueda florecer.

## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Fortalecer los programas de formación y desarrollo en todos los niveles de la organización.
- Implementar estrategias de atracción, retención y sucesión para el talento clave.
- Mejorar los indicadores de clima laboral y compromiso de nuestros equipos.



## Aprendemos cada día

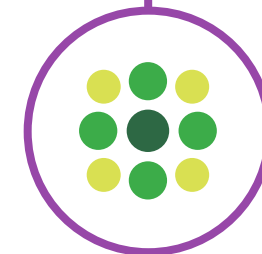
Creemos en el potencial de nuestra gente. Por eso diseñamos programas de formación que acompañan a cada colaborador desde su llegada hasta su crecimiento como líder. Apostamos por el aprendizaje continuo como motor para fortalecer nuestra cultura y ofrecer una mejor experiencia en cada tienda.

### METAS EN FORMACIÓN

- Inspirar líderes que impulsen equipos y talento interno.
- Cuidar que cada rol cuente con las herramientas técnicas y normativas para desempeñarse con excelencia.
- Fortalecer el servicio y la versatilidad para hacer más valiosa cada experiencia.



### NUESTROS PROGRAMAS



**12**  
programas  
implementados.

 **7**  **5**

**342,294.28**  
horas de formación  
impartidas en el año.

Cabe mencionar que ambos países presentan un **programa de Liderazgo** dirigido a todos los líderes. Este espacio se fundamenta en el **modelo de Liderazgo Falabella con una modalidad 70%, 20%, 10%** que combina talleres presenciales en el puesto de trabajo y e-learning en Academia Falabella.

## NUESTROS PROGRAMAS 2025\*



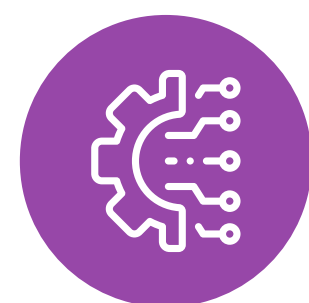
**Inductivos:** Forman parte del Programa de Inducción del nuevo colaborador.  
→ Colaboradores nuevos



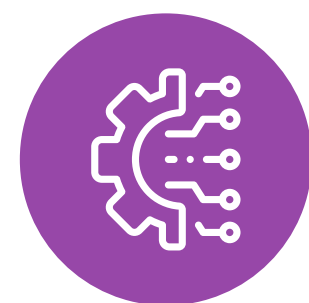
**Refuerzos en Amabilidad:** Orientado a reforzar rutinas de amabilidad en todo terreno y generar awareness en la materia.  
→ Embajadores de Amabilidad en tienda



**Control de existencias:** Curso que enseña el procedimiento para dar de baja (retirar) productos de manera correcta.  
→ Colaboradores



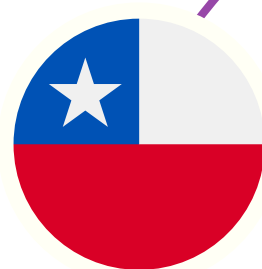
**Modo Pro:** Programa que busca que los operadores de tienda realicen la multifunción.  
→ Operadores de tienda



**Ecosistema Falabella:** Curso que muestra las tecnologías y herramientas de trabajo del corporativo.  
→ Colaboradores



**Normativos:** Capacitaciones obligatorias y auditables en calidad, gestión de riesgos, asuntos legales, OEA, seguridad de la información y SST, necesarias para el desempeño de cada rol.  
→ Áreas específicas



**Clientes:** Para reforzar protocolos y procedimientos para mejorar indicadores de NPS y CSAT por medio de un taller presencial.  
→ Personal en tienda del área de cajas y atención al cliente



**Normativos:** Capacitaciones obligatorias y auditables de las áreas de calidad, prevención de riesgos, cumplimiento, medio ambiente y seguridad de la información que son necesarios para desempeñarse dentro de cada rol.  
→ Áreas específicas



**Becas:** Becas y convocatorias de estudios que contribuyan a fortalecer y desarrollar nuestro talento. Durante el 2025, otorgamos un total de 266 becas.  
→ Colaboradores



**Banca de Talento:** Programa de banca permanente de talentos capacitados para asumir nuevas posiciones. Asegurando un proceso completo y transparente en selección, capacitación y desarrollo.  
→ Líderes en tienda

(\*) OEA (Operador Económico Autorizado), SST (Salud y Seguridad en el trabajo), NPS (Net Promoter Score), CSAT (Customer Satisfaction Score).



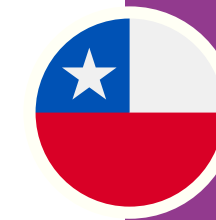
# ¿CUÁL FUE NUESTRO ALCANCE?



