

Resultados
2do trimestre
Ripley Corp **2025**



R I P L E Y

banco ripley

R I P L E Y

MALL
AVVENTURA

| | |
|--|-----------|
| 1. Resumen Ejecutivo | 3 |
| 2. Estado de Resultados Ripley Corp | 4 |
| <i>2.1 Resultados del segundo trimestre.....</i> | <i>4</i> |
| 3. Hechos Recientes | 6 |
| 4. Avances en Nuestra Estrategia ESG | 7 |
| 5. Resultados del Negocio | 9 |
| <i>5.1 Avances Digitales</i> | <i>9</i> |
| <i>5.2. Segmento Retail.....</i> | <i>10</i> |
| <i>5.3 Segmento Bancario.....</i> | <i>11</i> |
| <i>5.4 Segmento Inmobiliario</i> | <i>13</i> |
| <i>5.5 Segmento Oficinas.....</i> | <i>14</i> |
| 6. Principales Indicadores | 16 |
| 7. Estructura Financiera | 18 |
| 8. Anexos | 20 |
| <i>8.1 Estado de Situación Financiera Ripley Corp</i> | <i>21</i> |
| <i>8.2 Análisis variaciones del estado de situación financiera consolidado y flujo de efectivo consolidado</i> | <i>22</i> |
| <i>8.3 Flujos de efectivo netos consolidados.....</i> | <i>25</i> |
| <i>8.4 Otros indicadores.....</i> | <i>29</i> |
| 9. Gestión de Riesgos | 31 |

1. Resumen Ejecutivo

- Ripley registró un **alza en ingresos del 3,7%** en 2T25, impulsada por el mayor dinamismo del consumo y entorno macroeconómico más favorable en Perú, junto al crecimiento de la cartera de colocaciones en Chile, que aumentó en un 18,6% a/a. A esto se sumó el efecto positivo de la apreciación del sol peruano frente al peso chileno.
- El margen bruto consolidado **se expandió en 352 bps** alcanzando 36,8% en 2T25, explicado principalmente por un menor cargo por riesgo neto y una reducción del costo de fondos del segmento bancario. Asimismo, una mejor gestión del inventario permitió mantener bajos niveles de stock obsoleto en Chile y reducirlo en 0,5 puntos porcentuales en Perú. Lo anterior, se complementó con una menor actividad promocional y una mayor participación en la venta de productos que maximizan nuestra rentabilidad.
- El foco sostenido **en rentabilidad y eficiencia** permitió un aumento de 42,0% interanual en el **resultado operacional**, que pasó de \$20.560 millones en 2T24 a \$29.199 millones en 2T25, marcando el mejor desempeño operacional para un segundo trimestre de la historia de Ripley. Por su parte, el **EBITDA** alcanzó \$49.004 millones, con un avance de \$8.600 millones y **una expansión de 133 bps en el margen EBITDA**, que llegó a **9,2% en 2T25**, también el más alto para un segundo trimestre. Este resultado fue liderado principalmente por el desempeño del segmento bancario, seguido por el mejor desempeño de retail Perú y el segmento inmobiliario. El gasto sobre ventas aumentó de 29,3% a 31,3%, reflejando mayores gastos asociados al aumento del salario mínimo, IPC e implementación de la ley de 40hrs en Chile y la mayor actividad comercial en el banco.
- La **utilidad neta** de Ripley Corp ascendió a **\$15.736 millones en 2T25**, un aumento de \$4.612 millones frente al 2T24, alcanzando además su nivel más alto para un segundo trimestre en los últimos siete años, impulsada por el mayor resultado operacional en \$8.640 millones y la mejora del resultado no operacional en \$2.223 millones respecto al mismo periodo del año anterior.

2. Estado de Resultados Ripley Corp

2.1 Resultados del segundo trimestre

| RIPLEY CORP CONSOLIDADO (montos en MMCLP) | 2T25 | Trimestral | | Acumulado | |
|--|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| | | 2T24 | Var % | 6M25 | 6M24 |
| Ingresos de actividades ordinarias | 533.160 | 514.157 | 3,7% | 1.028.366 | 975.225 |
| Costo de ventas | (336.918) | (343.028) | (1,8%) | (651.425) | (659.754) |
| Ganancia Bruta | 196.242 | 171.129 | 14,7% | 376.942 | 315.470 |
| Gasto de administración y otros | (167.043) | (150.569) | 10,9% | (324.685) | (292.067) |
| Resultado Operacional | 29.199 | 20.560 | 42,0% | 52.257 | 23.403 |
| Otras ganancias (pérdidas) | (2.570) | 5.567 | N/A | (2.649) | 5.605 |
| Costo financiero neto | (11.735) | (11.451) | 2,5% | (23.392) | (22.702) |
| Participación en las ganancias de asociados | 3.293 | 2.245 | 46,7% | 6.360 | 5.662 |
| Diferencias de cambio y resultados por unidades de reajuste | 492 | (9.103) | N/A | 557 | (3.331) |
| Utilidad antes de impuestos | 18.680 | 7.817 | 139,0% | 33.133 | 8.637 |
| Ganancia (pérdida) por impuestos a las ganancias | (2.944) | 3.307 | N/A | (2.021) | 7 |
| Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas | 15.736 | 11.125 | 41,5% | 31.112 | 8.645 |
| Ganancia atribuible a participaciones no controladoras | (65) | (5) | 1166,7% | (54) | 61 |
| Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora | 15.801 | 11.130 | 42,0% | 31.166 | 8.584 |
| EBITDA | 49.004 | 40.405 | 21,3% | 92.007 | 62.578 |

- En el **segundo trimestre de 2025**, Ripley registró un **alza de ingresos del 3,7%** en comparación con el mismo periodo del año 2024. Este desempeño fue impulsado por el favorable contexto macroeconómico en Perú – incluyendo una inflación más controlada y una mayor actividad de consumo – junto a la apreciación del sol peruano frente al peso chileno. A esto se sumó el crecimiento el desempeño del segmento bancario en Chile, con un crecimiento de 18,6% interanual de la cartera de colocaciones.
- Los ingresos del **segmento retail** aumentaron 2,6% a/a, alcanzando los \$391.785 millones, impulsados principalmente por el desempeño en Perú. En este mercado, las ventas mismas tiendas (SSS) crecieron 9,0%, impactadas favorablemente por un entorno económico más dinámico junto a una inflación más controlada y la apreciación del sol peruano frente al peso chileno. En Chile, los ingresos se redujeron 0,6% a/a, totalizando \$247.610 millones. Este resultado se explica por un crecimiento de SSS de 5,5%, reflejo de la afluencia del turismo, lo que fue compensado por una menor cantidad de tiendas y un menor volumen de ventas en e-commerce, en línea con el enfoque en rentabilidad de la Compañía.
- En el **segmento bancario**, los ingresos aumentaron 6,1% en comparación con el mismo periodo del año anterior, alcanzando los \$129.555 millones. En Chile se observó una mayor actividad comercial, con una expansión de 18,6% interanual en la cartera de colocaciones de fin de periodo, principalmente por la mayor venta de productos financieros. Destaca la mejora en el cargo por riesgo neto sobre cartera¹, que se redujo de 10,3% en 2T24 a 7,7%² en 2T25. Esto, junto con mejoras continuas en nuestros modelos de originación y los canales de cobranza, contribuyó a una disminución sostenida en los niveles de morosidad, alcanzando un 3,5% en mora mayor a 90 días (excluyendo los años de alta liquidez por los retiros previsionales 2021 y 2022), desde 5,1% en 4T23. En Perú, la cartera creció 0,7% a/a, con una mejora significativa en la mora mayor a 90 días, que alcanzó 3,3% en el 2T25. El cargo por riesgo neto³ se redujo de manera relevante, desde 20,6% en 2T24 a 13,7% en 2T25.

¹ Cargo por riesgo neto del trimestre multiplicado por 4, dividido por la cartera bruta promedio.

² En junio 2025 se realizó la reversa de \$2.082 millones de provisiones específicas complementarias. Las provisiones específicas complementarias son provisiones que se constituyen y/o liberan por efectos de suficiencia de cobertura de castigos netos. Excluyendo esta reversa, el costo por riesgo neto del trimestre sobre la cartera promedio fue de 8,5%.

³ Cargo por riesgo neto del trimestre multiplicado por 4, dividido por la cartera bruta promedio.

- El **segmento inmobiliario** registró un **aumento en ingresos de 8,0% a/a**, impulsado por la maduración de los centros Mall Aventura Iquitos y Mall Aventura San Juan de Lurigancho, así como por la mejora de los indicadores operacionales de todos los centros comerciales. El tráfico creció 10,0% a/a, las ventas de locatarios crecieron 11,6% en moneda local y el factor de ocupación consolidado alcanzó un 97,1%, lo que representa una mejora de 60 bps frente al 2T24.
- La **ganancia bruta** del segundo trimestre **aumentó 14,7%**, alcanzando \$196.242 millones, con un margen bruto de 36,8%, una **mejora de 352 bps** en comparación con el año anterior. Esta mejora se vio impulsada por la mayor contribución en 38,2% del segmento bancario, cuyo margen se expandió en 1.279 bps, reflejo del menor costo por riesgo de Chile (-12,3%) y Perú (-33,7%), además de una disminución en el costo de fondos en ambos países. Adicionalmente, el segmento retail aumentó su contribución en 10,5%, con una expansión de margen desde 28,0% a 30,2% en 2T25, explicada por la menor obsolescencia del inventario y mayor rentabilidad en la venta online. La contribución del segmento inmobiliario aumentó en 12,2%, impulsada por la maduración de los nuevos centros comerciales y la apreciación del PEN/CLP a/a.
- En cuanto a los **gastos de administración y ventas** aumentaron 10,9% interanual, debido a un alza de 13,2% en Chile y 5,5% en Perú (en CLP). En Chile, el incremento de 11,7% en el segmento retail se explica por mayores remuneraciones – producto del alza del sueldo mínimo (+13,7%), el IPC (+4,1%) e implementación de la ley de 40hrs – junto con mayores gastos en tecnología, marketing y asesorías. En el segmento bancario, el alza responde también a remuneraciones (ajuste de sueldo mínimo, IPC e implementación de la ley de 40hrs), mayor gasto en tecnología y enfoque en ciberseguridad, y la mayor actividad comercial. En Perú, los gastos decrecieron 0,6% en moneda local, reflejo de eficiencias en los segmentos inmobiliario y bancario. No obstante, en CLP, aumentaron 5,5%, reflejo de la apreciación del PEN respecto al CLP. A pesar de lo anterior, en Perú se logró una mayor dilución de gastos en 57 bps, mejorando desde 24,8% en 2T24 a 24,3% en 2T25.
- Es así como el **EBITDA**, alcanzó los **\$49.004 millones** en **2T25**, un alza de 21,3% a/a y una **expansión de 133 bps** en el margen, impulsada por el desempeño del segmento bancario y las operaciones de los segmentos de retail e inmobiliario en Perú. El EBITDA del segmento bancario creció \$13.103 millones a/a, con una mejora de 957 bps en el margen, que pasó de 9,4% a 19% en 2T25, explicada por la reducción del cargo por riesgo y del costo de fondos en ambos países. El EBITDA del segmento inmobiliario creció 10,0% a/a, alcanzando \$14.569 millones y un margen de 88,3% (+161 bps), reflejo de la maduración de los nuevos centros comerciales en Perú. Finalmente, el segmento retail mostró un crecimiento de \$551 millones a/a, con un margen estable de 5,0%, reflejo de la mayor rentabilidad en Perú, que consiguió su mejor resultado en 15 años, que se vio compensado por la menor dilución de gastos en Chile.
- El **resultado no operacional** presentó una pérdida de \$10.519 millones, lo que representa una mejora de \$2.223 millones respecto a 2T24. Esta variación se explica principalmente por un mejor resultado en Diferencias de cambio (+\$9.459 millones) y en Participación en Asociadas (+\$1.049 millones), parcialmente compensados por menores Otras ganancias (-\$8.137 millones), debido a una menor revalorización de activos de Mall Aventura en comparación con el mismo periodo del año anterior.
- Como resultado, Ripley alcanzó una **utilidad neta** de \$15.736 millones en el segundo trimestre de 2025, lo que representa un **aumento de \$4.612 millones** frente al 2T24.

3. Hechos Recientes

- Ripley Corp se incorpora al nuevo índice MSCI nuam**

Ripley Corp fue incluida en el nuevo índice MSCI Nuam, desarrollado por MSCI junto a nuam exchange, que reúne a 56 compañías líderes de Chile, Perú y Colombia. Esta incorporación refuerza la visibilidad regional de la compañía y su compromiso con un crecimiento sostenible y orientado al mercado de capitales.

- Ripley Perú reconocido en eCommerce Day 2025**

En el eCommerce Day 2025 realizado en Lima, Ripley Perú fue distinguido por segundo año consecutivo con el Ecommerce Award en la categoría *Experiencia App & Instore*, reconocimiento que refleja el compromiso y esfuerzo de nuestros equipos por entregar a nuestros clientes una experiencia de compra integrada y de excelencia, tanto en canales digitales como en tiendas físicas.

- Ripley Corp realiza el Investor Day 2025**

El 10 de junio, Ripley Corp realizó su Investor Day 2025 destacando su capacidad de adaptación en un entorno desafiante, avanzando hacia una estructura más ágil, rentable y preparada para una nueva etapa de crecimiento. Con un enfoque centrado en el cliente, la rentabilidad y un ecosistema omnicanal integrado, la compañía presentó avances relevantes en todas sus unidades de negocio –retail, banco e inmobiliaria– y reafirmó su sólida presencia y potencial en Perú.

