

Presentación Corporativa

R I P L E Y **Corp.**



01.

Acerca de Ripley



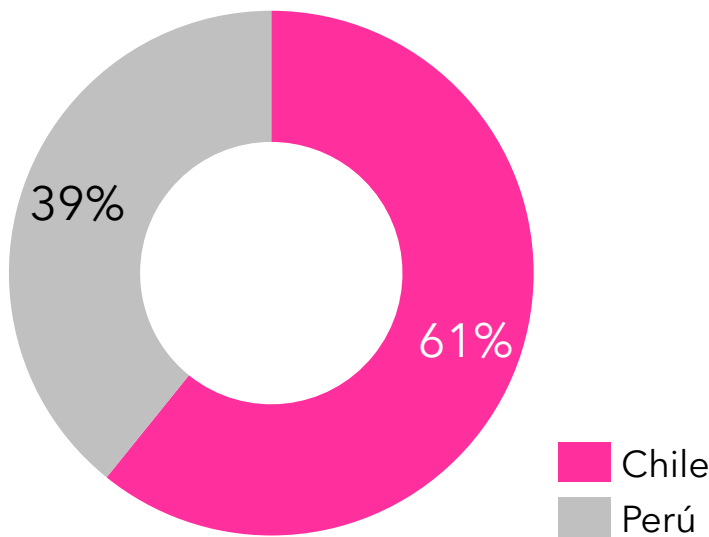
Uno de los principales operadores de retail financiero en Chile y Perú, con una generación de flujos diversificada



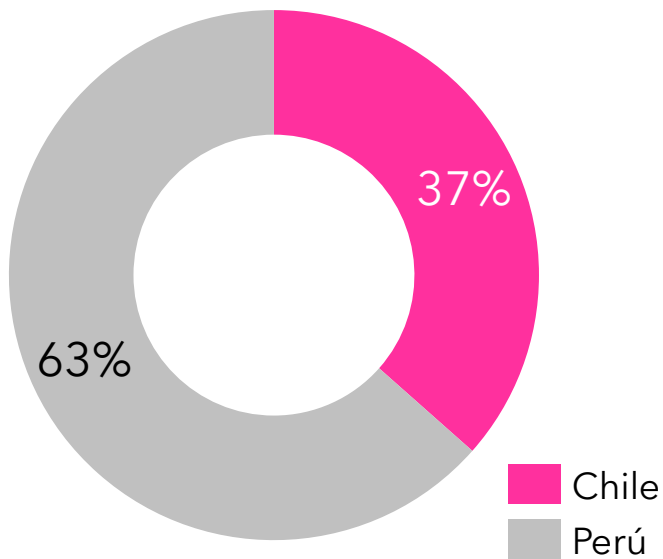
+65 años de experiencia²

- +18 mil colaboradores
- USD 2,4 bn en Ingresos
- USD 4,6 bn en Activos Totales
- USD 1,8 bn en Colocaciones
- USD 766 mm en Propiedades de Inversión
- USD 589 mm en GMV Online
- 26,7% de participación de ventas digitales

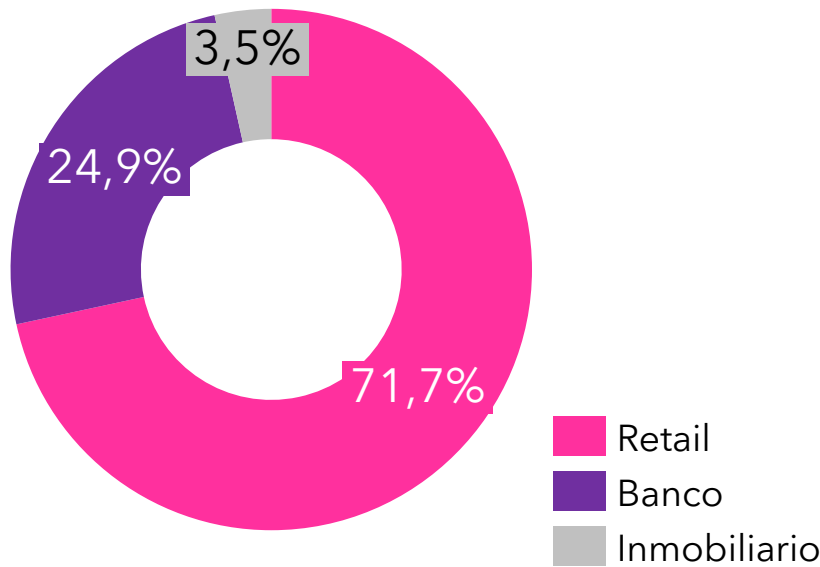
Ingresos por País UDM 2T26³
(USD 2,4 bn)



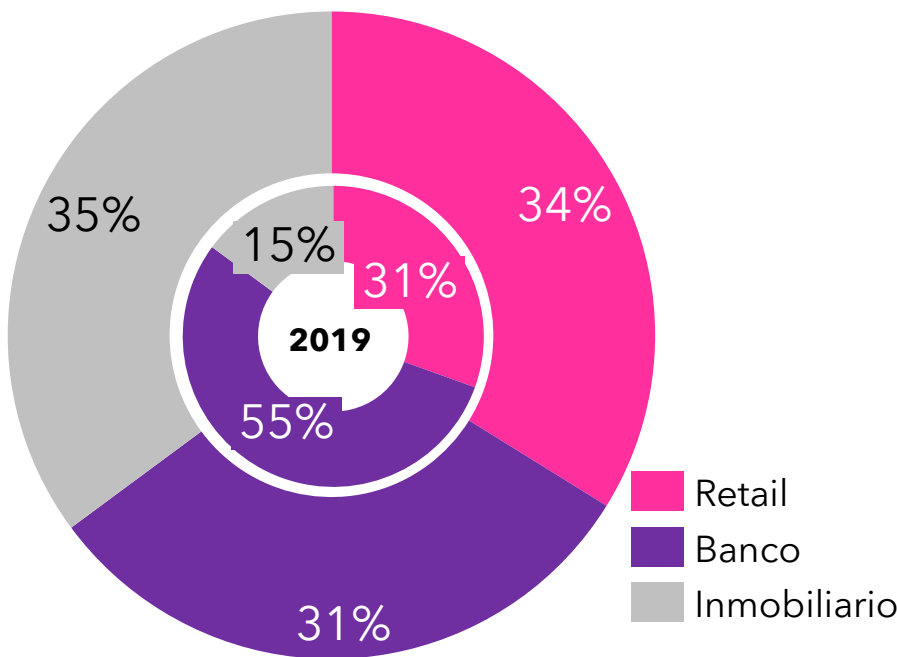
EBITDA por país UDM 2T26³
(USD 269 mm)



Ingresos por negocios UDM 2T26³
(%)

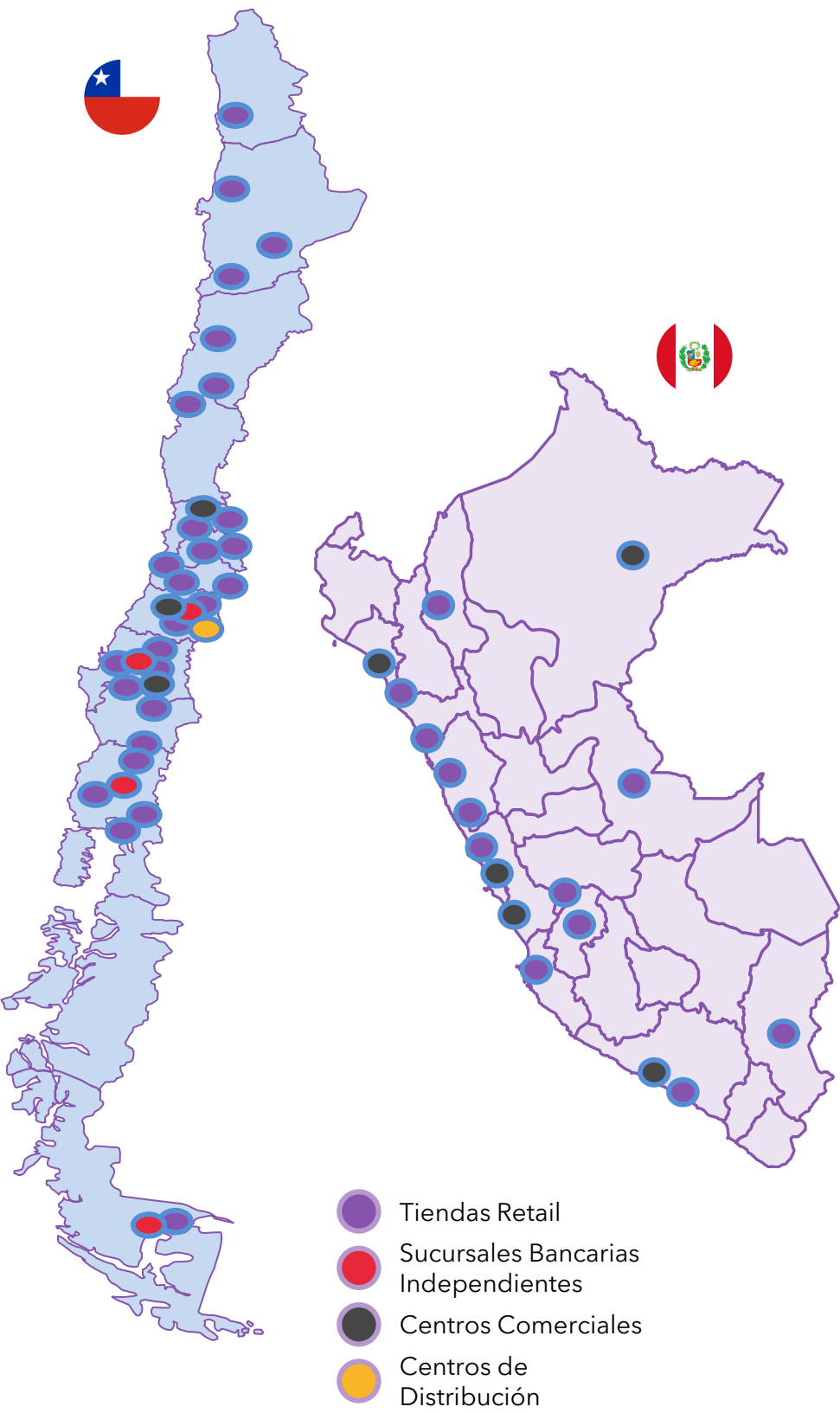


EBITDA por negocio UDM 2T26³
(%)



1. En Chile, Ripley participa en el negocio de centros comerciales a través de una participación de 50% en Inmobiliaria Viña del Mar.
2. Las cifras de balance corresponden a junio de 2026, convertidas a USD a un tipo de cambio de CLP 922,21. Las cifras de resultados corresponden a los últimos doce meses terminados en junio de 2026, convertidas a USD a un tipo de cambio promedio de CLP 921,94.
3. Los segmentos Oficinas Chile, Oficinas Perú y Oficinas Corporativas se excluyen al determinar la contribución por país y por segmento. Estos segmentos registraron una contribución negativa de USD 21,8 mm en ingresos y de USD 46,4 mm en EBITDA en los últimos doce meses terminados en junio de 2026.

Presencia en Chile y Perú con una sólida cobertura



8 centros comerciales
con 513.578 m² GLA



71 tiendas
484.358 m²

4 Centros de Distribución



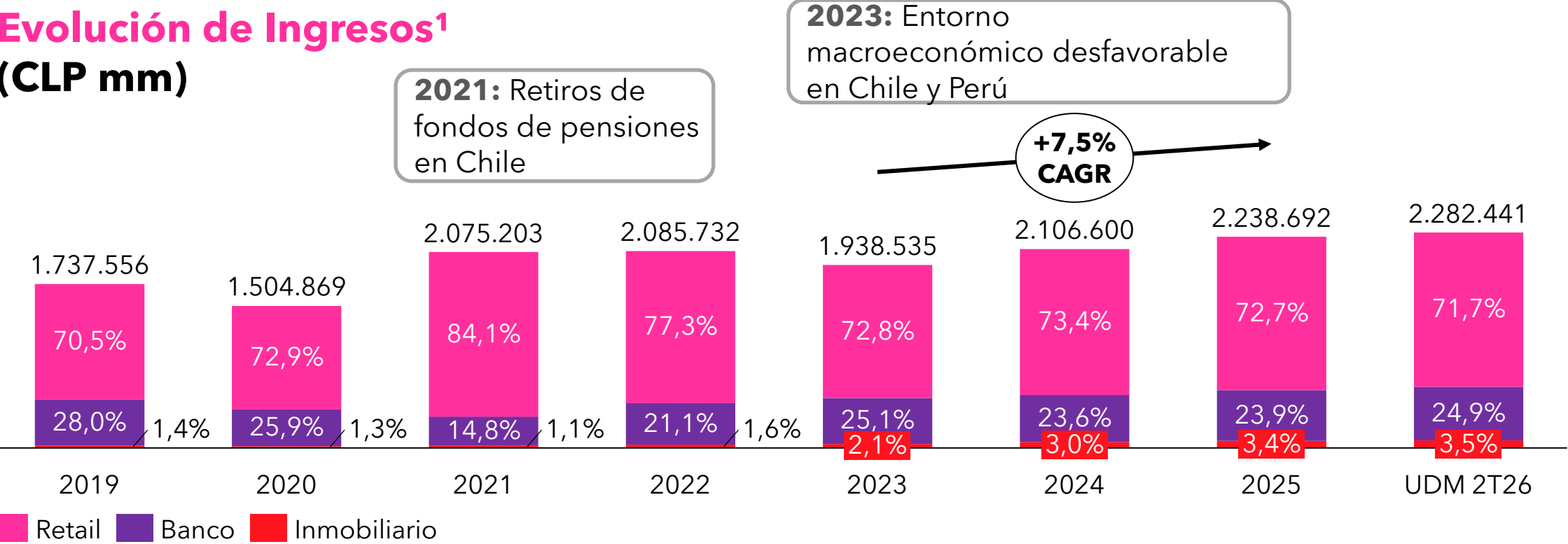
75 Sucursales Bancarias



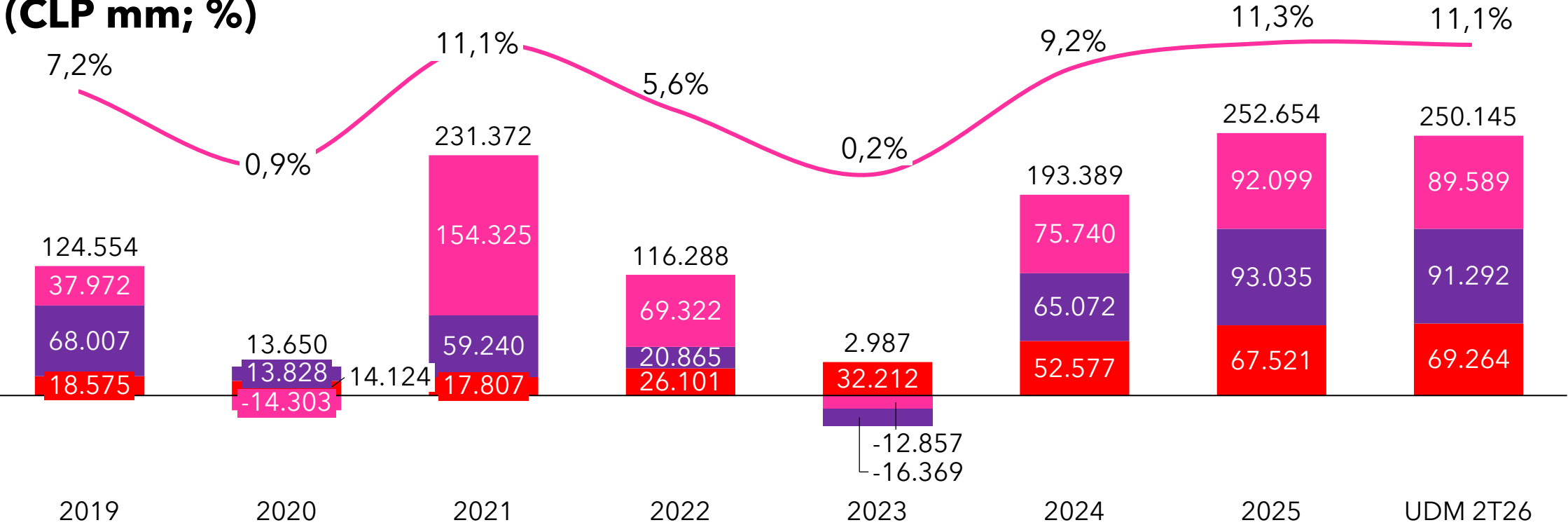
Desde nuestras tiendas alcanzamos al 72% de la población en Chile en 60 minutos y al 55% de la población en Perú en 45 minutos.

