Resultados 3er trimestre Ripley Corp 2025



RIPLEY

banco ripley

RIPLEY

MALL AVENTURA

1. Resumen Ejecutivo 3

2. Estado de Resultados Ripley Corp 4

2.1 Resultados del tercer trimestre 4

3. Hechos Recientes 6

4. Avances en Nuestra Estrategia ESG 7

5. Resultados del Negocio 9

5.1 Avances Digitales 9

5.2. Segmento Retail 10

5.3 Segmento Bancario 12

5.4 Segmento Inmobiliario 13

5.5 Segmento Oficinas 14

6. Principales Indicadores 16

7. Estructura Financiera 18

8. Anexos 20

8.1 Estado de Situación Financiera Ripley Corp 21

8.2 Análisis variaciones del estado de situación financiera consolidado y flujo de efectivo consolidado 22

8.3 Flujos de efectivo netos consolidados 25

8.4 Otros indicadores 29

9. Gestión de Riesgos 31

1. Resumen Ejecutivo

- Ripley Corp registró un **alza en ingresos del 5,7%** en 3T25, impulsada por el crecimiento de la cartera de colocaciones en Chile y Perú, que aumentó en un 21,0% y 8,0% (PEN) a/a respectivamente, además del crecimiento del segmento retail, que creció 2,7%, explicado por mayores ingresos en Chile, sumado al efecto positivo de la apreciación del sol peruano frente al peso chileno. Adicionalmente, el segmento inmobiliario registró un alza en ingresos de 4,7% en PEN y 14% en CLP.

- El margen bruto consolidado **se expandió en 154 bps** alcanzando 36,7% en 3T25, explicado por una mayor contribución del segmento retail dado el foco en rentabilidad y por un menor cargo por riesgo neto sobre cartera del segmento bancario en Perú. Asimismo, una mejor gestión del inventario permitió mantener bajos niveles de stock obsoleto y reducirlo en 0,4 y 0,5 puntos porcentuales en Chile y Perú respectivamente. 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 22,2% interanual en el **resultado operacional**, que pasó de $11.995 millones en 3T24 a $14.660 millones en 3T25, marcando el mejor desempeño operacional para un tercer trimestre de la historia de Ripley, excluyendo el año 2021. Por su parte, el **EBITDA** alcanzó $33.849 millones, con un **avance de $2.089 millones a/a** y un margen EBITDA estable de 6,8% respecto al 3T24. Esta mejora en resultado fue liderada principalmente por el mejor desempeño de retail en Chile, seguido de los segmentos inmobiliario y bancario en Perú. El gasto creció 9,4% a/a y el gasto sobre ventas aumentó de 32,6% a 33,8% en 3T25. Eliminando el efecto de la apreciación del PEN/CLP, los gastos de Ripley Corp aumentaron 6,5% a/a, reflejando la mayor actividad comercial del banco en Chile y mayores gastos asociados al aumento del salario mínimo, cotización adicional, IPC e implementación de la ley de 40hrs, junto a mayores gastos en asesorías que aportarán eficiencias y mayor valor a futuro.

- La **utilidad neta** de Ripley Corp **alcanzó $3.777 millones en el 3T25**, lo que representa una disminución de $2.475 millones respecto al 3T24. Esta variación se explica principalmente por un mayor gasto en impuestos durante el trimestre, dado que en 3T24 se registró un efecto positivo no recurrente en dicha línea. En 3T24, la Compañía reconoció un ingreso por impuestos de $1.421 millones, asociado al efecto de Capital Propio Tributario (CPT) que refleja la corrección monetaria de los activos y pasivos tributarios frente a la inflación y variaciones de tipo de cambio. En el 3T25, se registró un gasto tributario y, en consecuencia, una menor utilidad neta año contra año.

2. Estado de Resultados Ripley Corp

2.1 Resultados del tercer trimestre

RIPLEY CORP CONSOLIDADO	Trimestral			Acumulado		
(montos en CLP mm)	3T25	3T24	Var %	9M25	9M24	Var %
Ingresos de actividades ordinarias	494.541	467.806	5,7%	1.522.907	1.443.030	5,5%
Costo de ventas	(312.870)	(303.171)	3,2%	(964.295)	(962.926)	0,1%
Ganancia Bruta	181.671	164.634	10,3%	558.612	480.105	16,4%
Gasto de administración y otros	(167.011)	(152.640)	9,4%	(491.696)	(444.707)	10,6%
Resultado Operacional	14.660	11.995	22,2%	66.917	35.398	89,0%
Otras ganancias (pérdidas)	225	(695)	N/A	(2.424)	4.910	N/A
Costo financiero neto	(12.179)	(11.386)	7,0%	(35.570)	(34.088)	4,3%
Participación en las ganancias de asociados	3.205	3.119	2,8%	9.566	8.782	8,9%
Diferencias de cambio y resultados por unidades de reajuste	472	1.799	(73,8%)	1.028	(1.532)	N/A
Utilidad antes de impuestos	6.383	4.832	32,1%	39.516	13.469	193,4%
Ganancia (pérdida) por impuestos a las ganancias	(2.606)	1.421	N/A	(4.627)	1.428	N/A
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas	**3.777**	**6.252**	**(39,6%)**	**34.890**	**14.897**	**134,2%**
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	(2)	9	N/A	(56)	70	N/A
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	3.779	6.244	(39,5%)	34.945	14.827	135,7%
EBITDA	33.849	31.760	6,6%	125.856	94.338	33,4%

- En el **tercer trimestre de 2025**, Ripley registró un **alza de ingresos del 5,7%** en comparación con el mismo periodo del año 2024. Este desempeño fue impulsado por el crecimiento del segmento bancario en ambos países, con un crecimiento de 21,0% y 8,0% (PEN) interanual de las carteras de colocaciones respectivamente y a los mayores ingresos del segmento retail que crecieron 2,7%, reflejo de mayores ingresos en Chile, junto a la apreciación del sol peruano frente al peso chileno. Adicionalmente, los ingresos de Mall Aventura crecieron 4,7% en PEN y 14,0% en CLP.

- Los ingresos del **segmento retail** aumentaron 2,7% a/a, alcanzando $344.486 millones. En Chile, los ingresos crecieron 0,8% a/a, totalizando $202.809 millones. Este desempeño se explica por un crecimiento de venta mismas tiendas (SSS) de 3,9%, impulsado por una mayor demanda local, parcialmente compensada por un menor efecto del turismo y una menor cantidad de tiendas. En Perú, los ingresos aumentaron 5,6% a/a en CLP, aunque registraron una disminución de 3,5% en moneda local, debido a una alta base de comparación asociada a las inyecciones de liquidez derivadas de los retiros previsionales durante el 3T24.

- En el **segmento bancario**, los ingresos aumentaron 12,9% alcanzando los $137.441 millones. En Chile se observó una mayor actividad comercial, con una expansión de 21,0% interanual en la cartera de colocaciones al cierre de periodo, impulsado principalmente por la mayor venta de productos financieros. El cargo por riesgo neto sobre cartera[1] se ubicó en 9,4%[2], levemente superior al 9,2% del 3T24. Este incremento se explica, en parte, por la implementación de la norma de prefijos telefónicos en Chile, que redujo la tasa de respuesta de los clientes y afecta eventualmente de forma temporal la gestión de cobranza en su canal principal. A pesar de ello, mejoras continuas en nuestros modelos de originación y en canales de cobranza, han contribuido a una disminución sostenida en los niveles de morosidad, alcanzando un 3,6% en mora mayor a 90 días, desde 4,2% en 3T24. En Perú, la cartera creció 8,0% a/a en moneda local, con una mejora significativa en la mora mayor a

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

[2] En julio 2025 se reclasificaron $3.297 millones de provisiones adicionales obligatorias a provisiones específicas complementarias. Las provisiones específicas complementarias son provisiones que se constituyen y/o liberan por efectos de suficiencia de cobertura de castigos netos. Durante 3T25 se liberaron $1.000 millones de provisiones específicas complementarias. Excluyendo esta liberación, el costo por riesgo neto del trimestre sobre la cartera promedio fue de 9,8%.

90 días, la cual alcanzó 3,1% en el 3T25, respecto al 4,1% de 3T24. El cargo por riesgo neto[3] alcanzó un 11,3%, una mejora respecto al 12,6% del 3T24.

- El **segmento inmobiliario** registró un **aumento en ingresos de 13,9% a/a** en CLP y 4,7% en moneda local, 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. Las ventas de locatarios crecieron 2,3% en moneda local pese a la alta base de comparación y el factor de ocupación consolidado alcanzó un 97,2%, lo que representa una mejora de 54 bps frente al 3T24.

- La **ganancia bruta** del tercer trimestre **aumentó 10,3%**, alcanzando $181.671 millones, con un margen bruto de 36,7%, una **mejora de 154 bps** en comparación con el año anterior. Esta mejora se vio impulsada por segmento retail, el cual aumentó su contribución en 12,4%, con una expansión de margen desde 25,3% a 27,7% en 3T25, explicada por la menor obsolescencia del inventario y mayor rentabilidad en la venta online. Adicionalmente, hubo una mayor contribución en 15,1% del segmento bancario, cuyo margen se expandió en 106 bps, reflejo del aumento de colocaciones y la disminución del costo de fondos sobre cartera en ambos países, además del menor costo por riesgo sobre cartera en Perú. Finalmente, la contribución del segmento inmobiliario aumentó en 21,0%, 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 9,4% interanual, no obstante, al eliminar el efecto del tipo de cambio PEN/CLP, el incremento fue de 6,5%. En Chile, el alza se explica principalmente por el incremento de 19,0% en el banco, asociado a una mayor actividad comercial, mayores remuneraciones (por ajustes de IPC, sueldo mínimo, cotización adicional e implementación de la ley de 40hrs), así como mayores gastos en tecnología y un enfoque en ciberseguridad. En el segmento retail, los gastos aumentaron 3,9%, reflejando mayores remuneraciones (por los mismos factores antes mencionados) y mayores gastos en tecnología, marketing y asesorías. En Perú, los gastos aumentan 19,5% en CLP, aunque el aumento fue de 9,1% en moneda local, explicado principalmente por mayores gastos en el segmento retail, que incorporan efectos no recurrentes en la base de comparación y gastos en asesorías durante el 3T25. Excluyendo dichos efectos no recurrentes, los gastos se mantienen estables respecto al año anterior.