- Ripley Chile y Perú reconocido en Merco Talento 2025**

En la última edición de Merco Talento, Ripley Chile fue distinguida con el 3er lugar en la categoría Retail y la posición 28 en el ranking general entre 200 empresas, reflejando la solidez de su cultura organizacional y el compromiso con el desarrollo de sus colaboradores. Por su parte, Ripley Perú se consolidó en la posición 27 a nivel general y destacó de manera excepcional con el 3er puesto en el ranking sectorial, reafirmando su capacidad de atraer y retener talento.

- Mall Aventura es reconocido en el CX Index**

Mall Aventura fue rankeado por tercer año consecutivo en el puesto 13 a nivel Perú de las marcas con la mejor experiencia del consumidor y top 3 en la categoría Centros Comerciales del CX INDEX 2025, un estudio realizado por DATUM. Este reconocimiento celebra el compromiso de todo el equipo por brindar una experiencia memorable a cada cliente.

- Banco Ripley Chile lanza nueva propuesta de planes bancarios**

Durante el segundo trimestre, Banco Ripley Chile lanzó sus nuevos planes Light, Pro y Black, una propuesta flexible, diseñada para adaptarse a distintos estilos de vida. Esta iniciativa busca ampliar el acceso a servicios financieros con beneficios concretos y soluciones personalizadas, fortaleciendo la relación con los clientes.

- Ripley Perú recibe reconocimiento en Best Internship Experiences (BIE)**

Ripley Perú fue reconocido como uno de los mejores lugares para realizar prácticas en el Perú, destacando en el top 6 de 21 empresas peruanas. Según los resultados del estudio Best Internship Experiences (BIE) realizado por FirstJob, en el cual se evaluaron dimensiones como aprendizaje, beneficios, infraestructura, entre otras.

4. Avances en Nuestra Estrategia ESG

Ripley Circular

- **Productos con atributo sostenible**

Ripley mantiene su compromiso con la sostenibilidad en su línea de productos de marca propia, estableciendo la meta de que el 100% de vestuario (hombre, mujer, infantil y deportivo) cuente con al menos un atributo o proceso sostenible certificado por un organismo internacional al año 2026. Al cierre del segundo trimestre del 2025, el avance en este indicador fue de 89%.

- **Alianza de economía circular con Sonner**

Continuamos fortaleciendo nuestra alianza con Sonner, emprendimiento nacional pionero en acústica sustentable, al que hemos entregado más de 1.300 kilos de uniformes corporativos descontinuados de nuestras operaciones financieras y de retail en Chile. Estos materiales fueron transformados en paneles acústicos que hoy mejoran la acústica de oficinas y salas de reuniones. Este proyecto genera un doble impacto positivo: revaloriza y reintegra nuestros residuos en la operación, y mejora la calidad de vida de más de 1.200 colaboradores que utilizan estos espacios.

- **Iniciativas para promover la circularidad**

Durante el segundo trimestre, fortalecimos nuestras iniciativas para promover la circularidad en la industria de la moda. A través de los talleres de la marca Brother, realizados en nuestra tienda de Parque Arauco, hemos impulsado la reutilización y el upcycling, alcanzando a la fecha 141 sesiones de costura y reparación que invitan a nuestros clientes a dar nueva vida a sus prendas. Asimismo, participamos en la campaña "De mano en mano" de Mall Plaza, en alianza con Ropantic, fomentando el intercambio textil y la colaboración entre marcas para incentivar hábitos de consumo más conscientes.

Ripley Responsable

- **Programa de Educación Financiera de Banco Ripley "Corta y Clara"**

Por tercer año consecutivo, Banco Ripley impulsó el programa Corta y Clara junto a Duoc UC y Fundación Entrepreneur, capacitando a 28 monitores y 5 líderes del Banco para impartir talleres y charlas de educación financiera. Este año buscamos impactar a 1.350 estudiantes, promoviendo una relación más consciente y saludable con el dinero.

- **Energía renovable en Mall Aventura**

Las sedes de Mall Aventura en Santa Anita, San Juan de Lurigancho y Arequipa continuaron operando con energía eléctrica suministrada por las empresas del grupo Enel, certificada por SGS como proveniente de fuentes 100% renovables. Además, desde enero 2025, Mall Chiclayo se incorpora en este grupo al operar con energía de fuentes 100% renovables.

- **Auditoría Marca Propia**

Con el objetivo de reforzar nuestra responsabilidad en toda la cadena de valor, implementamos un Código de Conducta y Ética de Negocios ("Vendor Code of Business Conduct and Ethics"), el cual ha sido firmado por la totalidad de nuestros proveedores internacionales de marca propia, gestionados desde nuestra oficina en Hong Kong. Asimismo, el 100% de estos proveedores ha sido auditado y cuenta con certificaciones reconocidas a nivel internacional, tales como QUIMA (bajo el estándar Smeta 2-Pillar), WRAP o BSCI.

Somos Ripley

- **Junio mes de la diversidad**

En junio celebramos el Mes de la Diversidad, reforzando nuestro compromiso con entornos laborales inclusivos en Chile y Perú. Destacaron el lanzamiento del proyecto Sunflower Hidden Disabilities, la difusión de nuestro manual de atención inclusiva y preferencial, y actividades de sensibilización sobre diversidad sexual. Además, aplicamos nuestra encuesta anual de diversidad y, en Perú, capacitamos a líderes de gestión de personas de todas nuestras tiendas —junto al Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables— para fortalecer la inclusión laboral de personas con habilidades diferentes.

- **Día Mundial del Medio Ambiente: Voluntariado con WaterIsLife en Ripley Perú**

Con el fin de conmemorar el día Mundial del Medio Ambiente e impulsar el cuidado del agua nuestro equipo de Voluntariado, de la mano con WaterIsLife y la ONG Juguete Pendiente, entregó filtros de agua a 50 familias de Asentamiento Humano Villas de Ancón. Mediante estos filtros de última tecnología estas familias se obtuvieron acceso a agua potable con el fin de aportar en su bienestar y en la mejora de su calidad de vida.

5. Resultados del Negocio

5.1 Avances Digitales

| Ripley Corp | Unidad | 2T25 | 2T24 | Variación 2T25 vs 2T24 |
|--|--------|---------|---------|---------------------------|
| Visitas Totales ¹ | miles | 50.055 | 48.246 | 3,7% |
| Retail Consolidado | | | | |
| Unidades Totales Vendidas ² | miles | 2.145 | 2.077 | 3,3% |
| Ventas Digitales GMV | MMCLP | 138.221 | 142.720 | -3,2% |
| Ventas GMV 1P | MMCLP | 114.262 | 120.302 | -5,0% |
| Ventas GMV 3P | MMCLP | 23.959 | 22.418 | 6,9% |
| Participación Venta Digital | % | 28,0% | 30,5% | -2,5 p.p. |
| Número de Sellers | n° | 3.333 | 5.264 | -36,7% |
| Banco Consolidado | | | | |
| Clientes digitales ³ | % | 93% | 93% | 0,1 p.p. |

1/ Considera el promedio mensual de las visitas digitales trimestrales y anuales, del segmento retail y bancario

2/ Considera unidades vendidas trimestrales (1P)

3/ Clientes digitales / Clientes totales

En 2025 seguimos con un enfoque en rentabilizar nuestro ecosistema físico-digital, el cual registró más de 50 millones de visitas digitales en promedio durante el último trimestre, reflejando un crecimiento de 3,7% en el 2T25, el cual se explica principalmente por Perú, sumado el desempeño de la App, la cual ha conseguido aumentar su número de visitantes en aproximadamente un 70% a/a.

Dado el enfoque en rentabilidad las ventas digitales (GMV) disminuyeron un 3,2% a/a y la participación alcanzó un 28,0% en el 2T25, explicado por el mayor crecimiento de la venta en las tiendas físicas respecto de las digitales en Chile y el foco en la venta de productos blandos, que aumentó en 3 puntos su participación en la venta digital versus 2T24.

Al cierre de junio 2025, Ripley App ya superó 9 millones de descargas acumuladas entre ambos países, lo cual se traduce en una participación de sobre el 60% de las transacciones digitales de la compañía, transformándose en una de las Apps de compra favoritas de Chile y Perú.

Por otro lado, en nuestro Marketplace (3P) se está implementando un cambio de estrategia orientado en potenciar y enfocar nuestros esfuerzos en los Sellers que nos generan mayor contribución y fortalecen la propuesta de valor de Ripley.

Nuestra propuesta de banco digital continúa ganando tracción, logrando que el 93% de nuestros clientes sean atendidos a través de nuestros canales digitales, manteniéndonos en el mismo porcentaje en comparación al año anterior.

5.2. Segmento Retail

| Segmento Retail (montos en MMCLP) | Chile | | | Perú | | | Consolidado | | |
|--------------------------------------|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|-------------|-----------|-----------|
| | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % |
| Ingresos | 247.610 | 249.197 | (0,6%) | 144.176 | 132.614 | 8,7% | 391.785 | 381.811 | 2,6% |
| Ganancia Bruta | 78.867 | 72.979 | 8,1% | 39.416 | 34.078 | 15,7% | 118.283 | 107.057 | 10,5% |
| Margen Bruto | 31,9% | 29,3% | 2,6 p.p. | 27,3% | 25,7% | 1,6 p.p. | 30,2% | 28,0% | 2,2 p.p. |
| Gasto de administración y otros | (80.984) | (72.528) | 11,7% | (31.936) | (30.653) | 4,2% | (112.920) | (103.181) | 9,4% |
| GAV/Ingresos | (32,7%) | (29,1%) | -3,6 p.p. | (22,2%) | (23,1%) | 1,0 p.p. | (28,8%) | (27,0%) | -1,8 p.p. |
| Resultado Operacional | (2.116) | 451 | N/A | 7.480 | 3.426 | 118,3% | 5.364 | 3.876 | 38,4% |
| Margen Operacional | (0,9%) | 0,2% | -1,0 p.p. | 5,2% | 2,6% | 2,6 p.p. | 1,4% | 1,0% | 0,4 p.p. |
| Resultado no Operacional | (3.524) | (968) | 264,1% | (651) | (3.320) | (80,4%) | (4.175) | (4.288) | (2,6%) |
| Ganancia (pérdida) | (2.985) | 442 | N/A | 4.582 | (262) | N/A | 1.597 | 180 | 788,5% |
| EBITDA | 7.973 | 10.959 | (27,2%) | 11.608 | 8.071 | 43,8% | 19.581 | 19.030 | 2,9% |
| Margen EBITDA | 3,2% | 4,4% | -1,2 p.p. | 8,1% | 6,1% | 2,0 p.p. | 5,0% | 5,0% | 0,0 p.p. |

| Segmento Retail (montos en MMCLP) | Chile | | | Perú | | | Consolidado | | |
|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|-------------|-----------|-----------|
| | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % |
| Ingresos | 484.715 | 458.198 | 5,8% | 262.566 | 245.793 | 6,8% | 747.281 | 703.991 | 6,1% |
| Ganancia Bruta | 151.830 | 129.955 | 16,8% | 68.850 | 59.561 | 15,6% | 220.680 | 189.516 | 16,4% |
| Margen Bruto | 31,3% | 28,4% | 3,0 p.p. | 26,2% | 24,2% | 2,0 p.p. | 29,5% | 26,9% | 2,6 p.p. |
| Gasto de administración y otros | (156.507) | (140.244) | 11,6% | (61.130) | (59.176) | 3,3% | (217.638) | (199.420) | 9,1% |
| GAV/Ingresos | (32,3%) | (30,6%) | -1,7 p.p. | (23,3%) | (24,1%) | 0,8 p.p. | (29,1%) | (28,3%) | -0,8 p.p. |
| Resultado Operacional | (4.677) | (10.289) | (54,5%) | 7.720 | 384 | 1908,4% | 3.043 | (9.904) | N/A |
| Margen Operacional | (1,0%) | (2,2%) | 1,3 p.p. | 2,9% | 0,2% | 2,8 p.p. | 0,4% | (1,4%) | 1,8 p.p. |
| Resultado no Operacional | (6.136) | (4.384) | 40,0% | (1.567) | (5.449) | (71,2%) | (7.704) | (9.833) | (21,7%) |
| Ganancia (pérdida) | (5.680) | (9.331) | (39,1%) | 3.719 | (4.376) | N/A | (1.961) | (13.707) | (85,7%) |
| EBITDA | 15.489 | 10.711 | 44,6% | 16.022 | 9.560 | 67,6% | 31.512 | 20.271 | 55,5% |
| Margen EBITDA | 3,2% | 2,3% | 0,9 p.p. | 6,1% | 3,9% | 2,2 p.p. | 4,2% | 2,9% | 1,3 p.p. |

Durante el 2T25, los ingresos del segmento retail aumentaron 2,6% en comparación con el mismo período del año anterior, totalizando \$391.785 millones. Este crecimiento fue impulsado por el buen desempeño de Perú, parcialmente compensado por Chile. En Perú los ingresos crecieron 8,7% en CLP, resultado de un incremento de 4,7% en moneda local y de la apreciación del sol peruano frente al peso chileno. Este desempeño se vio respaldado por un crecimiento de 9,0% en las ventas mismas tiendas (SSS), que se compensó por la menor cantidad de tiendas y el foco en rentabilidad del canal e-commerce. En Chile, los ingresos disminuyeron 0,6% a/a, alcanzando los \$247.610 millones. Si bien el SSS creció 5,5%, impulsado por la participación del turismo extranjero, este efecto fue contrarrestado por la menor cantidad de tiendas y el menor volumen de ventas en e-commerce producto del foco en rentabilidad.