Recuperación de márgenes impulsada por eficiencias en GAV y por el desempeño de los negocios

Evolución de Ingresos¹
(CLP mm)



Evolución de EBITDA¹ y Margen EBITDA¹
(CLP mm; %)

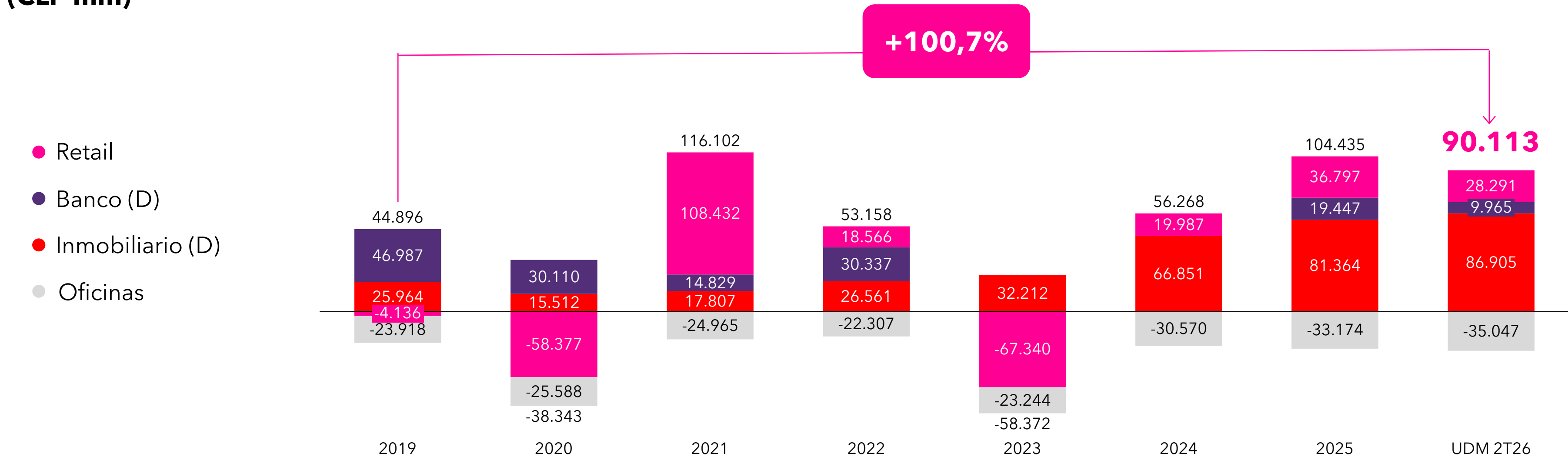


- **Inmobiliario:** duplicó el GLA y aumentó su contribución al EBITDA.
- **Eficiencias en GAV:** implementadas en 2023 y capturadas en 2024 y 2025.
- **Estrategia de retail enfocada en la expansión de márgenes,** impulsada por una menor obsolescencia de inventarios, menor actividad promocional y una mayor contribución de categorías de mayor margen.
- **El crecimiento del banco se enfocó en clientes resilientes y en un control disciplinado del riesgo,** apalancando IA para fortalecer los modelos de riesgo y la eficiencia. El banco alcanzó niveles de mora históricamente bajos y retomó el crecimiento de sus colocaciones, expandiéndose a más de 3,0x la tasa de la industria.

EBITDA Ajustado No Bancario por sobre los niveles de 2019, con mayor potencial desde subsidiarias y asociadas

El EBITDA no bancario de Ripley Corp considera los segmentos de Retail, Inmobiliario y Oficinas, además de los dividendos de subsidiarias y asociadas, así como los ajustes por IFRS 16 y costo de riesgo (IFRS 9), de acuerdo con la metodología de las agencias de clasificación de riesgo.

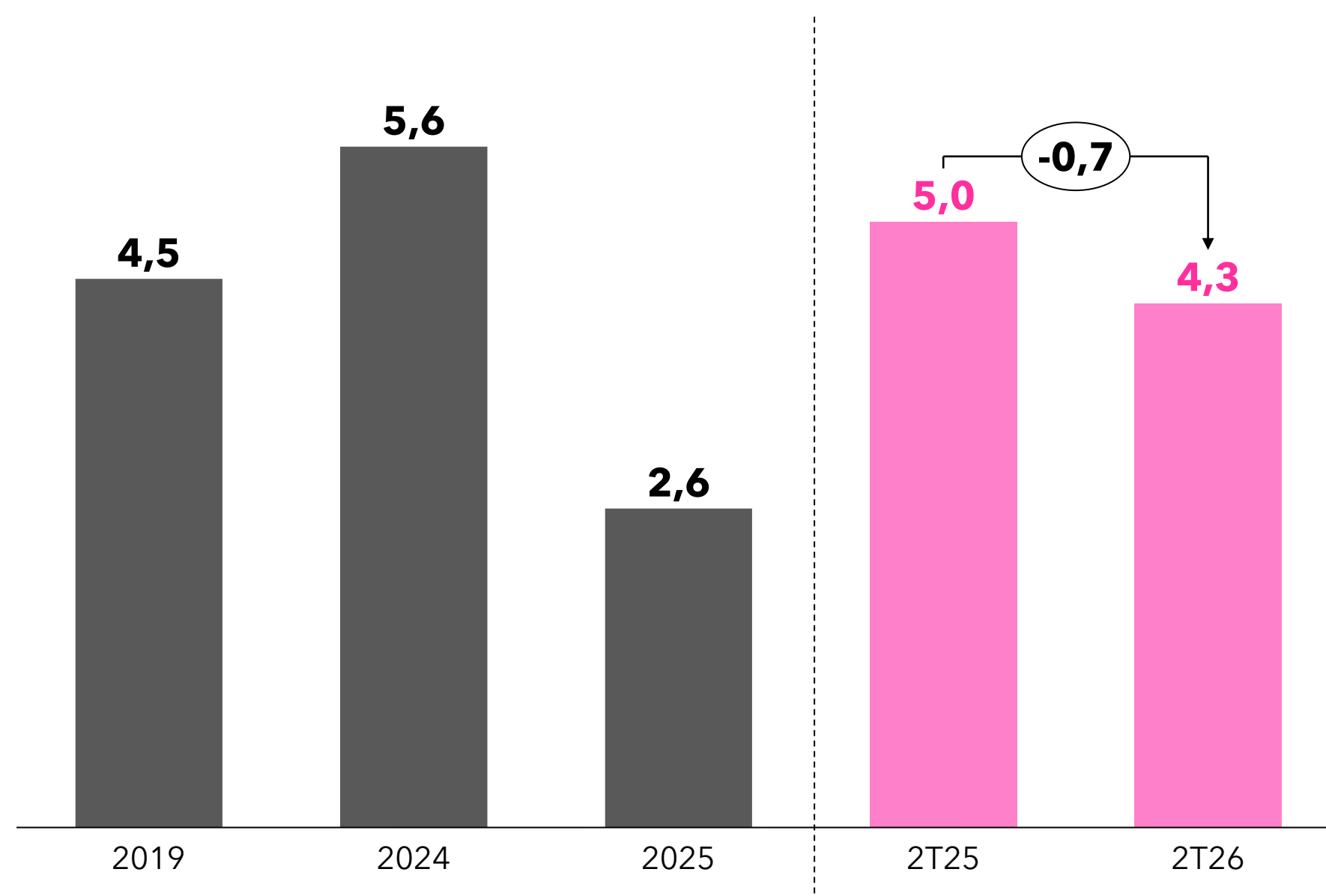
EBITDA Ajustado No Bancario de Ripley Corp¹ (CLP mm)



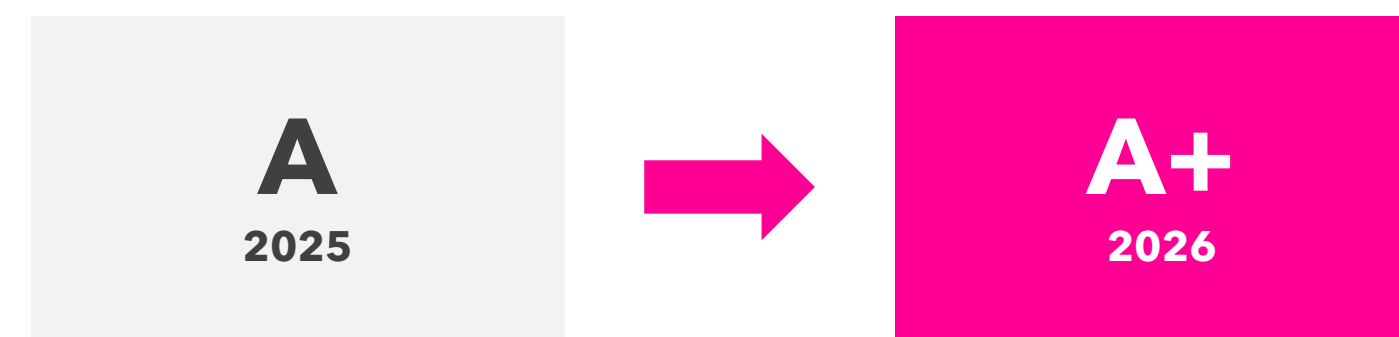
1. Asociadas refleja los dividendos recibidos por Ripley Corp de sus asociadas. Hasta 2020, esto incluía dividendos de Nuevos Desarrollos y Mall Marina. "Bancos (D)" incluye los dividendos recibidos por Ripley Corp de sus filiales bancarias en Chile y Perú. Los gastos corporativos se registran bajo "Oficinas" en los estados financieros.

El mayor EBITDA Ajustado NB y el menor apalancamiento elevaron la clasificación de riesgo de "A" a "A+"

Ratio de Endeudamiento (DFN / EBITDA Ajustado NB)



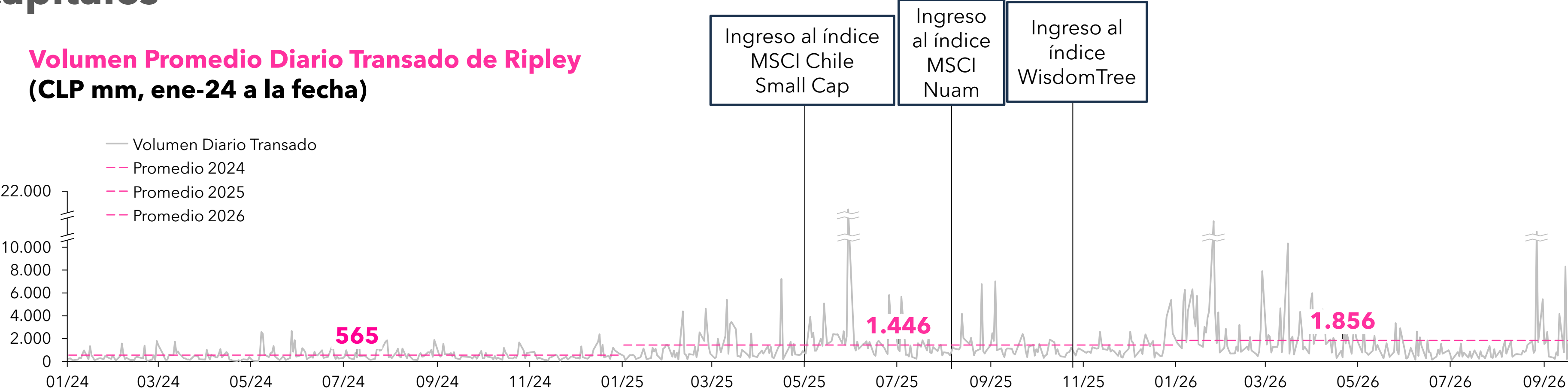
Clasificación de riesgo (Solvencia: Feller Rate y Humphreys)



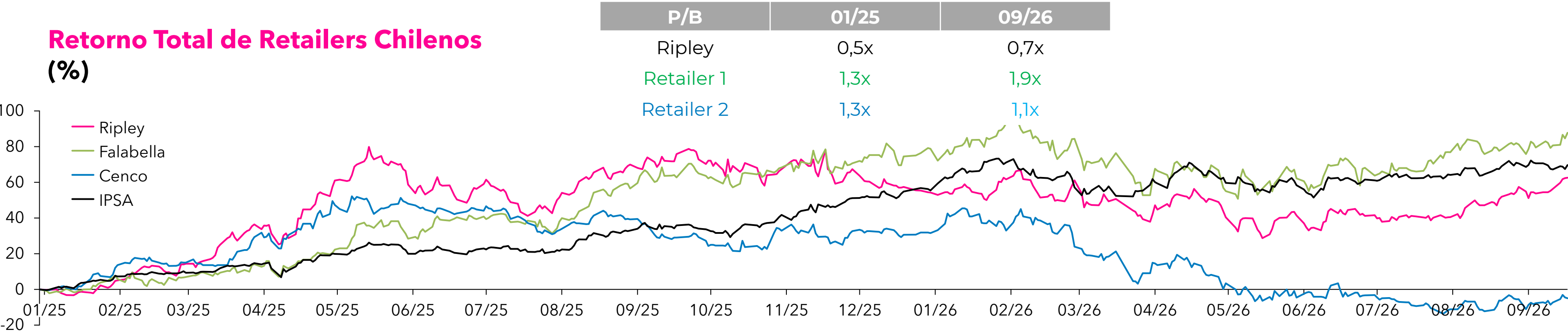
- El menor apalancamiento y la mayor generación de flujos fortalecieron el perfil financiero: endeudamiento, liquidez y coberturas pasaron a "Satisfactorios".
- Feller Rate (jun-26) y Humphreys (jul-26) subieron la solvencia de **"A" a "A+"**, con perspectivas y tendencia **estables**.
- Las acciones subieron a **1ª Clase Nivel 2** (Feller Rate) y **1ª Clase Nivel 1** (Humphreys).

La mayor liquidez bursátil ha mejorado el perfil de Ripley en el mercado de capitales

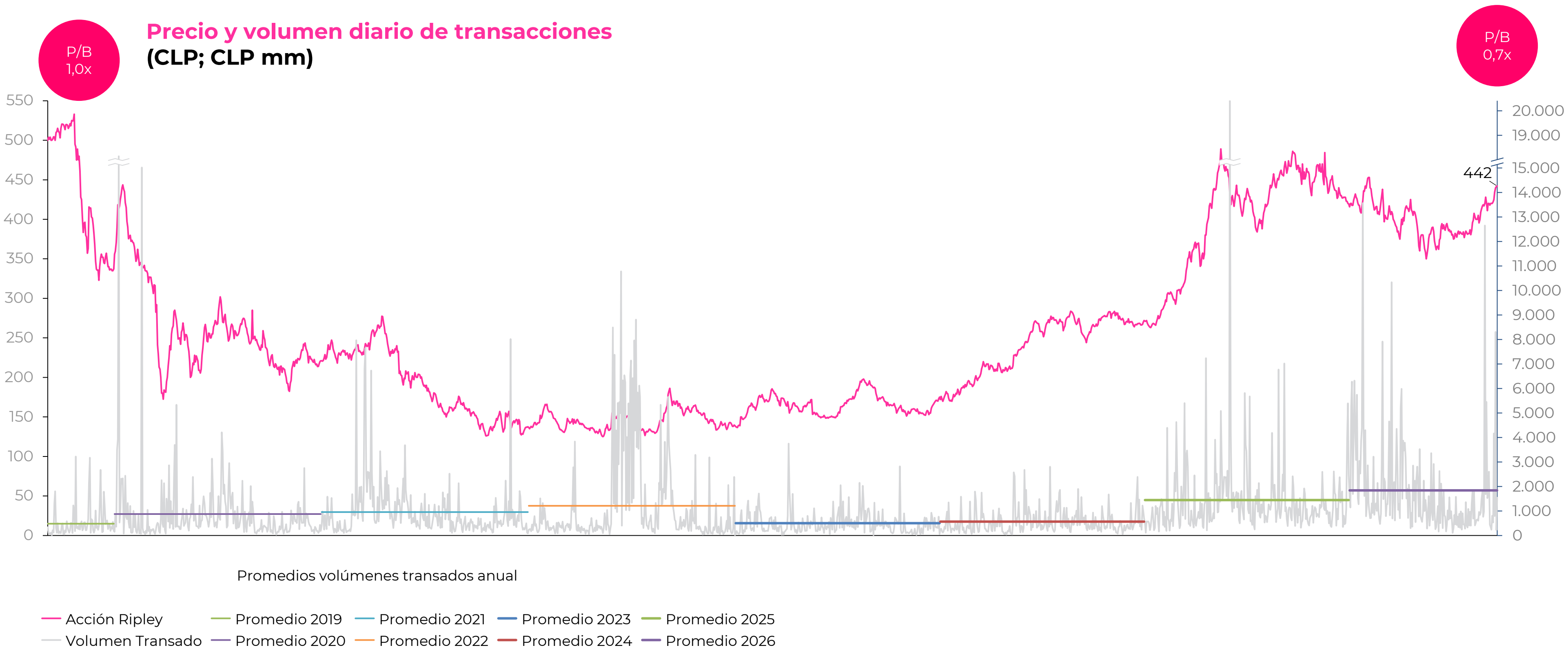
Volumen Promedio Diario Transado de Ripley
(CLP mm, ene-24 a la fecha)



Retorno Total de Retailers Chilenos
(%)



La liquidez bursátil se mantiene muy por sobre sus niveles históricos, a pesar de la reciente volatilidad del precio de la acción



P/B: Price to book: valorización de la acción a precio de mercado sobre el patrimonio

02.

R I P L E Y

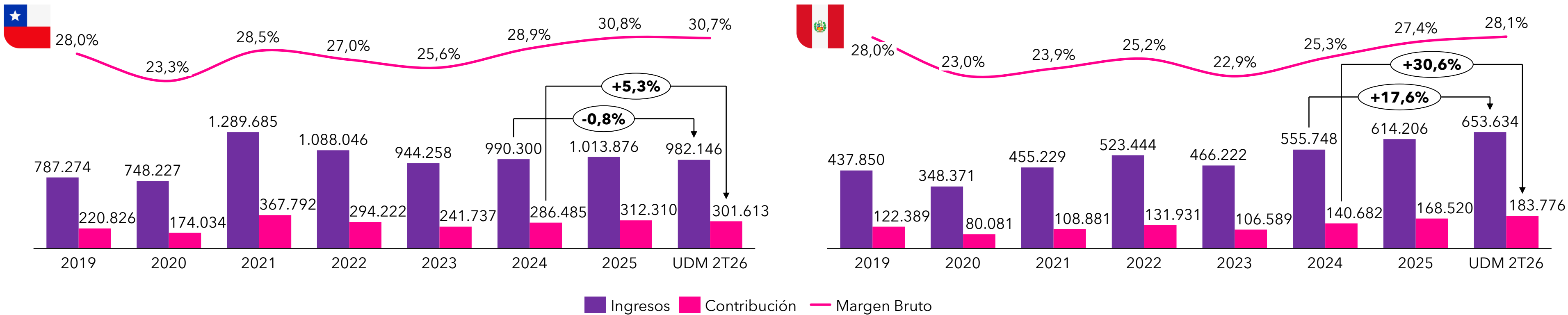
Retail

R I P L E Y Corp.