- Es así como el **EBITDA**, alcanzó los **$33.849 millones** en **3T25**, registrando un aumento de 6,6% a/a, impulsado principalmente por el desempeño del retail en Chile, cuyo EBITDA creció en $3.975 millones, y por la sólida evolución del segmento inmobiliario, que aumentó 21,7% a/a, alcanzando un margen de 88,8% (+565 bps). Este resultado refleja la maduración de los nuevos centros comerciales en Perú y las altas tasas de ocupación del negocio. Asimismo, destacó la mayor rentabilidad del banco en Perú, impulsada por menores costos de fondos y menores niveles de riesgo sobre cartera respecto al 3T24.

- El **resultado no operacional** presentó una pérdida de $8.277 millones en 3T25, lo que representa una disminución de $1.114 millones respecto al 3T24. Esta variación se explica principalmente por un menor resultado en Diferencias de cambio por $1.776 millones, asociado al efecto de la mayor apreciación del PEN frente al USD durante el trimestre, que impactó los pasivos por arrendamiento bajo NIIF16. Este efecto fue parcialmente compensado por un mejor resultado en Otras ganancias por $920 millones, derivado del gasto por cierre de tiendas en Perú en 2024.

- Como resultado, Ripley alcanzó una **utilidad neta** de $3.777 millones en el tercer trimestre de 2025.

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

3. Hechos Recientes

- **Ripley Perú lidera el ranking CXI Index Activa 2025 en experiencia de cliente**
  Ripley Perú fue reconocida como la marca líder en experiencia de cliente en el ranking CXI Index Activa 2025, en la categoría Tiendas por Departamento. Este resultado refleja la implementación de una estrategia centrada en el cliente, que combina innovación tecnológica, eficiencia operativa y una atención cercana y consistente en todos los puntos de contacto. Entre los principales avances destaca la mejora en la experiencia omnicanal, la agilización del proceso de compra en tienda mediante herramientas móviles de venta y una mayor eficiencia en los despachos a domicilio. Este reconocimiento refuerza nuestro compromiso con ofrecer experiencias simples, confiables y coherentes, fortaleciendo así la preferencia y lealtad de nuestros clientes.

- **Mall Aventura lidera el ranking Total Brands en la categoría Centros Comerciales**
  Mall Aventura fue reconocido en el ranking Total Brands 2025, elaborado por BBK Group y Criteria, el cual evalúa dimensiones como propuesta de valor, experiencia, identidad y propósito de marca. En esta medición, Mall Aventura se posicionó en el primer lugar dentro de la categoría Centros Comerciales y en el 7° lugar a nivel general del sector retail, consolidando su liderazgo, posicionamiento y cercanía con los consumidores.

- **Mall Aventura amplía su GLA con nuevo Boulevard Gastronómico en Arequipa**
  En Mall Aventura Arequipa, el proyecto de ampliación del Boulevard Gastronómico ha tenido una alta aceptación, alcanzando un 100% de ocupación previo a su apertura. La nueva zona, cuya inauguración está prevista para diciembre de 2025, incrementará en 50% la oferta de restaurantes, incorporando 1.350 m^2 adicionales de GLA en el centro comercial. El espacio contará con reconocidas marcas como Fridays (comida Tex-Mex), María Almenara (pastelería fina), Shimaya (cocina japonesa), Master Kong (cocina china) y Mezcla (propuesta variada), fortaleciendo la propuesta gastronómica y de experiencia del centro comercial.

- **Lanzamiento de Toys"R"Us en Chile y Perú**
  Ripley Corp incorporó la reconocida marca global Toys"R"Us a su oferta comercial en Chile y Perú, consolidando una alianza que fortalece la categoría de juguetes y la propuesta de experiencia familiar en ambos mercados. En Chile, la llegada de Toys"R"Us se materializó con la apertura de espacios dedicados en las tiendas Parque Arauco y Mall Marina, mientras que en Perú la apertura fue la tienda Jockey Plaza. Adicionalmente, la marca fue integrada a los canales digitales de Ripley, tanto en Ripley.com como en Ripley App, asegurando una experiencia omnicanal consistente. Esta incorporación representa un paso relevante en la estrategia de diferenciación y ampliación de la propuesta de valor de Ripley, al sumar una marca de alto reconocimiento internacional y reforzar la experiencia de compra orientada a familias.

- **Lanzamiento Spavaldi: nueva marca propia de moda masculina**
  Ripley presentó Spavaldi, su nueva marca propia de moda masculina inspirada y diseñada en Italia, que busca redefinir la elegancia contemporánea. Con una propuesta clásica, versátil y premium, Spavaldi combina el diseño italiano con materiales de alta calidad como lino y algodón, ofreciendo prendas que destacan por su confección y ajuste impecable. Esta nueva marca refuerza la estrategia de Ripley de fortalecer su portafolio de marcas propias, aportando diferenciación y valor agregado en el segmento de vestuario.

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 tercer trimestre del 2025, el avance en este indicador fue de 89%.

- **Donación de muestras de marcas propias**
  Ripley continúa fortaleciendo su modelo de donación de muestras de vestuario de marcas propias, las cuales son donadas a las fundaciones COANIQUEM, Debra y María Ayuda, que las comercializan en sus tiendas solidarias. Además, por primera vez se realizó una donación a la Fundación Banco de Ropa, que entrega prendas nuevas y personalizadas a personas en situación de vulnerabilidad, contribuyendo a fortalecer su autoestima y generar nuevas oportunidades.

  De esta forma, Ripley contribuye al cuidado del medioambiente, extendiendo la vida útil de 22.962 prendas en lo que va de este año, y al mismo tiempo apoya el bienestar de niños y familias mediante el financiamiento de iniciativas sociales. Complementando estas acciones, el equipo de Experiencia de Clientes capacitó a los equipos de venta y bodega de la Fundación María Ayuda para potenciar las ventas en sus tiendas solidarias, sumándose a la formación previamente realizada con el equipo de la Fundación Debra.

Ripley Responsable

- **Sistema de Eficiencia Energética**
  Gracias a la sólida alianza con Colbún, Ripley ha fortalecido su sistema de control y monitoreo energético, logrando un ahorro del 4,3% en lo que va del año, equivalente a 1,7 GWh. Este importante avance posiciona a Ripley como líder en sostenibilidad, al ser el primer retailer en certificar el 100% de sus instalaciones bajo la norma ISO 50001 de Gestión de Energía. En agosto de 2025, la Compañía superó exitosamente una nueva auditoría de AENOR, confirmando el mantenimiento y cumplimiento del sistema respecto a dicha norma.

- **Auditoría Marca Propia**
  Con el propósito de extender la responsabilidad social y ética a toda la cadena de valor, Ripley implementó un Código de Conducta y Ética de Negocios ("Vendor Code of Business Conducts and Ethics"), el cual ha sido firmado por todos los proveedores internacionales de marcas propias, gestionados a través de la oficina de 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.

- **Fortalecimiento de la Educación Financiera en Duoc UC**
  Como parte del CompromisoR, se continúa reforzando la educación financiera en alianza con Duoc UC, iniciativa que hoy alcanza 7 sedes. En Duoc UC Melipilla se realizó una charla liderada por Macarena León Zambrano, Jefa de Desconocimientos y Fraude de Banco Ripley, donde más de 100 estudiantes profundizaron en conceptos clave del mundo financiero. Adicionalmente, estudiantes y docentes participaron en actividades formativas junto a Fundación Entrepreneur, culminando con un campeonato de Financity para aprender sobre gestión financiera de forma práctica y entretenida.

Somos Ripley

- **Ripley es parte de la red global Sunflower**
  Ripley Chile y Perú se integraron a la red global Hidden Disabilities Sunflower, iniciativa que busca visibilizar las discapacidades invisibles, fomentando una mayor conciencia social y mejorando la experiencia cotidiana de quienes viven con ellas. Como parte de esta adhesión, se realizó una capacitación liderada por la directora regional de Sunflower para Latatinamérica dirigida a más de 100 líderes de la organización, quienes asumirán el rol de embajadores activos de inclusión dentro de sus equipos.

  Con el fin de asegurar un compromiso transversal, Ripley implementó la capacitación obligatoria en Sunflower para todos los colaboradores, incorporándola también en el proceso de inducción. De esta manera, la compañía busca promover una cultura de respeto y empatía, generando un ambiente de confianza e inclusión, donde las personas que utilicen el distintivo Girasol se sientan seguras, comprendidas y acompañadas.

- **Liderazgo femenino**
  Ripley continúa fortaleciendo el desarrollo y la participación de mujeres en posiciones de liderazgo dentro de la organización. Durante el trimestre, se llevó a cabo la quinta versión del programa Mujeres Imparables, iniciativa que impulsa el crecimiento profesional, la visibilidad y el liderazgo consciente de las colaboradoras.

  A la fecha, más de 175 mujeres han participado en este programa, contribuyendo a que el 47% de los cargos de liderazgo en Ripley Chile sean ocupados por mujeres. Este logro refleja el compromiso de la compañía con la equidad de género, la diversidad y la construcción de equipos más representativos e inclusivos.

- **Banco Ripley Chile reconocido en ranking EFY 2025 de FistJob**
  Banco Ripley Chile fue destacado en el lugar 23 entre las mejores empresas de Chile para profesionales sub-35, reconocimiento que refuerza nuestro compromiso con ofrecer un entorno donde las personas puedan crecer, aportar y vivir una experiencia laboral significativa.

5. Resultados del Negocio

5.1 Avances Digitales[4]

Ripley Corp	Unidad	3T25	3T24	Variación 3T25 vs 3T24
Visitas Totales[1]	miles	48.188	45.805	5,2%
Retail Consolidado				
Unidades Totales Vendidas[2]	miles	1.651	1.629	1,4%
Ventas Digitales GMV	CLP mm	105.004	105.341	-0,3%
Ventas GMV 1P	CLP mm	84.233	86.679	-2,8%
Ventas GMV 3P	CLP mm	20.772	18.662	11,3%
Participación Venta Digital	%	25,1%	26,0%	-0,9 p.p.
Número de Sellers	n°	2.928	5.495	-46,7%
Banco Consolidado				
Clientes digitales[3]	%	92%	91%	0,6 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 48 millones de visitas digitales en promedio durante el último trimestre, reflejando un crecimiento de 5,2% en el 3T25, el cual se explica principalmente por el mayor tráfico de la App en ambos países, la cual ha conseguido aumentar su número de visitantes en aproximadamente un 41% a/a.