Destaca la expansión del margen bruto consolidado, que creció en 215 bps alcanzando un 30,2% en 2T25, impulsado por una mejora en ambos países. En Chile el margen bruto se expandió 257 bps, y en Perú 164bps, reflejo de los bajos niveles de obsolescencia en el inventario, la menor actividad promocional y un cambio en el mix de productos, con foco en categorías de mayor rentabilidad. En cuanto a los días de inventario en Chile, estos aumentaron en 10,3 días respecto al 2T24, alcanzando 115,6 días, explicado por una mayor rotación en artículos de temporada de invierno en 2024 por las menores temperaturas registradas ese año. No obstante, se mantuvieron bajos niveles de obsolescencia, similares a los del año pasado. En Perú, los días de inventario se mantuvieron estables, alcanzando los 130,9 días en 2T25. En cuanto al inventario obsoleto, se logró reducir la proporción en 0,5 puntos porcentuales respecto al 2T24.

El gasto de administración y ventas aumentó 9,4% en CLP y 8,3% sin el efecto de la apreciación del PEN/CLP. Como proporción de los ingresos, el GAV/Ventas se elevó desde 27,0% en 2T24 a 28,8% en 2T25, reflejando una menor dilución de gastos en Chile, parcialmente compensada por mejoras en Perú. En Chile, el gasto creció 11,7% a/a, explicado principalmente el aumento de remuneraciones fijas, derivado del alza del sueldo mínimo (+13,7%) y del IPC (+4,1%), junto con el impacto de la implementación de la ley de 40hrs. También influyeron mayores gastos en tecnología, marketing y asesorías. En Perú el gasto aumentó 4,2% en CLP, pero solo 0,5%

en moneda local, lo que permitió una mejora en eficiencia operativa, con una mayor dilución de gastos desde 23,1% en 2T24 a 22,2% en 2T25.

El EBITDA del segmento aumentó en \$551 millones a/a, alcanzando \$19.581 millones en 2T25, manteniendo un margen estable de 5,0%. Este resultado refleja la mayor rentabilidad en Perú, donde el margen EBITDA creció desde 6,1% en 2T24 a 8,1% en 2T25, siendo este el mejor resultado de la operación en los últimos 15 años, compensando por el menor margen de Chile (3,2% en 2T25 vs 4,4% en 2T24).

A nivel consolidado, el resultado no operacional del segmento alcanzó un gasto neto de \$4.175 millones en 2T25, levemente inferior al gasto neto de \$4.288 millones en 2T24. Esta mejora de \$112 millones se explica principalmente por un mejor resultado en diferencia de cambio por \$1.703 millones asociado a la variación del USD/PEN sobre los pasivos por arrendamiento (NIIF16) en Perú (el PEN se apreció respecto al USD en 2025 en comparación a una depreciación en 2024), y menores costos financieros netos. Lo anterior, se vio parcialmente compensado por un menor resultado en Otras ganancias de \$2.352 millones, reflejo de los efectos en resultados por los cierres de tiendas en 2024 y 2025.

5.3 Segmento Bancario⁴

| Segmento Bancario (montos en MMCLP) | Chile | | | Perú | | | Consolidado | | |
|--|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-------------|----------|-----------|
| | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % |
| Ingresos | 92.044 | 85.963 | 7,1% | 37.511 | 36.151 | 3,8% | 129.555 | 122.114 | 6,1% |
| Ganancia Bruta | 50.930 | 40.591 | 25,5% | 20.349 | 10.980 | 85,3% | 71.279 | 51.571 | 38,2% |
| Margen Bruto | 55,3% | 47,2% | 8,1 p.p. | 54,2% | 30,4% | 23,9 p.p. | 55,0% | 42,2% | 12,8 p.p. |
| Gasto de administración y otros | (36.993) | (29.678) | 24,6% | (15.466) | (15.214) | 1,7% | (52.459) | (44.891) | 16,9% |
| GAV/Ingresos | (40,2%) | (34,5%) | -5,7 p.p. | (41,2%) | (42,1%) | 0,9 p.p. | (40,5%) | (36,8%) | -3,7 p.p. |
| Resultado Operacional | 13.937 | 10.914 | 27,7% | 4.883 | (4.234) | N/A | 18.820 | 6.680 | 181,7% |
| Margen Operacional | 15,1% | 12,7% | 2,4 p.p. | 13,0% | (11,7%) | 24,7 p.p. | 14,5% | 5,5% | 9,1 p.p. |
| Resultado no Operacional | 58 | 247 | (76,6%) | (5) | (32) | (85,4%) | 53 | 215 | (75,3%) |
| Ganancia (pérdida) | 11.097 | 9.074 | 22,3% | 3.393 | (3.337) | N/A | 14.490 | 5.737 | 152,6% |
| EBITDA | 18.409 | 14.474 | 27,2% | 6.145 | (3.023) | N/A | 24.554 | 11.451 | 114,4% |
| Margen EBITDA | 20,0% | 16,8% | 3,2 p.p. | 16,4% | -8,4% | 24,7 p.p. | 19,0% | 9,4% | 9,6 p.p. |
| | | | | | | | 43.276 | | |

| Segmento Bancario (montos en MMCLP) | Chile | | | Perú | | | Consolidado | | |
|--|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-------------|----------|-----------|
| | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % |
| Ingresos | 182.280 | 174.039 | 4,7% | 74.729 | 75.948 | (1,6%) | 257.009 | 249.987 | 2,8% |
| Ganancia Bruta | 100.971 | 78.592 | 28,5% | 41.475 | 20.579 | 101,5% | 142.446 | 99.170 | 43,6% |
| Margen Bruto | 55,4% | 45,2% | 10,2 p.p. | 55,5% | 27,1% | 28,4 p.p. | 55,4% | 39,7% | 15,8 p.p. |
| Gasto de administración y otros | (73.727) | (58.072) | 27,0% | (31.829) | (30.096) | 5,8% | (105.557) | (88.168) | 19,7% |
| GAV/Ingresos | (40,4%) | (33,4%) | -7,1 p.p. | (42,6%) | (39,6%) | -3,0 p.p. | (41,1%) | (35,3%) | -5,8 p.p. |
| Resultado Operacional | 27.243 | 20.520 | 32,8% | 9.646 | (9.517) | N/A | 36.890 | 11.003 | 235,3% |
| Margen Operacional | 14,9% | 11,8% | 3,2 p.p. | 12,9% | (12,5%) | 25,4 p.p. | 14,4% | 4,4% | 10,0 p.p. |
| Resultado no Operacional | 2 | 55 | (96,8%) | (37) | (188) | (80,4%) | (35) | (133) | (73,7%) |
| Ganancia (pérdida) | 22.023 | 16.502 | 33,4% | 6.668 | (7.155) | N/A | 28.690 | 9.348 | 206,9% |
| EBITDA | 36.271 | 27.447 | 32,1% | 12.205 | (7.271) | N/A | 48.476 | 20.176 | 140,3% |
| Margen EBITDA | 19,9% | 15,8% | 4,1 p.p. | 16,3% | -9,6% | 25,9 p.p. | 18,9% | 8,1% | 10,8 p.p. |

Durante el segundo trimestre de 2025, los ingresos del negocio bancario totalizaron \$129.555 millones, lo que representa un aumento de 6,1% en comparación al mismo periodo del año anterior. Este crecimiento se explica principalmente por la expansión de la cartera de colocaciones consolidada, que aumentó 14,4% a/a, impulsando mayores ingresos por intereses en ambos países (en CLP).

⁴ Corresponden a los estados financieros presentados de acuerdo con las instrucciones impartidas por reguladores bancarios de cada país (CMF y SBS). En los segmentos de Oficinas Centrales de cada país se realizan los ajustes correspondientes a las normas NIIF, como, por ejemplo, la NIIF 9 asociada principalmente a los costos de riesgo neto (pérdida esperada).

En Chile, la cartera bruta creció 18,6% respecto al 2T24, apalancada en una mayor colocación de productos financieros. Este crecimiento estuvo acompañado de una mejora en la calidad de la cartera, destacando la reducción de la mora mayor a 90 días a niveles históricamente bajos para el banco (3,5%), excluyendo los años de alta liquidez generada por los retiros previsionales. Como resultado, el costo por riesgo neto se redujo 12,3%, lo que, junto con una baja de 9,6% en el costo de fondos, permitió un aumento de 25,5% en la ganancia bruta respecto al 2T24. Los gastos de administración y ventas en Chile aumentaron 24,6%, principalmente por mayores remuneraciones fijas (ajuste por incremento del sueldo mínimo, IPC e implementación de la ley de 40 horas), una mayor remuneración variable producto del incremento en la actividad comercial, y mayores gastos en tecnología y enfoque en ciberseguridad. En términos de riesgo, el costo por riesgo neto del trimestre sobre la cartera promedio alcanzó 7,7%⁵ en 2T25, una reducción significativa desde el 10,3% del 2T24 y en línea con la evolución favorable de los indicadores de mora.

En Perú, la cartera bruta de colocaciones aumentó 4,0% a/a en CLP (aumenta 0,7% en moneda local) en comparación con 2T24. Los ingresos se mantuvieron estables en moneda local y crecieron 3,8% en CLP reflejo de la apreciación del PEN/CLP. Por su parte, la ganancia bruta mostró un incremento de 85,3% en CLP vs 2T24, explicado por la disminución del costo por riesgo neto en 33,7%, un menor costo de fondos en 29,5% y el efecto de la apreciación de la moneda. En particular, el costo por riesgo neto del trimestre sobre la cartera promedio se redujo de 20,6% en 2T24 a 13,7% en 2T25, una mejora de 6,9 puntos porcentuales.

Como resultado, el EBITDA del segmento bancario alcanzó \$24.554 millones en 2T25, lo que representa un crecimiento de \$13.103 millones respecto al mismo trimestre del año anterior. Esta mejora se explica principalmente por la reducción del cargo por riesgo neto y los menores costos de fondeo en ambas operaciones.

⁵ En junio 2025 se realizó la reversa de \$2.082 millones de provisiones específicas complementarias. Excluyendo esta reversa, el costo por riesgo neto del trimestre sobre la cartera promedio fue de 8,5%.

5.4 Segmento Inmobiliario

| Segmento Inmobiliario (montos en MMCLP) | Chile | | | Perú | | | Consolidado | | |
|--|--------|--------|----------|---------|---------|-----------|-------------|--------|-----------|
| | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % |
| Ingresos | 35 | 33 | 4,2% | 16.471 | 15.253 | 8,0% | 16.506 | 15.287 | 8,0% |
| Ganancia Bruta | 35 | 33 | 4,2% | 15.080 | 13.433 | 12,3% | 15.115 | 13.466 | 12,2% |
| Margen Bruto | 100,0% | 100,0% | 0,0 p.p. | 91,6% | 88,1% | 3,5 p.p. | 91,6% | 88,1% | 3,5 p.p. |
| Gasto de administración y otros | (1) | (1) | (6,7%) | (591) | (263) | 125,1% | (592) | (263) | 124,8% |
| GAV/Ingresos | (1,7%) | (1,9%) | 0,2 p.p. | (3,6%) | (1,7%) | -1,9 p.p. | (3,6%) | (1,7%) | -1,9 p.p. |
| Resultado Operacional | 34 | 33 | 4,4% | 14.489 | 13.170 | 10,0% | 14.523 | 13.203 | 10,0% |
| Margen Operacional | 98,3% | 98,1% | 0,2 p.p. | 88,0% | 86,3% | 1,6 p.p. | 88,0% | 86,4% | 1,6 p.p. |
| Resultado no Operacional | 3.637 | 2.695 | 34,9% | (5.745) | (3.348) | 71,6% | (2.108) | (653) | 222,8% |
| Ganancia (pérdida) | 3.447 | 2.549 | 35,2% | 6.119 | 6.906 | (11,4%) | 9.566 | 9.455 | 1,2% |
| EBITDA | 34 | 33 | 4,4% | 14.535 | 13.214 | 10,0% | 14.569 | 13.247 | 10,0% |
| Margen EBITDA | 98,3% | 98,1% | 0,2 p.p. | 88,2% | 86,6% | 1,6 p.p. | 88,3% | 86,7% | 1,6 p.p. |

| Segmento Inmobiliario (montos en MMCLP) | Chile | | | Perú | | | Consolidado | | |
|--|--------|--------|----------|---------|---------|----------|-------------|---------|----------|
| | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % |
| Ingresos | 73 | 73 | 0,1% | 32.895 | 30.717 | 7,1% | 32.968 | 30.789 | 7,1% |
| Ganancia Bruta | 73 | 73 | 0,1% | 29.499 | 26.476 | 11,4% | 29.571 | 26.549 | 11,4% |
| Margen Bruto | 100,0% | 100,0% | 0,0 p.p. | 89,7% | 86,2% | 3,5 p.p. | 89,7% | 86,2% | 3,5 p.p. |
| Gasto de administración y otros | (1) | (1) | 0,3% | (903) | (840) | 7,5% | (905) | (841) | 7,5% |
| GAV/Ingresos | (1,8%) | (1,8%) | 0,0 p.p. | (2,7%) | (2,7%) | 0,0 p.p. | (2,7%) | (2,7%) | 0,0 p.p. |
| Resultado Operacional | 71 | 71 | 0,1% | 28.595 | 25.636 | 11,5% | 28.667 | 25.707 | 11,5% |
| Margen Operacional | 98,2% | 98,2% | 0,0 p.p. | 86,9% | 83,5% | 3,5 p.p. | 87,0% | 83,5% | 3,5 p.p. |
| Resultado no Operacional | 7.142 | 6.400 | 11,6% | (9.401) | (8.508) | 10,5% | (2.259) | (2.108) | 7,2% |
| Ganancia (pérdida) | 6.978 | 6.178 | 12,9% | 13.396 | 11.976 | 11,9% | 20.374 | 18.154 | 12,2% |
| EBITDA | 71 | 71 | 0,1% | 28.690 | 25.720 | 11,5% | 28.761 | 25.791 | 11,5% |
| Margen EBITDA | 98,2% | 98,2% | 0,0 p.p. | 87,2% | 83,7% | 3,5 p.p. | 87,2% | 83,8% | 3,5 p.p. |

Durante el segundo trimestre de 2025, los ingresos consolidados del segmento inmobiliario alcanzaron \$16.506 millones, lo que representa un crecimiento de 8,0% respecto al mismo periodo del año anterior. Este desempeño refleja principalmente el aumento de 4,9% en los ingresos en la operación en Perú (en moneda local), junto con el efecto positivo de la apreciación del sol peruano frente al peso chileno (PEN/CLP). El EBITDA consolidado totalizó \$14.569 millones, un crecimiento de 10,0% a/a, alcanzando un margen EBITDA de 88,3% en 2T25, lo que representa una expansión de 161 bps respecto al 2T24. Finalmente, la utilidad neta del segmento ascendió a \$9.566 millones, lo que implica un aumento de un 1,2% a/a.