Retail: una operación más eficiente y rentable, con Perú cada vez más relevante

Ingresos Retail (CLP mm) y Margen Bruto Retail (%)

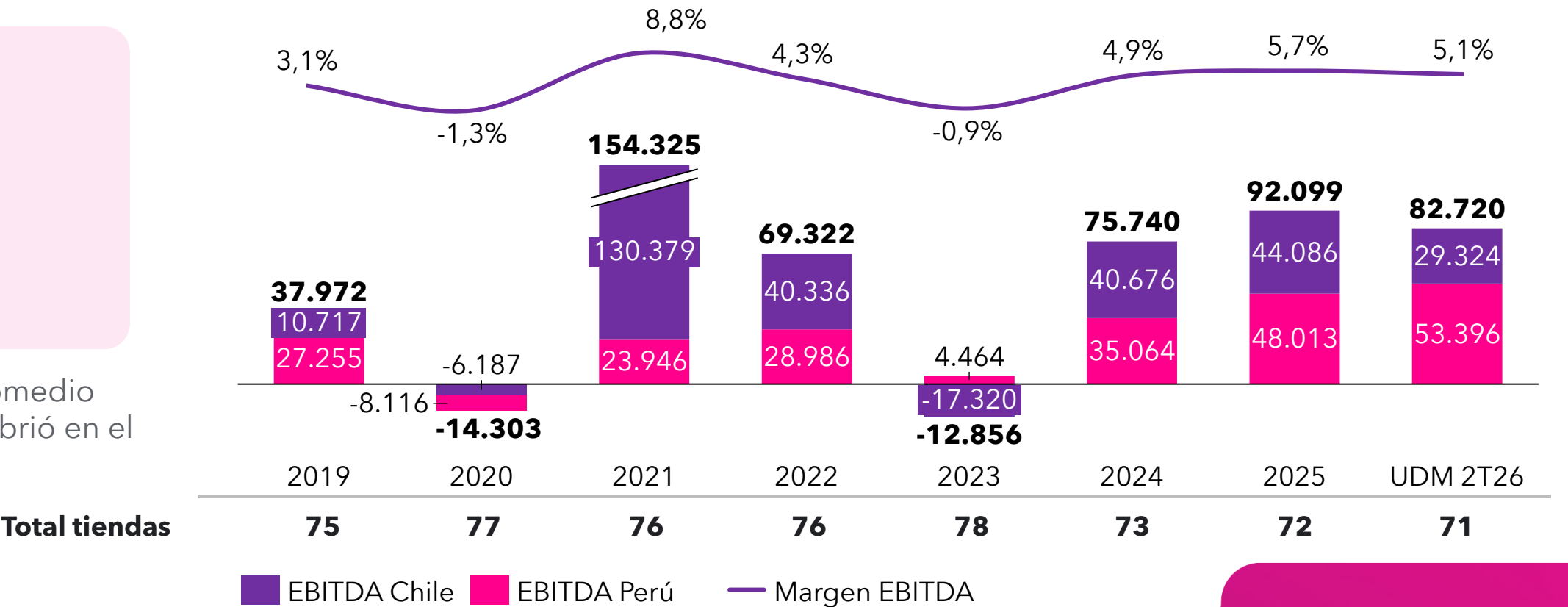


+\$54 mil millones de EBITDA

entre 2019 y 2025, con tres tiendas menos en la cadena¹

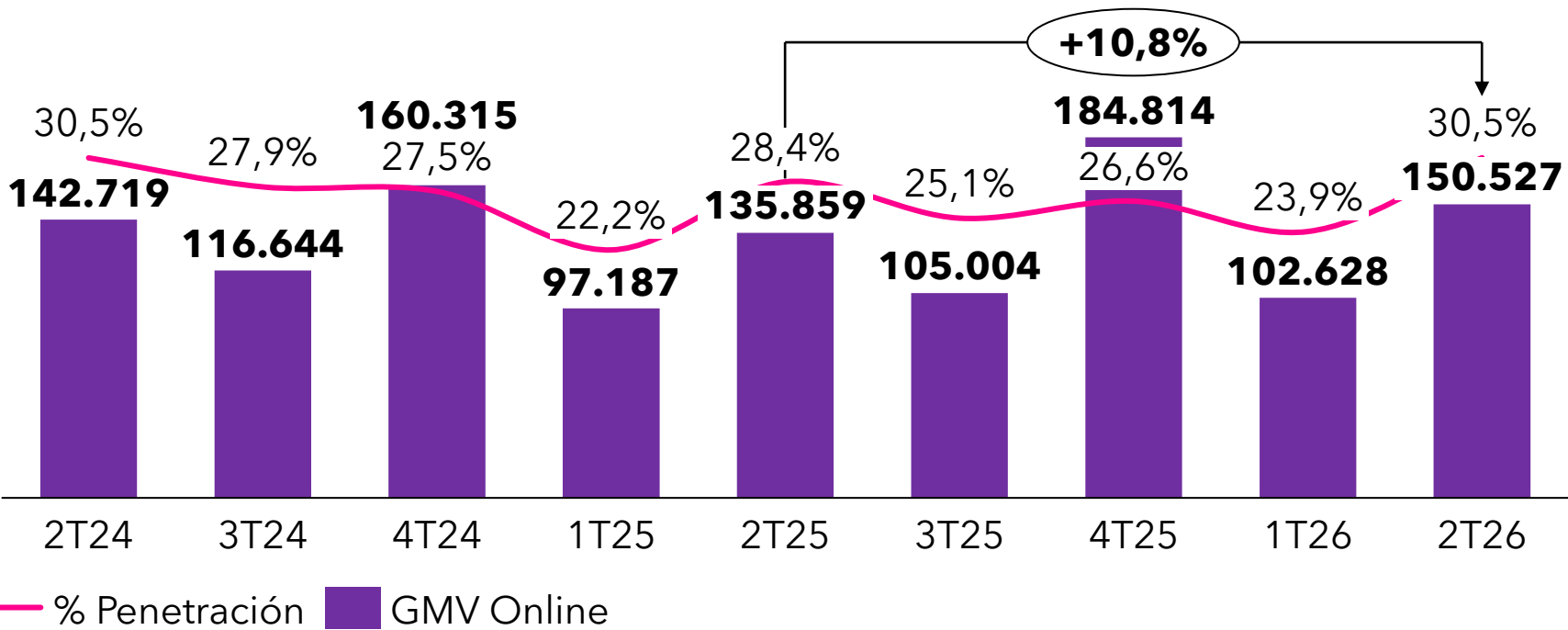
1 A cierre de cada año la cadena tiene tres tiendas menos entre 2019 y 2025; en promedio del período la reducción equivale a cuatro tiendas, ya que Ripley Puruchuco (Perú) abrió en el 4T19.

EBITDA (CLP mm) y Margen EBITDA (%)

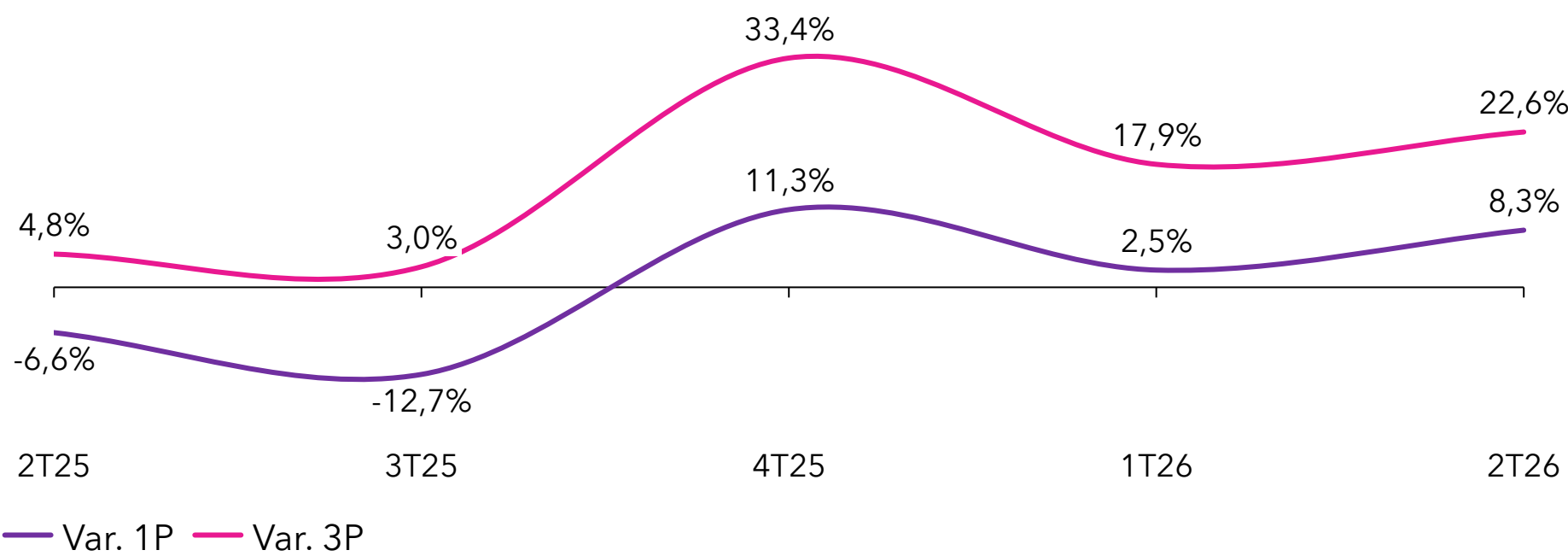


Omnicanalidad: volvemos a crecer digitalmente sobre una plataforma más robusta

GMV Online (CLP mm) y Penetración Digital (%)



Variación GMV Online a/a (%)



Red de puntos de retiro Blue Express | +1.200 puntos de retiro en Chile

Cobertura

+1.200 puntos, extendiendo nuestra cobertura especialmente a localidades donde no contamos con tiendas Ripley

Flexibilidad

Estaciones y comercios asociados, con e-lockers 24/7

Conveniencia

Plazos similares al despacho a domicilio a menor costo

Digital vuelve a crecer y, junto con nuestra red física y logística, fortalece una relación más amplia, integrada y flexible con los clientes.

03.
banco ripley
Banco
R I P L E Y **Corp.**

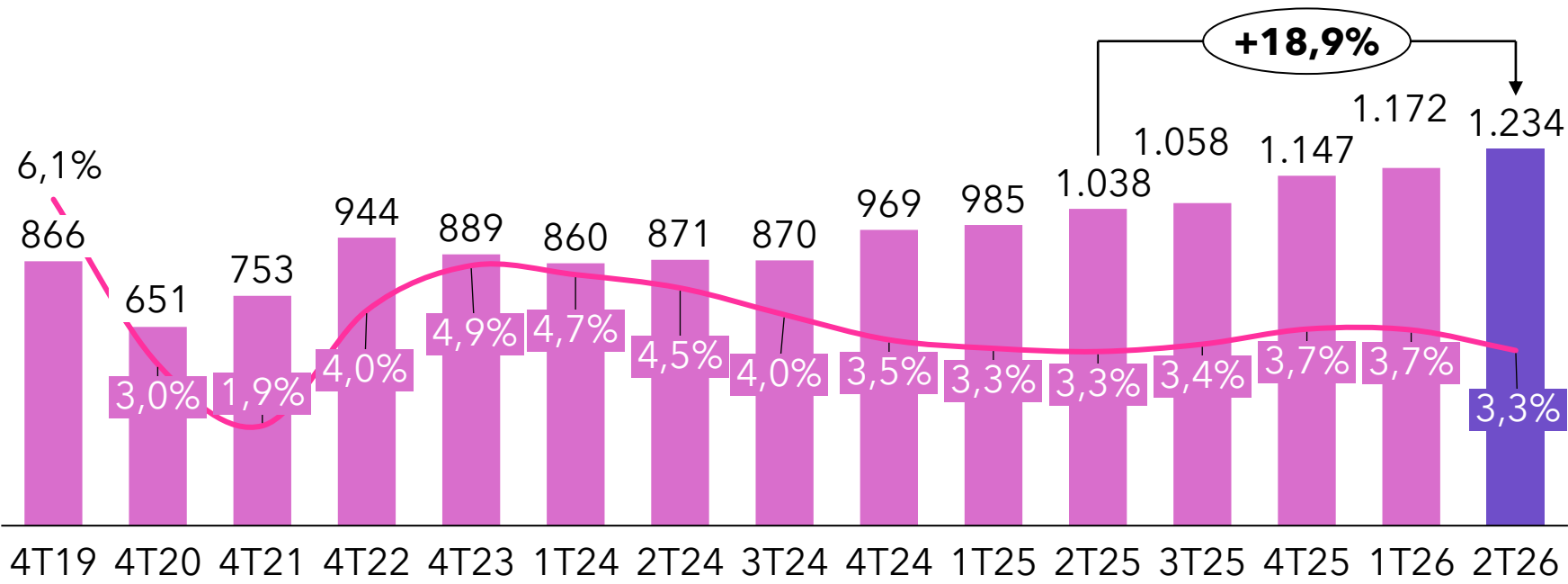


Banco Ripley Chile mantiene un sólido crecimiento en colocaciones, mientras Banco Ripley Perú mejora sus indicadores de riesgo y rentabilidad



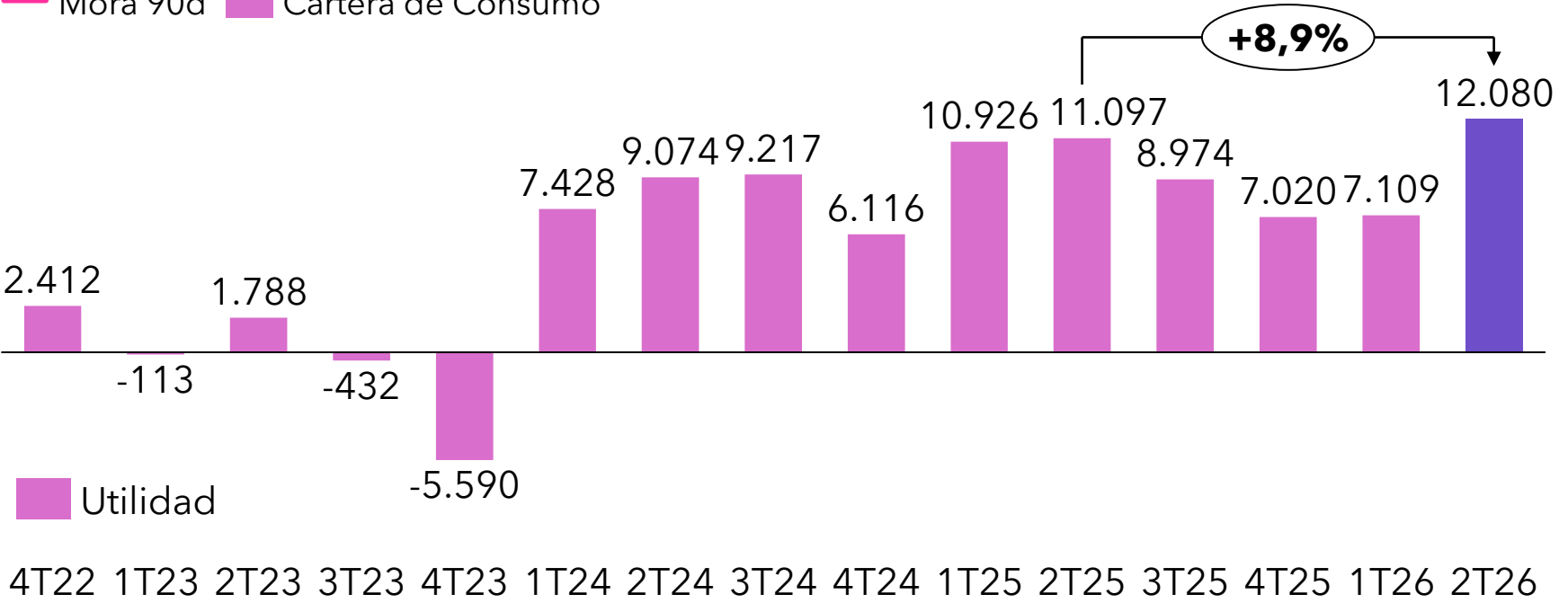
Banco Ripley Chile (Miles CLP mm)