Durante el 2025 el negocio digital ha mostrado señales de recuperación, con una tendencia positiva respecto a los decrecimientos del primer trimestre (-9,8% en 1T25; -3,2% en 2T25 y -0,3% en 3T25), impulsada por la nueva estrategia del Marketplace (3P). Desde el segundo trimestre, se avanzó en la implementación de un modelo más selectivo, orientado a fortalecer las alianzas con los sellers que concentran la mayor parte de las ventas y contribución. Este cambio de modelo busca capturar mayores sinergias comerciales y operativas, lo que se ha traducido en un aumento de la venta de productos en Fulfillment by Ripley de 2,6 veces el año anterior. Esto refleja la consolidación que está teniendo el ecosistema 3P a través de soluciones de fulfillment y retail media, que mejoran la experiencia del cliente, la eficiencia logística y la rentabilidad del canal digital. La participación del canal alcanzó un 25,1% en el 3T25, frente al 26,0% de 3T24, consistente con el foco de la Compañía en priorizar rentabilidad.

Al cierre de septiembre 2025, Ripley App ya superó 9,3 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.

[4] Cifras del 3T24 excluyen el efecto calendario del evento Cyber, el cual en el año 2024 comenzó el 30 de septiembre, mientras que en 2025 inició en octubre.

Nuestra propuesta de banco digital continúa ganando tracción, logrando que el 92% 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[5]

Segmento Retail *(montos en CLP mm)*	Chile			Perú			Consolidado		
	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %
Ingresos	202.809	201.141	0,8%	141.678	134.213	5,6%	344.486	335.354	2,7%
Ganancia Bruta	59.643	52.613	13,4%	35.763	32.278	10,8%	95.406	84.891	12,4%
Margen Bruto	29,4%	26,2%	3,3 p.p.	25,2%	24,0%	1,2 p.p.	27,7%	25,3%	2,4 p.p.
Gasto de administración y otros	(72.833)	(70.069)	3,9%	(33.586)	(27.811)	20,8%	(106.419)	(97.880)	8,7%
GAV/Ingresos	(35,9%)	(34,8%)	-1,1 p.p.	(23,7%)	(20,7%)	-3,0 p.p.	(30,9%)	(29,2%)	-1,7 p.p.
Resultado Operacional	(13.189)	(17.456)	(24,4%)	2.177	4.467	(51,3%)	(11.012)	(12.988)	(15,2%)
Margen Operacional	(6,5%)	(8,7%)	2,2 p.p.	1,5%	3,3%	-1,8 p.p.	(3,2%)	(3,9%)	0,7 p.p.
Resultado no Operacional	(4.325)	(2.214)	95,4%	(1.114)	(627)	77,5%	(5.439)	(2.841)	91,4%
Ganancia (pérdida)	(12.134)	(13.621)	(10,9%)	315	2.413	(86,9%)	(11.818)	(11.208)	5,4%
EBITDA	(3.184)	(7.159)	(55,5%)	6.456	8.777	(26,4%)	3.272	1.618	102,2%
Margen EBITDA	-1,6%	-3,6%	2,0 p.p.	4,6%	6,5%	-2,0 p.p.	0,9%	0,5%	0,5 p.p.

Segmento Retail *(montos en CLP mm)*	Chile			Perú			Consolidado		
	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %
Ingresos	687.524	659.339	4,3%	404.244	380.006	6,4%	1.091.768	1.039.344	5,0%
Ganancia Bruta	205.013	179.193	14,4%	104.613	91.839	13,9%	309.626	271.032	14,2%
Margen Bruto	29,8%	27,2%	2,6 p.p.	25,9%	24,2%	1,7 p.p.	28,4%	26,1%	2,3 p.p.
Gasto de administración y otros	(221.181)	(206.051)	7,3%	(94.716)	(86.987)	8,9%	(315.898)	(293.038)	7,8%
GAV/Ingresos	(32,2%)	(31,3%)	-0,9 p.p.	(23,4%)	(22,9%)	-0,5 p.p.	(28,9%)	(28,2%)	-0,7 p.p.
Resultado Operacional	(16.168)	(26.857)	(39,8%)	9.897	4.852	104,0%	(6.271)	(22.006)	(71,5%)
Margen Operacional	(2,4%)	(4,1%)	1,7 p.p.	2,4%	1,3%	1,2 p.p.	(0,6%)	(2,1%)	1,5 p.p.
Resultado no Operacional	(10.461)	(6.598)	58,6%	(2.681)	(6.076)	(55,9%)	(13.142)	(12.675)	3,7%
Ganancia (pérdida)	(16.574)	(22.304)	(25,7%)	4.034	(1.963)	N/A	(12.539)	(24.267)	(48,3%)
EBITDA	14.003	4.439	215,5%	22.479	18.337	22,6%	36.482	22.776	60,2%
Margen EBITDA	2,0%	0,7%	1,4 p.p.	5,6%	4,8%	0,7 p.p.	3,3%	2,2%	1,2 p.p.

Durante el 3T25, los ingresos del segmento retail alcanzaron $344.486 millones, registrando un crecimiento de 2,7% a/a. En Perú, los ingresos aumentaron 5,6% en CLP, reflejando la apreciación del sol peruano frente al peso chileno. Sin embargo, en moneda local, los ingresos disminuyeron 3,5% a/a, debido a una alta base de comparación asociada al efecto de liquidez generado por los retiros previsionales en el 3T24. Las ventas mismas tiendas (SSS) en el país alcanzaron -0,4%. En Chile, los ingresos crecieron 0,8% a/a, totalizando $202.809 millones. El SSS del trimestre fue de 3,9%, impulsado por una mayor demanda local, aunque parcialmente compensado por un menor efecto del turismo, una menor cantidad de tiendas respecto al 3T24, y una reducción en el volumen del canal e-commerce a/a, consistente con el foco de la Compañía en priorizar rentabilidad.

El margen bruto consolidado del negocio retail alcanzó 27,7% en el 3T25, registrando una expansión de 238 bps respecto al 3T24, impulsada por mejoras en ambos países. En Chile, el margen bruto aumentó 325 bps, mientras que en Perú se expandió 119 bps. Esta evolución responde a menores niveles de obsolescencia, una menor intensidad promocional y un cambio en el mix de productos hacia categorías de mayor rentabilidad. En cuanto a los inventarios, en Chile los días de inventario se ubicaron en 146 días, 14,2 días por sobre el 3T24. Este incremento se explica principalmente por el efecto calendario del evento Cyber, que en 2025 se realizó en octubre, mientras que en 2024 comenzó el 30 de septiembre. A pesar de ello, se observó una mejora en la obsolescencia, que se redujo en 0,4 puntos porcentuales a/a. En Perú, los días de inventario aumentaron 7,2

[5] Desde el tercer trimestre de 2025, se modificó la forma de reconocer la contribución del negocio conjunto de retail financiero entre los segmentos Retail y Oficinas. Este cambio responde a una redistribución basada en los aportes de cada segmento, con el objetivo de reflejar de manera más precisa la naturaleza operativa del negocio conjunto. Estas reclasificaciones no generan efectos a nivel consolidado.

días en CLP y 5,4 días en moneda local en 3T25, debido a la alta rotación observada en 2024, producto del efecto de la liquidez generada por los retiros previsionales. De igual forma, el inventario obsoleto se redujo en 0,5 puntos porcentuales respecto al 3T24, reflejando una gestión más eficiente y disciplinada.

El gasto de administración y ventas aumentó 8,7% en CLP y 5,7% al excluir el efecto de la apreciación del PEN/CLP. Como proporción de los ingresos, el GAV/Ventas se elevó desde 29,2% en 3T24 a 30,9% en 3T25, reflejando una menor dilución de gastos tanto en Chile como en Perú. En Chile, los gastos crecieron 3,9% a/a, impulsados por el aumento en las remuneraciones fijas, derivado del alza del sueldo mínimo (+5,8%), el ajuste por IPC (+4,4%), la cotización adicional (+1%), junto con el impacto de la implementación de la ley de 40hrs. Adicionalmente, se registraron mayores gastos en tecnología, marketing y asesorías. En Perú el gasto aumentó 20,8% en CLP y 10,2% a/a en moneda local, principalmente por efectos no recurrentes en la base de comparación y gastos en asesorías durante el 3T25. Excluyendo dichos efectos no recurrentes, los gastos se mantienen estables respecto al año anterior.

El EBITDA del segmento alcanzó $3.272 millones en el 3T25, registrando una mejora de $1.654 millones respecto al 3T24. Con ello, el margen EBITDA se elevó a 0,9%, superior al 0,5% del mismo período del año anterior, reflejando los avances en eficiencia y rentabilidad. El resultado estuvo impulsado principalmente por el desempeño en Chile, donde el margen EBITDA mejoró 199 bps a/a, pasando de -3,6% en el 3T24 a -1,6% en el 3T25, impulsado por mejores niveles de margen bruto. En Perú, el margen EBITDA alcanzó 4,6%, posicionándose como el segundo mejor desempeño para un tercer trimestre, después de 3T24, que estuvo influido por el efecto excepcional de los retiros previsionales y efectos no recurrentes en gastos. Este resultado refleja una menor dilución de gastos respecto a 3T24, parcialmente compensada por la mejora del margen bruto.

A nivel consolidado, el resultado no operacional del segmento alcanzó un gasto neto de $5.439 millones en 3T25, superior al gasto neto de $2.841 millones en 3T24. Esta variación se explica principalmente por un menor resultado en diferencia de cambio por $3.098 millones asociado principalmente a la variación del USD/PEN sobre los pasivos por arrendamiento (NIIF16) en Perú (el PEN se apreció respecto al USD en menor medida en 2025 que en 2024).