El resultado no operacional del segmento inmobiliario tuvo un menor resultado por \$1.455 millones a/a, explicado por una menor contribución de la línea "Otras ganancias", que se redujo en \$5.616 millones debido a una menor revalorización de activos de Mall Aventura. Lo anterior fue parcialmente compensada por un mejor resultado en Diferencias de cambio, que mejoró en \$3.264 millones producto de la apreciación del PEN respecto USD en 2025 (en contraste con la depreciación observada en 2024), impactando positivamente los pasivos por arrendamiento bajo NIIF16. Asimismo, se registró una mejora de \$1.049 millones en la línea de Participación en asociadas, que se explica por una mejor utilidad de \$2.098 millones respecto al 2T24 en Grupo Marina.

| 2T25 | Propiedad | País | Inversión ¹ (MMCLP) | GLA (m ²) | Malls |
|-----------------------------|-----------|-------|--------------------------------|-----------------------|-------|
| Inm. Mall Viña del Mar S.A. | 50% | Chile | 153.620 | 189.305 | 3 |
| Mall Aventura S.A. | 100% | Perú | 642.245 | 321.480 | 5 |
| Total | | | 795.865 | 510.785 | 8 |

¹ Se considera el saldo del balance: en Inm. Mall Viña del Mar S.A., Inversiones en Asociadas; y en Mall Aventura S.A., Plusvalía y Propiedades, Planta y Equipos de inversión.

En Chile, los resultados del segmento provienen principalmente de la participación de Ripley en la empresa asociada Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A. (IMVM) en la cual posee el 50% de la propiedad. Durante el trimestre, el segmento registró utilidades por \$3.447 millones, de los cuales \$3.293 millones corresponden a la

participación en IMVM. En 2T25, IMVM registró un crecimiento respecto al 2T24 de 7,9% en ingresos y un aumento de 11,4% en EBITDA, alcanzando \$15.781 millones, con un margen de 93,8% (una mejora de 293 bps). Las ventas de los locatarios aumentaron 4,8% a/a y la tasa de ocupación se mantuvo en altos niveles, alcanzando un 95,7% en el segundo trimestre del año.

En Perú, los resultados provienen exclusivamente a Mall Aventura S.A., sociedad de propiedad 100% de Ripley. Durante el trimestre, los ingresos del segmento aumentaron 8,0% en CLP, alcanzando \$16.471 millones, lo que representa un incremento de 4,9% en moneda local. Mall Aventura continuó mostrando mejoras en sus principales indicadores operacionales, destacando un crecimiento de 11,6% a/a en las ventas de los locatarios y una mejora de 61 bps en la tasa de ocupación, que alcanzó un 97,1%. Es así como el EBITDA del periodo aumentó en 10,0% respecto al 2T24, totalizando \$14.535 millones, con un margen EBITDA de 88,2%, equivalente a una expansión de 161 bps.

5.5 Segmento Oficinas

| Segmento Oficinas (montos en MMCLP) | Chile | | | Perú | | | Corporativo | | | Consolidado | | |
|--|---------|---------|----------|---------|---------|---------|-------------|---------|-------|-------------|---------|---------|
| | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % | 2T25 | 2T24 | Var % |
| Ingresos | (1.745) | (1.876) | (7,0%) | (1.499) | (1.868) | (19,8%) | (1.442) | (1.310) | 10,1% | (4.686) | (5.054) | (7,3%) |
| Costo de Ventas | (4.010) | (2.332) | 72,0% | (1.190) | 5.104 | N/A | 1.452 | 1.316 | 10,3% | (3.748) | 4.088 | N/A |
| Costo de Ventas Retail | (5.011) | (2.111) | 137,4% | 1.196 | 577 | 107,4% | 1.452 | 1.316 | 10,3% | (2.363) | (218) | 983,0% |
| Costo de Ventas Banco | 1.002 | (221) | N/A | (2.122) | 4.773 | N/A | 0 | 0 | 0,0% | (1.121) | 4.552 | N/A |
| Gastos por intereses y reajustes | 0 | 0 | 206,3% | - | - | 0,0% | 0 | 0 | 0,0% | 0 | 0 | 206,3% |
| Costo de Riesgo Neto | 0 | (1.000) | (100,0%) | (2.122) | 4.773 | N/A | 0 | 0 | 0,0% | (2.122) | 3.773 | N/A |
| Otros | 1.001 | 779 | 28,6% | - | - | 0,0% | 0 | 0 | 0,0% | 1.001 | 779 | 28,6% |
| Costo de Ventas Inmobiliario | 0 | 0 | 0,0% | (264) | (246) | 7,5% | 0 | 0 | 0,0% | (264) | (246) | 7,5% |
| Ganancia Bruta | (5.755) | (4.208) | 36,8% | (2.689) | 3.236 | N/A | 9 | 6 | 55,1% | (8.435) | (966) | 773,0% |
| Gasto de administración y otros | 45 | (2.011) | N/A | 303 | 927 | (67,3%) | (1.421) | (1.150) | 23,6% | (1.073) | (2.233) | (52,0%) |
| Resultado Operacional | (5.710) | (6.219) | (8,2%) | (2.386) | 4.163 | N/A | (1.411) | (1.144) | 23,4% | (9.507) | (3.200) | 197,1% |
| Resultado no Operacional | 4.381 | (613) | N/A | 452 | 949 | (52,4%) | (9.122) | (8.353) | 9,2% | (4.289) | (8.017) | (46,5%) |
| Ganancia (pérdida) | 493 | (390) | N/A | (1.457) | 3.630 | N/A | (8.953) | (7.487) | 19,6% | (9.917) | (4.247) | 133,5% |
| EBITDA | (5.487) | (5.984) | (8,3%) | (2.802) | 3.805 | N/A | (1.411) | (1.144) | 23,4% | (9.700) | (3.323) | 191,9% |

| Segmento Oficinas (montos en MMCLP) | Chile | | | Perú | | | Corporativo | | | Consolidado | | |
|--|----------|----------|----------|---------|---------|----------|-------------|----------|----------|-------------|---------|---------|
| | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % | 6M25 | 6M24 | Var % |
| Ingresos | (3.443) | (3.486) | (1,2%) | (2.832) | (3.594) | (21,2%) | (2.618) | (2.462) | 6,3% | (8.892) | (9.542) | (6,8%) |
| Costo de Ventas | (7.755) | (3.324) | 133,3% | (1.734) | 10.656 | N/A | 2.625 | 2.446 | 7,3% | (6.864) | 9.778 | N/A |
| Costo de Ventas Retail | (9.620) | (3.844) | 150,3% | 1.255 | 728 | 72,4% | 2.625 | 2.446 | 7,3% | (5.740) | (670) | 757,0% |
| Costo de Ventas Banco | 1.865 | 520 | 258,5% | (2.469) | 10.417 | N/A | 0 | 0 | (100,0%) | (604) | 10.937 | N/A |
| Gastos por intereses y reajustes | 1 | 0 | 205,7% | - | 1 | (100,0%) | 0 | 0 | (100,0%) | 1 | 1 | (27,3%) |
| Costo de Riesgo Neto | 0 | (1.000) | (100,0%) | (2.469) | 10.417 | N/A | 0 | 0 | (100,0%) | (2.469) | 9.417 | N/A |
| Otros | 1.864 | 1.520 | 22,6% | - | 1 | (100,0%) | 0 | 0 | (100,0%) | 1.864 | 1.521 | 22,5% |
| Costo de Ventas Inmobiliario | 0 | 0 | 0,0% | (520) | (489) | 6,2% | 0 | 0 | (100,0%) | (520) | (489) | 6,2% |
| Ganancia Bruta | (11.198) | (6.810) | 64,4% | (4.565) | 7.061 | N/A | 8 | (16) | N/A | (15.756) | 236 | N/A |
| Gasto de administración y otros | 189 | (3.487) | N/A | 1.462 | 1.949 | (25,0%) | (2.237) | (2.101) | 6,5% | (586) | (3.638) | (83,9%) |
| Resultado Operacional | (11.009) | (10.296) | 6,9% | (3.104) | 9.011 | N/A | (2.230) | (2.117) | 5,3% | (16.342) | (3.402) | 380,3% |
| Resultado no Operacional | 7.529 | 9.649 | (22,0%) | 1.055 | 1.658 | (36,4%) | (17.710) | (13.998) | 26,5% | (9.126) | (2.691) | 239,1% |
| Ganancia (pérdida) | 2.049 | 1.629 | 25,8% | (1.505) | 7.520 | N/A | (16.535) | (14.299) | 15,6% | (15.991) | (5.150) | 210,5% |
| EBITDA | (10.576) | (9.840) | 7,5% | (3.936) | 8.296 | N/A | (2.230) | (2.117) | 5,3% | (16.742) | (3.660) | 357,4% |

En el segmento oficinas se reconocen los ajustes de consolidación por transacciones intercompañía, las brechas que se generan entre el modelo de provisiones regulatorio respecto al modelo de pérdida esperada NIIF9 para el segmento bancario, los aportes del negocio en conjunto y los gastos relacionados a las planillas corporativas de cada país.

En los últimos trimestres, el ajuste más relevante en el segmento oficinas ha estado relacionado a las brechas respecto a la normativa NIIF9 del segmento bancario. En el caso de Perú, y dado que el modelo regulatorio corresponde a un modelo de pérdida incurrida, se generan las siguientes brechas: i) diferencia de la provisión bajo pérdida esperada (NIIF9) respecto a la provisión bajo modelo regulatorio, y ii) cualquier provisión adicional a lo exigido por normativa. De esta forma, la brecha que se genera en el trimestre se explica por la diferencia en el modelo de provisiones regulatorio respecto al modelo de pérdida esperada. Es así como durante el

segundo trimestre 2025, el segmento de oficinas Perú registró un gasto por provisiones por riesgo de \$2.122 millones.

En cuanto a los costos de ventas de retail, por la colaboración en el negocio conjunto entre retail y banco, generó beneficios adicionales para el segmento retail, los cuales son eliminados contablemente en el segmento de oficinas. Por su parte, los gastos de administración y ventas están mayormente relacionados con las áreas corporativas en cada país.

El resultado no operacional, se relaciona principalmente con gastos financieros y diferencias de cambio producto de operaciones relacionadas, las cuales son eliminadas en la consolidación. Adicionalmente, se registran gastos financieros corporativos y reajustes monetarios originados por bonos denominados en UF.

Con todo esto, el EBITDA del segmento oficinas registró una pérdida de \$9.700 millones, lo que se compara con un EBITDA negativo de \$3.323 millones el mismo periodo del año anterior. La variación de -\$6.676 millones se explica principalmente por el ajuste del cargo por riesgo neto de Oficinas Perú (asociado al cambio del modelo de provisiones), que mostró una variación de -\$6.895 millones.