## PROGRAMAS EN PERÚ

Durante 2025, acumulamos **217,396.25 horas de aprendizaje**. De las cuales, el 49% correspondió a mujeres y el 51% a hombres según el siguiente desglose:

PROGRAMA	PARTICIPANTES	HORAS POR GÉNERO		TOTAL HORAS IMPARTIDAS
		MUJERES	HOMBRES	
Inductivos	10,565	61,713.2	58,029.3	<b>11,9742.5</b>
Liderazgo	2,456	622	782.5	<b>1,404.5</b>
Refuerzos en Amabilidad	874	1,147.5	959.5	<b>2,107</b>
Control de existencias	396	148	248	<b>396</b>
Modo Pro	305	148.7	232.5	<b>381.25</b>
Ecosistema falabella	36	600	264	<b>864</b>
Normativos	1,2374	42,805.5	49,695.6	<b>92,501</b>
<b>TOTAL DE HORAS IMPARTIDAS</b>		<b>107,184.90</b>	<b>110,211.40</b>	<b>217,396.25</b>



## PROGRAMAS EN CHILE

A lo largo del 2025, acumulamos **124,898 horas de aprendizaje**. De las cuales, el 67% correspondió a mujeres y el 33% a hombres según el detalle presentado a continuación:

PROGRAMA	PARTICIPANTES	HORAS POR GÉNERO		TOTAL HORAS IMPARTIDAS
		MUJERES	HOMBRES	
Liderazgo	967	2,772	2,130	<b>4,902</b>
Clientes	876	5,976	1,032	<b>7,008</b>
Becas	938	56,848	22,293	<b>79,141</b>
Banca de Talento	7,936	1,848	616	<b>2,464</b>
Normativos	967	16,108	15,275	<b>31,383</b>
<b>TOTAL DE HORAS IMPARTIDAS</b>		<b>83,552</b>	<b>41,346</b>	<b>124,898</b>

## Construimos futuro desde dentro

Podemos potenciar el talento que ya tenemos. Por eso miramos hacia adentro para identificar a quienes están listos para asumir nuevos desafíos. La movilidad interna y los planes de sucesión nos permiten construir una compañía más fuerte desde las personas que ya la conocen.

### ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Fortalecer la identificación y desarrollo de talento con alto potencial.
- Asegurar la continuidad en cargos críticos a través de planes de sucesión.
- Promover la movilidad interna como vía de crecimiento profesional.

### RESULTADOS 2025



**Impulsamos el desarrollo profesional a través de la movilidad interna**, entendida como las promociones y cambios de puesto dentro de la empresa

Este año, en cuanto a movilización interna, logramos un

**29%**  
en oficinas

**56%**  
en tiendas

consolidando esta práctica como una **oportunidad real de crecimiento** para nuestra gente.



**Reuniones periódicas** realizadas con líderes para revisar el desempeño de los equipos. Así identificamos talentos a potenciar y oportunidades de mejora.



**Talento con alto potencial** priorizado para crecer en nuevos roles dentro de la empresa, facilitando así su desarrollo profesional.



**Comités de sucesión** implementados para roles clave, asegurando que cuando una posición crítica quede vacante, haya talento interno preparado para asumirla.



# Cuidamos el bienestar y celebramos los logros

Un equipo que se siente valorado y cuidado da lo mejor de sí. Por eso en Tottus promovemos espacios de reconocimiento, celebramos los hitos importantes y trabajamos activamente en el bienestar de nuestros colaboradores.

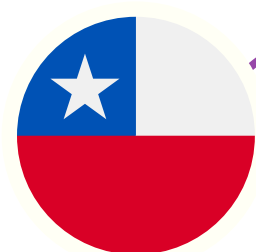
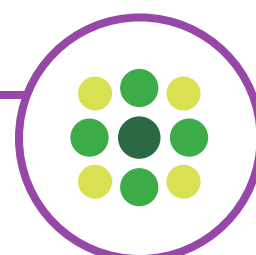
## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Fortalecer los indicadores de clima laboral y compromiso.
- Reconocer el desempeño y la dedicación de nuestros equipos.
- Generar espacios de encuentro y bienestar que fortalezcan la cultura.



### RESULTADOS 2025

**3** variables medidas en clima laboral: eNPS, engagement y liderazgo<sup>8</sup>.

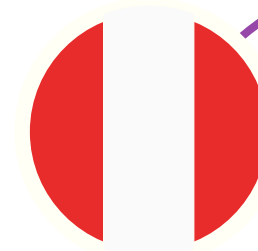


**70%** de engagement con aumento en centros logísticos

**73%** liderazgo (+3 puntos porcentuales vs. 2024)



**Fortalecimos nuestra cultura con el Programa de Reconocimiento ADN**, que incluye hitos mensuales, semestrales y anuales. Generamos también espacios de encuentro y confianza para promover salud, bienestar y cuidados. Así como para contribuir con nuestros colaboradores y sus hijos, tales como la Ceremonia Estímulo Estudiantil (bonos), y la Visita Mini Tottusino (recorrido en tiendas y centros de trabajo).