5.3 Segmento Bancario[6]

Segmento Bancario *(montos en CLP mm)*	Chile			Perú			Consolidado		
	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %
Ingresos	97.292	86.009	13,1%	40.149	35.782	12,2%	137.441	121.790	12,9%
Ganancia Bruta	50.994	46.001	10,9%	24.289	19.413	25,1%	75.284	65.414	15,1%
Margen Bruto	52,4%	53,5%	-1,1 p.p.	60,5%	54,3%	6,2 p.p.	54,8%	53,7%	1,1 p.p.
Gasto de administración y otros	(39.289)	(33.029)	19,0%	(17.483)	(14.581)	19,9%	(56.771)	(47.610)	19,2%
GAV/Ingresos	(40,4%)	(38,4%)	-2,0 p.p.	(43,5%)	(40,7%)	-2,8 p.p.	(41,3%)	(39,1%)	-2,2 p.p.
Resultado Operacional	11.706	12.972	(9,8%)	6.807	4.832	40,9%	18.512	17.804	4,0%
Margen Operacional	12,0%	15,1%	-3,1 p.p.	17,0%	13,5%	3,4 p.p.	13,5%	14,6%	-1,1 p.p.
Resultado no Operacional	(5)	(600)	(99,1%)	(10)	(6)	75,2%	(16)	(606)	(97,4%)
Ganancia (pérdida)	8.974	9.217	(2,6%)	4.569	3.333	37,1%	13.542	12.550	7,9%
EBITDA	15.850	16.829	(5,8%)	7.739	6.214	24,5%	23.589	23.044	2,4%
Margen EBITDA	16,3%	19,6%	-3,3 p.p.	19,3%	17,4%	1,9 p.p.	17,2%	18,9%	-1,8 p.p.
							53.146		

Segmento Bancario *(montos en CLP mm)*	Chile			Perú			Consolidado		
	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %
Ingresos	279.572	260.048	7,5%	114.879	111.730	2,8%	394.451	371.777	6,1%
Ganancia Bruta	151.965	124.592	22,0%	65.765	39.991	64,4%	217.730	164.584	32,3%
Margen Bruto	54,4%	47,9%	6,4 p.p.	57,2%	35,8%	21,5 p.p.	55,2%	44,3%	10,9 p.p.
Gasto de administración y otros	(113.016)	(91.101)	24,1%	(49.312)	(44.677)	10,4%	(162.328)	(135.777)	19,6%
GAV/Ingresos	(40,4%)	(35,0%)	-5,4 p.p.	(42,9%)	(40,0%)	-2,9 p.p.	(41,2%)	(36,5%)	-4,6 p.p.
Resultado Operacional	38.949	33.492	16,3%	16.453	(4.685)	N/A	55.402	28.806	92,3%
Margen Operacional	13,9%	12,9%	1,1 p.p.	14,3%	(4,2%)	18,5 p.p.	14,0%	7,7%	6,3 p.p.
Resultado no Operacional	(4)	(545)	(99,3%)	(47)	(194)	(75,7%)	(51)	(739)	(93,2%)
Ganancia (pérdida)	30.996	25.720	20,5%	11.236	(3.822)	N/A	42.232	21.897	92,9%
EBITDA	52.121	44.276	17,7%	19.944	(1.057)	N/A	72.065	43.220	66,7%
Margen EBITDA	18,6%	17,0%	1,6 p.p.	17,4%	-0,9%	18,3 p.p.	18,3%	11,6%	6,6 p.p.

Durante el tercer trimestre de 2025, los ingresos del negocio bancario totalizaron $137.441 millones, registrando un aumento de 12,9% en comparación al mismo periodo del año anterior. Este crecimiento se explica principalmente por la expansión de la cartera de colocaciones consolidada, que aumentó 21,6% a/a, impulsando mayores ingresos por intereses en ambos países.

En Chile, la cartera bruta de colocaciones creció 21,0% respecto al 3T24, reflejando la mayor colocación de productos financieros. Este dinamismo se acompañó de una mejora en la calidad de la cartera, destacando la reducción de la mora mayor a 90 días a 3,6% en 3T25 respecto al 4,2% de 3T24. El cargo por riesgo neto sobre la cartera promedio se ubicó en 9,4%[7], levemente superior al 9,2% de 3T24, explicado en parte por la implementación de la norma de prefijos telefónicos, que redujo la tasa de contacto con clientes y afecta eventualmente de forma temporal la gestión de cobranza en su canal principal. Los gastos de administración y ventas aumentaron 19,0%, principalmente por una mayor actividad comercial, mayores remuneraciones (por ajustes de IPC, sueldo mínimo, cotización adicional e implementación de la ley de 40hrs), así como mayores gastos en tecnología y un enfoque en ciberseguridad.

En Perú, la cartera bruta de colocaciones aumentó 23,4% a/a en CLP (8,0% en moneda local) respecto al 3T24. Los ingresos aumentaron 2,4% a/a en moneda local y crecieron 12,2% en CLP reflejo de la apreciación del PEN frente al CLP. Por su parte, la ganancia bruta mostró un incremento de 25,1% en CLP vs 3T24, explicado por un

[6] 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).

[7] En julio 2025 se reclasificaron $3.297 millones de provisiones adicionales obligatorias a provisiones específicas complementarias. Las provisiones específicas complementarias son provisiones que se constituyen y/o liberan por efectos de suficiencia de cobertura de castigos netos. Durante 3T25 se liberaron $1.000 millones de provisiones específicas complementarias. Excluyendo esta liberación, el costo por riesgo neto del trimestre sobre la cartera promedio fue de 9,8%.

menor costo de fondos (-15,8%) y el efecto de la apreciación de la moneda. El costo por riesgo neto del trimestre sobre la cartera promedio alcanzó 11,3%, una mejora de 131 bps respecto al del 3T24.

Como resultado, el EBITDA del segmento bancario alcanzó $23.589 millones en 3T25, un aumento de $545 millones respecto al mismo trimestre del año anterior, impulsada por la mejora en el costo de fondos y costo por riesgo de Perú.

Finalmente, la utilidad del segmento bancario totalizó $13.542 millones en 3T25, superando en $992 millones el resultado obtenido en 3T24.

5.4 Segmento Inmobiliario

Segmento Inmobiliario	Chile			Perú			Consolidado		
(montos en CLP mm)	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %
Ingresos	35	33	4,2%	17.231	15.120	14,0%	17.266	15.153	13,9%
Ganancia Bruta	35	33	4,2%	15.933	13.162	21,1%	15.968	13.195	21,0%
Margen Bruto	100,0%	100,0%	0,0 p.p.	92,5%	87,0%	5,4 p.p.	92,5%	87,1%	5,4 p.p.
Gasto de administración y otros	(1)	(1)	6,8%	(678)	(636)	6,6%	(679)	(637)	6,6%
GAV/Ingresos	(2,0%)	(2,0%)	0,0 p.p.	(3,9%)	(4,2%)	0,3 p.p.	(3,9%)	(4,2%)	0,3 p.p.
Resultado Operacional	34	33	4,1%	15.255	12.525	21,8%	15.289	12.558	21,7%
Margen Operacional	98,0%	98,0%	-0,1 p.p.	88,5%	82,8%	5,7 p.p.	88,5%	82,9%	5,7 p.p.
Resultado no Operacional	3.406	3.438	(0,9%)	(3.924)	(3.288)	19,4%	(518)	151	N/A
Ganancia (pérdida)	3.376	3.341	1,0%	7.982	6.456	23,6%	11.357	9.797	15,9%
EBITDA	34	33	4,1%	15.300	12.568	21,7%	15.334	12.601	21,7%
Margen EBITDA	98,0%	98,0%	-0,1 p.p.	88,8%	83,1%	5,7 p.p.	88,8%	83,2%	5,7 p.p.

Segmento Inmobiliario	Chile			Perú			Consolidado		
(montos en CLP mm)	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %
Ingresos	108	106	1,4%	50.127	45.837	9,4%	50.234	45.943	9,3%
Ganancia Bruta	108	106	1,4%	45.431	39.638	14,6%	45.539	39.744	14,6%
Margen Bruto	100,0%	100,0%	0,0 p.p.	90,6%	86,5%	4,2 p.p.	90,7%	86,5%	4,1 p.p.
Gasto de administración y otros	(2)	(2)	2,5%	(1.581)	(1.476)	7,1%	(1.583)	(1.478)	7,1%
GAV/Ingresos	(1,8%)	(1,8%)	0,0 p.p.	(3,2%)	(3,2%)	0,1 p.p.	(3,2%)	(3,2%)	0,1 p.p.
Resultado Operacional	106	104	1,4%	43.850	38.161	14,9%	43.955	38.265	14,9%
Margen Operacional	98,2%	98,2%	0,0 p.p.	87,5%	83,3%	4,2 p.p.	87,5%	83,3%	4,2 p.p.
Resultado no Operacional	10.548	9.838	7,2%	(13.326)	(11.796)	13,0%	(2.778)	(1.958)	41,9%
Ganancia (pérdida)	10.353	9.518	8,8%	21.378	18.433	16,0%	31.731	27.951	13,5%
EBITDA	106	104	1,4%	43.990	38.288	14,9%	44.095	38.392	14,9%
Margen EBITDA	98,2%	98,2%	0,0 p.p.	87,8%	83,5%	4,2 p.p.	87,8%	83,6%	4,2 p.p.

Durante el tercer trimestre de 2025, los ingresos consolidados del segmento inmobiliario alcanzaron $17.266 millones, lo que representa un crecimiento de 13,9% respecto al mismo periodo del año anterior. Este desempeño refleja principalmente el aumento de 4,7% 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 $15.334 millones, un crecimiento de 21,7% a/a, alcanzando un margen EBITDA de 88,8% en 3T25, lo que representa una expansión de 565 bps respecto al 3T24. Finalmente, la utilidad neta del segmento ascendió a $11.357 millones, lo que implica un aumento de un 15,9% a/a.

El resultado no operacional del segmento inmobiliario tuvo un menor resultado por $669 millones a/a, explicado por un menor resultado en Diferencias de cambio producto de una mayor apreciación del PEN respecto USD en 2024 que en 2025 y su impacto sobre los pasivos por arrendamiento bajo NIIF16, además de mayores costos financieros netos.

3T25	Propiedad	País	Inversión[1] (MMCLP)	GLA (m^2)	Malls
Inm. Mall Viña del Mar S.A.	50%	Chile	156.826	189.320	3
Mall Aventura S.A.	100%	Perú	676.769	323.012	5
Total			833.595	512.332	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 $3.376 millones, de los cuales $3.205 millones corresponden a la participación en IMVM. En 3T25, IMVM registró un crecimiento respecto al 3T24 de 6,3% en ingresos y un aumento de 2,8% en EBITDA, alcanzando $14.653 millones, con un margen de 88,3%. Las ventas de los locatarios aumentaron 2,0% a/a y la tasa de ocupación se mantuvo en altos niveles, alcanzando un 99,4% (sin considerar torres de oficinas) en el tercer trimestre del año.

En Perú, los resultados corresponden íntegramente a Mall Aventura S.A., sociedad de propiedad 100% de Ripley. Durante el trimestre, los ingresos del segmento aumentaron 14,0% en CLP, alcanzando $17.231 millones, lo que equivale a un crecimiento de 4,7% en moneda local. Mall Aventura continuó mostrando mejoras en sus principales indicadores operacionales, pese a la alta base de comparación del 3T24, influida por los retiros previsionales, destacando un crecimiento de 2,3% a/a en las ventas de los locatarios y una mejora de 54 bps en la tasa de ocupación, que alcanzó un 97,2%. Es así como el EBITDA del periodo aumentó en 21,7% respecto al 3T24, totalizando $15.300 millones, con un margen EBITDA de 88,8%, equivalente a una expansión de 567 bps.

