Alejandro **Subelman**

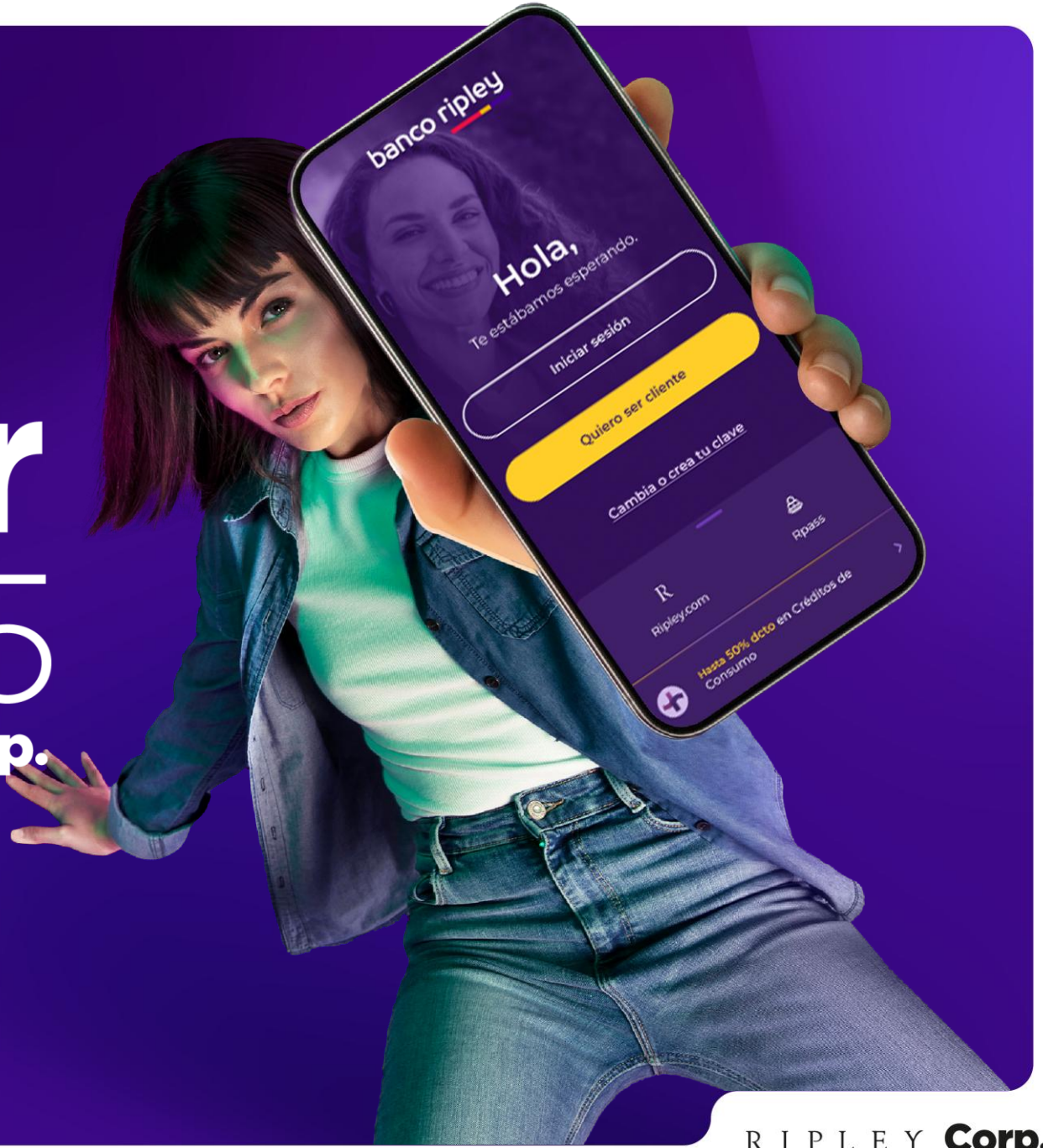
Gerente General Banco Ripley



banco ripley

Investor Day 2025

RIPLEY Corp.