**84%** de engagement (+4 puntos porcentuales sobre la meta).

**87%** liderazgo (+7 puntos sobre la meta).



Desde Tottus, fomentamos una cultura proactiva de autogestión y la conexión con oportunidades mediante Yo impulso mi desarrollo y Talent Day.

En Perú, para el aprendizaje, **nos apoyamos en herramientas como Muévete, Tú Puedes y Academia Falabella.**



<sup>8</sup>) El eNPS es el índice de recomendación de colaboradores; mientras que el Engagement mide su compromiso.

# Impacto **social**

Nuestro compromiso con la sociedad va más allá de las tiendas. Creemos que el desarrollo de los entornos donde estamos presentes también es parte de nuestra responsabilidad.

## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Fortalecer capacidades mediante los Programas Haciendo Escuela (Perú) y Cauce (Chile).
- Lograr un impacto positivo en la comunidad mediante la donación de alimentos.




## Donación responsable de alimentos

Promovemos la donación de alimentos en buen estado, convencidos de que cada alimento que rescatamos es una oportunidad para generar bienestar.

De la mano con fundaciones y organizaciones sociales, articulamos una red que permite dar una nueva vida a los productos y transformar excedentes en apoyo concreto. Gracias a ello, impactamos en albergues, ollas comunes, comedores populares, ONG, fundaciones, comités, comunidades, juntas de vecinos, clubes, entre otros.

### RESULTADOS 2025

Continuamos fortaleciendo este camino, ampliando alianzas y mejorando nuestros procesos, con el propósito de llegar más lejos y contribuir, de manera sostenida, a una mejor calidad de vida en los territorios donde estamos presentes.

 BANCO DE ALIMENTOS PERÚ & FUNDACIÓN DON BOSCO		 RED DE ALIMENTOS
+1 millón	Kg donados	+328 mil
+2 mil	Organizaciones beneficiadas	221
+395 mil	Personas impactadas	+14.8 mil
930	Animales vulnerables alimentados	Más de mil

**ESCANEA EL QR PARA MÁS INFORMACIÓN**

[ENLACE A LINKEDIN](#)



## Campañas de concientización

Creemos que la comunicación puede ser mucho más que un mensaje comercial. Por eso en Tottus diseñamos y financiamos campañas que conectan con las personas y generan un impacto real. Cada iniciativa nace de una convicción clara: aportar al bienestar de quienes confían en nosotros.

**Contamos con un Programa de Voluntariado** enfocado en dos actividades esenciales: limpieza de playas y jornadas de apoyo en colegios. En Perú, trabajamos junto a la red de Instituciones Educativas Fe y Alegría; y en Chile, implementaremos actividades desde el 2026.



### LIMPIEZA DE PLAYA EL SILENCIO

Enmarcado en nuestro compromiso con el cuidado del entorno, participamos en una jornada de limpieza de playa en El Silencio, en Punta Hermosa, en alianza con Sinba.

Esta iniciativa reunió a colaboradores y voluntarios con un objetivo común: contribuir a la limpieza del litoral y generar conciencia sobre la importancia de cuidar nuestros espacios naturales. A través de este tipo de actividades, buscamos promover hábitos responsables y demostrar que pequeñas acciones, cuando se realizan en conjunto, pueden generar un impacto positivo en el medio ambiente.

### EL PRIMER SUPERMERCADO DEL MUNDO EN VENDER MAMOGRAFÍAS

Un año más, en el marco del Mes de la Prevención del Cáncer de Mama, continuamos impulsando esta iniciativa, fortaleciendo nuestra campaña para acercar el acceso a exámenes preventivos a más mujeres en el país.

Gracias a la alianza con diversas clínicas y marcas de belleza, logramos ofrecer mamografías a un precio preferencial de S/49, facilitando el acceso a un examen fundamental para la detección temprana del cáncer de mama.

Asimismo, ampliamos el alcance de la campaña, pasando de 5 a 12 tiendas Tottus a nivel nacional e incorporando por primera vez las ciudades de Arequipa y Trujillo. De esta manera, fortalecimos nuestro compromiso de descentralizar el acceso a servicios de prevención y acercar esta iniciativa a más mujeres fuera de Lima.

Cada tarjeta incluyó un código para agendar la cita de forma digital, simplificando el proceso de atención y reduciendo barreras de acceso para quienes buscaban realizarse controles preventivos.