5.5 Segmento Oficinas[8]

Segmento Oficinas	Chile			Perú			Corporativo			Consolidado		
(montos en CLP mm)	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %	3T25	3T24	Var %
Ingresos	(1.660)	(1.502)	10,5%	(1.572)	(1.659)	(5,2%)	(1.420)	(1.331)	6,7%	(4.653)	(4.492)	3,6%
Costo de Ventas	(1.791)	(251)	612,8%	43	4.539	(99,0%)	1.414	1.338	5,7%	(333)	5.626	N/A
Costo de Ventas Retail	(2.688)	(967)	177,9%	491	801	(38,6%)	1.414	1.338	5,7%	(782)	1.172	N/A
Costo de Ventas Banco	896	716	25,2%	(178)	3.982	N/A	-	-	0,0%	719	4.698	(84,7%)
Gastos por intereses y reajustes	0	0	204,7%	-	-	0,0%	-	-	0,0%	0	0	204,7%
Costo de Riesgo Neto	-	-	0,0%	(178)	3.982	N/A	-	-	0,0%	(178)	3.982	N/A
Otros	896	716	25,2%	-	-	0,0%	-	-	0,0%	896	716	25,2%
Costo de Ventas Inmobiliario	-	-	0,0%	(270)	(244)	10,6%	-	-	0,0%	(270)	(244)	10,6%
Ganancia Bruta	(3.452)	(1.753)	96,9%	(1.529)	2.880	N/A	(6)	8	N/A	(4.987)	1.134	N/A
Gasto de administración y otros	(2.416)	(4.750)	(49,1%)	678	298	127,2%	(1.404)	(2.062)	(31,9%)	(3.142)	(6.513)	(51,8%)
Resultado Operacional	(5.868)	(6.503)	(9,8%)	(851)	3.178	N/A	(1.410)	(2.054)	(31,4%)	(8.129)	(5.379)	51,1%
Resultado no Operacional	3.045	2.686	13,4%	610	485	25,9%	(5.960)	(7.038)	(15,3%)	(2.304)	(3.866)	(40,4%)
Ganancia (pérdida)	(3.139)	(597)	426,3%	(170)	2.585	N/A	(5.995)	(6.875)	(12,8%)	(9.304)	(4.887)	90,4%
EBITDA	(5.645)	(6.270)	(10,0%)	(1.291)	2.821	N/A	(1.410)	(2.054)	(31,4%)	(8.346)	(5.502)	51,7%

Segmento Oficinas	Chile			Perú			Corporativo			Consolidado		
(montos en CLP mm)	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %	9M25	9M24	Var %
Ingresos	(5.103)	(4.988)	2,3%	(4.404)	(5.253)	(16,2%)	(4.038)	(3.793)	6,5%	(13.546)	(14.034)	(3,5%)
Costo de Ventas	(3.086)	(200)	1441,4%	(1.690)	15.194	N/A	4.040	3.785	6,7%	(737)	18.779	N/A
Costo de Ventas Retail	(5.847)	(1.436)	307,1%	1.746	1.528	14,2%	4.040	3.785	6,7%	(61)	3.877	N/A
Costo de Ventas Banco	2.761	1.236	123,4%	(2.646)	14.400	N/A	-	-	0,0%	115	15.636	(99,3%)
Gastos por intereses y reajustes	1	0	205,3%	-	1	(100,0%)	-	-	0,0%	1	1	(16,6%)
Costo de Riesgo Neto	-	(1.000)	(100,0%)	(2.646)	14.400	N/A	-	(0)	(100,0%)	(2.646)	13.400	N/A
Otros	2.760	2.236	23,4%	-	1	(100,0%)	-	-	0,0%	2.760	2.237	23,4%
Costo de Ventas Inmobiliario	-	-	0,0%	(790)	(734)	7,7%	-	(0)	(100,0%)	(790)	(734)	7,7%
Ganancia Bruta	(8.190)	(5.188)	57,9%	(6.094)	9.941	N/A	2	(8)	N/A	(14.282)	4.745	N/A
Gasto de administración y otros	(10.386)	(12.498)	(16,9%)	2.139	2.248	(4,8%)	(3.641)	(4.163)	(12,5%)	(11.887)	(14.414)	(17,5%)
Resultado Operacional	(18.575)	(17.686)	5,0%	(3.955)	12.189	N/A	(3.639)	(4.171)	(12,7%)	(26.169)	(9.669)	170,7%
Resultado no Operacional	10.574	12.336	(14,3%)	1.665	2.143	(22,3%)	(23.669)	(21.036)	12,5%	(11.430)	(6.558)	74,3%
Ganancia (pérdida)	(2.330)	385	N/A	(1.675)	10.105	N/A	(22.530)	(21.174)	6,4%	(26.535)	(10.684)	148,4%
EBITDA	(17.919)	(16.996)	5,4%	(5.227)	11.118	N/A	(3.639)	(4.171)	(12,7%)	(26.786)	(10.050)	166,5%

[8] Desde el tercer trimestre de 2025, se modificó la forma de reconocer la contribución del negocio conjunto de retail financiero entre los segmentos Retail y Oficinas. Este cambio responde a una redistribución basada en los aportes de cada segmento, con el objetivo de reflejar de manera más precisa la naturaleza operativa del negocio conjunto. Estas reclasificaciones no generan efectos a nivel consolidado.

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 tercer trimestre 2025, el segmento de oficinas Perú registró un gasto por provisiones por riesgo de $178 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 $8.346 millones, lo que se compara con un EBITDA negativo de $5.502 millones el mismo periodo del año anterior. La variación negativa de $2.843 millones se explica principalmente por el ajuste del cargo por riesgo neto de Oficinas Perú (asociado al cambio del modelo de provisiones), el cual mostró una variación de negativa de $4.160 millones respecto al 3T24.

6. Principales Indicadores[9]

NEGOCIO RETAIL	*Unidad*	2024		2025		
		3T	4T	1T	2T	3T
RETAIL CHILE						
Tiendas	#	45	43	42	42	42
Superficie de venta	m^2	285.821	280.405	272.342	272.342	272.342
Variación de Ventas (a/a)	%	5,1%	7,9%	13,4%	-0,6%	0,8%
SSS	%	9,8%	13,2%	26,2%	5,5%	3,9%
Inventario	*CLP mm*	231.130	204.469	223.433	209.995	254.495
Días de Inventario	*Días*	131,8	89,8	117,3	115,6	146,0
RETAIL PERÚ						
Tiendas	#	31	30	30	30	30
Superficie de venta	m^2	224.383	221.747	221.747	221.747	221.747
Variación de Ventas CLP (a/a)	%	21,6%	19,0%	4,6%	8,7%	5,6%
SSS	%	11,3%	11,6%	9,4%	9,0%	-0,4%
Inventario	*PEN m*	582.471	533.991	576.744	587.678	553.969
Días de Inventario	*Días*	124,0	100,2	147,2	130,9	131,2
Tipo de Cambio	*PEN/CLP*	243	265	260	264	277
Inventario	*CLP mm*	141.313	141.262	149.677	154.994	153.704

NEGOCIO BANCARIO	*Unidad*	2024		2025		
		3T	4T	1T	2T	3T
BANCO RIPLEY CHILE						
Flujo de Colocaciones	*CLP mm*	410.656	513.769	452.135	494.734	470.368
Cartera de Colocaciones Brutas	*CLP mm*	882.359	981.220	996.672	1.049.068	1.067.937
Provisiones/Colocaciones	%	11,2%	10,1%	9,5%	9,2%	9,8%
Costo por riesgo neto UDM/Cartera Prom(UDM)	%	12,1%	10,0%	9,1%	8,5%	8,5%
Castigos Netos de Recuperos	*CLP mm*	23.148	19.413	20.222	17.929	20.163
Castigos Netos (UDM)/ Cartera Prom(UDM)	%	12,3%	10,8%	9,5%	8,5%	7,8%
Mora mayor a 90 días	%	4,2%	3,7%	3,5%	3,5%	3,6%
N° Tarjetas con Saldo	*miles*	910	950	912	921	912
Basilea	%	17,78%	15,01%	15,73%	15,83%	15,66%
BANCO RIPLEY PERÚ						
Flujo de Colocaciones	*PEN m*	751.881	873.486	798.134	842.987	865.360
Cartera de Colocaciones Brutas	*PEN m*	1.290.266	1.360.418	1.353.426	1.392.569	1.393.309
Provisiones/Colocaciones	%	8,3%	7,5%	7,6%	7,7%	7,3%
Costo por riesgo neto UDM/Cartera Prom (UDM)	%	20,3%	17,4%	14,6%	12,8%	12,4%
Castigos Netos de Recuperos	*PEN m*	70.171	45.192	42.403	42.563	45.188
Castigos Netos (UDM)/ Cartera Prom (UDM)	%	22,8%	21,4%	17,8%	14,9%	12,9%
Mora mayor a 90 días	%	4,1%	3,4%	3,1%	3,3%	3,1%
N° Tarjetas con Saldo	*miles*	363	383	362	376	376
Basilea	%	17,11%	17,48%	17,93%	18,50%	19,65%
Flujo de Colocaciones	*CLP mm*	186.298	224.000	207.767	218.457	234.983
Cartera de Colocaciones Brutas	*CLP mm*	315.694	362.606	354.192	369.878	389.428
Castigos Netos de Recuperos	*CLP mm*	17.387	11.589	11.038	11.030	12.271

[9] a) 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 recupero de gasto común y otros conceptos menores.