Cartera
Colocaciones Brutas y
Mora > 90 días %¹



— Mora 90d ■ Cartera de Consumo

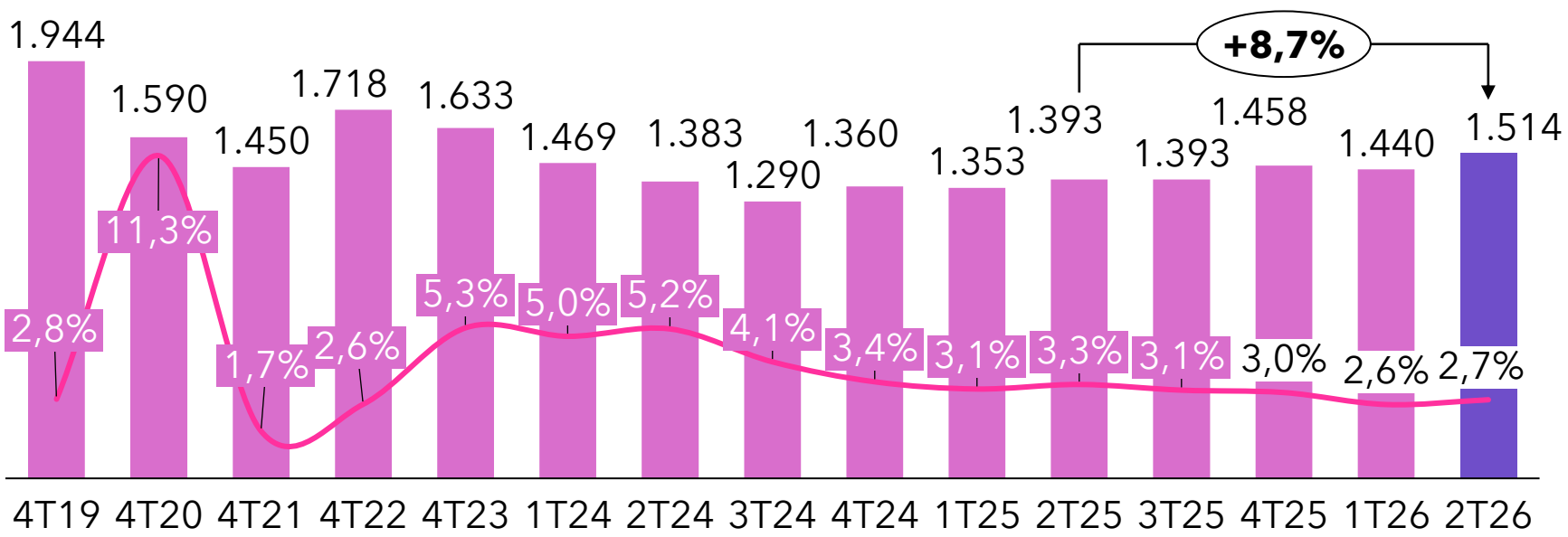
Utilidad
(CLP mm)



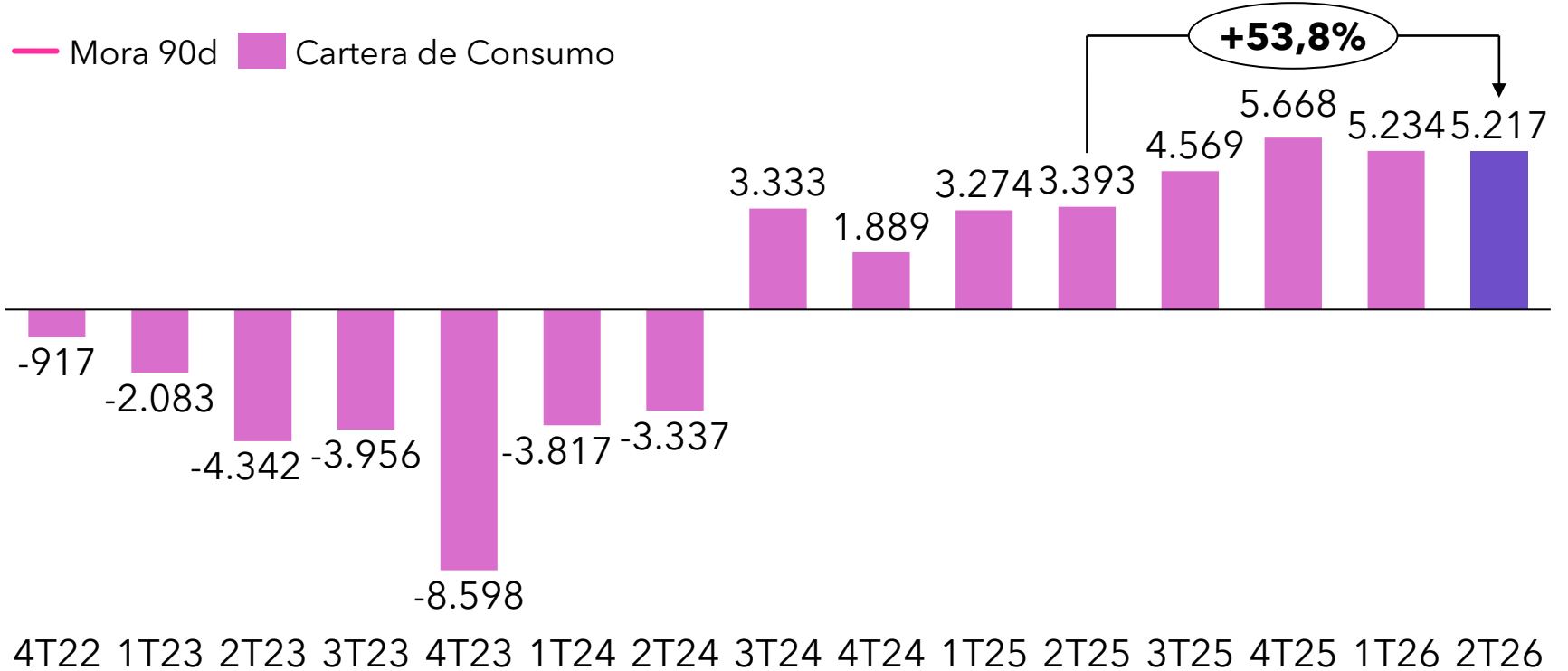
■ Utilidad



Banco Ripley Perú (S/. mm)



— Mora 90d ■ Cartera de Consumo



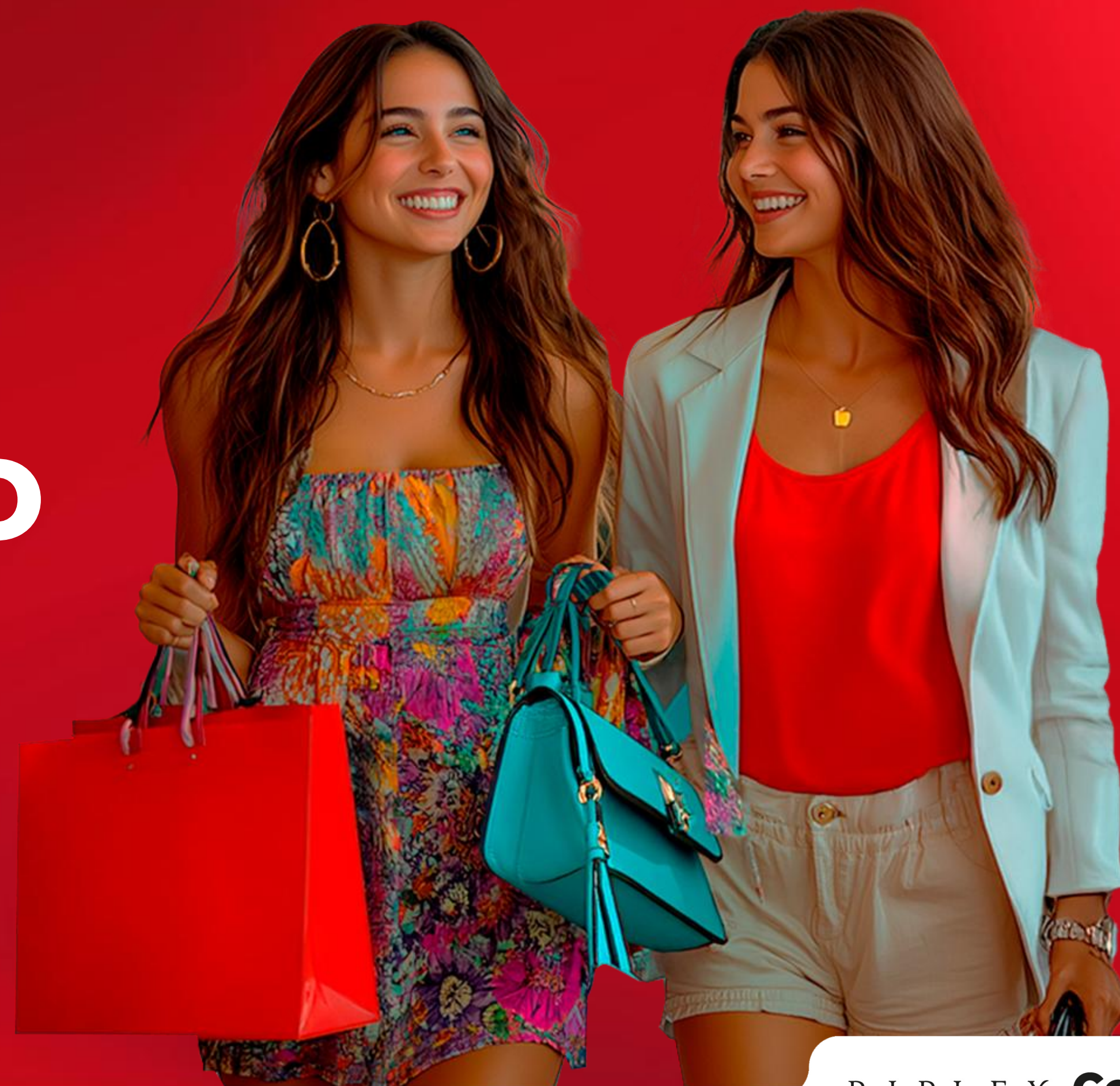
1. Cartera de colocaciones brutas de consumo.

04.

MALL
AVENTURA GrupoMarina®

Inmobiliario

R I P L E Y **Corp.**



Enfocados en centros comerciales de gran escala en ubicaciones estratégicas



UDM 2T26

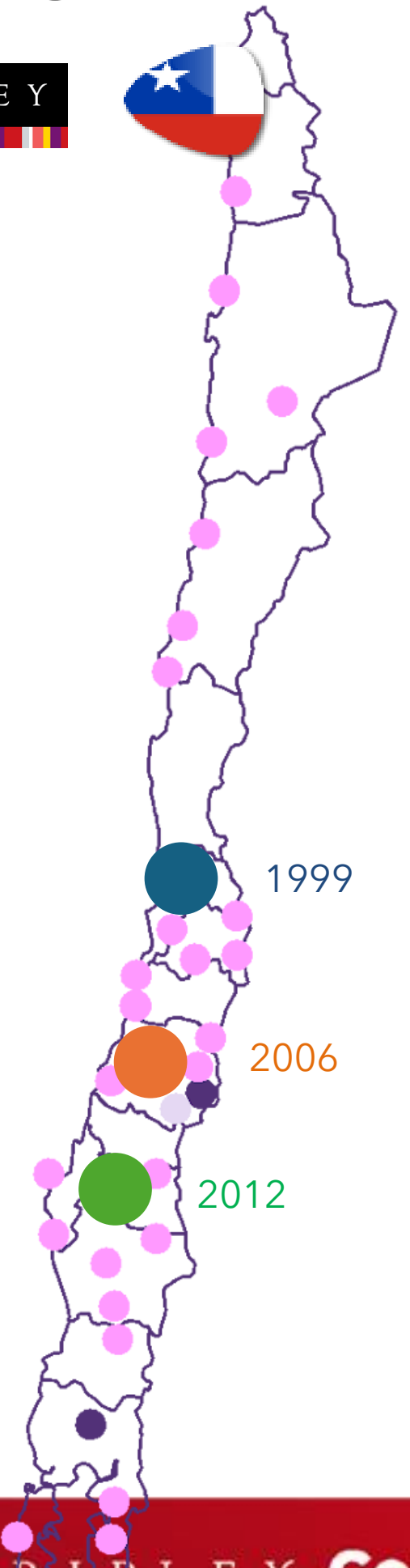
Ingresos: 79.128 CLP mm
EBITDA: 70.723 CLP mm
Ocupación sin Torres: 98,5%

- Loreto**
Mall Aventura IQUITOS
47.069 m²
- Lambayeque**
Mall Aventura CHICLAYO
47.564 m²
- Lima**
Mall Aventura SANTA ANITA
90.733 m²
Mall Aventura S.J.DE LURIGANCHO
61.485 m²
- Arequipa**
Mall Aventura AREQUIPA
77.510 m²

324.360 m²
Total GLA

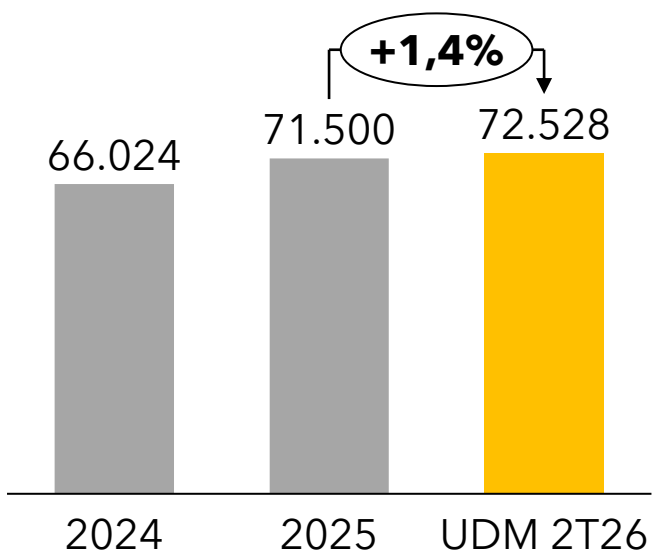
GrupoMarina® ← 50,0% RIPLEY

189.218 m²
Total GLA

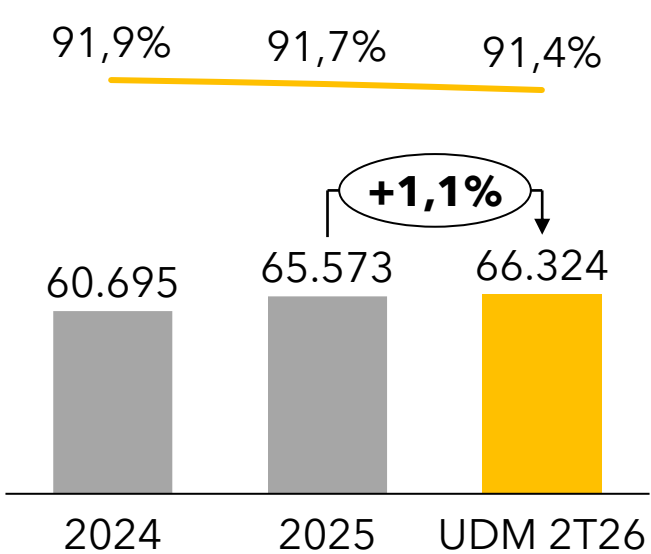


Centros Comerciales: Chile¹

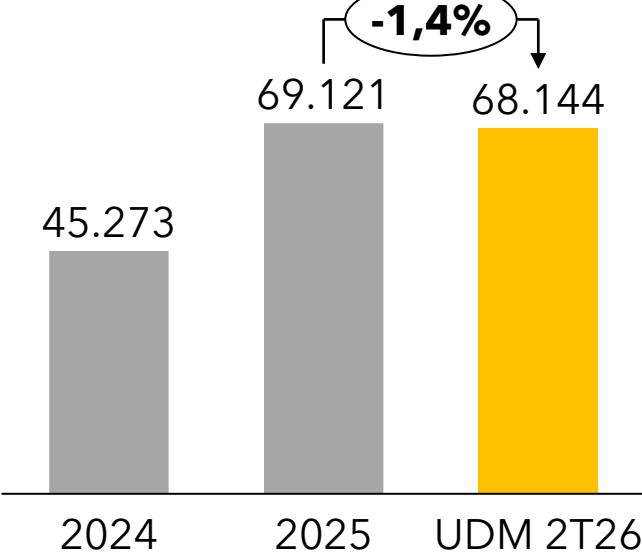
Ingresos (CLP mm)



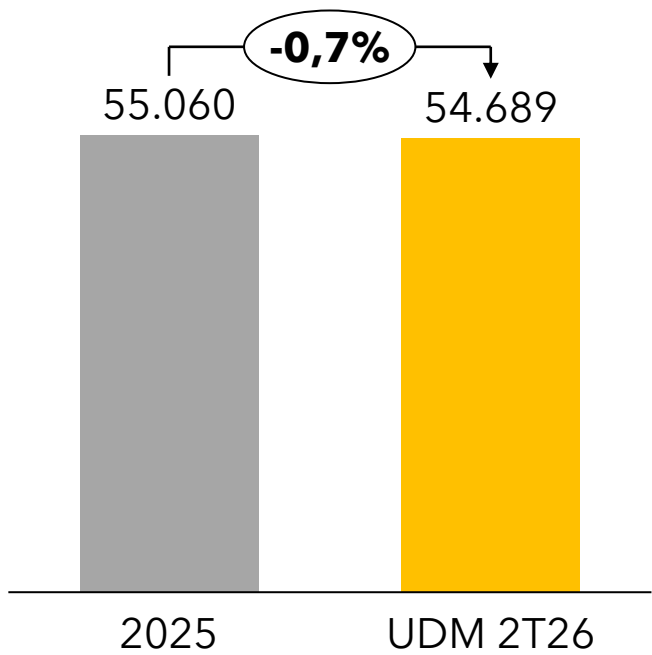
EBITDA (CLP mm) y Margen EBITDA (%)



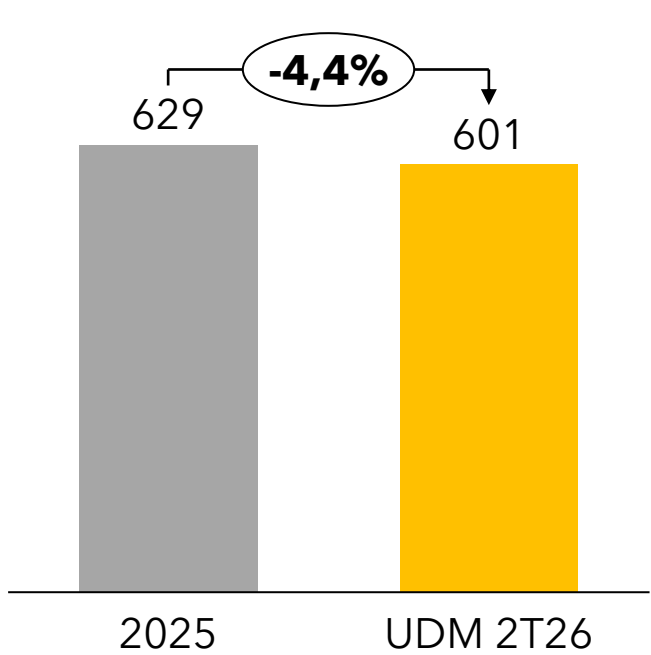
Utilidad¹ (CLP mm)