Con esta acción reafirmamos nuestro compromiso con la salud, el bienestar y la promoción de una cultura de prevención que contribuya a mejorar la calidad de vida de más familias peruanas.



## EMPRENDEDOR CONTRA LA ANEMIA - FIELD & TOTTUS

En alianza con Field, marca del Grupo Mondelez Perú, en el 2025 lanzamos una campaña orientada a contribuir en la lucha contra la anemia infantil.

Combinando educación, emprendimiento y propósito social, organizamos un concurso nacional dirigido a emprendedores. Los competidores fueron invitados a presentar propuestas para crear el mejor snack rico en hierro con foco en la prevención.

El emprendimiento ganador recibió un capital semilla de S/10,000, una asesoría técnica especializada para potenciar su producto y la oportunidad de obtener codificación en Tottus, facilitando su acceso al retail y amplificando su impacto en la comunidad.

### ¿Qué resultados obtuvimos?

Alcanzamos un total de 8,311,046 personas, consolidando la campaña como una iniciativa de alto impacto. Logramos, además, visibilidad masiva y sostenida sobre esta problemática de salud, así como la generación de conversaciones digitales genuinas al respecto.



“En Field, creemos que pequeños actos pueden generar grandes cambios. Junto con Tottus, queremos demostrar que una compra cotidiana puede transformar vidas y contribuir a un Perú más sano y fuerte. Juntos, estamos construyendo un futuro con menos anemia y más oportunidades para todos”

### Diana De la Torre - Ugarte

Gerente de Asuntos Corporativos y Gobierno - Región Pacífico de Mondelez

## RESULTADOS 2025



Recibimos dos reconocimientos en los IAB Perú MIXX Awards 2025, reconocidos premios en el ámbito del marketing digital y la publicidad interactiva en el país

Obtuvimos el Oro en la categoría “Por una buena causa” con la campaña “El primer supermercado del mundo en vender mamografías”, que acercó el acceso a la prevención del cáncer de mama a miles de mujeres.

Alcanzamos la Plata bajo la categoría “Branded content” con la campaña “Tottus a S/1”, una propuesta pensada en la calidad, el ahorro y la cercanía con nuestros clientes.



Nuestra campaña “Tottus S/1”, además, recibió el Effie de Plata en la categoría “Promociones – Servicios”



## Promoción de la enseñanza

La educación es una de las herramientas más poderosas para transformar vidas. Por eso impulsamos programas que acercan oportunidades de aprendizaje a jóvenes y niños en comunidades con necesidades educativas.



## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Fortalecer el acceso a educación de calidad.
- Generar oportunidades de formación y empleo para jóvenes.
- Ampliar el impacto de nuestro voluntariado y donaciones.

A través de nuestros programas



acompañamos a

# 22,637

**niñas, niños y adolescentes en procesos de formación, acceso a tecnología y oportunidades laborales.**

**RESULTADOS 2025**



## PROGRAMA HACIENDO ESCUELA

Enmarcado en la alianza de Falabella con Fe y Alegría, impulsamos la transformación educativa en escuelas públicas de todo el país. El programa combina la donación de tecnología con la formación docente y el acompañamiento pedagógico, buscando reducir la brecha digital y mejorar los aprendizajes en comunidades con recursos limitados.

## METAS DEL PROGRAMA

- Mejorar la comprensión lectora.
- Brindar infraestructura digital a escuelas.
- Capacitar a docentes.



## RESULTADOS 2022 - 2025



**22,510**

estudiantes beneficiados en

**22** colegios a nivel nacional durante 2025

Equipamos:

**119** aulas digitales con

**1,872** chromebooks entregados

**329** docentes capacitados en estrategias pedagógicas y manejo de aulas digitales.

## ADEMÁS...

**15**

colegios cuentan con un **Docente de Aula de Innovación Pedagógica (DAIP)** para asegurar el buen uso de los equipos.

**1,850**

estudiantes participaron en **concursos** de dibujo con temáticas de ecología, medio ambiente y salud mental.

**3**

**murales fueron realizados** en colegios abordando estas mismas temáticas.

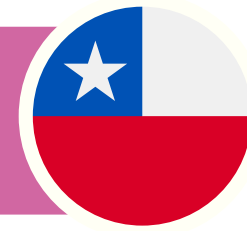
## LOGRO DESTACADO: PERÚ

En el 2025, obtuvimos los resultados de la medición realizada en 2024: los colegios participantes lograron un incremento del 34.9% en comprensión lectora en 2do grado de primaria y un 12.4% en 4to grado.

Asimismo, los **17 colegios que hemos equipado con aulas digitales operativas** vienen beneficiando desde este año a **15,344 estudiantes**.