NEGOCIO INMOBILIARIO	*Unidad*	2024		2025		
		3T	4T	1T	2T	3T
CHILE						
GRUPO MARINA CONSOLIDADO						
Ventas locatarios	*CLP mm*	131.079	181.995	171.220	144.196	133.744
Tasa de ocupación promedio	*%*	95,6%	95,4%	95,1%	95,7%	95,8%
GLA	*m^2*	189.344	189.342	189.305	189.305	189.320
Mg EBITDA de malls operativos	*%*	91%	93%	91%	94%	88%

NEGOCIO INMOBILIARIO	*Unidad*	2024		2025		
		3T	4T	1T	2T	3T
PERÚ						
MALL AVENTURA CONSOLIDADO						
Ventas locatarios	*PEN m*	594.573	701.057	589.367	601.652	608.191
Tasa de ocupación promedio	*%*	96,7%	97,0%	96,8%	97,5%	97,2%
GLA promedio	*m^2*	320.465	320.824	321.480	321.887	323.012
Mg EBITDA de malls operativos	*%*	83%	86%	86%	88%	89%
Ventas locatarios	*CLP mm*	147.321	179.781	153.422	155.916	165.150
MALL AVENTURA AREQUIPA						
Ventas locatarios	*PEN m*	171.959	205.724	170.026	173.408	176.543
Tasa de ocupación promedio	*%*	98,6%	98,6%	97,0%	97,8%	98,0%
GLA promedio	*m^2*	75.106	75.106	75.106	75.288	76.385
Mg EBITDA de malls operativos	*%*	89%	91%	90%	92%	92%
Ventas locatarios	*CLP mm*	42.607	52.756	44.260	44.938	47.939
MALL AVENTURA SANTA ANITA						
Ventas locatarios	*PEN m*	147.717	171.965	146.815	147.579	147.240
Tasa de ocupación promedio	*%*	92,6%	93,2%	93,5%	93,7%	93,3%
GLA promedio	*m^2*	88.373	89.046	90.368	90.370	90.505
Mg EBITDA de malls operativos	*%*	81%	80%	85%	84%	87%
Ventas locatarios	*CLP mm*	36.601	44.099	38.218	38.245	39.982
MALL AVENTURA CHICLAYO						
Ventas locatarios	*PEN m*	85.756	101.295	85.617	86.493	90.341
Tasa de ocupación promedio	*%*	95,4%	96,0%	97,0%	97,4%	98,4%
GLA promedio	*m^2*	48.582	48.242	47.563	47.564	47.564
Mg EBITDA de malls operativos	*%*	86%	86%	85%	87%	88%
Ventas locatarios	*CLP mm*	21.248	25.976	22.287	22.414	24.531
MALL AVENTURA IQUITOS						
Ventas locatarios	*PEN m*	72.606	81.247	66.950	68.336	70.372
Tasa de ocupación promedio	*%*	98,6%	98,8%	98,6%	98,8%	98,9%
GLA promedio	*m^2*	47.029	47.055	47.068	47.068	47.068
Mg EBITDA de malls operativos	*%*	77%	95%	86%	88%	86%
Ventas locatarios	*CLP mm*	17.990	20.835	17.428	17.709	19.109
MALL AVENTURA SAN JUAN DE LURIGANCHO						
Ventas locatarios	*PEN m*	116.536	140.827	119.975	125.835	123.695
Tasa de ocupación promedio	*%*	99,6%	99,9%	99,7%	99,7%	99,8%
GLA promedio	*m^2*	61.375	61.375	61.375	61.394	61.489
Mg EBITDA de malls operativos	*%*	84%	89%	89%	91%	91%
Ventas locatarios	*CLP mm*	28.875	36.114	31.232	32.610	33.589

7. Estructura Financiera

Ripley Corp cerró el 3T25 con un nivel de liquidez de $462.087 millones. El segmento bancario, terminó con una liquidez de $403.608 millones, mientras que el segmento no bancario terminó con una liquidez de $58.479 millones. La disminución de la caja del segmento no bancario fue de $22.159 millones a/a, la cual se explica por el pago de dividendos por parte de Ripley Corp a sus accionistas por $12.100 millones en 2T25, y menor caja por efecto calendario del evento Cyber (en 2024 comenzó el 30 de septiembre, mientras que el 2025 inició el cuatro trimestre).

Nivel de Endeudamiento vehículos bancarios: al 30 de septiembre 2025, la deuda financiera neta del segmento alcanzó $1.398.629 millones. Por su parte, el apalancamiento (DFN/Patrimonio) se sitúa en 2,76x, registrando un aumento desde 2,50x en septiembre 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 septiembre 2024, debido a nuevas exigencias regulatorias desde diciembre de 2024, que elevaron los requerimientos de capital y ajustaron la clasificación de activos. Por el lado de Perú, el ratio aumenta frente al 2024, explicado principalmente por una reducción de los activos ponderados por riesgo de crédito.

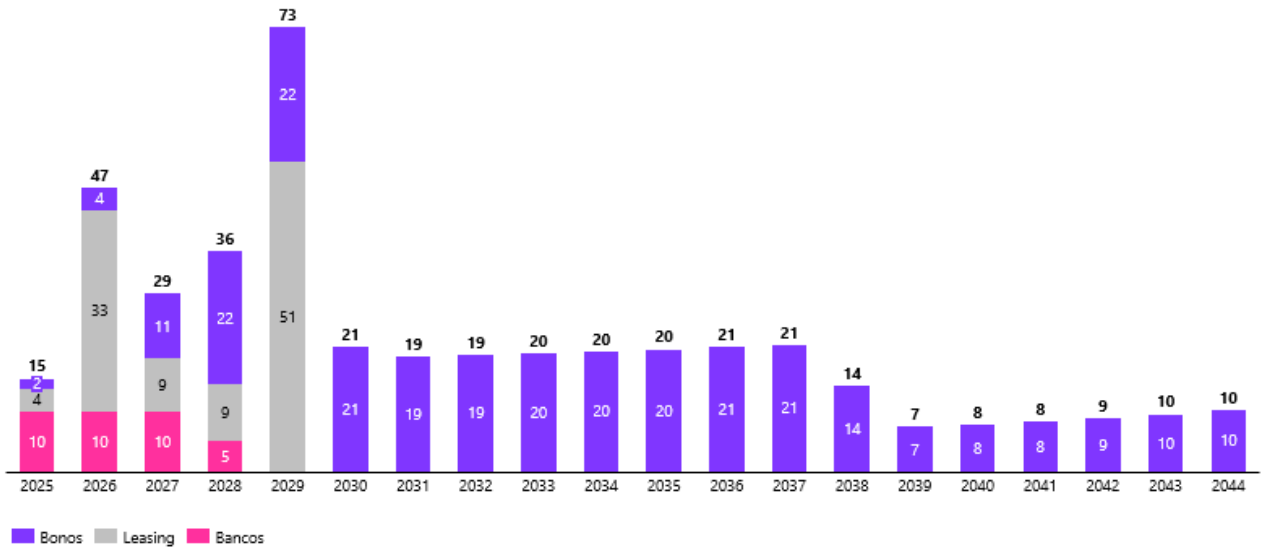
Banco Ripley	Índice de Capital		
	sept-25	dic-24	sept-24
Chile	15,7%	15,0%	17,8%
Perú	19,6%	17,5%	17,1%

Nivel de Endeudamiento vehículos no bancarios: Al cierre de septiembre de 2025, la deuda financiera neta (DFN) ascendió a $451.508 millones, reflejando un aumento de $35.492 millones respecto a septiembre 2024. Esta variación se explica por el incremento de otros pasivos financieros en $31.939 millones junto a la disminución de la caja en $22.159 millones, parcialmente compensando por la reducción de pasivos por arrendamiento financiero por $18.607 millones. El incremento neto de otros pasivos financieros y pasivos por arrendamiento financieros de $13.333 millones se explica principalmente por el reajuste de la UF sobre la deuda en bonos locales por $7.089 millones, sumado al efecto de la variación del tipo de cambio sobre la deuda denominada en soles peruanos por $9.234 millones. Como resultado, el indicador de apalancamiento DFN/Activos se mantiene estable en 0,21 veces respecto a igual periodo del año anterior.

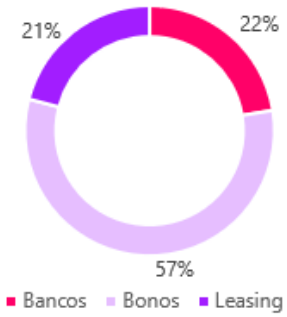
RIPLEY CORP	Segmento No Bancario		Segmento Bancario		Total	
(montos en MMCLP)	sept-25	sept-24	sept-25	sept-24	sept-25	sept-24
Caja y otros activos financieros, corriente (nota 39)	*58.479*	*80.638*	*153.381*	*240.393*	*211.860*	*321.030*
Otros activos financieros, no corriente (nota 39)	*-*	*-*	*250.227*	*163.992*	*250.227*	*163.992*
Caja e inversiones	58.479	80.638	403.608	404.384	462.087	485.022
Otros pasivos financieros, corriente (nota 39)	*97.631*	*204.787*	*1.159.999*	*1.050.380*	*1.257.630*	*1.255.168*
Otros pasivos financieros, no corriente (nota 39)	*305.898*	*166.802*	*238.630*	*146.445*	*544.528*	*313.247*
Pasivos por arrendamientos financieros, corriente (nota 22)	*14.254*	*32.625*	*-*	*-*	*14.254*	*32.625*
Pasivos por arrendamientos financieros, no corriente (nota 22)	*92.204*	*92.439*	*-*	*-*	*92.204*	*92.439*
Deuda Financiera	509.987	496.654	1.398.629	1.196.825	1.908.616	1.693.479
DFN	451.508	416.016	995.021	792.441	1.446.529	1.208.457
Patrimonio	749.283	657.881	359.971	317.282	1.109.254	975.162
Activos Inmobiliarios	*980.507*	*848.716*	*-*	*-*	*980.507*	*848.716*
Otros Activos	*1.160.166*	*1.148.939*	*1.902.447*	*1.670.459*	*3.062.613*	*2.819.398*
Total Activos	2.140.673	1.997.654	1.902.447	1.670.459	4.043.120	3.668.113
DFN/Activos	**0,21x**	**0,21x**	**0,52x**	**0,47x**	**0,36x**	**0,33x**
DFN/Patrimonio	**0,60x**	**0,63x**	**2,76x**	**2,50x**	**1,30x**	**1,24x**

Información Financiera Segmento No Bancario[10]

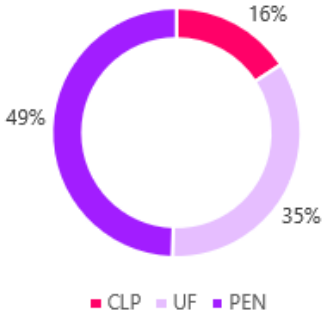
Perfil de Vencimientos (Miles MMCLP)



Deuda por tipo de financiamiento



Deuda por tipo de moneda



[10] 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 septiembre 2025 equivalente a 39.485,65 pesos y PEN/CLP 277,46.