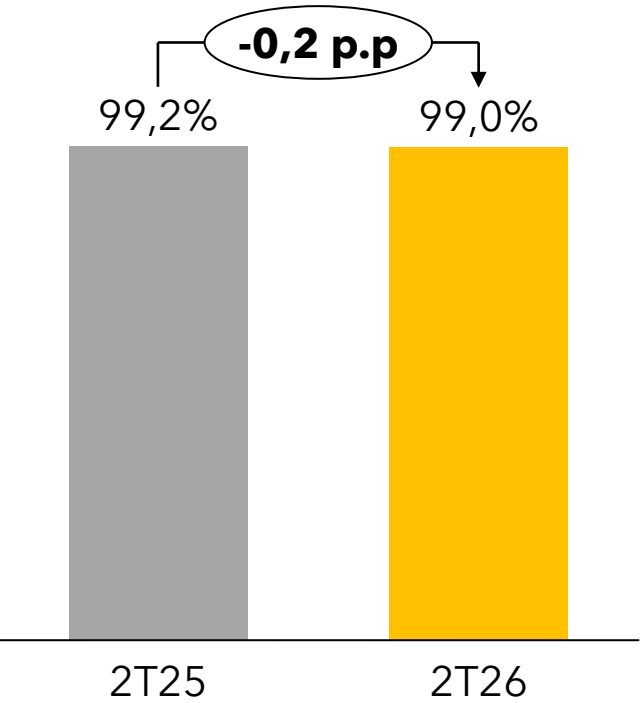
Flujo de visitantes (m)



Ventas de locatarios (CLP mm)



Tasa de ocupación² (%)



GrupoMarina®

Proyecto de Ampliación - Curicó

GLA Adicional: 11.000 m²

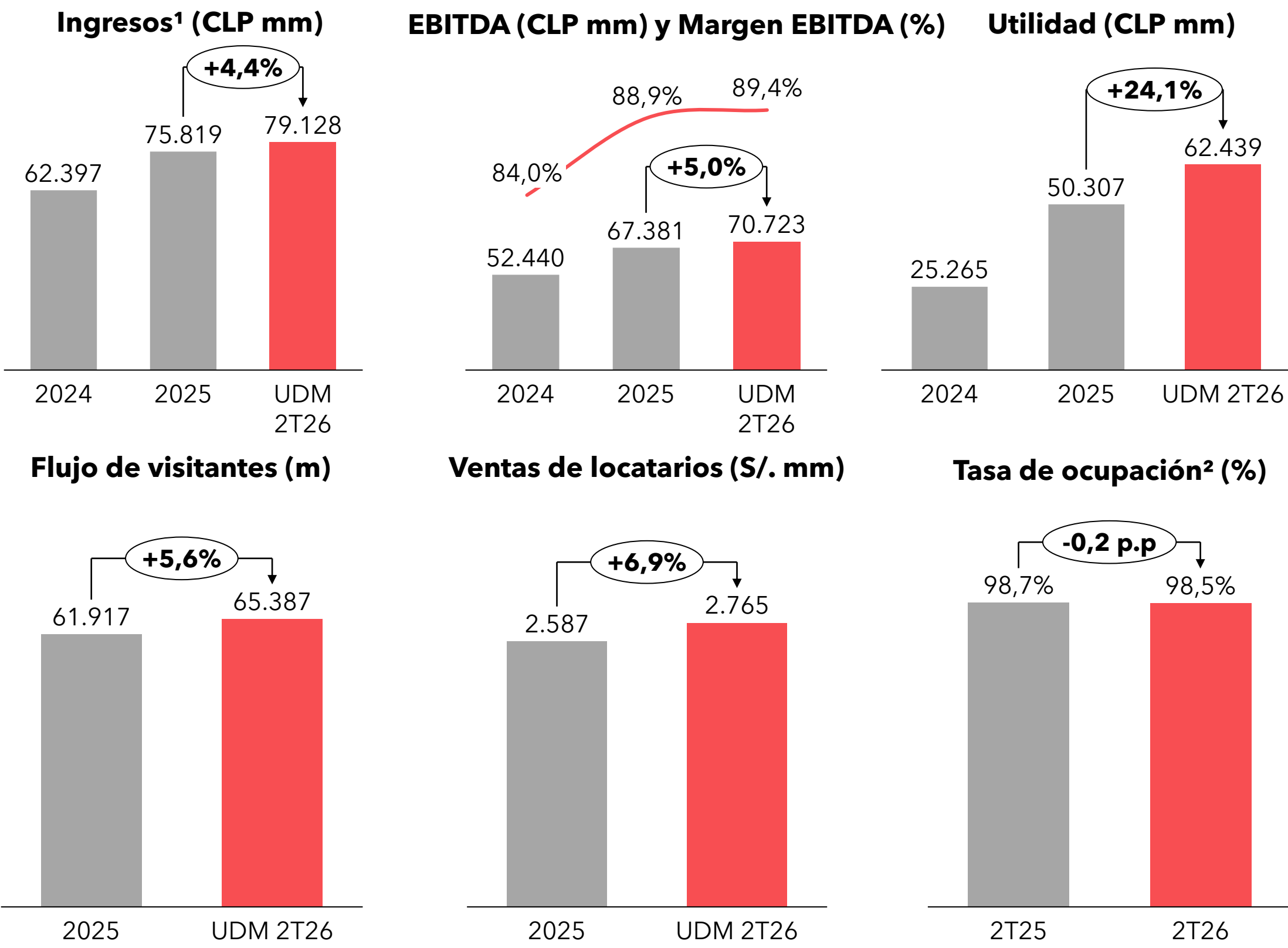
Inversión de UF 1,2 millones para incorporar +70 nuevos locales y ~400 nuevos estacionamientos subterráneos, casi duplicando la oferta comercial y mejorando su accesibilidad. La ampliación fortalecerá el mix comercial, la tarifa promedio y el liderazgo de Mall Curicó en la Región del Maule. Apertura: 2S28.



1. La utilidad presentada corresponde al resultado total de Grupo Marina. Ripley Corp posee el 50% de participación en la sociedad, por lo que el 50% de dicha utilidad es atribuible a Ripley.

2. Tasa de Ocupación no considera oficinas.

Mall Aventura mantiene una sólida evolución operacional



Proyecto de Ampliación - Arequipa

GLA Adicional: 8.700 m²

Etap	GLA	Apertura Estimada
Nivel 1 - Zona Acceso	3.085 m²	Diciembre 2026
Nivel 2 - Zona Acceso	3.415 m²	Julio 2027
Nivel 0	2.200 m²	2027-2028

La ampliación permitirá aumentar las tiendas menores en 1,5x, de 81 a 120 locales, con un crecimiento de 46% en su superficie. El proyecto fortalecerá el mix comercial y la tarifa promedio del mall.



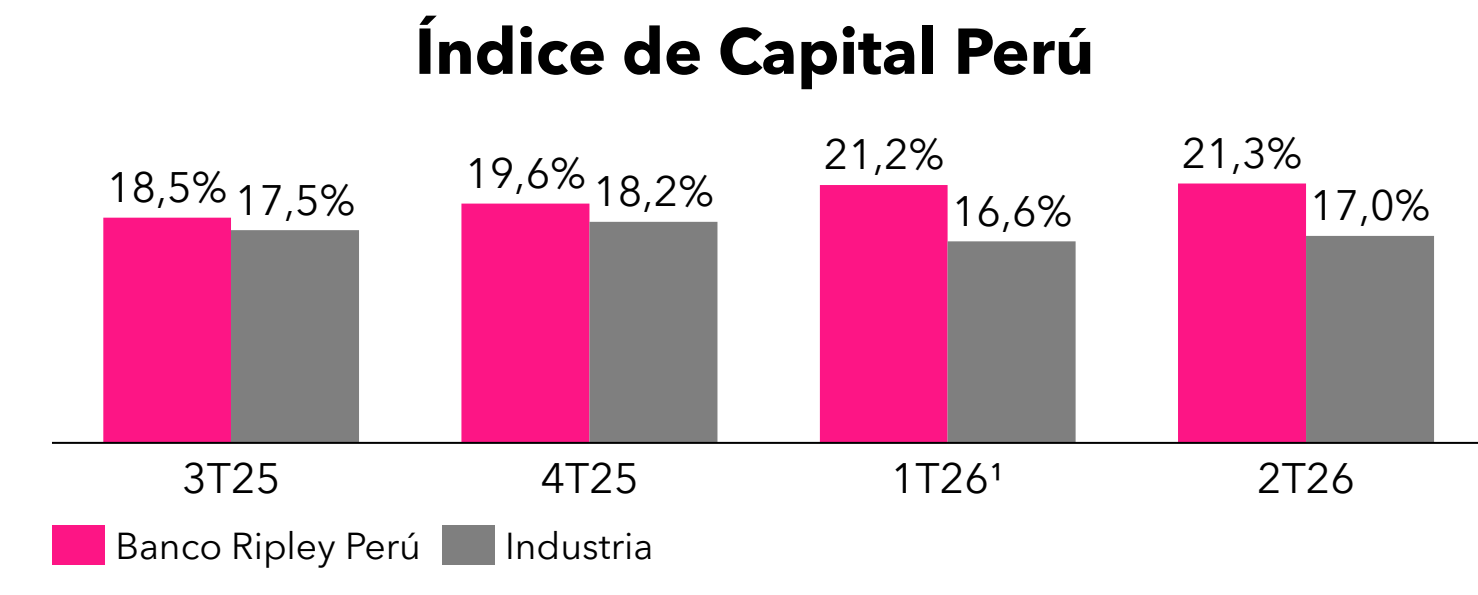
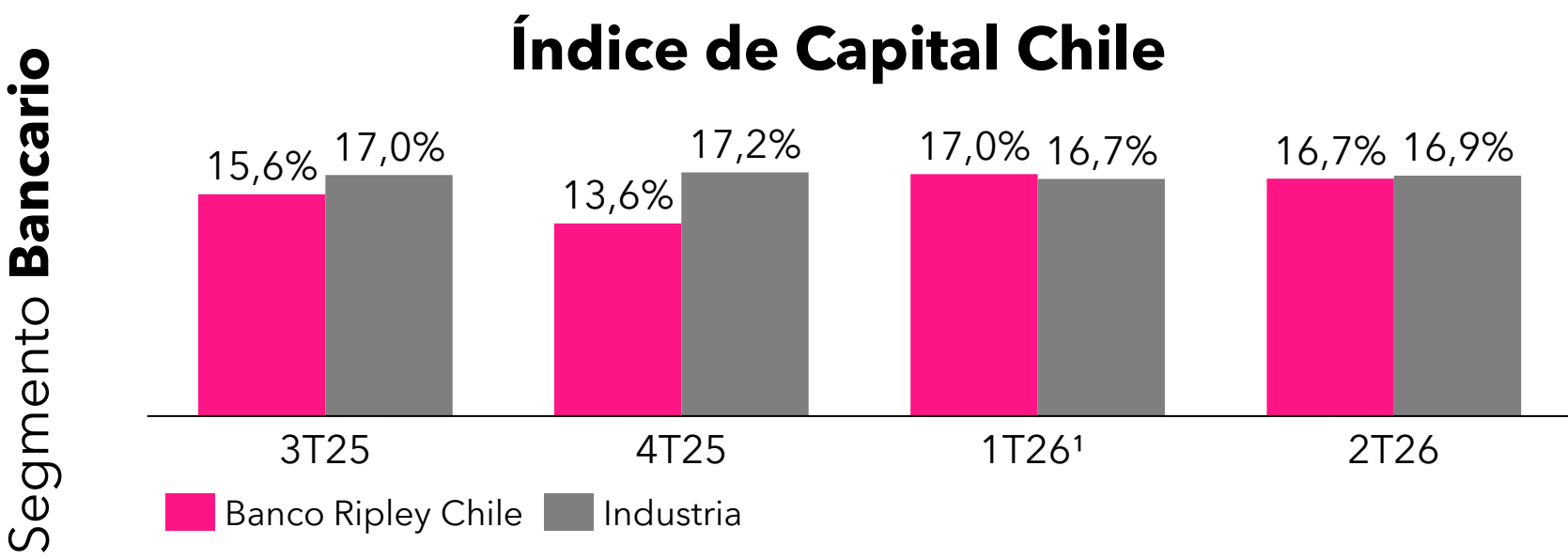
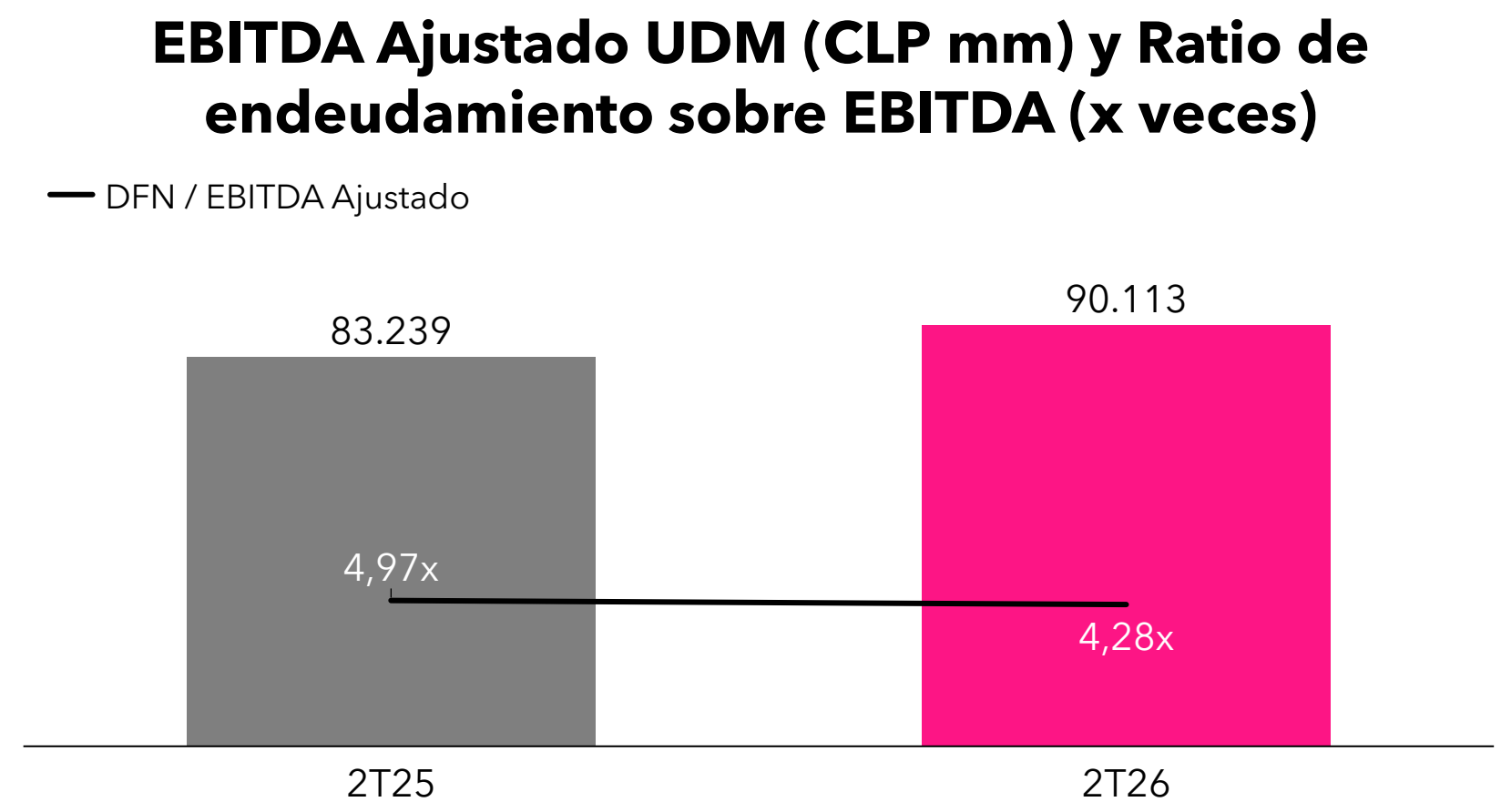
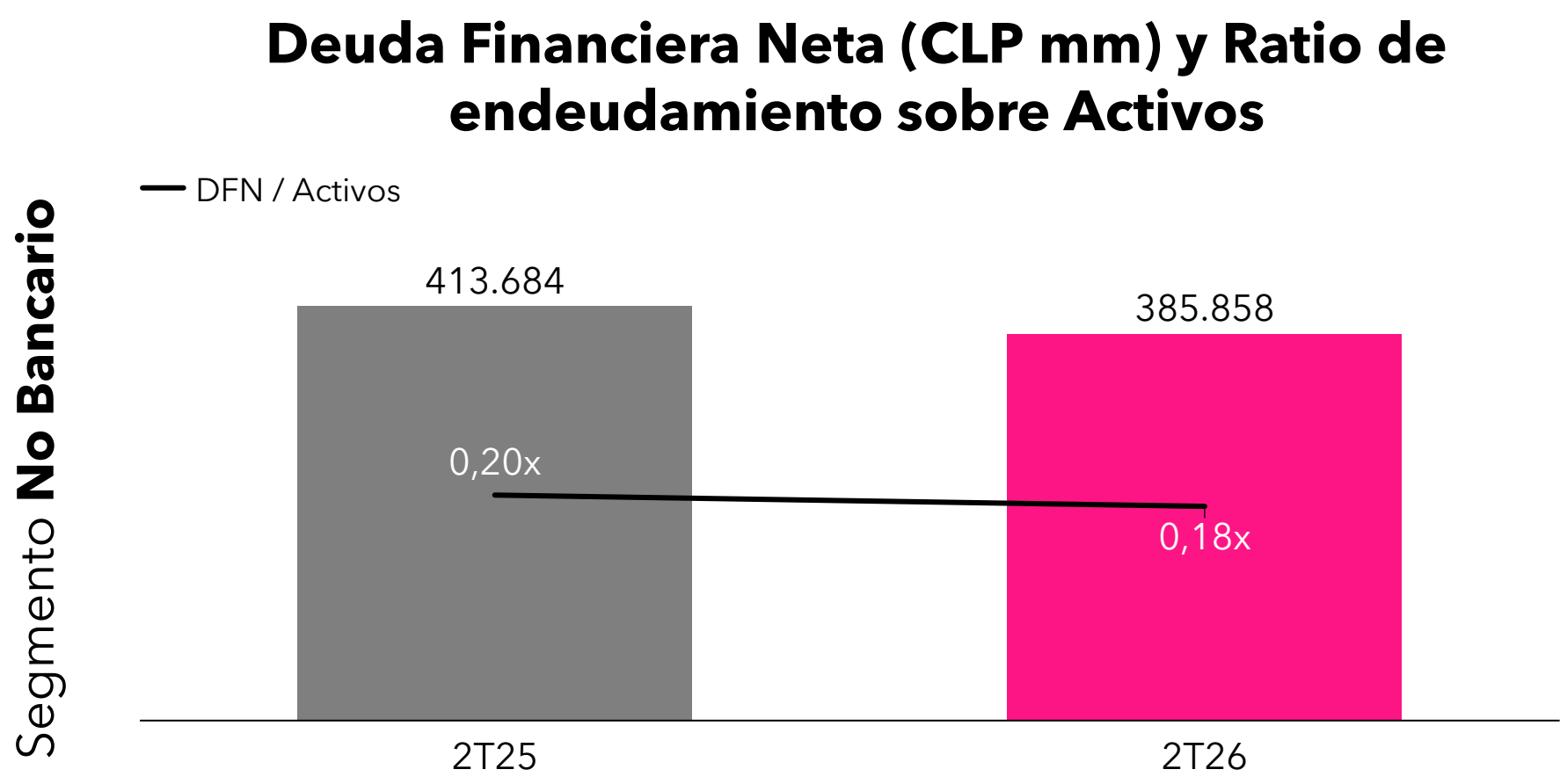
1. Los ingresos de Mall Aventura se registran bajo la NIIF16.
2. Tasa de Ocupación no considera oficinas.