6. Principales Indicadores⁶

| NEGOCIO RETAIL | Unidad | 2024 | | | 2025 | |
|--|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2T | 3T | 4T | 1T | 2T |
| RETAIL CHILE | | | | | | |
| Tiendas | # | 45 | 45 | 43 | 42 | 42 |
| Superficie de venta | m ² | 285.821 | 285.821 | 280.405 | 272.342 | 272.342 |
| Variación de Ventas (a/a) | % | 5,6% | 5,1% | 7,9% | 13,4% | -0,6% |
| SSS | % | 10,6% | 9,8% | 13,2% | 26,2% | 5,5% |
| Inventario | MMCLP | 203.908 | 231.130 | 204.469 | 223.433 | 209.995 |
| Días de Inventario | Días | 105,3 | 134,0 | 89,8 | 117,3 | 115,6 |
| RETAIL PERÚ | | | | | | |
| Tiendas | # | 31 | 31 | 30 | 30 | 30 |
| Superficie de venta | m ² | 224.383 | 224.383 | 221.747 | 221.747 | 221.747 |
| Variación de Ventas CLP (a/a) | % | 22,1% | 21,6% | 19,0% | 4,6% | 8,7% |
| SSS | % | 1,6% | 11,3% | 11,6% | 9,4% | 9,0% |
| Inventario | MPEN | 566.932 | 582.471 | 533.991 | 576.744 | 587.678 |
| Días de Inventario | Días | 130,8 | 124,0 | 100,2 | 147,2 | 130,9 |
| Tipo de Cambio | PEN/CLP | 246 | 243 | 265 | 260 | 264 |
| Inventario | MMCLP | 139.477 | 141.313 | 141.262 | 149.677 | 154.994 |
| NEGOCIO BANCARIO | Unidad | 2024 | | | 2025 | |
| | | 2T | 3T | 4T | 1T | 2T |
| BANCO RIPLEY CHILE | | | | | | |
| Flujo de Colocaciones | MMCLP | 432.154 | 410.656 | 513.769 | 452.135 | 494.734 |
| Cartera de Colocaciones Brutas | MMCLP | 884.679 | 882.359 | 981.220 | 996.672 | 1.049.068 |
| Provisiones/Colocaciones | % | 11,5% | 11,2% | 10,1% | 9,5% | 9,2% |
| Costo por riesgo neto UDM/Cartera Prom(UDM) | % | 13,2% | 12,1% | 10,0% | 9,1% | 8,5% |
| Castigos Netos de Recuperos | MMCLP | 24.692 | 23.148 | 19.413 | 20.222 | 17.929 |
| Castigos Netos (UDM)/ Cartera Prom(UDM) | % | 13,5% | 12,3% | 10,8% | 9,5% | 8,5% |
| Mora mayor a 90 días | % | 4,7% | 4,2% | 3,7% | 3,5% | 3,5% |
| Nº Tarjetas con Saldo | miles | 939 | 910 | 950 | 912 | 921 |
| Basilea | % | 17,29% | 17,78% | 15,01% | 15,73% | 15,83% |
| BANCO RIPLEY PERÚ | | | | | | |
| Flujo de Colocaciones | MPEN | 746.708 | 751.881 | 873.486 | 798.134 | 842.987 |
| Cartera de Colocaciones Brutas | MPEN | 1.382.948 | 1.290.266 | 1.360.418 | 1.353.426 | 1.392.569 |
| Provisiones/Colocaciones | % | 9,8% | 8,3% | 7,5% | 7,6% | 7,7% |
| Costo por riesgo neto UDM/Cartera Prom (UDM) | % | 22,0% | 20,3% | 17,4% | 14,6% | 12,8% |
| Castigos Netos de Recuperos | MPEN | 83.107 | 70.171 | 45.192 | 42.403 | 42.563 |
| Castigos Netos (UDM)/ Cartera Prom (UDM) | % | 22,5% | 22,8% | 21,4% | 17,8% | 14,9% |
| Mora mayor a 90 días | % | 5,2% | 4,1% | 3,4% | 3,1% | 3,3% |
| Nº Tarjetas con Saldo | miles | 379 | 363 | 383 | 362 | 376 |
| Basilea | % | 14,72% | 17,11% | 17,48% | 17,93% | 18,50% |
| Flujo de Colocaciones | MMCLP | 186.607 | 186.298 | 224.000 | 207.767 | 218.457 |
| Cartera de Colocaciones Brutas | MMCLP | 355.642 | 315.694 | 362.606 | 354.192 | 369.878 |
| Castigos Netos de Recuperos | MMCLP | 20.769 | 17.387 | 11.589 | 11.038 | 11.030 |

⁶a) Tipo de cambio (PEN/CLP) observado al cierre de cada periodo.

b) Las tiendas abiertas (promedio) se calculan en base a los días con atención al público durante el trimestre. Cartera de los bancos corresponde a la cartera bruta fin de período.

c) Mora calculada con moneda funcional del país y sobre la cartera bruta.

d) Las cifras financieras corresponden a los segmentos bancarios de cada país, de acuerdo con las metodologías de los reguladores, CMF y SBS en Chile y Perú, respectivamente.

e) En Chile el castigo de la cartera de clientes se realiza para todos los saldos que tienen 180 días de mora, al cierre de cada mes; para el caso de Perú, se realiza para los saldos que tienen 150 días de mora y que no ha sido judicializada.

f) Cartera UDM considera cartera promedio de los últimos doce meses.

g) Margen EBITDA de malls operativos considera Ingresos neto de recuperación de gasto común y otros conceptos menores.

| NEGOCIO INMOBILIARIO | Unidad | 2024 | | | 2025 | | |
|---|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|--|
| | | 2T | 3T | 4T | 1T | 2T | |
| CHILE | | | | | | | |
| GRUPO MARINA CONSOLIDADO | | | | | | | |
| Ventas locatarios | MMCLP | 137.540 | 131.079 | 181.995 | 171.220 | 144.196 | |
| Tasa de ocupación promedio | % | 95,4% | 95,6% | 95,4% | 95,1% | 95,7% | |
| GLA | m ² | 189.357 | 189.344 | 189.342 | 189.305 | 189.305 | |
| Mg EBITDA de malls operativos | % | 91% | 91% | 93% | 91% | 94% | |
| NEGOCIO INMOBILIARIO | Unidad | 2024 | | | 2025 | | |
| | | 2T | 3T | 4T | 1T | 2T | |
| PERÚ | | | | | | | |
| MALL AVENTURA CONSOLIDADO | | | | | | | |
| Ventas locatarios | MPEN | 539.162 | 594.573 | 701.057 | 589.383 | 601.652 | |
| Tasa de ocupación promedio | % | 96,5% | 96,7% | 97,0% | 96,8% | 97,1% | |
| GLA promedio | m ² | 320.095 | 320.465 | 320.824 | 321.480 | 321.683 | |
| Mg EBITDA de malls operativos | % | 87% | 89% | 92% | 91% | 92% | |
| Ventas locatarios | MMCLP | 134.740 | 147.321 | 179.781 | 153.426 | 155.916 | |
| MALL AVENTURA AREQUIPA | | | | | | | |
| Ventas locatarios | MPEN | 159.860 | 171.959 | 205.724 | 170.026 | 173.408 | |
| Tasa de ocupación promedio | % | 99,0% | 98,6% | 98,6% | 97,0% | 97,8% | |
| GLA promedio | m ² | 75.107 | 75.106 | 75.106 | 75.106 | 75.288 | |
| Mg EBITDA de malls operativos | % | 93% | 93% | 97% | 96% | 98% | |
| Ventas locatarios | MMCLP | 39.950 | 42.607 | 52.756 | 44.260 | 44.938 | |
| MALL AVENTURA SANTA ANITA | | | | | | | |
| Ventas locatarios | MPEN | 138.402 | 147.717 | 171.965 | 146.815 | 147.579 | |
| Tasa de ocupación promedio | % | 92,5% | 92,6% | 93,2% | 93,5% | 93,7% | |
| GLA promedio | m ² | 88.314 | 88.373 | 89.046 | 90.368 | 90.370 | |
| Mg EBITDA de malls operativos | % | 92% | 89% | 85% | 88% | 87% | |
| Ventas locatarios | MMCLP | 34.587 | 36.601 | 44.099 | 38.218 | 38.245 | |
| MALL AVENTURA CHICLAYO | | | | | | | |
| Ventas locatarios | MPEN | 78.203 | 85.756 | 101.295 | 85.617 | 86.493 | |
| Tasa de ocupación promedio | % | 95,3% | 95,4% | 96,0% | 97,0% | 97,4% | |
| GLA promedio | m ² | 48.271 | 48.582 | 48.242 | 47.563 | 47.564 | |
| Mg EBITDA de malls operativos | % | 84% | 89% | 89% | 88% | 90% | |
| Ventas locatarios | MMCLP | 19.543 | 21.248 | 25.976 | 22.287 | 22.414 | |
| MALL AVENTURA IQUITOS | | | | | | | |
| Ventas locatarios | MPEN | 61.303 | 72.606 | 81.247 | 66.950 | 68.336 | |
| Tasa de ocupación promedio | % | 98,5% | 98,6% | 98,8% | 98,6% | 98,8% | |
| GLA promedio | m ² | 47.029 | 47.029 | 47.055 | 47.068 | 47.068 | |
| Mg EBITDA de malls operativos | % | 83% | 81% | 99% | 90% | 93% | |
| Ventas locatarios | MMCLP | 15.320 | 17.990 | 20.835 | 17.428 | 17.709 | |
| MALL AVENTURA SAN JUAN DE LURIGANCHO | | | | | | | |
| Ventas locatarios | MPEN | 101.394 | 116.536 | 140.827 | 119.975 | 125.835 | |
| Tasa de ocupación promedio | % | 98,6% | 99,6% | 99,9% | 99,7% | 99,7% | |
| GLA promedio | m ² | 61.375 | 61.375 | 61.375 | 61.375 | 61.394 | |
| Mg EBITDA de malls operativos | % | 80% | 87% | 92% | 93% | 95% | |
| Ventas locatarios | MMCLP | 25.339 | 28.875 | 36.114 | 31.232 | 32.610 | |

7. Estructura Financiera

Ripley Corp cerró el 2T25 con un nivel de liquidez de \$513.813 millones. El segmento bancario, terminó con una liquidez de \$451.796 millones, mientras que el segmento no bancario terminó con una liquidez de \$62.016 millones. La disminución de la caja del segmento no bancario es de \$17.432 millones a/a, la cual se explica principalmente por el pago de dividendos por parte de Ripley Corp a sus accionistas por \$12.100 millones en el 2T25.

Nivel de Endeudamiento vehículos bancarios: al 30 de junio de 2025, la deuda financiera neta del segmento alcanzó \$1.425 miles de millones. Por su parte, el apalancamiento (DFN/Patrimonio) se sitúa en 2,76x, registrando un aumento desde 2,72x en junio de 2025, explicado por las mayores necesidades de financiamiento por el aumento de la cartera de colocaciones de consumo a/a. Además, el indicador de solvencia de Chile (Basilea) se ubica en un menor nivel al observado en junio 2024, debido a nuevas exigencias regulatorias desde diciembre de 2024, que elevaron los requerimientos de capital y ajustaron la clasificación de activos. Se espera una estabilización progresiva hacia 2025. Por el lado de Perú, el ratio aumenta frente al 2024, explicado principalmente por una reducción de los activos ponderados por riesgo de crédito.

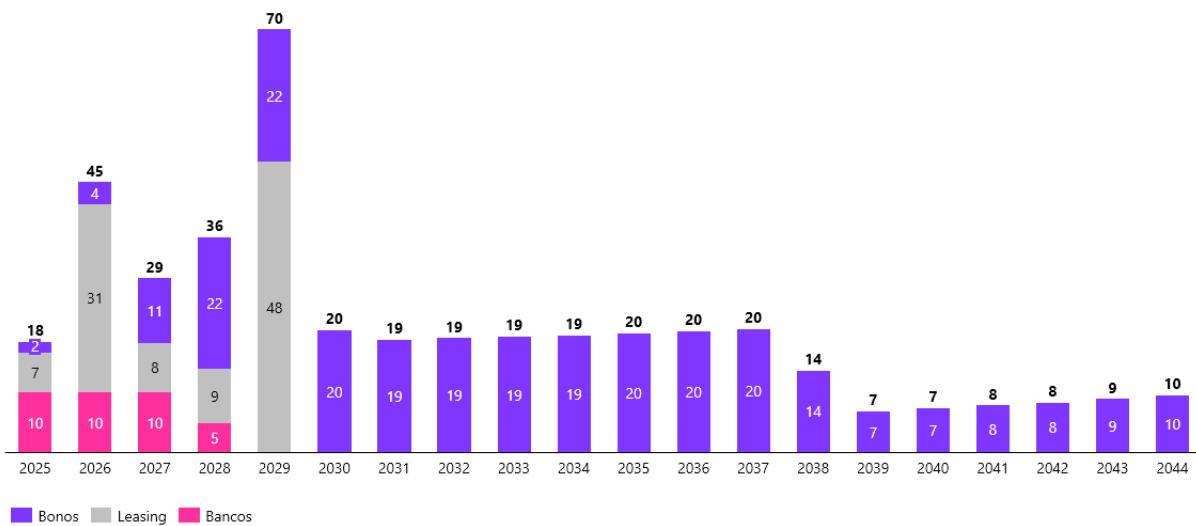
| Banco Ripley | Índice de Capital | | |
|--------------|-------------------|--------|--------|
| | jun-25 | dic-24 | jun-24 |
| Chile | 15,8% | 15,0% | 17,3% |
| Perú | 18,5% | 17,5% | 14,7% |

Nivel de Endeudamiento vehículos no bancarios: Al cierre de junio de 2025, la deuda financiera neta (DFN) ascendió a \$413.684 millones, reflejando un aumento de \$12.216 millones respecto a junio 2024. Esta variación se explica principalmente por la reducción de la caja tras el pago de dividendos por parte de Ripley Corp a sus accionistas (\$12.100 millones) y el aumento de \$21.230 millones de Otros pasivos financieros, que reflejan el efecto de la inflación sobre la deuda denominada en UF (bonos locales) por \$10.869 millones y nueva deuda por \$10.355 millones tras la colocación del bono de Mall Aventura en diciembre 2024. Lo anterior se vio parcialmente compensado por una disminución de \$26.446 millones en Pasivos por arrendamientos financieros, producto de los cierres de tiendas en ambos países. Como resultado, el indicador de apalancamiento DFN/Activos se mantiene estable en 0,20 veces respecto a igual periodo del año anterior.