Agenda

01. Experiencia

02. Principalidad

03. Crecimiento con rentabilidad

04. Lo que viene

Presentación

Nuestro propósito es simplificar la vida de **nuestros clientes con una plataforma integral de servicios financieros**

1.430
USD MM
Cartera de consumo

92%
Clientes digitales

+11%
Crecimiento cartera vs el año anterior

3,7x
Crecimiento cartera sobre la industria en Chile

Datos a abril 2025 v/s abril 2024 - TC 950/3,7



3,3 millones
de clientes

79
sucursales

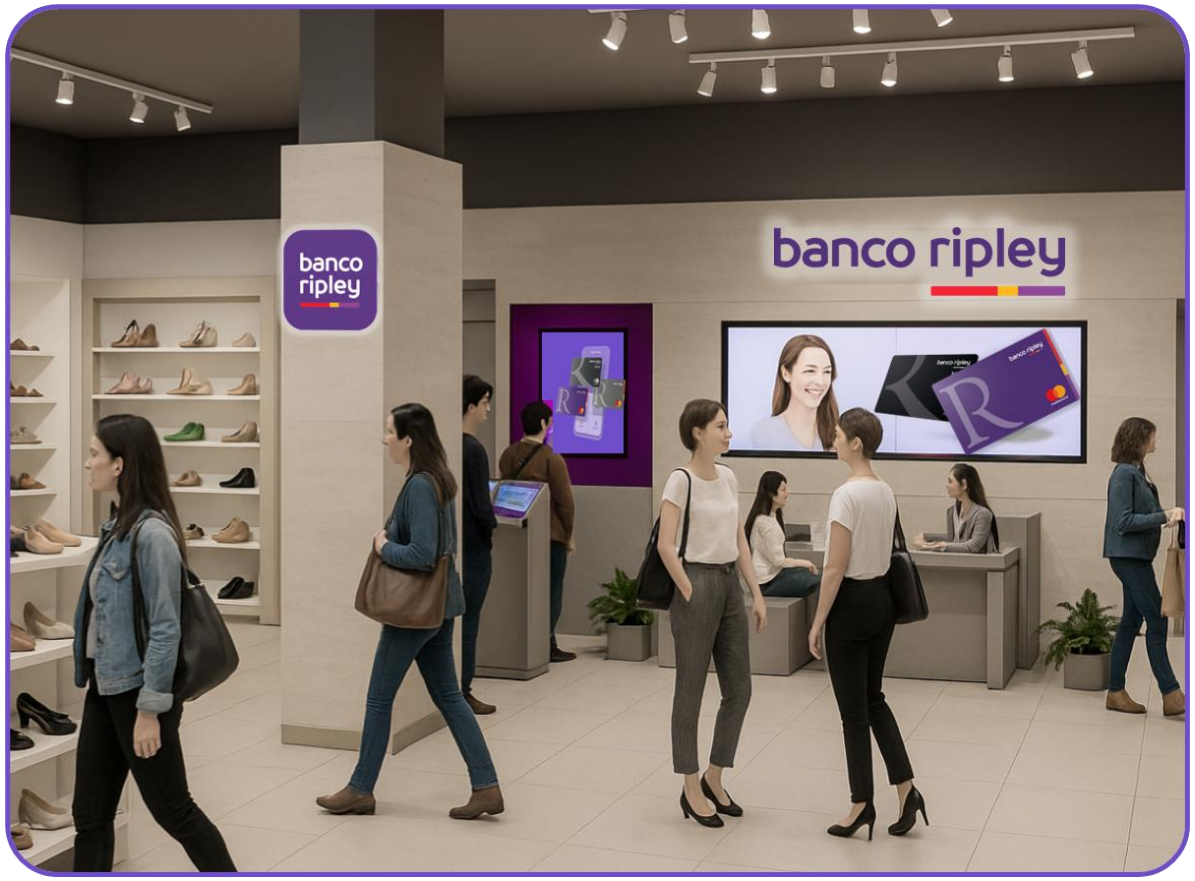
01.

Experiencia

01. Experiencia

Ofrecemos una experiencia **simple y personalizada**

- Atención cercana apalancada en flujo de la tienda
- Experiencia personalizada con herramientas IA
- Oferta a la medida para cada cliente generada por IA