Cabe mencionar que el uso de estos recursos va más allá de los grados inicialmente previstos. Hoy, son utilizadas por todos los grados de primaria y secundaria, con horarios organizados por cada escuela. Este modelo ha permitido que la inversión tecnológica tenga un impacto más amplio en el tiempo.

## PROGRAMA CAUCE



Nos sumamos al Programa Cauce, una iniciativa liderada por INACAP<sup>9</sup> que abre puertas a estudiantes de liceos técnico-profesionales. Nuestro aporte es ofrecerles espacios reales de aprendizaje, donde puedan dar sus primeros pasos en el mundo laboral y construir su futuro con más herramientas.

## METAS DEL PROGRAMA



- Facilitar la inserción laboral de jóvenes provenientes de entornos con menos oportunidades.
- Ofrecer prácticas profesionales y pasantías en las áreas de logística y recursos humanos.
- Acompañarlos con charlas de orientación que fortalezcan su camino hacia el empleo.



## RESULTADOS 2025

# 127

jóvenes de liceos técnico-profesionales beneficiados



# 11

estudiantes realizaron prácticas profesionales en logística y RR.HH.

# 16

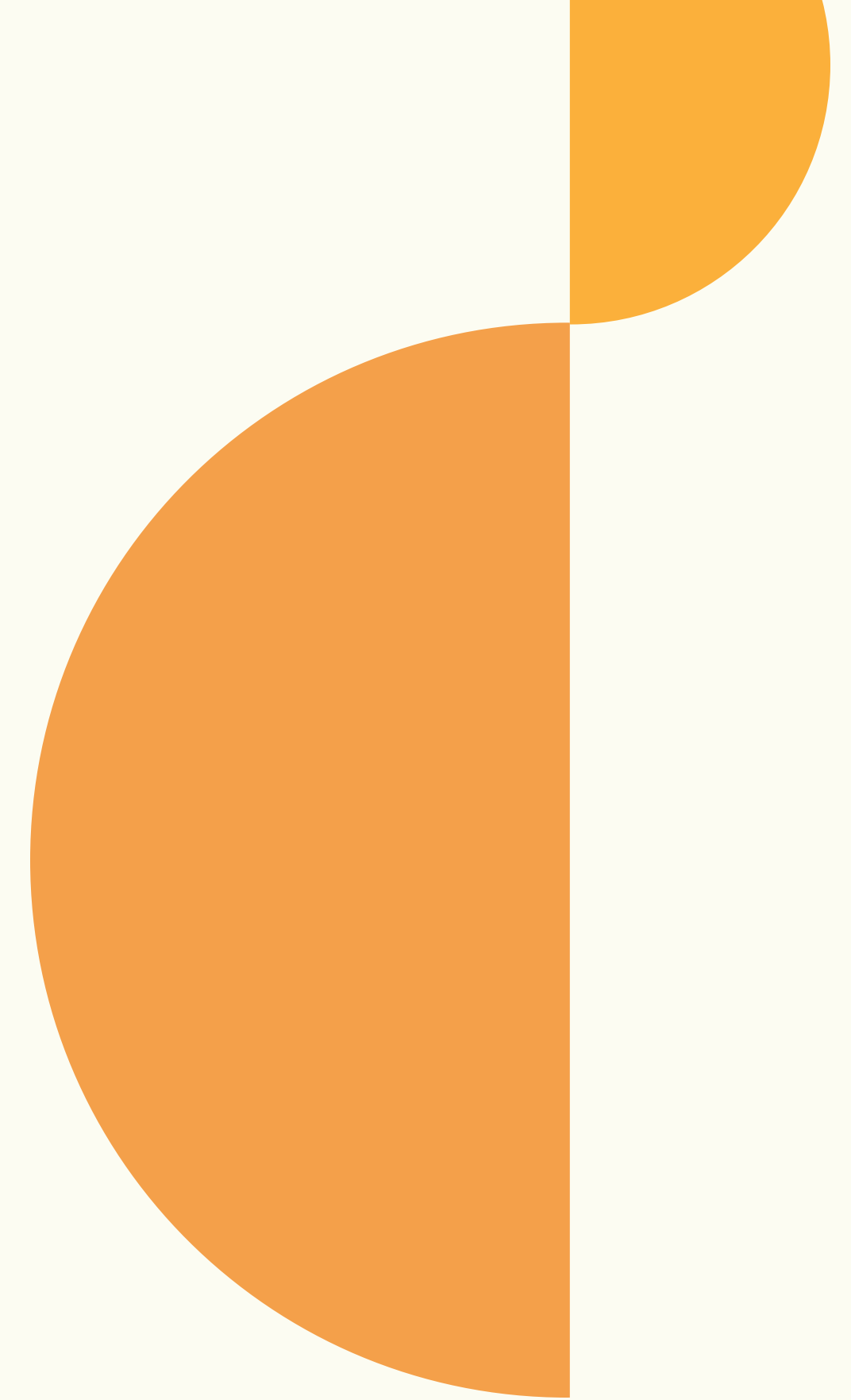
estudiantes participaron en pasantías

# 100

estudiantes asistieron a charlas de orientación laboral

9) Instituto Nacional de Capacitación Profesional.