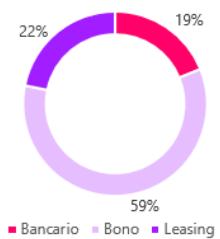
| RIPLEY CORP | (montos en MMCLP) | Segmento No Bancario | | Segmento Bancario | | Total | |
|--|-------------------|----------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|--------|
| | | jun-25 | jun-24 | jun-25 | jun-24 | jun-25 | jun-24 |
| Caja y otros activos financieros, corriente (nota 39) | 62.016 | 46.198 | 186.394 | 229.226 | 248.411 | 275.425 | |
| Otros activos financieros, no corriente (nota 39) | - | 33.250 | 265.402 | 132.189 | 265.402 | 165.439 | |
| Caja e inversiones | 62.016 | 79.448 | 451.796 | 361.416 | 513.813 | 440.864 | |
| Otros pasivos financieros, corriente (nota 39) | 71.823 | 184.721 | 1.204.860 | 1.069.226 | 1.276.683 | 1.253.947 | |
| Otros pasivos financieros, no corriente (nota 39) | 299.362 | 165.233 | 219.922 | 130.493 | 519.284 | 295.727 | |
| Pasivos por arrendamientos financieros, corriente (nota 22) | 13.767 | 17.886 | - | - | 13.767 | 17.886 | |
| Pasivos por arrendamientos financieros, no corriente (nota 22) | 90.749 | 113.076 | - | - | 90.749 | 113.076 | |
| Deuda Financiera | 475.700 | 480.916 | 1.424.782 | 1.199.719 | 1.900.482 | 1.680.635 | |
| DFN | 413.684 | 401.468 | 972.986 | 838.303 | 1.386.669 | 1.239.771 | |
| Patrimonio | 721.290 | 669.304 | 352.997 | 308.410 | 1.074.287 | 977.714 | |
| Activos Inmobiliarios | 931.524 | 865.944 | - | - | 931.524 | 865.944 | |
| Otros Activos | 1.112.750 | 1.116.312 | 1.920.392 | 1.669.816 | 3.033.142 | 2.786.128 | |
| Total Activos | 2.044.274 | 1.982.257 | 1.920.392 | 1.669.816 | 3.964.666 | 3.652.072 | |
| DFN/Activos | 0,20x | 0,20x | 0,51x | 0,50x | 0,35x | 0,34x | |
| DFN/Patrimonio | 0,57x | 0,60x | 2,76x | 2,72x | 1,29x | 1,27x | |

Información Financiera Segmento No Bancario⁷

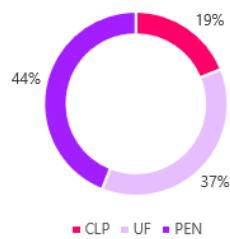
Perfil de Vencimientos (Miles MMCLP)



Deuda por tipo de financiamiento



Deuda por tipo de moneda



⁷ Perfil de amortizaciones considera sólo amortizaciones de capital (no considera deuda de capital de trabajo). No incluye intereses devengados ni costo amortizado. UF al cierre de junio 2025 equivalente a 39.267,07 pesos y PEN/CLP 263,74.

8. Anexos



8.1 Estado de Situación Financiera Ripley Corp

| RIPLEY CORP CONSOLIDADO (montos en MMCLP) | jun-25 | dic-24 | Var MM\$ | Var % |
|---|------------------|------------------|------------------|---------------|
| Activos Corrientes | | | | |
| Efectivo y equivalente al efectivo | 186.828 | 271.998 | (85.171) | (31,3%) |
| Otros activos financieros | 61.583 | 98.211 | (36.629) | (37,3%) |
| Otros activos no financieros | 24.708 | 26.252 | (1.544) | (5,9%) |
| Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar | 787.124 | 805.924 | (18.799) | (2,3%) |
| Cuentas por cobrar a entidades relacionadas | 50 | 50 | - | 0,0% |
| Inventarios | 364.989 | 342.818 | 22.171 | 6,5% |
| Activos por impuestos | 26.035 | 32.999 | (6.964) | (21,1%) |
| Activos Corrientes Totales | 1.451.317 | 1.578.252 | (126.936) | (8,0%) |
| Activos no Corrientes | | | | |
| Otros activos financieros | 265.402 | 186.988 | 78.414 | 41,9% |
| Otros activos no financieros | 11.421 | 12.445 | (1.024) | (8,2%) |
| Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar | 563.433 | 485.169 | 78.264 | 16,1% |
| Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación | 153.620 | 151.185 | 2.435 | 1,6% |
| Activos intangibles distintos de la plusvalía | 102.355 | 105.380 | (3.026) | (2,9%) |
| Plusvalía | 29.348 | 29.437 | (89) | (0,3%) |
| Propiedades, planta y equipo | 191.658 | 197.481 | (5.824) | (2,9%) |
| Derechos de uso | 310.571 | 313.896 | (3.324) | (1,1%) |
| Propiedades de inversión | 648.463 | 651.355 | (2.893) | (0,4%) |
| Activos por impuestos diferidos | 237.078 | 232.563 | 4.515 | 1,9% |
| Total Activos No Corrientes | 2.513.349 | 2.365.899 | 147.450 | 6,2% |
| TOTAL ACTIVOS | 3.964.666 | 3.944.151 | 20.515 | 0,5% |
| PASIVOS | | | | |
| Pasivos Corrientes | | | | |
| Otros pasivos financieros | 1.276.683 | 1.228.355 | 48.328 | 3,9% |
| Pasivos por arrendamientos | 50.213 | 50.300 | (87) | (0,2%) |
| Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar | 399.511 | 498.503 | (98.993) | (19,9%) |
| Cuentas por pagar a entidades relacionadas | 11.694 | 14.001 | (2.307) | (16,5%) |
| Otras provisiones | 20.027 | 22.668 | (2.641) | (11,7%) |
| Pasivos por impuestos | 315 | 4.824 | (4.509) | (93,5%) |
| Provisiones por beneficios a los empleados | 23.017 | 19.651 | 3.366 | 17,1% |
| Otros pasivos no financieros | 6.224 | 7.394 | (1.170) | (15,8%) |
| Pasivos Corrientes Totales | 1.787.684 | 1.845.697 | (58.013) | (3,1%) |
| Pasivos No Corrientes | | | | |
| Otros pasivos financieros | 519.284 | 448.897 | 70.387 | 15,7% |
| Pasivos por arrendamientos | 411.773 | 428.229 | (16.455) | (3,8%) |
| Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar | 278 | 254 | 23 | 9,2% |
| Cuentas por pagar a entidades relacionadas | 19.646 | 20.192 | (545) | (2,7%) |
| Otras Provisiones | 20.427 | 20.721 | (294) | (1,4%) |
| Passivo por impuestos diferidos | 119.478 | 114.026 | 5.452 | 4,8% |
| Provisiones por beneficios a los empleados | 10.174 | 9.623 | 552 | 5,7% |
| Otros pasivos no financieros | 1.635 | 1.652 | (17) | (1,0%) |
| Total Pasivos No Corrientes | 1.102.695 | 1.043.593 | 59.102 | 5,7% |
| TOTAL PASIVOS | 2.890.379 | 2.889.290 | 1.090 | 0,0% |
| PATRIMONIO TOTAL RIPLEY CORP | | | | |
| Capital emitido | 203.873 | 203.873 | - | 0,0% |
| Ganancias acumuladas | 573.792 | 552.331 | 21.461 | 3,9% |
| Primas de emisión | 162.504 | 162.504 | - | 0,0% |
| Otras reservas | 132.766 | 134.747 | (1.982) | (1,5%) |
| Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora | 1.072.934 | 1.053.454 | 19.479 | 1,8% |
| Participaciones no controladoras | 1.353 | 1.407 | (54) | (3,8%) |
| TOTAL PATRIMONIO | 1.074.287 | 1.054.862 | 19.425 | 1,8% |
| TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO | 3.964.666 | 3.944.151 | 20.515 | 0,5% |

8.2 Análisis variaciones del estado de situación financiera consolidado y flujo de efectivo consolidado

| Estados de Situación Financiera Consolidados Resumidos | jun-25 MM\$ | dic-24 MM\$ | Variación MM\$ | Variación % |
|---|------------------------|------------------------|---------------------------|------------------------|
| Activos Corrientes | 1.451.317 | 1.578.252 | (126.935) | (8,0%) |
| Activos no Corrientes | 2.513.349 | 2.365.899 | 147.450 | 6,2% |
| Total Activos | 3.964.666 | 3.944.151 | 20.515 | 0,5% |
| Pasivos Corrientes | 1.787.684 | 1.845.697 | (58.013) | (3,1%) |
| Pasivos no Corrientes | 1.102.695 | 1.043.593 | 59.102 | 5,7% |
| Total Pasivos | 2.890.379 | 2.889.290 | 1.090 | 0,0% |
| Total Patrimonio | 1.074.287 | 1.054.862 | 19.426 | 1,8% |
| Total Pasivos + Patrimonio | 3.964.666 | 3.944.151 | 20.515 | 0,5% |

Activos

Los activos totales consolidados aumentaron en \$20.515 millones. Esta variación se explica principalmente por:

- Disminución en el efectivo y equivalente al efectivo por \$85.171 millones. Las principales variaciones se explican por:
 - Flujos Operacionales: El flujo operacional negativo asciende a \$2.432 millones, originado por cobro procedente de la venta de bienes y prestaciones de servicio neto de pago a proveedores y pago a empleados por \$18.133 millones, compensado por el pago de impuestos a las ganancias por \$20.566 millones.
 - Flujos de Inversión: El flujo de inversión positivo ascendió a \$26.490 millones, explicado principalmente por rescate de inversiones en depósitos a plazos por \$34.615 millones, dividendos recibidos por la asociada Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A. por \$3.925 millones e intereses recibidos por \$3.269 millones, compensado por la adquisición de propiedades planta y equipo e intangibles netos por un total de \$14.603 millones.
 - Flujos de Financiamiento: El flujo de financiamiento negativo ascendió a \$108.850 millones, originado principalmente por el pago de préstamos bancarios por \$37.372 millones, pago de pasivos por arrendamiento por \$34.657 millones, dividendos pagados por \$12.100 millones e intereses pagados por \$24.720 millones.
- El aumento en cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar corrientes y no corrientes, alcanzó un incremento de \$59.465 millones. Esta variación positiva se debe principalmente al aumento de deudores por operaciones de crédito por \$69.159 millones, compensada por disminución de pagos anticipados por \$3.713 millones y otras cuentas por cobrar por \$5.296 millones.

Respecto a las operaciones de crédito de las subsidiarias bancarias estas presentan un aumento neto de \$69.159 millones, el detalle por tipo de cartera y país es el siguiente:

| Tipo de Cartera | País | jun-25 | | | | dic-24 | | | | Variaciones | | |
|---|-------|-----------------------|-------------------------------------|----------------------|-----------------------|-------------------------------------|----------------------|-----------------------|-------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | | Cartera Total MM\$ | Provisiones Constituidas MM\$ | Cartera Neta MM\$ | Cartera Total MM\$ | Provisiones Constituidas MM\$ | Cartera Neta MM\$ | Cartera Total MM\$ | Provisiones Constituidas MM\$ | Cartera Neta MM\$ | Cartera Neta MM\$ | Cartera Neta MM\$ |
| | | | | | | | | | | | | |
| Deudores por operaciones de tarjeta de créditos | Chile | 956.780 | 89.964 | 866.816 | 899.409 | 88.148 | 811.261 | 57.371 | 1.816 | 55.555 | | |
| Deudores por Colocaciones de Consumo | Chile | 81.236 | 6.782 | 74.454 | 69.692 | 6.350 | 63.342 | 11.544 | 432 | 11.112 | | |
| Deudores por Colocaciones de Vivienda | Chile | 10.992 | 52 | 10.940 | 12.040 | 61 | 11.979 | (1.048) | (9) | (9) | (1.039) | |
| Deudores por Colocaciones Comerciales | Chile | 58 | 2 | 56 | 79 | 3 | 76 | (21) | (1) | (1) | (20) | |
| Subtotal Chile | | 1.049.066 | 96.800 | 952.266 | 981.220 | 94.562 | 886.658 | 67.846 | 2.238 | 65.608 | | |
| Deudores por operaciones de tarjeta de créditos | Perú | 369.879 | 50.519 | 319.360 | 362.605 | 46.796 | 315.809 | 7.274 | 3.723 | 3.551 | | |
| Subtotal Perú | | 369.879 | 50.519 | 319.360 | 362.605 | 46.796 | 315.809 | 7.274 | 3.723 | 3.551 | | |
| Totales | | 1.418.945 | 147.319 | 1.271.626 | 1.343.825 | 141.358 | 1.202.467 | 75.120 | 5.961 | 69.159 | | |

En las subsidiarias bancarias de Chile, se presenta un aumento neto por \$65.608 millones, lo anterior explica por el aumento de las colocaciones de operaciones de créditos bruta (con tarjeta de créditos, de consumo, créditos por vivienda y comerciales) por \$67.846 millones. Con respecto a la provisión de riesgo, presenta un aumento por \$2.238 millones.

En la subsidiaria bancaria de Perú, la cartera deudores por operaciones de tarjetas de créditos presenta un aumento neto por \$3.551 millones, lo anterior se explica por el aumento en las colocaciones de tarjetas de créditos bruta por \$7.274 millones. En relación con la provisión de riesgo presenta un aumento de \$3.723 millones.

- Aumento de otros activos financieros corriente y no corriente por \$41.786 millones, dicho aumento se explica principalmente por mayor inversión en bonos bancarios por \$86.642 millones, Instrumentos de inversiones disponible para la venta por \$4.238 millones, compensado por la disminución de los depósitos a plazo por \$31.470 millones e Instrumentos de cobertura por \$14.711 millones.
- Disminución en propiedades, planta y equipo, intangibles y propiedades de inversión por \$11.742 millones, dicha disminución se explica principalmente por diferencia de conversión por \$2.521 millones, gastos de depreciación y amortización por \$22.069 millones, compensado por las adiciones por \$15.322 millones.
- Aumento del inventario por \$22.170 millones, se explica principalmente al proceso de abastecimiento anticipado para enfrentar la temporada Primavera-Verano, así como a la preparación para los eventos de ventas Cyber Days, programado para los próximos meses.
- Disminución de los activos por impuestos por \$6.964 millones, se explica principalmente por menores pagos provisionales mensuales por \$4.405 millones e impuestos por recuperar de años anteriores por \$2.292 millones.