14,3 millones de clientes nos visitan **presencialmente** todos los meses

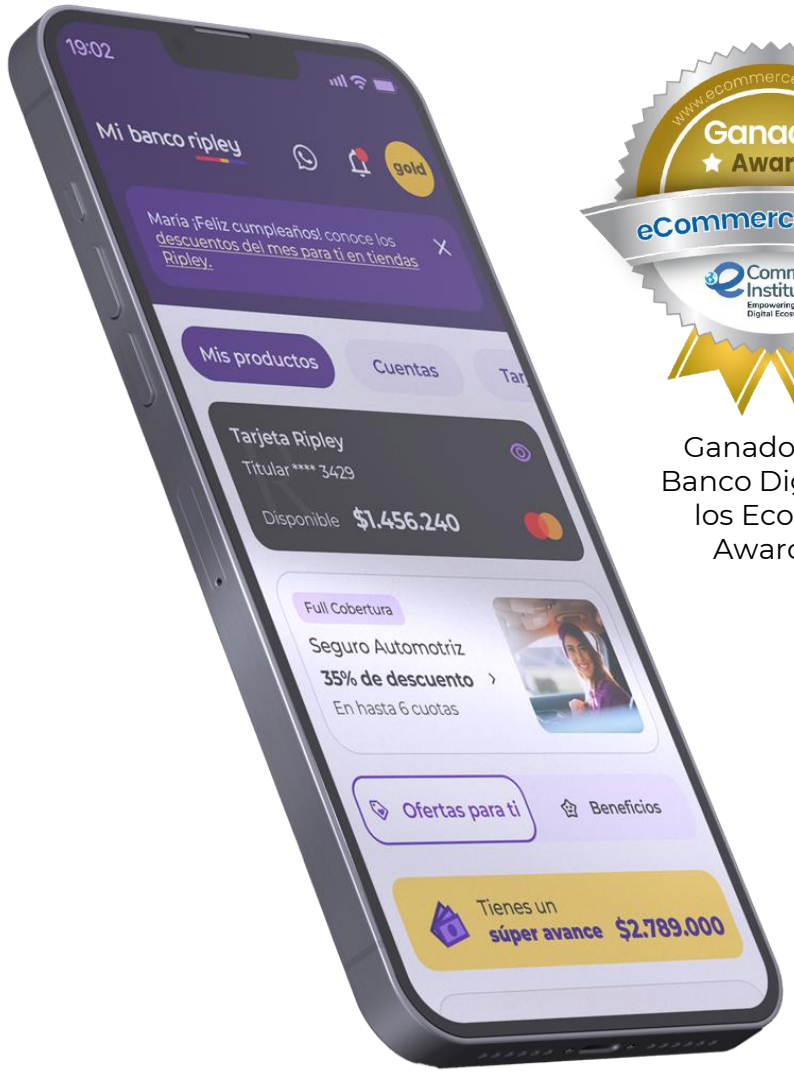
01. Experiencia

Potenciando la personalización en el canal digital, siendo **preferidos por nuestros clientes**

8,5 MM Visitas

95% Transacciones

68% NPS + 10pp



Ganadores Mejor Banco Digital según los Ecommerce Awards 2024

Mejoras en 24 meses, a abril-25

Entregamos beneficios diferenciadores **a nuestros clientes**

RIPLEY — Beneficios exclusivos en Ripley

RipleyPuntos GO — Beneficios en Ripley y múltiples comercios

Viajes y experiencias

resto fans — Descuentos en restaurantes preferidos

Alianzas con múltiples comercios

Lo que nos posiciona como **el segundo banco con mayor satisfacción del mercado**

PROCALIDAD
INDICE NACIONAL DE SATISFACCION DE CLIENTES

Índice Nacional Satisfacción Cliente

1	banco ripley	3	4	5	6	7
75%	**71%**	71%	69%	64%	62%	50%

Pregunta: "en general, ¿cuán satisfecho se encuentra usted con...?
FUENTE: Estudio ProCalidad 1S 2024, Praxis

02.

Principalidad

02. Principalidad

Avanzamos en principalidad a través **de productos relevantes para nuestros clientes**