GOBERNAMOS CON  
**RESPONSABILIDAD**

# Estructura de gobernanza

Una gestión responsable comienza con una estructura sólida y clara. En Tottus, el gobierno corporativo se organiza con Directorios independientes en Chile y Perú, cada uno responsable de establecer los lineamientos estratégicos para su operación, supervisar su cumplimiento y rendir cuentas ante la Junta de Accionistas de Falabella S.A.

Los directores no ocupan cargos ejecutivos, asegurando la independencia en las decisiones. Además, cada Directorio:

- Define sus integrantes por decisión exclusiva de los accionistas reunidos en junta, al igual que la fijación de sus remuneraciones.
- Recibe informes periódicos del gerente general y los gerentes de primera línea, supervisando el desempeño y la gestión en los distintos ámbitos del negocio.
- Es informado por la Gerencia de Ética sobre inquietudes críticas, con una actualización anual del Programa de Ética, sus principales indicadores y las estadísticas del Canal de Integridad.
- Ejerce su cargo por tres años desde la fecha de su elección por la junta de accionistas.



## DIRECTORIO DE CHILE

El Directorio de Chile, estuvo compuesto en 2025 por nueve miembros (siete hombres y dos mujeres), sin suplentes. En la Junta Ordinaria de Accionistas del 8 de abril del 2024, se procedió a la renovación total de todos sus miembros:

DIRECTOR	CARGO	PROFESIÓN U OFICIO
Cristóbal Hurtado Rourke	Presidente	Ingeniero Comercial
Esteban Ivovic Schirrer	Vicepresidente	Ingeniero Comercial
Sebastián Arispe Karlezi	Director	Empresario
Javier del Río Arteaga	Director	Geógrafo
Sandro Solari Donaggio	Director	Ingeniero Civil Industrial
Francisco Leyton Francione	Director	Empresario
Francisca Díaz del Río	Directora	Ingeniera Comercial
Felipe Rossi Heller	Director	Ingeniero Comercial
Carolina Arroyo Lagos	Directora	Ingeniera Comercial

Cuenta además con una Comisión de Auditoría, conformada por tres miembros del Directorio. En la sesión ordinaria del 6 de mayo del 2024, los siguientes directores fueron designados:

- Carolina Arroyo Lagos
- Javier del Río Arteaga
- Felipe Rossi Heller



## DIRECTORIO DE PERÚ

El Directorio de Perú estuvo compuesto en 2025 por tres miembros. Mediante el acta de Junta General de Accionistas del 5 de abril de 2024 se acordó el nombramiento de los directores listados a continuación:

DIRECTOR	CARGO	PROFESIÓN U OFICIO
Alex Zimmermann Franco	Presidente del Directorio	Ingeniero Industrial
Juan Xavier Roca Mendenhall	Director	Economista
Luis Antonio Chu Gonzáles	Director	Abogado



## INSTRUMENTOS DE GESTIÓN

En cuanto a nuestros instrumentos para asegurar la transparencia y la gestión de conflictos, son los siguientes:

- **Política de Gestión de Conflicto de Intereses:** establece los principios para la declaración de intereses y la gestión de conflictos por parte de colaboradores y la dirección.
- **Código de Integridad:** establece la obligación de informar todo interés económico, vínculo personal o comercial con grupos de interés que puedan generar un conflicto.
- **Declaración anual de intereses:** la dirección, la alta administración y ciertos cargos expuestos completan este proceso cada año.

Anualmente, con el asesoramiento de una consultora externa independiente, realizamos una encuesta a nuestros directores sobre prácticas de gobierno corporativo, evaluando su desempeño y detectando mejoras en roles, estructuras, procesos de toma de decisiones y tiempos dedicados a sus funciones.

# Negocios éticos y transparentes

La integridad sostiene nuestra forma de hacer negocios. Por eso contamos con un Código de Integridad y un Programa de Ética que definen las conductas esperadas y orientan el comportamiento de nuestros equipos en todos los niveles. Estos instrumentos son liderados por la Gerencia de Ética, que se encarga de capacitar, recibir consultas y gestionar las investigaciones necesarias para mantener una cultura ética sólida y coherente.

Entre los documentos que complementan este marco se encuentran:

- Política de invitaciones y regalos.
- Política general de investigación y procedimiento general de investigación.
- Protocolo de control de casos.