Pasivos

Los pasivos totales consolidados aumentaron en \$1.089 millones. Esta variación se explica principalmente por:

- Aumento en otros pasivos financieros corriente y no corriente por \$118.715 millones, dicha variación se explica principalmente por el aumento de obligaciones con el público por \$22.343 millones, préstamos de entidades financieras por \$20.912 millones, depósitos y otras captaciones a plazo por \$44.467 millones y otras obligaciones financieras por \$27.251 millones.
- La disminución en pasivos por arrendamientos, tanto corrientes y no corrientes ascendió a \$16.542 millones. Esta reducción se debe principalmente a los pagos realizados durante el 2025.
- La disminución en cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar, tanto corrientes como no corrientes ascendió a \$98.969 millones. Esta reducción se debe principalmente a la disminución de saldos en cuentas por pagar a proveedores por \$72.066 millones, consecuencia de una menor adquisición de productos nacionales en Chile y Perú. Además, disminución de cuentas por pagar del impuesto al valor agregado por \$12.641 millones y de remuneraciones por pagar por \$6.271 millones.

Patrimonio

El patrimonio aumento en \$19.325 millones. Esta variación se explica principalmente por:

- Utilidad del ejercicio por \$31.112 millones.
- Efecto negativo de reserva de conversión por \$1.435 millones.
- Provisión de dividendos mínimo por \$9.698 millones.

8.3 Flujos de efectivo netos consolidados

| jun-25 | Chile | | | | | | Perú | | | | | | Consolidado | | |
|---|---------------|----------------|---|---|-------------------|---------------|---------------|-------------------|---|---|--------------|---|---|------------|--------------|
| | | | | Oficinas centrales y ajustes de consolidación | | | | | | Oficinas centrales y ajustes de consolidación | | | Oficinas centrales y ajustes de consolidación | | |
| | Retail MM\$ | Banco MM\$ | Inmobiliario MM\$ | | Total MM\$ | Retail MM\$ | Banco MM\$ | Inmobiliario MM\$ | | Total MM\$ | Total MM\$ | Total MM\$ | Total MM\$ | Total MM\$ | |
| Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación | (40.945) | 22.701 | - | (3.786) | (22.030) | (10.768) | (1.831) | 33.535 | 842 | 21.779 | (2.181) | (2.432) | | | |
| Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión | 892 | (6.442) | - | - | (5.550) | (204) | (1.917) | (436) | - | (2.556) | 34.596 | 26.490 | | | |
| Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación | (31.171) | (10.668) | - | 4.403 | (37.436) | (11.973) | - | (27.117) | 330 | (38.760) | (32.654) | (108.850) | | | |
| Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio | (71.224) | 5.592 | - | 616 | (65.016) | (22.945) | (3.747) | 5.982 | 1.172 | (19.538) | (239) | (84.793) | | | |
| Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo | (13) | (4) | - | (2) | (18) | (29) | (181) | (41) | (1) | (252) | (107) | (378) | | | |
| Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo | (71.237) | 5.588 | - | 615 | (65.034) | (22.974) | (3.928) | 5.941 | 1.171 | (19.790) | (346) | (85.171) | | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio: | 92.703 | 63.436 | - | 13 | 156.153 | 48.598 | 59.718 | 9.741 | (1.956) | 116.101 | (256) | 271.998 | | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio | 21.466 | 69.024 | - | 628 | 91.118 | 25.624 | 55.790 | 15.682 | (785) | 96.311 | (602) | 186.828 | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| jun-24 | | | Chile | | | | | | Perú | | | | | | Consolidado |
| | | | Oficinas centrales y ajustes de consolidación | | | | | | Oficinas centrales y ajustes de consolidación | | | Oficinas centrales y ajustes de consolidación | | Totales | |
| | | | Retail MM\$ | Banco MM\$ | Inmobiliario MM\$ | | Total MM\$ | Retail MM\$ | Banco MM\$ | Inmobiliario MM\$ | | Total MM\$ | Total MM\$ | Total MM\$ | Totales MM\$ |
| Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación | (16.222) | (35.395) | - | (6.885) | (58.502) | (8.628) | 3.551 | 23.208 | 563 | 18.694 | (589) | (40.397) | | | |
| Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión | (2.193) | (7.803) | - | - | (9.996) | (29.834) | (2.710) | (4.080) | - | (36.625) | 47.619 | 998 | | | |
| Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación | 5.202 | (1.176) | - | 6.971 | 10.997 | 8.021 | - | (14.927) | (1.353) | (8.259) | (47.291) | (44.553) | | | |
| Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio | (13.213) | (44.374) | - | 87 | (57.500) | (30.441) | 840 | 4.201 | (790) | (26.190) | (261) | (83.952) | | | |
| Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo | (68) | (11) | - | 265 | 186 | 1.391 | 2.466 | (159) | 0 | 3.699 | 10 | 3.895 | | | |
| Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo | (13.281) | (44.385) | - | 352 | (57.315) | (29.050) | 3.307 | 4.042 | (789) | (22.491) | (251) | (80.057) | | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio: | 28.552 | 151.450 | - | 360 | 180.363 | 35.781 | 64.584 | 5.898 | 768 | 107.030 | 40 | 287.432 | | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio | 15.271 | 107.065 | - | 712 | 123.047 | 6.730 | 67.891 | 9.940 | (22) | 84.539 | (211) | 207.375 | | | |

a) **Ripley Chile**

Al 30 de junio de 2025, los flujos netos presentan una disminución de \$65.016 millones. Dicha disminución se explica por los **flujos negativos de actividades de operación** por \$22.030 millones, flujo de inversión por \$5.550 millones y flujos de actividades de financiación por \$37.436 millones.

Al 30 de junio de 2024, los flujos netos presentan una disminución de \$57.501 millones. Dicha disminución se explica por los flujos negativos de operación e inversión por \$58.502 millones y \$9.996 millones, compensados por los flujos de financiación por \$10.997 millones.

A continuación, se describen las principales variaciones del flujo de efectivo por segmentos:

Segmento Retail:

Flujos Operacionales: Los **flujos operacionales presentan un monto negativo a junio de 2025 por \$40.945 millones** (monto negativo por \$16.222 millones a junio de 2024). La variación negativa de \$24.723 millones es producto principalmente del aumento de los pagos por cuenta de los empleados por \$8.945 millones, por la disminución de los cobros procedentes de las ventas de bienes y prestaciones de servicios netos de los pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios neto por \$15.134 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presentan un monto positivo a junio del 2025 de \$892 millones (flujo negativo a junio de 2024 por \$2.193 millones). La variación positiva de \$3.085 millones, es producto de los dividendos percibidos de Inversiones Padebest Perú S.A.C. e Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A. por \$5.151 millones, compensada por la disminución de los cobros a entidad relacionadas por \$1.766 millones.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto negativo a junio del 2025 por \$31.171 millones (monto positivo a junio de 2024 de \$5.202 millones). La variación negativa de \$36.373 millones, se explica principalmente por el incremento de los pagos de préstamos recibidos de entidades relacionadas por \$36.386 millones.

Segmento Banco:

Flujos operacionales: Los **flujos operacionales positivos a junio del 2025 por \$22.701 millones** (a junio de 2024 es de \$35.395 millones negativo). La variación positiva de \$58.097 millones se explica principalmente por el incremento de los cobros derivados de la venta de prestaciones y servicios neto en los pagos a proveedores por suministro de bienes por un monto de \$64.736 millones, compensado por mayores pagos a cuenta de los empleados por un monto de \$5.311 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presentan un monto negativo a junio del 2025 de \$6.442 millones (un monto negativo a junio de 2024 de \$7.803 millones). La variación positiva de \$1.361 millones no es relevante a explicar.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto negativo a junio de 2025 de \$10.668 millones (monto negativo a junio 2024 de \$1.176 millones). La variación negativa de \$9.491 millones se explica principalmente por el pago de dividendo a Ripley Financiero Ltda. que ascendió a \$9.481 millones.

Segmento Inmobiliario:

Flujos operacionales: Los flujos operacionales no presentan movimientos significativos a explicar.

Flujos de Inversión: Los flujos operacionales no presentan movimientos significativos a explicar.

Flujos de Financiación: Los flujos operacionales no presentan movimientos significativos a explicar.

b) Ripley Perú

Al 30 de junio de 2025 presenta una disminución del saldo de efectivo y equivalentes al efectivo de \$19.538 millones. Dicha disminución se explica por los flujos negativos de actividades de inversión por \$2.556 millones, y de actividades de financiación por \$38.760 millones, compensado por flujos positivos de la actividad de operación por \$21.779 millones.

Al 30 de junio de 2025 presenta una disminución del saldo de efectivo y equivalentes al efectivo de \$19.538 millones. Dicha disminución se explica por los flujos negativos de actividades de inversión por \$2.556 millones, y de actividades de financiación por \$38.760 millones, compensado por flujos positivos de la actividad de operación por \$21.779 millones.

A continuación, se describen las principales variaciones del flujo de efectivo por segmentos:

Segmento Retail:

Flujos operacionales: Los flujos operacionales presentan un monto negativo a junio de 2025 por \$10.768 millones (monto negativo a junio de 2024 de \$8.628 millones). La variación negativa de \$2.140 millones es producto principalmente del aumento de cobros procedentes de las ventas de bienes y prestaciones de servicios y de los pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios, por \$5.449 millones compensado por pagos de impuestos a las ganancias por \$2.012 millones y pago a cuenta de los empleados por \$5.505 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presentan un monto negativo a junio de 2025 de \$204 millones (a junio de 2024 un monto negativo de \$29.834 millones). La variación positiva de \$29.630 millones es producto principalmente de la disminución de los préstamos a entidades relacionadas por \$29.522 millones.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto negativo a junio 2025 por \$11.973 millones, (a junio de 2024 monto positivo de \$8.021 millones). La variación negativa de \$19.994 millones, es producto principalmente por pagos de préstamos netos por \$19.332 millones.

Segmento Banco:

Flujos operacionales: Los flujos operacionales se presenta negativo a junio de 2025 por \$1.831 millones (a junio de 2024 monto positivo por \$3.551 millones) cuya variación negativa por \$5.381 millones, se origina por mayores pagos de actividades de operación por \$5.097 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presentan un monto negativo a junio de 2025 de \$1.917 millones (a junio de 2024 un flujo negativo de \$2.710 millones), cuya variación positiva fue de \$794 millones, dicha variación no es relevante para explicar.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación no presentan monto a explicar.

Segmento Inmobiliario:

Flujos operacionales: Los flujos operacionales presentan monto positivo a junio del 2025 por \$33.535 millones (positivo a junio del 2024 por \$23.208 millones). La variación positiva de \$10.327 millones, se origina por un mayor cobro procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios neto de desembolsos en pagos a cuenta de los empleados por \$13.287 millones, compensado por pagos de impuestos a las ganancias por \$2.369 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presenta un monto negativo a junio del 2025 por \$436 millones (a junio del 2024 un flujo negativo de \$4.080 millones). La variación positiva de \$3.644 millones, se origina principalmente por la disminución de la compra de otros activos a largo plazo por \$3.211 millones.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto negativo a junio del 2025 por \$27.117 millones (a junio del 2024 un flujo negativo \$14.927 millones). La variación negativa de \$12.190 millones, es producto principalmente del aumento de préstamos otorgados a entidades relacionadas por \$3.956 millones, pago de dividendos a Inversiones Padebest Perú S.A.C. y Tiendas por departamento Ripley S.A. por \$6.593 millones e intereses pagados por \$1.373 millones.

8.4 Otros indicadores

A continuación, se describen los principales índices financieros de Ripley Corp consolidado, los cuales son calculados sin considerar los activos y pasivos de las subsidiarias bancarias:

| Liquidez | Unidades | jun-25 | dic-24 | Variación |
|---|----------|--------|--------|-----------|
| Liquidez Corriente | Veces | 1,05 | 1,06 | (0,01) |
| Razón Ácida | Veces | 0,29 | 0,49 | (0,20) |
| Capital de Trabajo | MM\$ | 22.561 | 34.202 | (11.641) |
| Endeudamiento | Unidades | jun-25 | dic-24 | Variación |
| Razón de endeudamiento | Veces | 0,71 | 0,69 | 0,02 |
| Deuda Corriente | Veces | 0,36 | 0,41 | (0,05) |
| Deuda no Corriente | Veces | 0,64 | 0,59 | 0,05 |
| Actividad | Unidades | jun-25 | dic-24 | Variación |
| Rotación de inventario | Veces | 3,20 | 2,64 | 0,56 |
| Rotación de propiedades, plantas y equipo | Veces | 8,74 | 7,86 | 0,88 |
| Rotación de activos totales | Veces | 0,78 | 0,76 | 0,02 |
| Rentabilidad (Consolidado) | Unidades | jun-25 | dic-24 | Variación |
| ROE | % | 7,41 | (0,25) | 7,66 |
| ROA | % | 1,99 | (0,07) | 2,06 |

Liquidez Corriente

(Activos Corriente / Pasivos Corrientes)

El indicador de liquidez corriente presenta una leve disminución de 0,01 con respecto al año anterior, en la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones de corto plazo con sus activos corrientes. Las causas más significativas se reflejan en la reducción del efectivo y efectivo equivalente por \$86.831 millones, otros activos financieros por \$51.200 millones y deudores comerciales y otras cuentas por corar por \$13.991 millones, compensados por un incremento en inventarios por \$22.170 millones, junto con la disminución de otros pasivos financieros por \$34.026 millones, cuentas por lagar comerciales y otras cuentas por pagar por \$88.292 millones.