8. Anexos

8.1 Estado de Situación Financiera Ripley Corp

RIPLEY CORP CONSOLIDADO *(montos en CLP mm)*	sept-25	dic-24	Var MM$	Var %
Activos Corrientes				
Efectivo y equivalente al efectivo	149.385	271.998	(122.614)	(45,1%)
Otros activos financieros	62.475	98.211	(35.736)	(36,4%)
Otros activos no financieros	27.511	26.252	1.259	4,8%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	797.920	805.924	(8.003)	(1,0%)
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	50	50	-	0,0%
Inventarios	408.199	342.818	65.381	19,1%
Activos por impuestos	26.209	32.999	(6.790)	(20,6%)
Activos Corrientes Totales	**1.471.749**	**1.578.252**	**(106.503)**	**(6,7%)**
Activos no Corrientes				
Otros activos financieros	250.227	186.988	63.240	33,8%
Otros activos no financieros	11.770	12.445	(675)	(5,4%)
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	589.379	485.169	104.210	21,5%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	156.826	151.185	5.640	3,7%
Activos intangibles distintos de la plusvalía	102.904	105.380	(2.477)	(2,4%)
Plusvalía	30.875	29.437	1.438	4,9%
Propiedades, planta y equipo	194.827	197.481	(2.654)	(1,3%)
Derechos de uso	309.604	313.896	(4.292)	(1,4%)
Propiedades de inversión	681.660	651.355	30.305	4,7%
Activos por impuestos diferidos	243.300	232.563	10.737	4,6%
Total Activos No Corrientes	2.571.371	2.365.899	**205.472**	**8,7%**
TOTAL ACTIVOS	**4.043.120**	**3.944.151**	**98.969**	**2,5%**
PASIVOS				
Pasivos Corrientes				
Otros pasivos financieros	1.257.630	1.228.355	29.276	2,4%
Pasivos por arrendamientos	51.188	50.300	888	1,8%
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	426.964	498.503	(71.539)	(14,4%)
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	12.809	14.001	(1.192)	(8,5%)
Otras provisiones	18.234	22.668	(4.435)	(19,6%)
Pasivos por impuestos	1.218	4.824	(3.606)	(74,8%)
Provisiones por beneficios a los empleados	23.154	19.651	3.504	17,8%
Otros pasivos no financieros	6.090	7.394	(1.304)	(17,6%)
Pasivos Corrientes Totales	**1.797.289**	**1.845.697**	**(48.408)**	**(2,6%)**
Pasivos No Corrientes				
Otros pasivos financieros	544.528	448.897	95.631	21,3%
Pasivos por arrendamientos	412.054	428.229	(16.174)	(3,8%)
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	356	254	102	40,0%
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	19.250	20.192	(942)	(4,7%)
Otras Provisiones	20.859	20.721	138	0,7%
Pasivo por impuestos diferidos	127.496	114.026	13.470	11,8%
Provisiones por beneficios a los empleados	10.501	9.623	878	9,1%
Otros pasivos no financieros	1.638	1.652	(14)	(0,9%)
Total Pasivos No Corrientes	**1.136.682**	**1.043.593**	**93.089**	**8,9%**
TOTAL PASIVOS	**2.933.971**	**2.889.290**	**44.681**	**1,5%**
PATRIMONIO TOTAL RIPLEY CORP				
Capital emitido	203.873	203.873	-	0,0%
Ganancias acumuladas	576.481	552.331	24.150	4,4%
Primas de emisión	162.504	162.504	-	0,0%
Otras reservas	164.941	134.747	30.194	22,4%
Patrimonio atribuíble a los propietarios de la controladora	**1.107.798**	**1.053.454**	**54.344**	**5,2%**
TOTAL PATRIMONIO	**1.109.150**	**1.054.862**	**54.288**	**5,1%**
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	**4.043.120**	**3.944.151**	**98.969**	**2,5%**

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

Estados de Situación Financiera Consolidados Resumidos	sept-25 MM$	dic-24 MM$	Variación MM$	Variación %
Activos Corrientes	1.471.749	1.578.252	(106.502)	(6,7%)
Activos no Corrientes	2.571.371	2.365.899	205.472	8,7%
Total Activos	**4.043.120**	**3.944.151**	**98.969**	**2,5%**
Pasivos Corrientes	1.797.289	1.845.697	(48.408)	(2,6%)
Pasivos no Corrientes	1.136.682	1.043.593	93.089	8,9%
Total Pasivos	**2.933.971**	**2.889.290**	**44.681**	**1,5%**
Total Patrimonio	**1.109.150**	**1.054.862**	**54.289**	**5,1%**
Total Pasivos + Patrimonio	**4.043.120**	**3.944.151**	**98.969**	**2,5%**

Activos

Los activos totales consolidados aumentaron en $98.969 millones. Esta variación se explica principalmente por:

- Disminución en el efectivo y equivalente al efectivo por $122.613 millones. Las principales variaciones se explican por:

  - Flujos Operacionales: El flujo operacional negativo asciende a $9.625 millones, originado por pagos a proveedores y pagos a empleados neto de cobro procedente de la venta de bienes por $9.772 millones.

  - Flujos de Inversión: El flujo de inversión positivo ascendió a $18.163 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 $3.924 millones, compensado por la adquisición de propiedades planta y equipo e intangibles netos por un total de $24.320 millones.

  - Flujos de Financiamiento: El flujo de financiamiento negativo ascendió a $136.679 millones, originado principalmente por el pago de préstamos bancarios por $35.676 millones, pago de pasivos por arrendamiento por $51.808 millones, dividendos pagados por $12.100 millones e intereses pagados por $37.094 millones.

- El aumento en cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar corrientes y no corrientes, alcanzó un incremento de $96.207 millones. Esta variación positiva se debe principalmente al aumento de deudores por operaciones de crédito por $98.136 millones.

Respecto a las operaciones de crédito de las subsidiarias bancarias estas presentan un aumento neto de $98.136 millones, el detalle por tipo de cartera y país es el siguiente:

Tipo de Cartera	País	sept-25			dic-24			Variaciones		
		Cartera Total	Provisiones Constituidas	Cartera Neta	Cartera Total	Provisiones Constituidas	Cartera Neta	Cartera Total	Provisiones Constituidas	Cartera Neta
		MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$
Deudores por operaciones de tarjeta de créditos	Chile	972.658	97.476	875.182	899.409	88.148	811.261	73.249	9.328	63.921
Deudores por Colocaciones de Consumo	Chile	84.847	7.527	77.320	69.692	6.350	63.342	15.155	1.177	13.978
Deudores por Colocaciones de Vivienda	Chile	10.380	45	10.335	12.040	61	11.979	(1.660)	(16)	(1.644)
Deudores por Colocaciones Comercilaes	Chile	51	1	50	79	3	76	(28)	(2)	(26)
Subtotal Chile		**1.067.936**	**105.049**	**962.887**	**981.220**	**94.562**	**886.658**	**86.716**	**10.487**	**76.229**
Deudores por operaciones de tarjeta de créditos	Perú	389.428	51.713	337.715	362.605	46.797	315.808	26.823	4.916	21.907
Subtotal Perú		**389.428**	**51.713**	**337.715**	**362.605**	**46.797**	**315.808**	**26.823**	**4.916**	**21.907**
Totales		**1.457.364**	**156.762**	**1.300.602**	**1.343.825**	**141.359**	**1.202.466**	**113.539**	**15.403**	**98.136**

En las subsidiarias bancarias de Chile, se presenta un aumento neto por $76.229 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 $86.716 millones. Con respecto a la provisión de riesgo, presenta un aumento por $10.487 millones.

En la subsidiaria bancaria de Perú, la cartera deudores por operaciones de tarjetas de créditos presenta un aumento neto por $21.907 millones, lo anterior se explica por el aumento en las colocaciones de tarjetas de créditos bruta por $26.823 millones. En relación con la provisión de riesgo presenta un aumento de $4.916 millones.

- Aumento de otros activos financieros corriente y no corriente por $27.503 millones, dicho aumento se explica principalmente por mayor inversión en bonos bancarios por $70.029 millones, Instrumentos de inversiones disponible para la venta por $6.112 millones, compensado por la disminución de los depósitos a plazo por $30.929 millones e Instrumentos de cobertura por $15.380 millones.

- Aumento en propiedades, planta y equipo, intangibles y propiedades de inversión por $25.174 millones, dicho aumento se explica principalmente por diferencia de conversión por $35.397 millones, adiciones por $24.265 millones, compensado por el gasto de depreciación y amortización por $32.306 millones.

- Aumento del inventario por $65.381 millones, se debe principalmente a la necesidad de anticipar y cubrir la mayor demanda proyectada para el evento de ventas masivas Cyber Days, programado para el tercer trimestre de 2025. Adicionalmente, este aumento considera la acumulación de stock para enfrentar la temporada navideña, caracterizada por un alto volumen de ventas durante el último trimestre del año.

Pasivos

Los pasivos totales consolidados aumentaron en $44.681 millones. Esta variación se explica principalmente por:

- Aumento en otros pasivos financieros corriente y no corriente por $124.907 millones, dicha variación se explica principalmente por el aumento de obligaciones con el público por $37.673 millones, prestamos de entidades financieras por $49.061 millones y otras obligaciones financieras por $39.403 millones.

- La disminución en pasivos por arrendamientos, tanto corrientes y no corrientes ascendió a $16.286 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 $71.437 millones. Esta reducción se debe principalmente a la disminución de saldos en cuentas por pagar a proveedores por $44.569 millones. Además, disminución de cuentas por pagar del impuesto al valor agregado por $18.777 millones, remuneraciones por pagar por $3.657 millones y otros acreedores comerciales por $3.451 millones.

- El aumento de los pasivos por impuestos diferidos que asciende a $13.470 millones es principalmente el aumento a los impuestos diferidos asociados a la depreciación por $9.888 millones, junto con el alza en los impuestos diferidos vinculados a la propiedad de inversión por $2.602 millones.

Patrimonio

El patrimonio aumento en $54.288 millones. Esta variación se explica principalmente por:

- Utilidad del ejercicio por $34.890 millones.

- Efecto negativo de reserva de conversión por $30.335 millones.

- Provisión de dividendos mínimo por $10.788 millones.