05.

Estructura Financiera



El apalancamiento no bancario mejoró a 4,28x, apoyado en un mayor EBITDA ajustado



1. En marzo 2026, Banco Ripley efectuó la colocación del bono subordinado por UF 1.000.000.

Gracias

R I P L E Y **Corp.**

Anexos

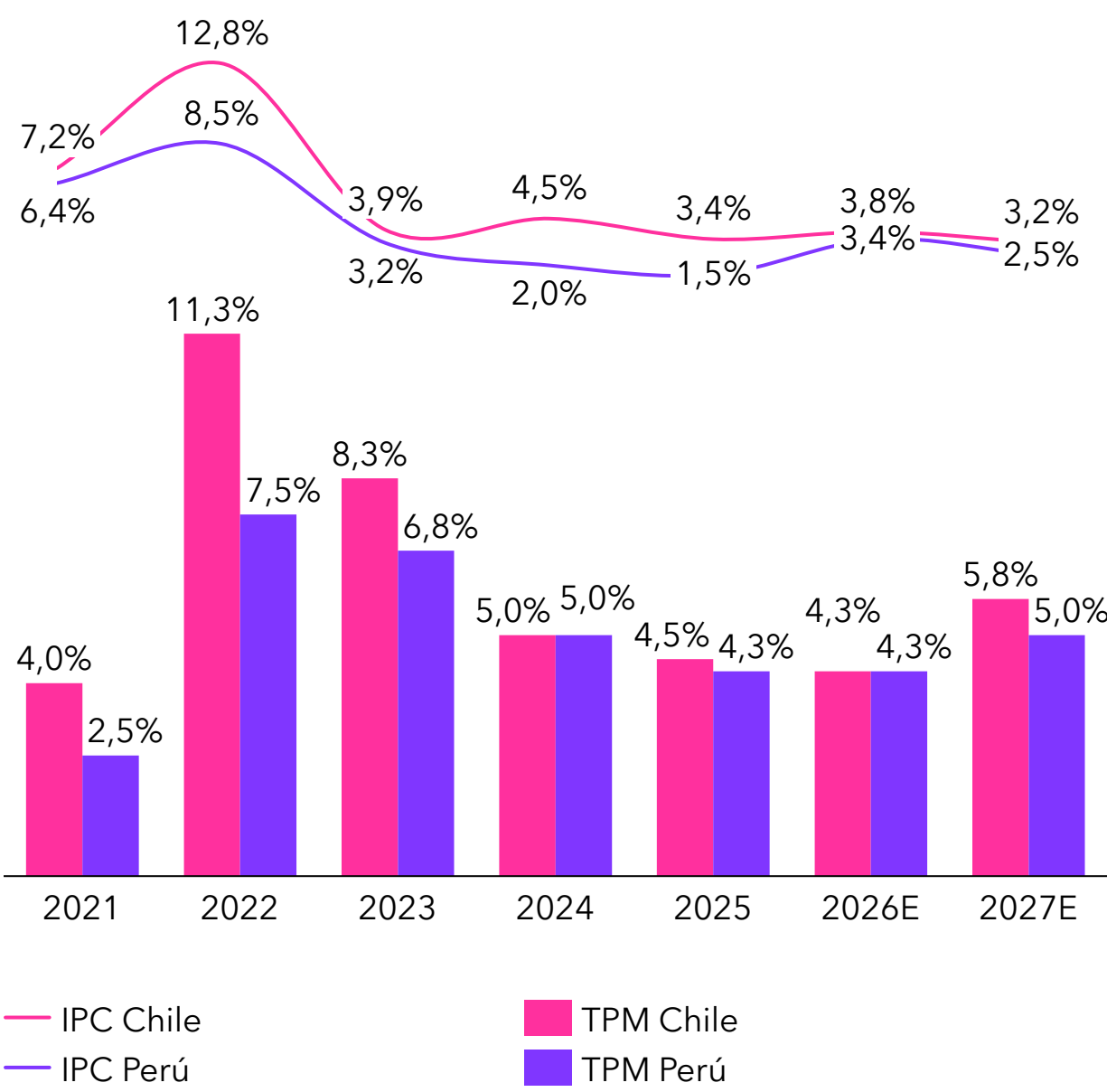
MARQUIS®

RIPLEY

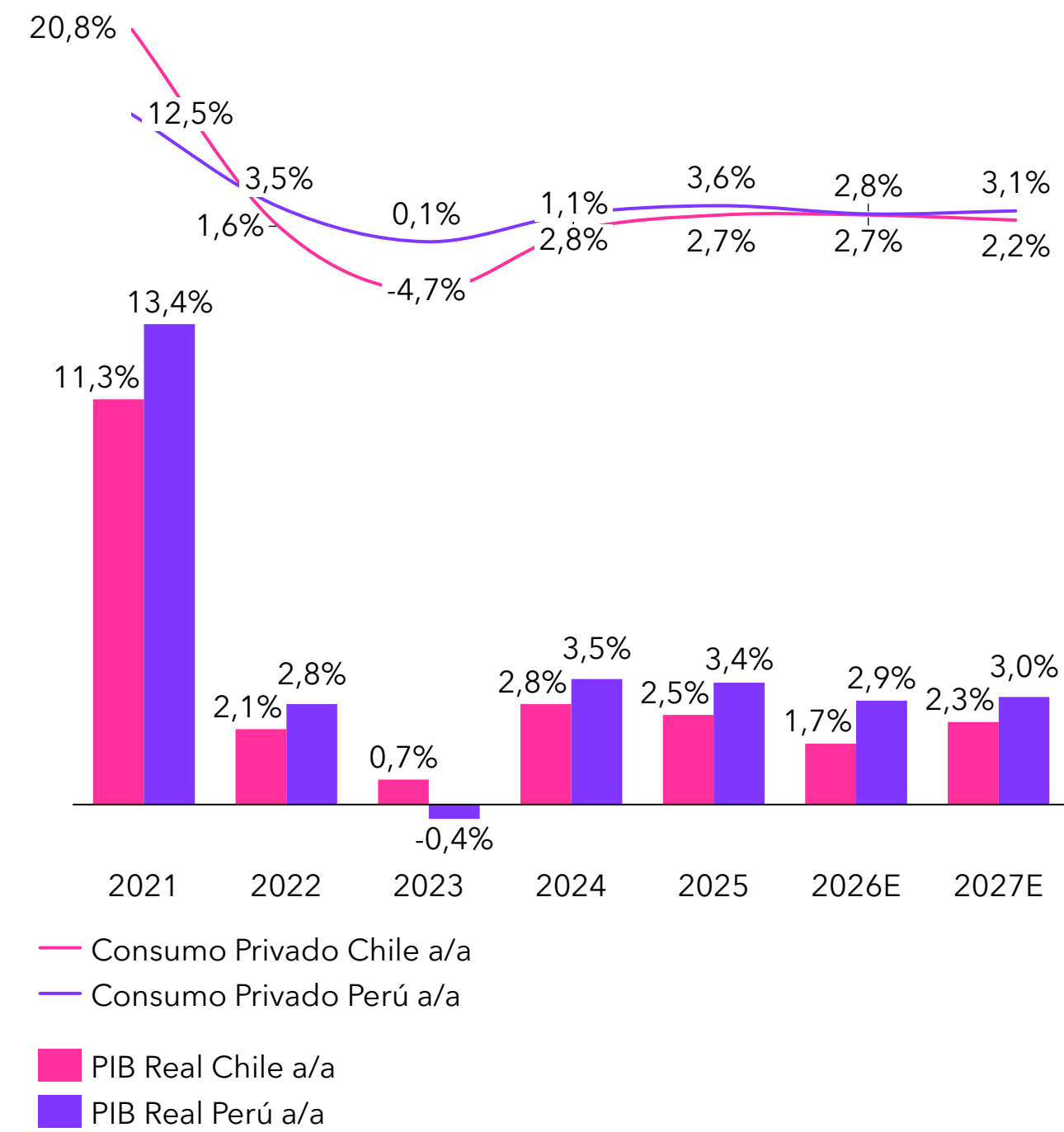


La menor inflación, la baja de tasas y la recuperación del consumo respaldan las perspectivas de crecimiento de Ripley

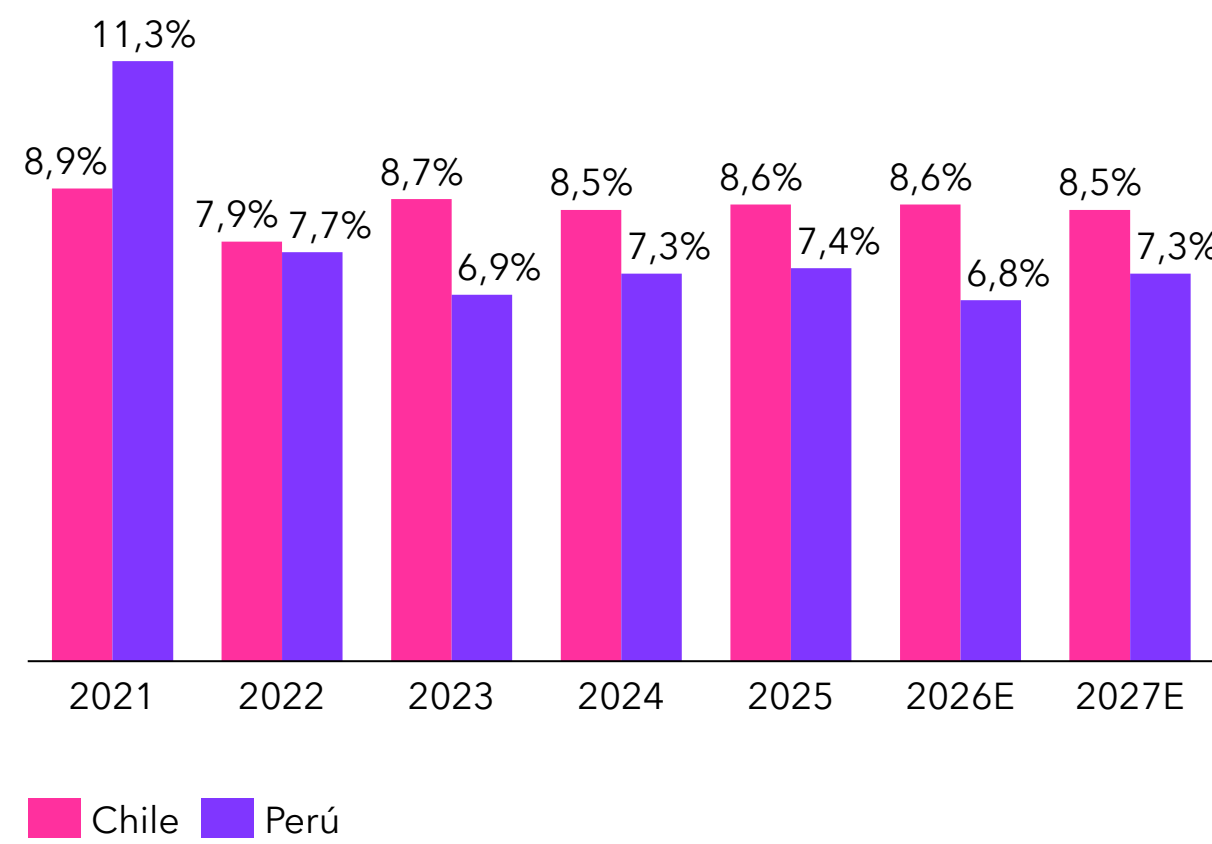
IPC a/a y Tasa de Política Monetaria (%)



PIB Real a/a y Consumo Privado a/a (%)



Tasa de Desempleo (%)



Fuente: Emerging Markets Economics Outlook & Strategy, Citi Research

Management con más de 100 años de experiencia combinada en Retail Financiero



CEO
Lázaro Calderón
+40 años



CFO
Werner Geissbuhler
+4 años



Vicepresidente Corporativo
Sergio Hidalgo
+40 años



Gerente de Asuntos Corp. y Contraloría
Mauricio San Miguel
+6 años



Gerente Corporativo de Personas
Carlos Ureta
+4 años



Gerente General Corporativo de Retail
Alfonso Lobato
+8 años



Gerente Corporativo de Tecnología (CTO)
Carlos Rivero
+5 años



Gerente Corporativo de Clientes
Constanza Garmendia
+2 años



Gerente Corporativo de Servicios Financieros
Alejandro Subelman
+9 años



Gerente General, Mall Aventura
Sergio Collarte
+30 años



Gerente Transformación y Desarrollo Corp.
Rodrigo Guajardo
+9 años

**años en Ripley*

Gerencias Corporativas

Nuevas Gerencias Corporativas

Unidades de Negocio

Directorio con 22% de mujeres y 3 directores independientes

Directorio

 Hernán Uribe Gabler	Presidente del Directorio
 Andrés Calderón Volochinsky	Vicepresidente del Directorio
 Michel Calderón Volochinsky	Director
 Alejandro Rosemblatt Kiblsky	Director
 Laurence Golborne Riveros	Director
 Miguel Ángel Peña	Director
 Felipe Zegers Vial	Director Independiente
 María Paz Gillet Martín	Director Independiente
 Verónica Edwards Guzmán	Director Independiente

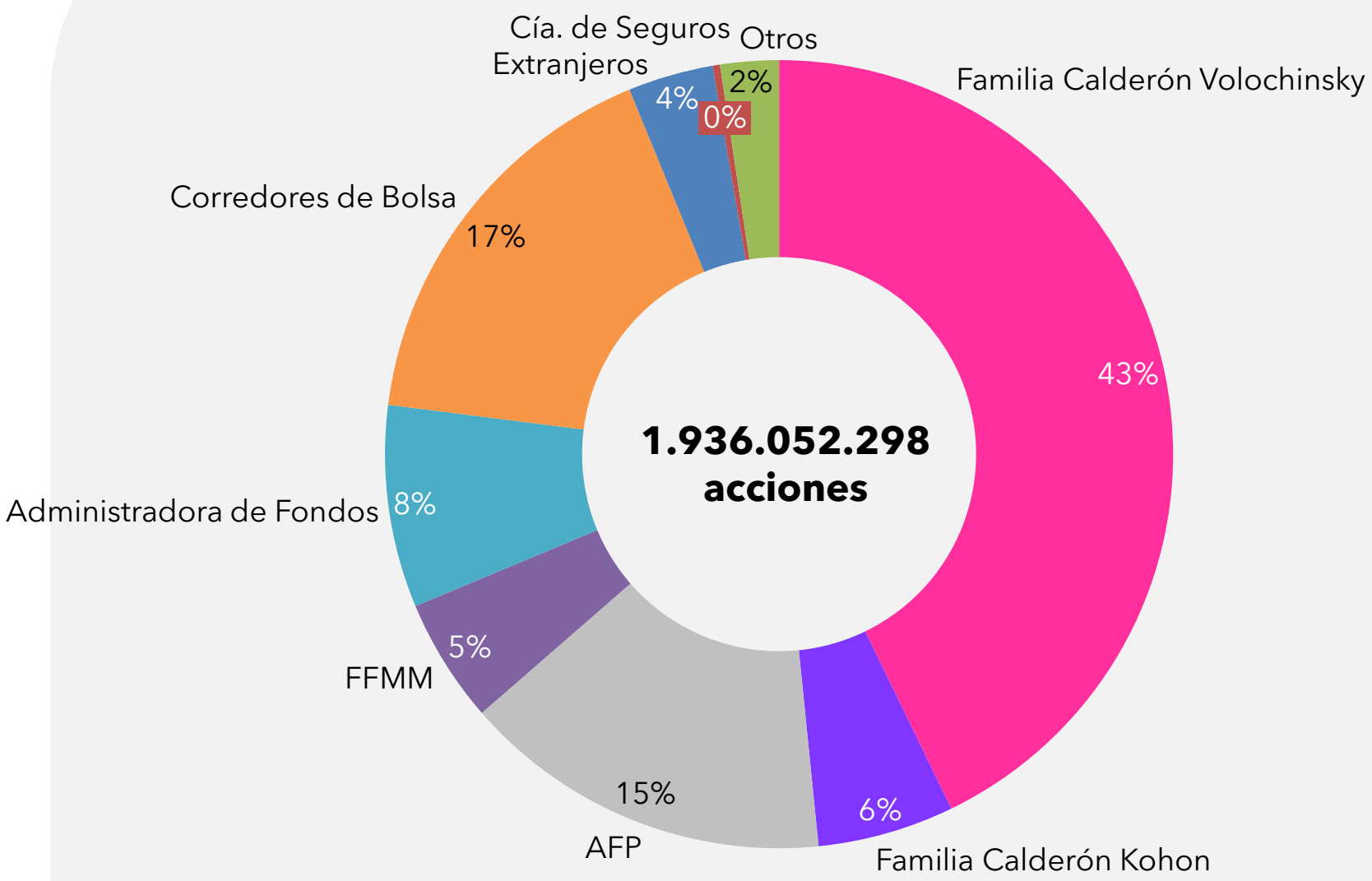
Aspectos Destacados

- **22% de representación femenina**
 - **3 directores independientes**
- Directorios de filiales y asesores con experiencia relevante:
- Oscar Von Chrismar (ex Gerente General de Santander)
 - Patricio Rivas (ex Gerente General de la División de Servicios Financieros de Cencosud)