Razón acida

(Activos Corrientes – Inventarios) / Pasivos Corrientes

La razón acida registró una disminución de 0,20 en comparación con el año anterior, lo que indica una mayor dependencia de los inventarios para cubrir las obligaciones inmediatas. Esta variación se explica principalmente por la caída del efectivo y efectivo equivalente por \$86.831 millones, otros activos financieros por \$51.200 millones y deudores comerciales y otras cuentas por corar por \$13.991 millones, compensados por un incremento en inventarios por \$22.170 millones, junto con la disminución de otros pasivos financieros por \$34.026 millones, cuentas por lagar comerciales y otras cuentas por pagar por \$88.292 millones. Dado que el nivel de inventarios presento un aumento, esto afecta el deterioro del indicador.

Capital de trabajo

Activos Corrientes – Pasivo Corrientes

El capital de trabajo tuvo una disminución de \$11.641 millones con respecto al año anterior y se explica por la disminución de los activos corrientes por \$137.301 millones y la disminución de los pasivos corrientes por \$125.660 millones. A pesar de esta contracción, la empresa mantiene un capital de trabajo positivo, lo que le permite financiar sus operaciones diarias y cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

Razón de endeudamiento

(Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – efectivo) / Patrimonio Total

Aumento de este indicador de 0,02 con respecto al año anterior, dicho aumento se explica principalmente por el aumento de la deuda neta por \$37.029 millones y un aumento en el patrimonio con respecto al año anterior por \$19.425 millones.

Deuda corriente / Total Pasivos

Disminución de este indicador de 0,05 con respecto al año anterior y dicha variación no es relevante a explicar.

Deuda no corriente / Total Pasivos

Aumento de este indicador de 0,05 con respecto al año anterior y dicha variación no es relevante a explicar.

Rotación de inventario

*(Costo de ventas UDM(**) / Promedio de inventario UDM)*

Este indicador presenta un aumento con respecto al período anterior de 0,56 y dicha variación se explica por el aumento del costo de venta con respecto al ejercicio anterior en Chile, y el aumento de los inventarios promedios en forma relevante en comparación con el año anterior.

Rotación de propiedades, plantas y equipos

*(Ingresos totales UDM(**) / Propiedad plantas y equipos)*

Este indicador presenta un aumento con respecto al ejercicio anterior de 0,88 y dicho aumento se explica por mayores ingresos totales obtenidos en los ejercicios comparables.

Rotación de activos totales

*(Ingresos totales UDM(**) / Total activos)*

Este indicador rotación de activos totales (Ingresos totales UDM/total activos) presenta un aumento con respecto al periodo anterior de 0,02 y cuya variación no es relevante a explicar.

Rentabilidad sobre el patrimonio consolidado (ROE)

(Utilidad neta Corp / Patrimonio Corp)

Aumento de un 7,66 de este indicador, el cual se produce por la utilidad del ejercicio a junio del 2025 por \$76.518 millones contrastada con una pérdida del \$2.419 millones durante el mismo ejercicio de 2024. A nivel de patrimonio promedio, se observa un aumento de un 8,41% con respecto al ejercicio anterior.

Rentabilidad sobre los activos consolidado (ROA)

(ROA: Utilidad neta Corp / Total activos Corp)

Aumento de este indicador por 2,06 se produce porque el ejercicio terminado a junio 2025 presentó una utilidad del año de \$76.518 millones contrastada por una pérdida del \$2.419 millones durante el mismo ejercicio de 2024. A nivel de total activo promedios se observa un aumento del 4,53%.

(**) UDM: Últimos Doce Meses

9. Gestión de Riesgos

Los negocios de Ripley Corp están expuestos a distintos tipos de riesgo: de liquidez, de mercado y operacional (reputacional, ciberseguridad y fraude), y, por el lado del Banco, de crédito, dada la oferta de préstamos de consumo a través de tarjetas de crédito y préstamos personales. En este sentido, los efectos de los ciclos de la economía mundial son un elemento clave, en particular, los relacionados con el desempeño económico chileno y peruano, así como sus cambios regulatorios.

El riesgo operacional, en particular, es transversal a Ripley Corp, entendido como aquel asociado a pérdidas resultantes de la falta de adecuación o fallas en los procesos, personas y sistemas internos, o bien, de eventos externos (naturales, de fraude, y otros). Esta definición incluye el riesgo legal y el reputacional. La ciberseguridad y seguridad de la información, en tanto, han ido tomando cada vez más protagonismo en la gestión del riesgo operacional, mientras se siguen gestionando los riesgos en procesos, los servicios de proveedores, la continuidad de negocios y el fraude transaccional e interno.

Riesgos provenientes de emergencias sanitarias

La pandemia dejó importantes conclusiones respecto del impacto de las emergencias sanitarias en los mercados donde se desenvuelve la compañía y, en general, sobre los públicos de interés de la Empresa. Como enseñanza a partir de dicha crisis, el respeto de las medidas de protección de la salud tanto de los clientes como de los colaboradores continúa siendo una prioridad.

Riesgo político

En relación con los riesgos políticos, tanto Chile y Perú enfrentan riesgos políticos significativos que podrían afectar su estabilidad, la desconfianza hacia los partidos políticos y la crisis de legitimidad han debilitado la relación entre la ciudadanía y las instituciones y el aumento del crimen organizado y la inseguridad representan un desafío creciente para ambos países, lo que subraya la necesidad de reformas políticas y sociales profundas.

Riesgo de tasa de interés

El financiamiento a corto plazo (que puede renovarse a largo plazo) conlleva posibles fluctuaciones en las tasas de interés de mercado, lo que conduce a un aumento de los costos financieros. Para mitigar este tipo de situaciones, se utilizan distintos instrumentos de corto y largo plazo denominados en pesos chilenos, unidades de fomento, soles peruanos, dólares estadounidenses o euros, que usualmente se contratan a tasa fija. En caso de financiamiento a interés variable, la empresa evalúa la contratación de instrumentos derivados, estrategia que permite eliminar posibles fluctuaciones en las cuentas.

Riesgo de tipo de cambio

Tanto la moneda chilena como la peruana están sujetas a variaciones con respecto al dólar estadounidense y otras divisas. Parte de los productos ofrecidos para la venta en las tiendas son adquiridos en otros países, por lo que, durante el período en que tales operaciones de importación están pendientes de pago, existe una exposición a la fluctuación cambiaria. La compañía cubre dicho riesgo mediante instrumentos derivados de cobertura. Asimismo, por la adopción de la normativa NIIF16, y de cara a los contratos de arrendamiento de largo plazo en dólares en los segmentos retail e inmobiliario en Perú, se generan fluctuaciones cambiarias en función al movimiento del sol respecto al dólar de Estados Unidos. Al ser un impacto contable, la empresa ha decidido no cubrir esta exposición.

Riesgo de inflación

El Grupo mantiene partidas relevantes en los estados financieros denominados en unidades de fomento (UF) como las obligaciones financieras en bonos y pasivos por arrendamientos, las que están expuestas a cambios al momento de su valorización en pesos en la medida que exista inflación, así como también ciertos activos que se reajustan por inflación (principalmente impuestos por recuperar, gastos pagados por anticipado), que disminuyen parcialmente la exposición. El Grupo ha suscrito contratos de derivados diseñados para cubrir la mayor parte de la posición de activos exigibles netos en UF.

Riesgo de liquidez

Este riesgo está asociado a la capacidad del Grupo, excluyendo sus subsidiarias bancarias, para amortizar o refinanciar a precios de mercado razonables los compromisos financieros adquiridos y a su capacidad para ejecutar sus planes de negocios con fuentes de financiamiento estables. El Grupo administra estos riesgos de acuerdo con una política financiera corporativa que incluye la mantención de flujos operacionales significativos de corto plazo, la obtención de pasivos financieros relacionados con las alternativas disponibles en el mercado como deudas con el público, préstamos bancarios, líneas de crédito, créditos de importación entre otros, los cuales son gestionados y obtenidos a través de la matriz y las principales subsidiarias. Con el fin de minimizar el riesgo de liquidez, el Grupo mantiene dentro de su estructura de financiamiento de deudas a corto y largo plazo, diversificadas por tipo de acreedor y mercado, gestionando con anticipación el refinanciamiento de las obligaciones a plazo.

Por el lado del banco, Banco Ripley y sus subsidiarias tienen aprobada, definida e implementada una política de administración de liquidez, en concordancia con los cumplimientos y obligaciones generadas en función de sus operaciones y de acuerdo con los requerimientos legales y normativos. Para más información, se puede consultar el Estado Financiero Consolidado de Ripley Corp.

Riesgo de crédito en los segmentos bancarios

Una de las principales actividades del banco es el otorgamiento de créditos a clientes. El riesgo de crédito es la posibilidad de que los bancos puedan incurrir en una pérdida por el incumplimiento parcial o total de los recursos facilitados a un determinado cliente. Dado lo anterior, las instituciones financieras deben mantener permanentemente evaluada la totalidad de su cartera de colocaciones y sus créditos contingentes, a fin de constituir oportunamente las provisiones necesarias y suficientes para cubrir las pérdidas, por la eventual no recuperación de estos. Para este efecto, los bancos utilizan modelos de evaluación que estiman son los más adecuados, considerando el tipo de cartera y las características de las operaciones.

El Banco Ripley en Chile y sus subsidiarias determinan el modelo de provisiones por riesgo con la cartera de consumo y tarjeta de crédito de acuerdo con lo establecido por su regulador CMF. Para los fines de presentación de los Estados Financieros Consolidados, la Sociedad adoptó el modelo de pérdida esperada, que incluye la provisión de créditos contingentes, pero mantiene de acuerdo con lo dispuesto por la CMF, las provisiones del modelo del regulador bancario.

En el caso de Banco Ripley Perú S.A., la provisión de riesgo se determinó de acuerdo con la SBS y para efectos de consolidación en Ripley Corp S.A. se realizaron los ajustes por las diferencias entre el modelo normativo de la SBS y el modelo de pérdida esperada con créditos contingentes de acuerdo con la NIIF 9.

Evolución de las economías chilena y peruana

La conducta de los consumidores se afecta por el desempeño general de la economía, así como las expectativas que se tengan de ésta: crecimiento, inflación, empleo, tasas de interés, entre otras. Lo anterior, además de afectar la conducta de compra, también impacta la disposición a pagar los créditos contraídos. Por lo anterior, los cambios negativos en los indicadores de crecimiento, inflación y empleo podrían afectar los resultados de la Compañía.

Riesgo de competencia

Las actividades de Ripley Corp se insertan en mercados altamente competitivos, fenómeno acrecentado en los últimos años con la llegada de muchos retailers de especialidad, tanto nacionales como internacionales. Los resultados de la empresa pueden verse afectados dependiendo de la agresividad o intensidad de esta competencia.

En los mercados bancarios de Chile y Perú, se ha observado en los últimos años un relevante aumento de competidores locales y extranjeros, así como de la oferta de tarjetas de crédito por parte de grandes almacenes. A ello se suma el crecimiento de las fintech y de otros actores digitales. Este ambiente podría reducir las tasas de interés y las comisiones que Banco Ripley puede cobrar, lo que podría afectar negativamente al crecimiento de los préstamos y ejercer presión sobre los márgenes.

Riesgo específico de comercio o estructura de mercado

La Compañía no depende de un proveedor en particular, por el contrario, cuenta con una gama amplia y abierta al mundo, disponiendo de proveedores distribuidos en diferentes regiones geográficas que propician su acceso a las fuentes de abastecimiento. Tampoco enfrenta un riesgo de concentración de clientes, puesto que atiende a millones de ellos en los diferentes estratos socioeconómicos. Ripley comercializa actualmente en Chile y Perú miles de productos. Por todo lo anterior, su riesgo específico en el sentido descrito es bajo y no es distinto al del comercio detallista en general y al de las grandes tiendas en particular.

Acción legislativa, regulatoria y administrativa de la autoridad local

La situación financiera y los resultados operacionales de la Compañía y sus filiales podrían verse afectados como resultado de la dictación, modificación y/o derogación de cualquier normativa que les sea aplicable, ya sea que se trate de materias administrativas, laborales o tributarias, entre otras. Los efectos de eventuales modificaciones a la normativa vigente podrían impactar en los resultados, dependiendo directamente del grado de atingencia en el negocio y del sentido restrictivo, neutro o expansivo que tuviera sobre él.

Adicionalmente, las distintas reformas o cambios políticos pueden también afectar la confianza de consumidores y empresarios, afectando el consumo y/o la inversión.

Riesgos de daños o deterioros de los activos

En el desarrollo de los negocios se utiliza una gran cantidad de activos, que de verse afectados podrían mermar el patrimonio y los resultados. Por ello, los activos fijos de edificación, infraestructura, instalación y equipamiento, mercadería, más los riesgos de responsabilidad civil que se pudieran originar, están cubiertos con pólizas de seguro.

Riesgos de ciberseguridad

Los riesgos de ciberseguridad se refieren a las amenazas, vulnerabilidades o incidentes que pueden comprometer la confidencialidad, integridad o disponibilidad de la información y los sistemas tecnológicos de una organización. Estos riesgos son impulsados por el aumento en la dependencia de tecnologías digitales y la sofisticación de los ataques cibernéticos, lo que los convierte en una prioridad crítica para cualquier empresa. Los riesgos de ciberseguridad están en una constante evolución, los métodos y técnicas de los ciberdelincuentes cambian continuamente, dificultando la prevención. Estos riesgos presentan un impacto transversal afectando no solo la tecnología, sino también la reputación, las finanzas y el cumplimiento normativo de la organización.