8.3 Flujos de efectivo netos consolidados

	Chile					Perú					Consolidado	
sept-25	Retail	Banco	Inmobiliario	Oficinas centrales y ajustes de consolidación	Totales	Retail	Banco	Inmobiliario	Oficinas centrales y ajustes de consolidación	Totales	Oficinas centrales y ajustes de consolidación	Totales
	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$
Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	(48.657)	(8.651)	-	(10.951)	(68.260)	(13.254)	8.086	54.871	1.632	51.335	7.300	(9.625)
Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(27.029)	(9.446)	3.926	25.442	(7.108)	(37.746)	(2.946)	(1.388)	17	(42.063)	67.333	18.163
Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(2.321)	(21.262)	(3.926)	(13.424)	(40.933)	14.423	-	(35.714)	345	(20.946)	(74.800)	(136.679)
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(78.008)	(39.359)	0	1.066	(116.301)	(36.577)	5.141	17.769	1.994	(11.673)	(167)	(128.141)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	14	0	-	30	44	2.677	2.917	126	(97)	5.623	(140)	5.527
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	(77.994)	(39.359)	0	1.096	(116.256)	(33.900)	8.057	17.895	1.898	(6.050)	(307)	(122.614)
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	**14.710**	**24.077**	**0**	**1.109**	**39.896**	**14.698**	**67.775**	**27.636**	**(59)**	**110.052**	**(563)**	**149.385**

	Chile					Perú					Consolidado	
sept-24	Retail	Banco	Inmobiliario	Oficinas centrales y ajustes de consolidación	Totales	Retail	Banco	Inmobiliario	Oficinas centrales y ajustes de consolidación	Totales	Oficinas centrales y ajustes de consolidación	Totales
	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$	MM$
Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	(28.943)	(6.709)	-	(3.996)	(39.648)	5.078	(8.525)	31.357	1.610	29.521	(197)	(10.325)
Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	16.303	(12.459)	7.073	397	11.314	(39.609)	(4.056)	(4.587)	(4.691)	(52.943)	40.312	(1.317)
Totales flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	607	(1.768)	(7.073)	3.554	(4.680)	10.348	-	(27.393)	1.099	(15.946)	(40.672)	(61.298)
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(12.033)	(20.936)	-	(45)	(33.014)	(24.182)	(12.581)	(623)	(1.982)	(39.368)	(557)	(72.939)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(43)	(26)	-	257	188	882	1.537	150	7	2.577	6	2.771
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	(12.076)	(20.962)	-	212	(32.826)	(23.300)	(11.044)	(473)	(1.974)	(36.791)	(551)	(70.168)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio:	28.552	151.450	-	360	180.362	35.781	64.584	5.898	768	107.030	40	287.432
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	**16.476**	**130.488**	**-**	**572**	**147.536**	**12.480**	**53.540**	**5.425**	**(1.206)**	**70.239**	**(511)**	**217.263**

banco ripley | RIPLEY | MALL AVENTURA | RIPLEY Corp.

a) Ripley Chile

Al 30 de septiembre de 2025, los flujos netos presentan una disminución de $116.301 millones. Dicha disminución se explica por los flujos negativos de actividades de operación por $68.260 millones, flujo de inversión por $7.108 millones y flujos de actividades de financiación por $40.933 millones.
Al 30 de septiembre de 2024, los flujos netos presentan una disminución de $33.013 millones. Dicha disminución se explica por los flujos negativos de operación por $39.648 millones, flujo de financiación por $4.680 millones, compensados por los flujos positivos de inversión $11.314 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 septiembre de 2025 por $48.657 millones (monto negativo por $28.943 millones a septiembre de 2024). La variación negativa de $19.715 millones es producto principalmente del aumento de los pagos por cuenta de los empleados por $11.361 millones y 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 $9.106 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presentan un monto negativo a septiembre del 2025 de $27.029 millones (flujo positivo a septiembre de 2024 por $16.303 millones). La variación negativa de $43.333 millones, es producto principalmente por préstamos otorgados de entidades relacionadas neta por $43.942 millones.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto negativo a septiembre del 2025 por $2.231 millones (monto positivo a septiembre de 2024 de $607 millones). La variación negativa de $2.928 millones, se explica principalmente pagos de préstamos netos por $41.657 millones.

Segmento Banco:

Flujos operacionales: Los flujos operacionales negativos a septiembre del 2025 por $8.651 millones (a septiembre de 2024 es de $6.709 millones negativo). La variación negativa de $1.943 millones se explica principalmente por la disminución 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 $12.704 millones, pagos a cuenta de los empleados por un monto de $5.957 millones, compensado por un mayor pago de impuestos a las ganancias reembolsados por $16.718 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presentan un monto negativo a septiembre del 2025 de $9.446 millones (un monto negativo a septiembre de 2024 de $12.459 millones). La variación positiva de $3.012 millones se explica principalmente por una menor adquisición en las compras de activos intangibles por $3.687 millones.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto negativo a septiembre de 2025 de $21.262 millones (monto negativo a septiembre 2024 de $1.768 millones. La variación negativa de $19.494 millones se explica principalmente por el pago de dividendo a Ripley Financiero Ltda. que ascendió a $19.482 millones.

Segmento Inmobiliario:

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

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presenta un monto positivo a septiembre del 2025 de $3.926 millones (un monto positivo a septiembre de 2024 de $7.073 millones). La variación negativa de $3.147 millones corresponde principalmente a menores pagos de dividendos de la asociada Inmobiliaria Mall Viña del mar S.A. durante el 2025 respecto de 2024.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto negativo a septiembre de 2025 de $3.926 millones (monto negativo a septiembre 2024 de $7.073 millones). La variación positiva de $3.147 millones se explica principalmente por menores pagos de préstamos a entidades relacionadas de Ripley Marina S.A. a Comercial Eccsa S.A., efectuado en 2025 respecto de 2024.

b) Ripley Perú

Al 30 de septiembre de 2025 presenta una disminución del saldo de efectivo y equivalentes al efectivo de $11.673 millones. Dicha disminución se explica por los flujos negativos de actividades de inversión por $42.063 millones, y de actividades de financiación por $20.946 millones, compensado por flujos positivos de la actividad de operación por $51.335 millones.
Al 30 de septiembre de 2024 presenta una disminución del saldo de efectivo y equivalentes al efectivo de $39.368 millones. Dicha disminución se explica por los flujos negativos de actividad de inversión por $52.943 millones y flujos negativos de actividades de financiación por $15.946 millones, compensados por los flujos positivos de actividades de operación por $29.521 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 septiembre de 2025 por $13.254 millones (monto positivo a septiembre de 2024 de $5.078 millones). La variación negativa de $18.333 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 $7.765 millones y pago a cuenta de los empleados por $8.947 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presentan un monto negativo a septiembre de 2025 de $37.746 millones (a septiembre de 2024 un monto negativo de $39.609 millones). La variación positiva de $1.863 millones es producto principalmente de la disminución de los préstamos a entidades relacionadas por $1.446 millones.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto positivo a septiembre 2025 por $14.423 millones, (a septiembre de 2024 monto positivo de $10.348 millones). La variación positiva de $4.074 millones, es producto principalmente por la disminución de pagos y prestamos netos por $6.120 millones y el aumento de los pasivos por arrendamiento por $2.610 millones.

Segmento Banco:

Flujos operacionales: Los flujos operacionales se presenta positivo a septiembre de 2025 por $8.086 millones (a septiembre de 2024 monto negativo por $8.525 millones) cuya variación positiva por $16.611 millones, se origina por mayores pagos de actividades de operación por $16.340 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presentan un monto negativo a septiembre de 2025 de $2.946 millones (a septiembre de 2024 un flujo negativo de $4.056 millones), cuya variación positiva fue de $1.110 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 septiembre del 2025 por $54.871 millones (positivo a septiembre del 2024 por $31.357 millones). La variación positiva de $23.514 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 $22.043 millones.

Flujos de Inversión: Los flujos de inversión presenta un monto negativo a septiembre del 2025 por $1.388 millones (a septiembre del 2024 un flujo negativo de $4.587 millones). La variación positiva de $3.198 millones, se origina principalmente por la disminución de la compra de otros activos a largo plazo por $2.753 millones.

Flujos de Financiación: Los flujos de financiación presentan un monto negativo a septiembre del 2025 por $36.714 millones (a septiembre del 2024 un flujo negativo $27.393 millones). La variación negativa de $.8.320 millones, es producto principalmente del aumento de pago de préstamos por $5.375 millones, pago de dividendos a Inversiones Padebest Perú S.A.C. y Tiendas por departamento Ripley S.A. por $6.593 millones, compensada por la disminución de intereses pagados por $4.060 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**	**sept-25**	**dic-24**	**Variación**
Liquidez Corriente	Veces	1,03	1,06	(0,02)
Razón Ácida	Veces	0,28	0,49	(0,22)
Capital de Trabajo	MM$	17.959	34.202	(16.243)
Endeudamiento	**Unidades**	**sept-25**	**dic-24**	**Variación**
Razón de endeudamiento	Veces	0,73	0,69	0,03
Deuda Corriente	Veces	0,38	0,41	(0,03)
Deuda no Corriente	Veces	0,62	0,59	0,03
Actividad	**Unidades**	**sept-25**	**dic-24**	**Variación**
Rotacón de inventario	Veces	3,22	2,69	0,53
Rotacón de propiedades, plantas y equipo	Veces	8,79	8,07	0,72
Rotación de activos totales	Veces	0,77	0,76	0,01
Rentabilidad (Consolidado)	**Unidades**	**sept-25**	**dic-24**	**Variación**
ROE	%	6,98	2,92	4,06
ROA	%	1,89	0,76	1,13

Liquidez Corriente

(Activos Corriente / Pasivos Corrientes)

El indicador de liquidez corriente presenta una leve disminución de 0,02 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 $91.311 millones, otros activos financieros por $50.257 millones y deudores comerciales y otras cuentas por corar por $5.405 millones, compensados por un incremento en inventarios por $65.381 millones, junto con la disminución de otros pasivos financieros por $8.217 millones, cuentas por lagar comerciales y otras cuentas por pagar por $95.257 millones.

Razón acida

(Activos Corrientes – Inventarios) / Pasivos Corrientes

La razón acida registró una disminución de 0,22 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 $91.311 millones, otros activos financieros por $50.257 millones y deudores comerciales y otras cuentas por corar por $5.405 millones, compensados por un incremento en inventarios por $65.381 millones, junto con la disminución de otros pasivos financieros por $8.217 millones, cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar por $95.257 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 $16.243 millones con respecto al año anterior y se explica por la disminución de los activos corrientes por $87.734 millones y la disminución de los pasivos corrientes por

$71.490 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 0,03 con respecto al año anterior, dicho aumento se explica principalmente por el aumento de la deuda neta por $75.507 millones y un aumento en el patrimonio con respecto al año anterior por $54.288 millones.

Deuda corriente / Total Pasivos
Disminución de este indicador de 0,03 con respecto al año anterior y dicha variación no es relevante a explicar.

Deuda no corriente / Total Pasivos
Aumento de este indicador de 0,03 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 0,53 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 0,72 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 período anterior de 0,01 y cuya variación no es relevante a explicar.

Rentabilidad sobre el patrimonio consolidado (ROE)
(Utilidad neta Corp / Patrimonio Corp)
Aumento de un 4,06 de este indicador, el cual se produce por la utilidad del ejercicio a septiembre del 2025 por $74.044 millones, contrastada comuna utilidad del ejercicio del $28.156 millones durante el mismo ejercicio de 2024. A nivel de patrimonio promedio, se observa un aumento de un 9,96% con respecto al ejercicio anterior.

Rentabilidad sobre los activos consolidado (ROA)
(ROA: Utilidad neta Corp / Total activos Corp)
Aumento de este indicador por 1,13 se produce porque el ejercicio terminado a septiembre 2025 presentó una utilidad del año de $74.044 millones contrastado por una utilidad del ejercicio $28.156 millones durante el mismo ejercicio de 2024. A nivel de total activo promedios se observa un aumento del 5,85%.

(**) 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.