Una mayor capitalización de mercado y liquidez bursátil han ampliado la base de inversionistas institucionales

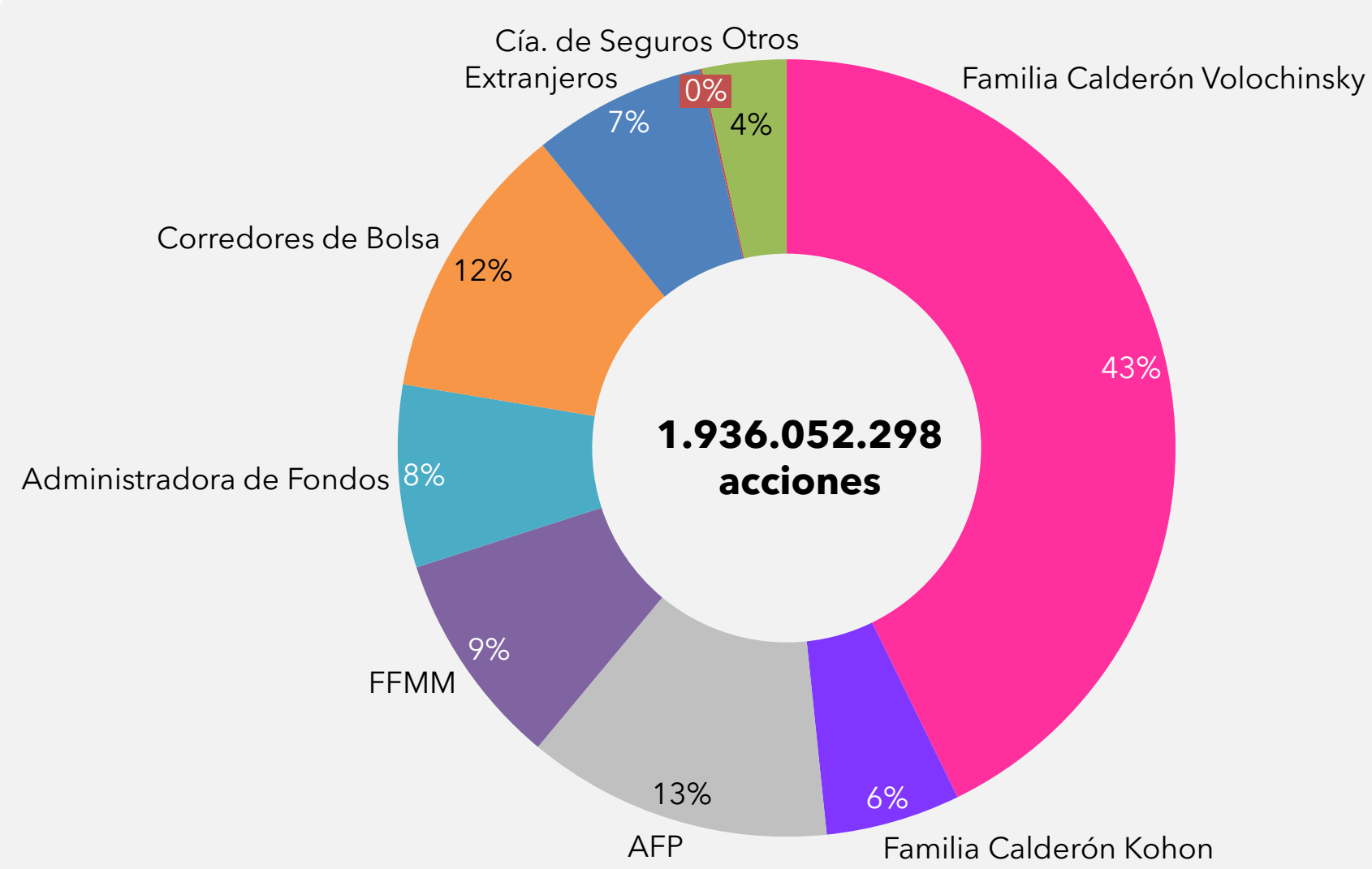
Diciembre 2023



353 USD mn Mkt Cap¹
0,5 USD mn de volumen promedio diario transado (2023)

¹ Capitalización de mercado convertida a un precio de la acción de CLP 175 y USD/CLP 958,42(22 de septiembre de 2026).

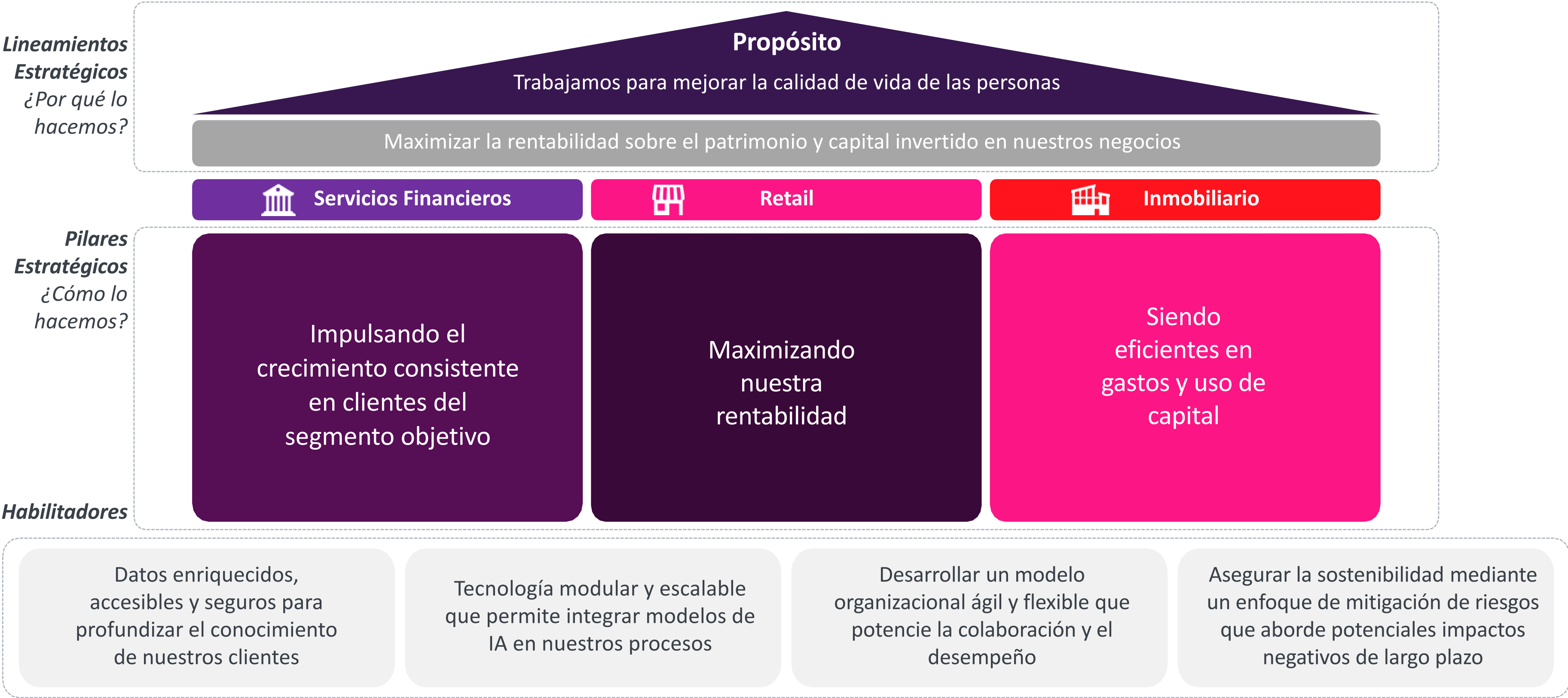
Junio 2026



921 USD mn Mkt Cap¹
1,9 USD mn de volumen promedio diario transado (2026)

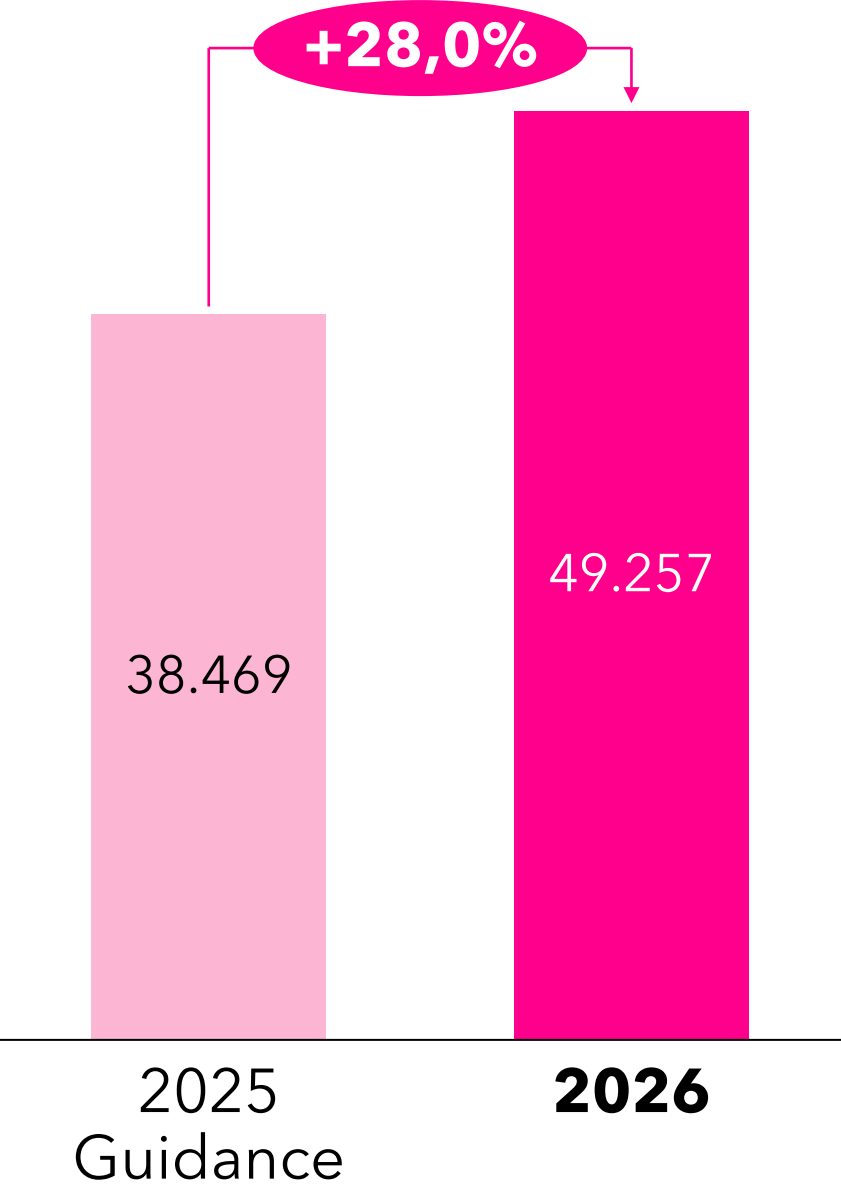
¹ Capitalización de mercado convertida a un precio de la acción de CLP 456 y USD/CLP 958,42 (22 de septiembre de 2026).

Una estrategia centrada en el cliente

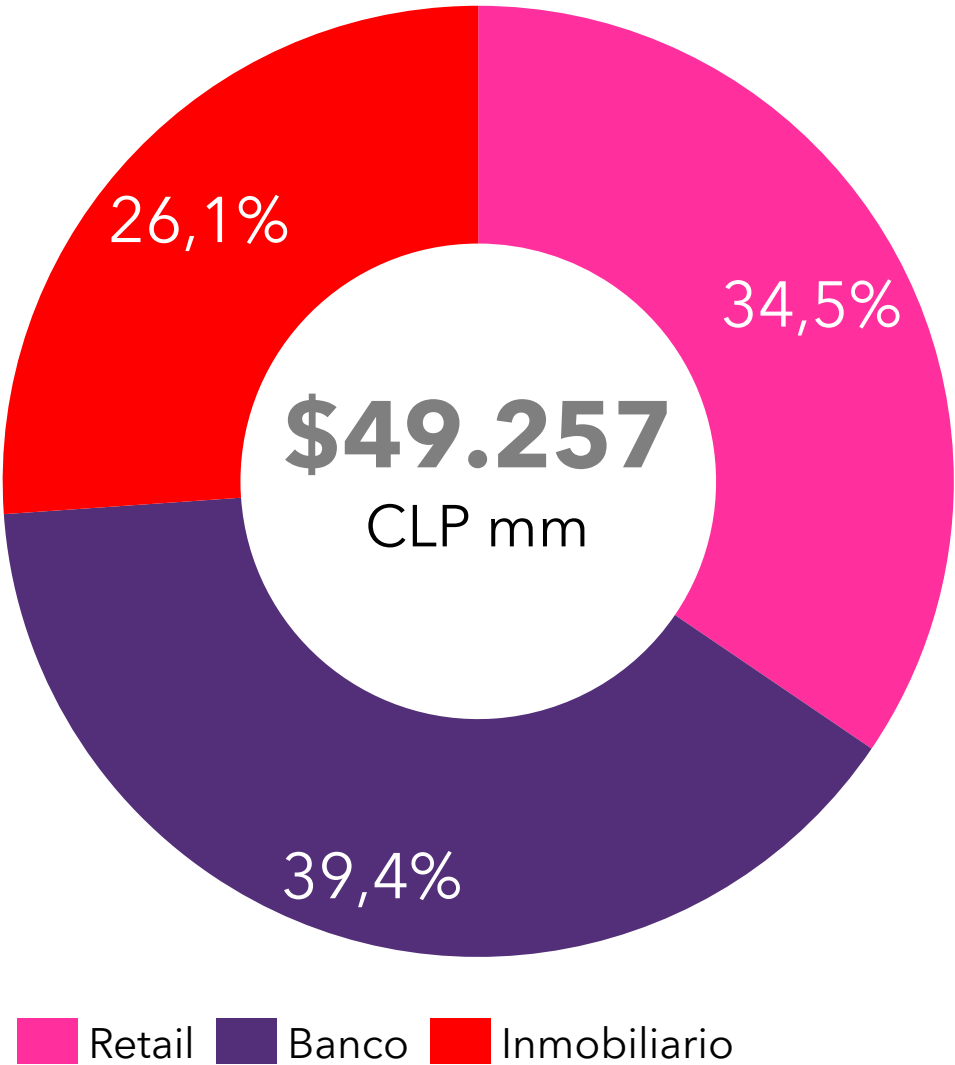


El plan de inversiones 2026 crece 28% hasta \$49.257 millones, concentrado en banco y retail

Plan de Inversiones 2026
(CLP mm)