Además, realizamos seguimiento permanente del Programa de Ética a través de reportes quincenales que la Gerencia de Ética envía al Comité de Ética, asegurando así una supervisión continua y oportuna.



## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Fortalecer la cultura de integridad mediante capacitaciones a líderes, colaboradores e investigadores.
- Actualizar y difundir los instrumentos que complementan el Programa de Ética.
- Consolidar los mecanismos de supervisión y reporte para garantizar una gestión ética proactiva

## ¿CÓMO LO CONSEGUIMOS?

## Prevención del delito

En Tottus, la prevención de conductas ilícitas está integrada a nuestra gestión ética. En ese sentido, nuestro Modelo de Prevención de Delitos articula políticas, controles y procedimientos para anticipar, detectar y responder ante cualquier riesgo de corrupción, soborno o delitos económicos y ambientales.

Aplicamos este modelo de manera transversal en Chile y Perú, adaptándose a las exigencias legales de cada país.



Medimos trimestralmente **Indicadores Clave de Cumplimiento (KCI)**, reportados a la Gerencia de Cumplimiento Corporativo y al Comité Corporativo, además del Comité Binacional.



Evaluamos que **todos los contratos incorporen cláusulas de prevención de delitos** y cumplimiento, y registramos las reuniones sostenidas con funcionarios públicos.



Sometemos nuestro modelo a **auditoría periódica** por parte de la Gerencia de Auditoría Interna.



Nos alineamos a la **Ley N° 30424 y sus modificatorias**, que regulan la responsabilidad administrativa por delitos de corrupción, cohecho y soborno.



## ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Mantener actualizado el Modelo de Prevención de Delitos frente a los cambios normativos.
- Fortalecer los controles y mediciones que permitan una gestión proactiva de riesgos.
- Asegurar que todos los contratos y relaciones con terceros incorporen cláusulas de cumplimiento y prevención.



Cumplimos con las exigencias de la **Ley N° 20.393 y la Ley N° 21.595** sobre delitos económicos y ambientales, que entró en vigor en 2024 y refuerza los estándares para las personas jurídicas.



Además, **complementamos la verificación de nuestro modelo con la auditoría periódica** por parte de un tercero independiente.

## Canal de Integridad

La transparencia también se construye con canales abiertos y confiables. En Tottus contamos con un Canal de Integridad disponible para colaboradores, proveedores, clientes y cualquier grupo de interés, donde se pueden realizar consultas o presentar denuncias de manera segura. Complementariamente, nuestros colaboradores pueden dirigirse a los oficiales de Ética y consejeros de integridad para resolver inquietudes de forma directa.

### METAS DEL CANAL DE INTEGRIDAD

- Fortalecer la confianza en los canales de denuncia y consulta.
- Asegurar una investigación oportuna y objetiva de los casos reportados.
- Mantener un Comité de Ética activo y con capacidad de respuesta semanal.

En caso recibamos una denuncia, la Gerencia de Ética investiga los hechos y presenta un informe al Comité de Ética, que sesiona semanalmente y está conformado por la propia gerencia, el oficial de Ética y líderes de la organización. En este espacio se evalúa cada caso y se determina la medida que corresponda.

Es importante señalar que el uso del Canal de Integridad no implica la renuncia al derecho de presentar una denuncia ante las autoridades competentes, ni afecta la posibilidad de mantener confidencialidad sobre los hechos reportados.



## Compromisos con los DDHH

En Tottus creemos que el respeto por los derechos humanos es la base de una operación responsable. Por eso contamos con una Política de Derechos Humanos y Empresa que guía nuestra conducta y la de quienes colaboran con nosotros. Este compromiso nos impulsó a identificar riesgos, capacitar a nuestros equipos y asegurar que nuestros socios estratégicos actúen bajo los mismos estándares.

### ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

- Fortalecer la gestión de derechos humanos en la compañía.
- Extender nuestros estándares a socios estratégicos y proveedores.
- Capacitar a colaboradores y empresas aliadas en esta materia.



**Actualizamos la Política de Derechos Humanos**, aprobada por el Directorio en 2025, para que nuestros socios estratégicos ajusten su conducta a nuestros principios.

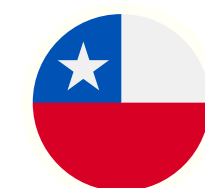
**Aprobamos nuestro Programa de Derechos Humanos** para Chile y en 2026 lo aprobaremos en Perú.

**Incluimos contenidos** de derechos humanos, diversidad, inclusión, acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo, y buen trato **dentro de las capacitaciones de Yo Juego Limpio**, dirigidas a colaboradores y jefaturas de empresas de servicio de seguridad.