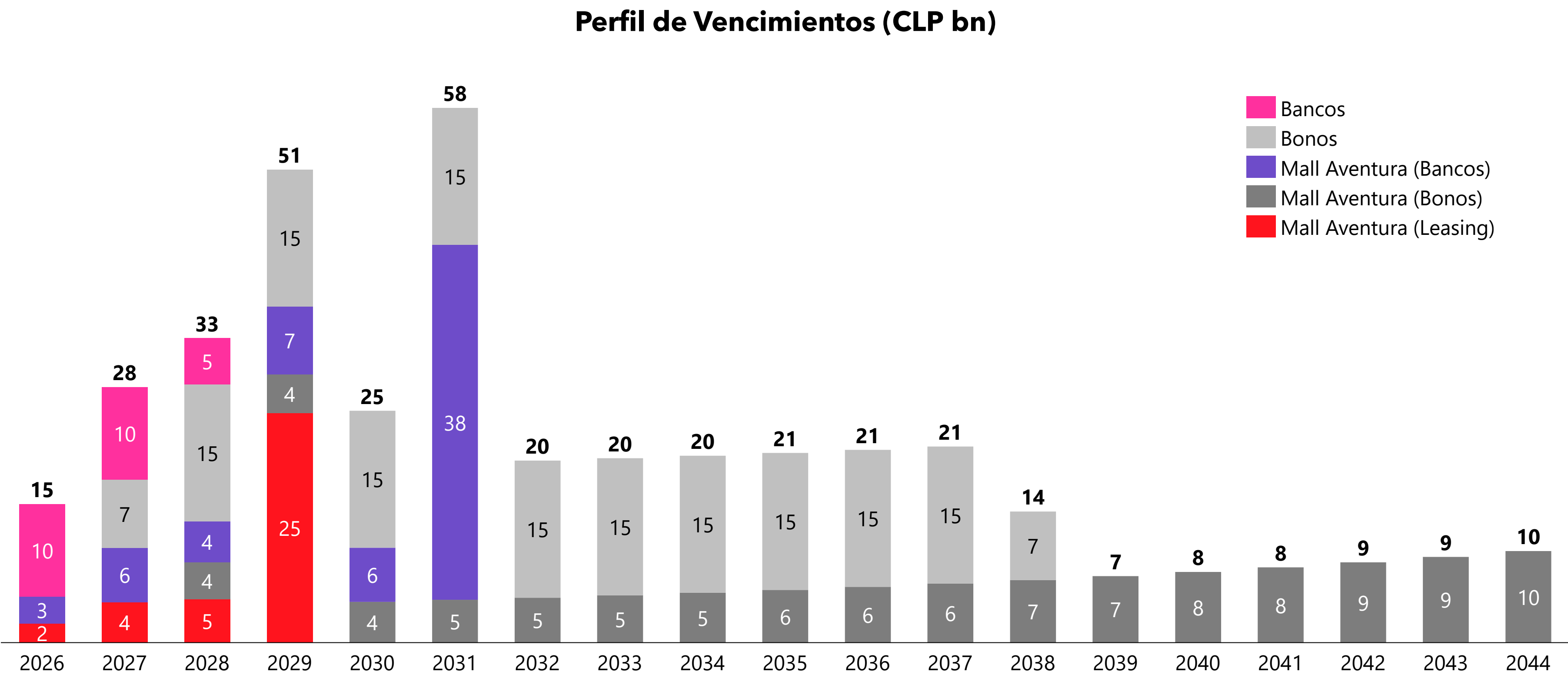
Plan de Inversiones por
negocio
(%)



Plan de Inversiones según
distribución
(CLP mm)

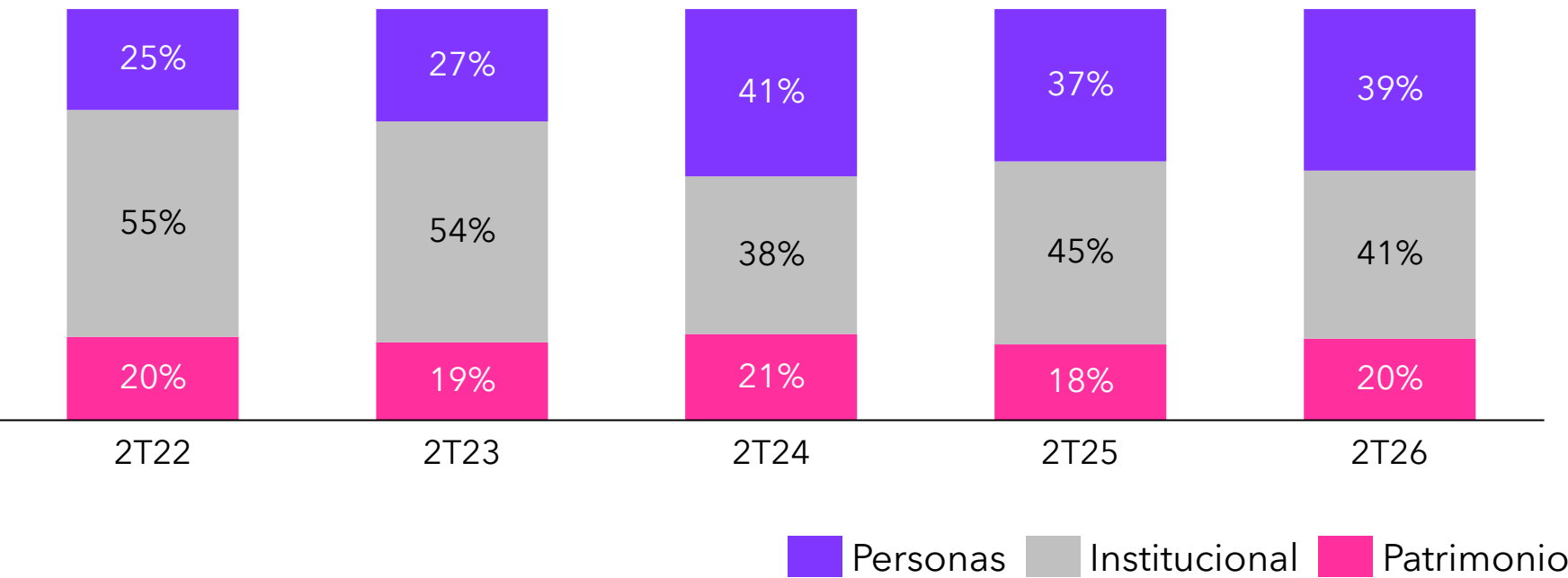


Perfil de vencimientos distribuido, con los mayores hitos en 2029 y 2031

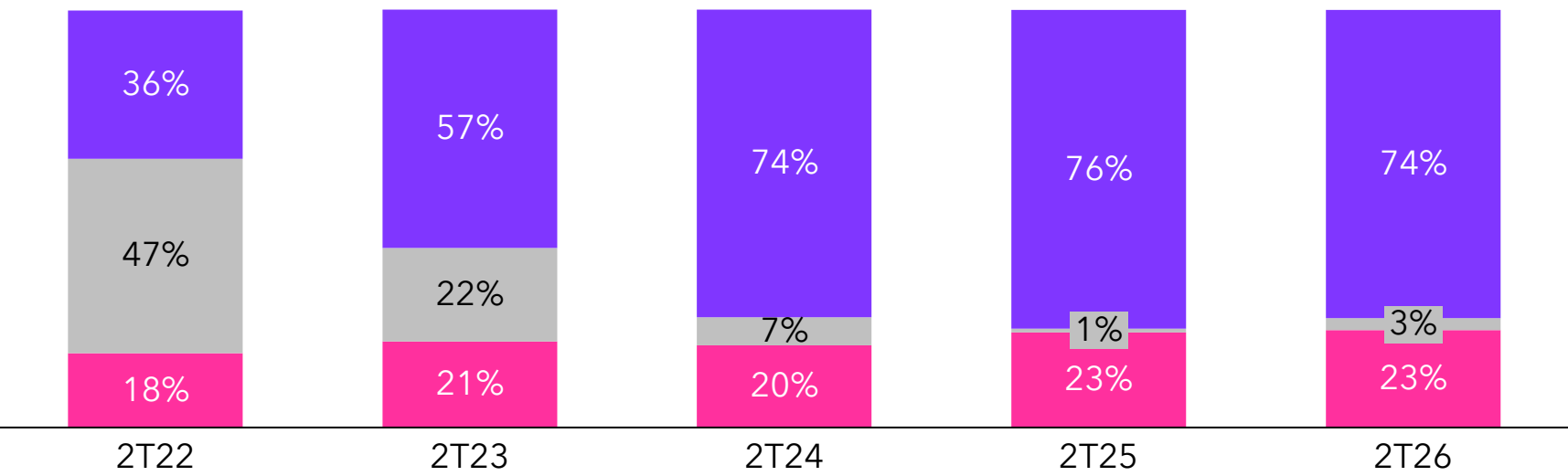


El crecimiento de depósitos y cuentas corrientes fortalece la vinculación con los clientes y reduce el costo de fondeo

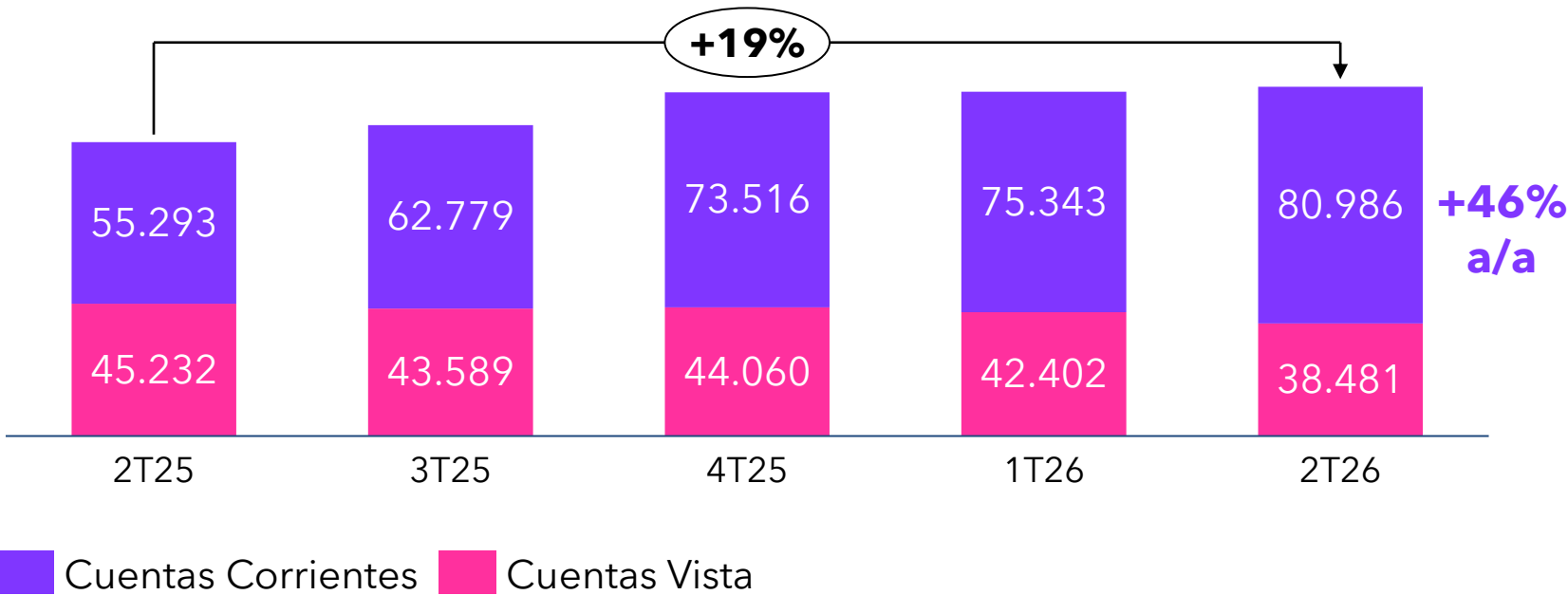
Estructura de Fondeo Chile (%)



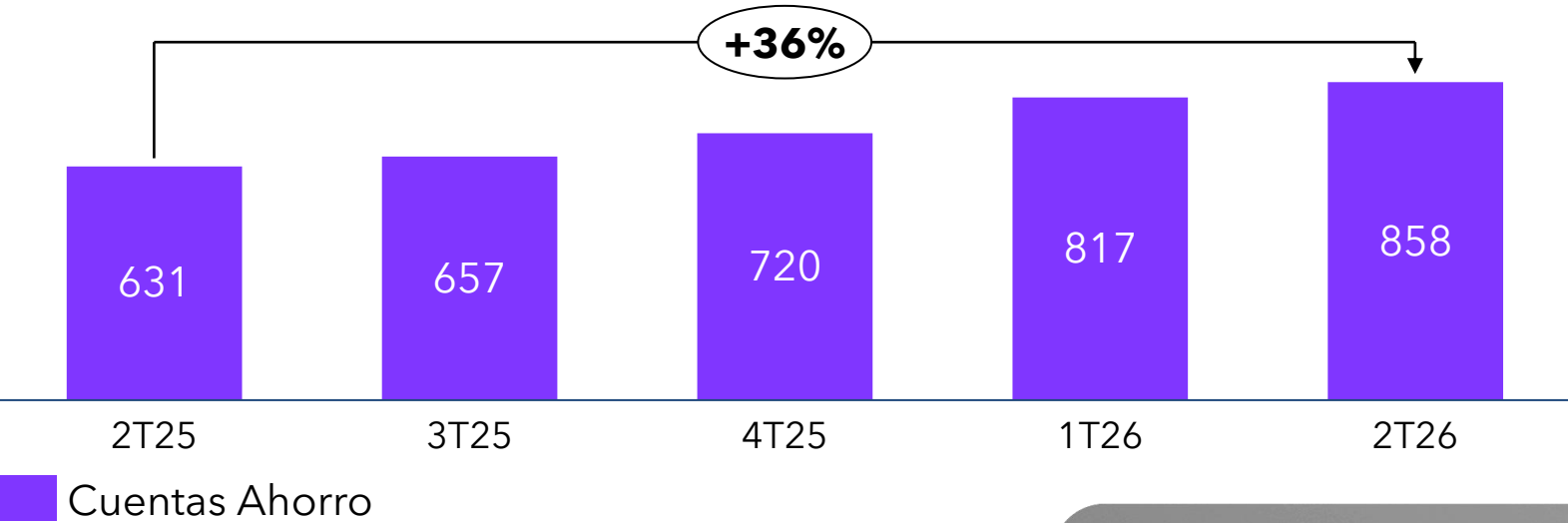
Estructura de Fondeo Perú (%)



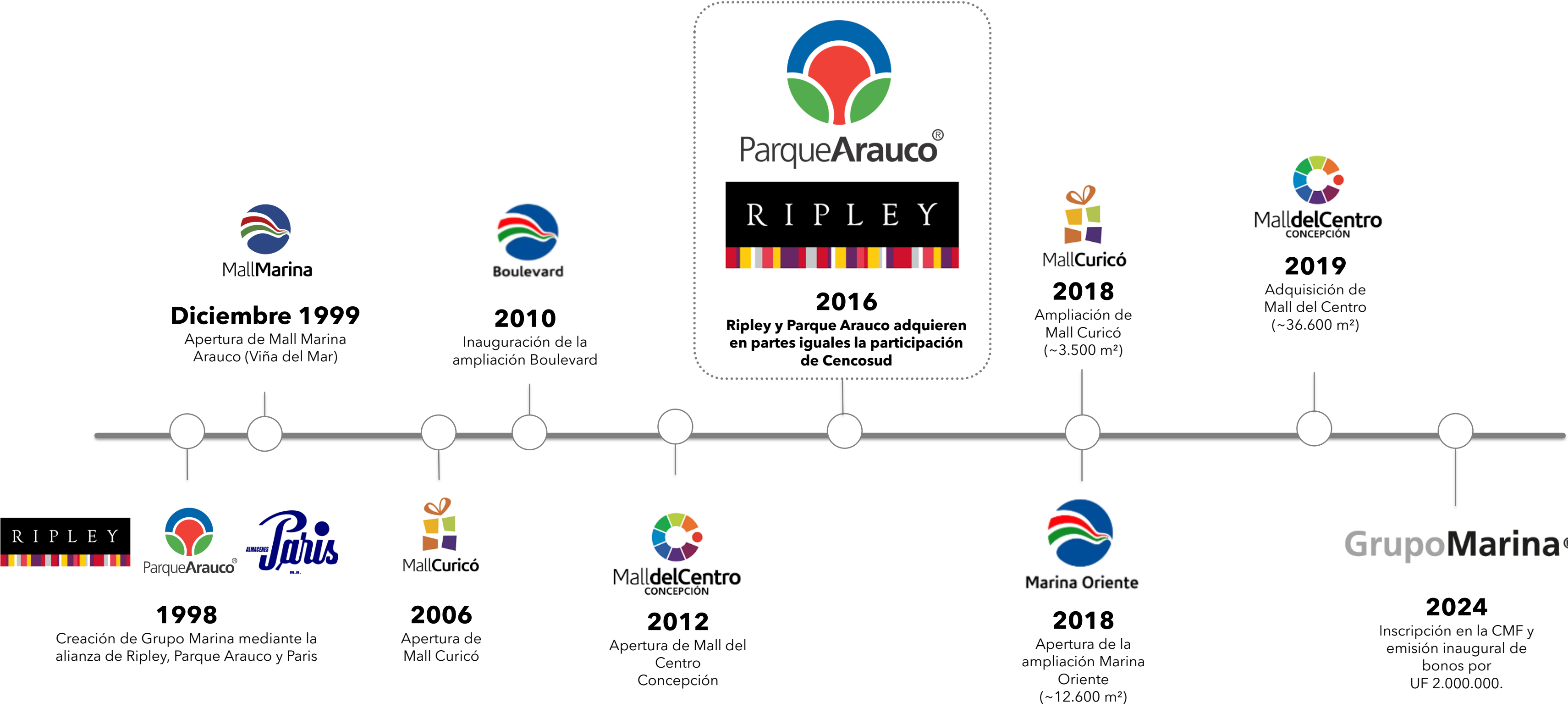
Saldo en Cuentas Corrientes y Vista (CLP mm)



Saldo en Cuentas de Ahorro (S/. m)



Historia de liderazgo regional con aliado estratégico



Activos de alta calidad con liderazgo en zonas de influencia



- Mall líder en la Región de Valparaíso.
- Segundo mall regional más grande del país.


GLA¹
100.824 m²


Ventas de Locatarios UDM
2T26
CLP 357.999 mm


Tasa de Ocupación¹
95,5%



- Mall Curicó es el centro comercial más grande de la región.
- Boulevard gastronómico único en la región.


GLA¹
51.676 m²


Ventas de Locatarios UDM
2T26
CLP 133.809 mm


Tasa de Ocupación¹
96,7%



- Mall emblemático de la capital de la Región del Biobío, ubicado en el centro de Concepción.
- Cuenta con el edificio más alto del sur de Chile.


GLA¹
36.719 m²


Ventas de Locatarios UDM
2T26
CLP 108.990 mm


Tasa de Ocupación¹
96,6%

1. Incluye Torres de Oficinas.