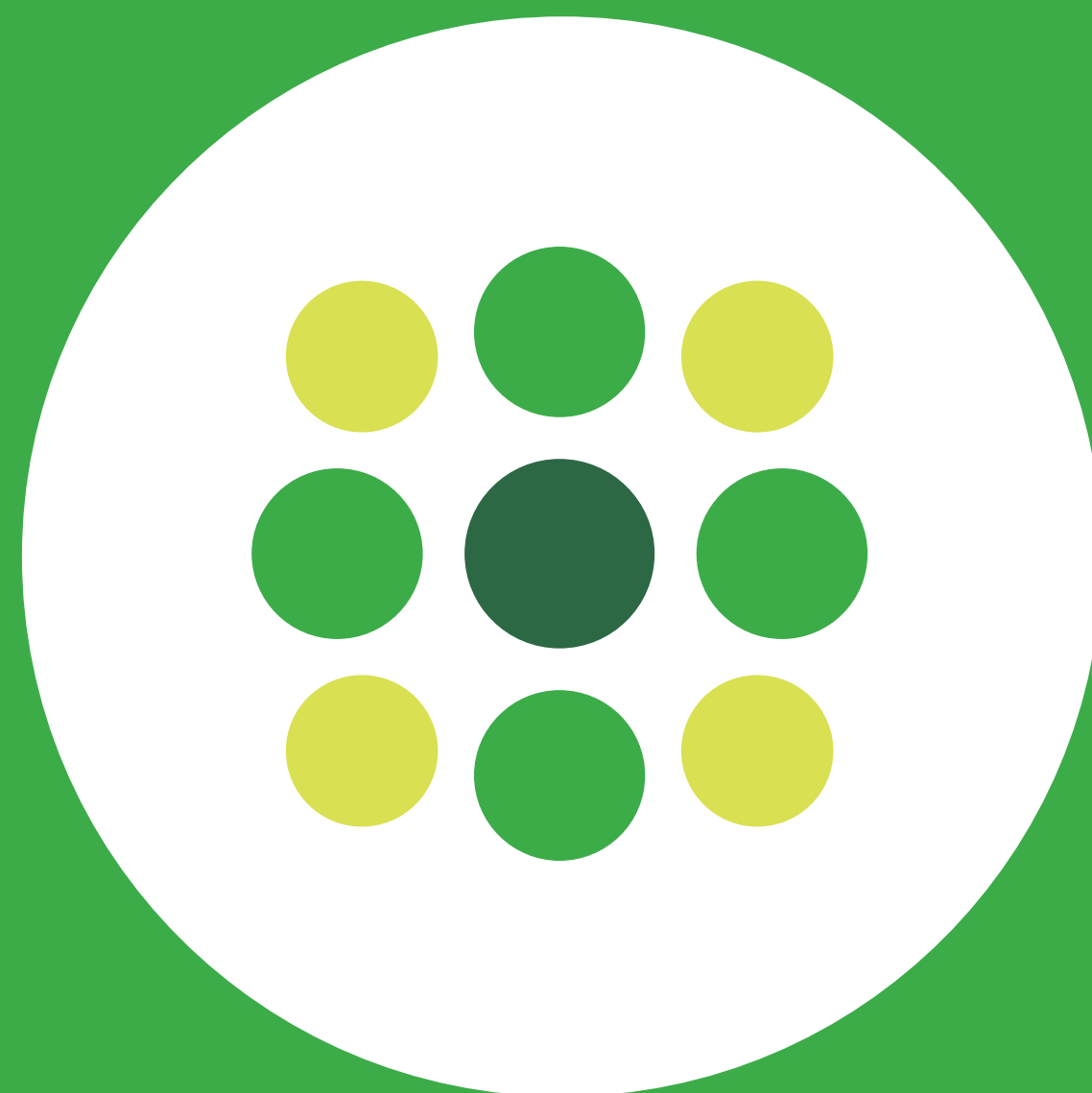
**Compartimos nuestros lineamientos en la Guía Práctica de Cumplimiento para Proveedores**, asegurando que nuestros socios comerciales conozcan y apliquen nuestros estándares.

Continuamos con la **difusión semanal de temas relacionados con derechos humanos** y empresa, reforzando la sensibilización en todos los niveles.

### CASO DE ÉXITO: CHILE



En diciembre, **lanzamos la capacitación para guardias externos** desde un trabajo conjunto entre dichas empresas y Tottus, poniendo a disposición de ellas el video “Buen Trato y Atención Inclusiva” elaborado por nuestra compañía.



Asesoría en la elaboración de este balance de sostenibilidad:  
Divelop Sostenibilidad  
[www.divelop.pe](http://www.divelop.pe)