Cuenta Corriente



Tarjetas de Crédito



Créditos de Consumo



Inversión: Depósito a Plazo y Seguros con ahorro

Amplio portafolio de Seguros de auto, vida, salud, hogar, protección y otros

Planes de productos

PLAN **LIGHT**

PLAN **PRO**

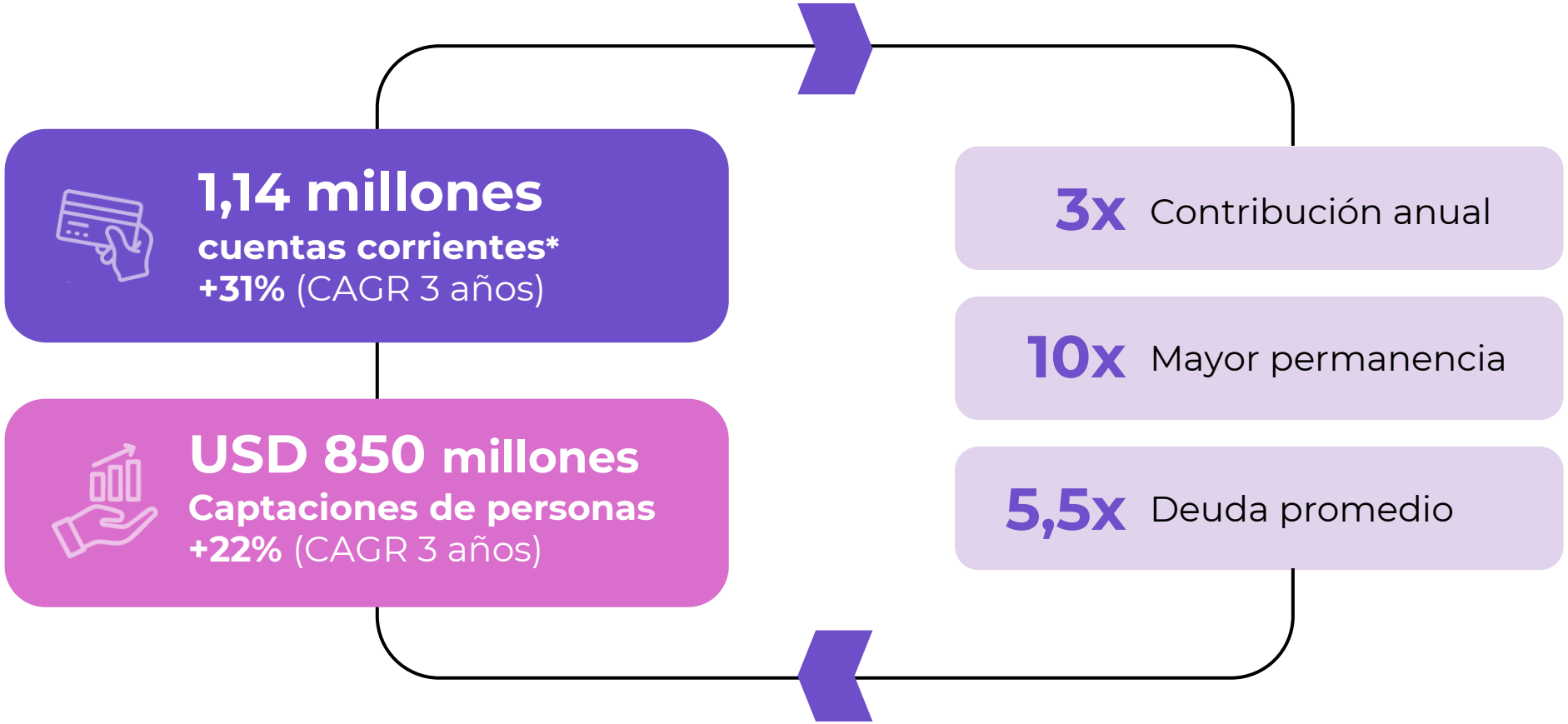
PLAN **BLACK**

Pagos de servicios y billeteras

Add to Apple Wallet

Add to Google Wallet

Estamos **creciendo en la vinculación** para generar valor



TC 950/3,7
* Incluye cuentas corrientes, cuentas vistas y cuentas ahorros

02. Principalidad

Personalizamos las ofertas y mejoramos el riesgo **incorporando tecnología e IA**



Modelamiento con IA
En score de cliente



Face recognition y analítica conductual
En prevención de fraude



Speech analytics
En cobranzas



Machine learning
En admisión y captación

32% Reducción en mora +90 días

+29% Concreción en la venta

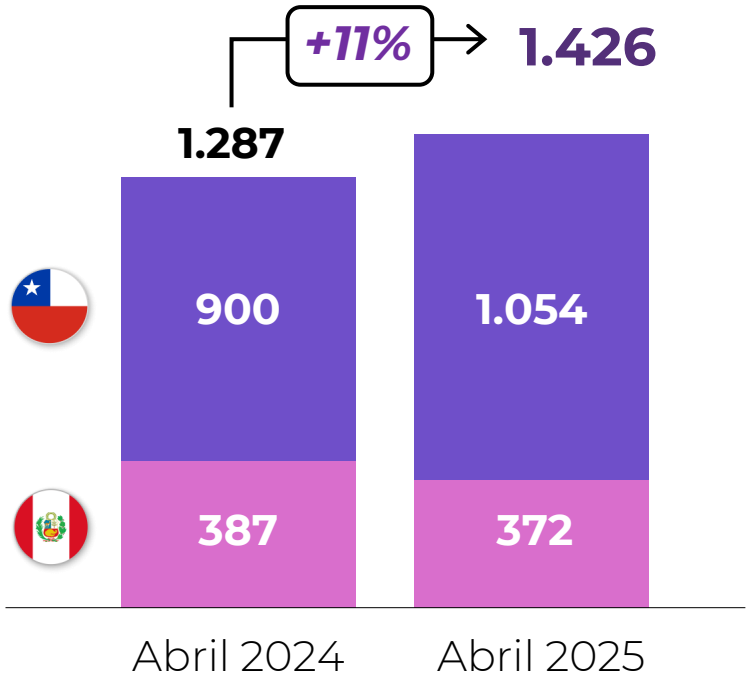
Datos comparativos abril-25 vs abril-24

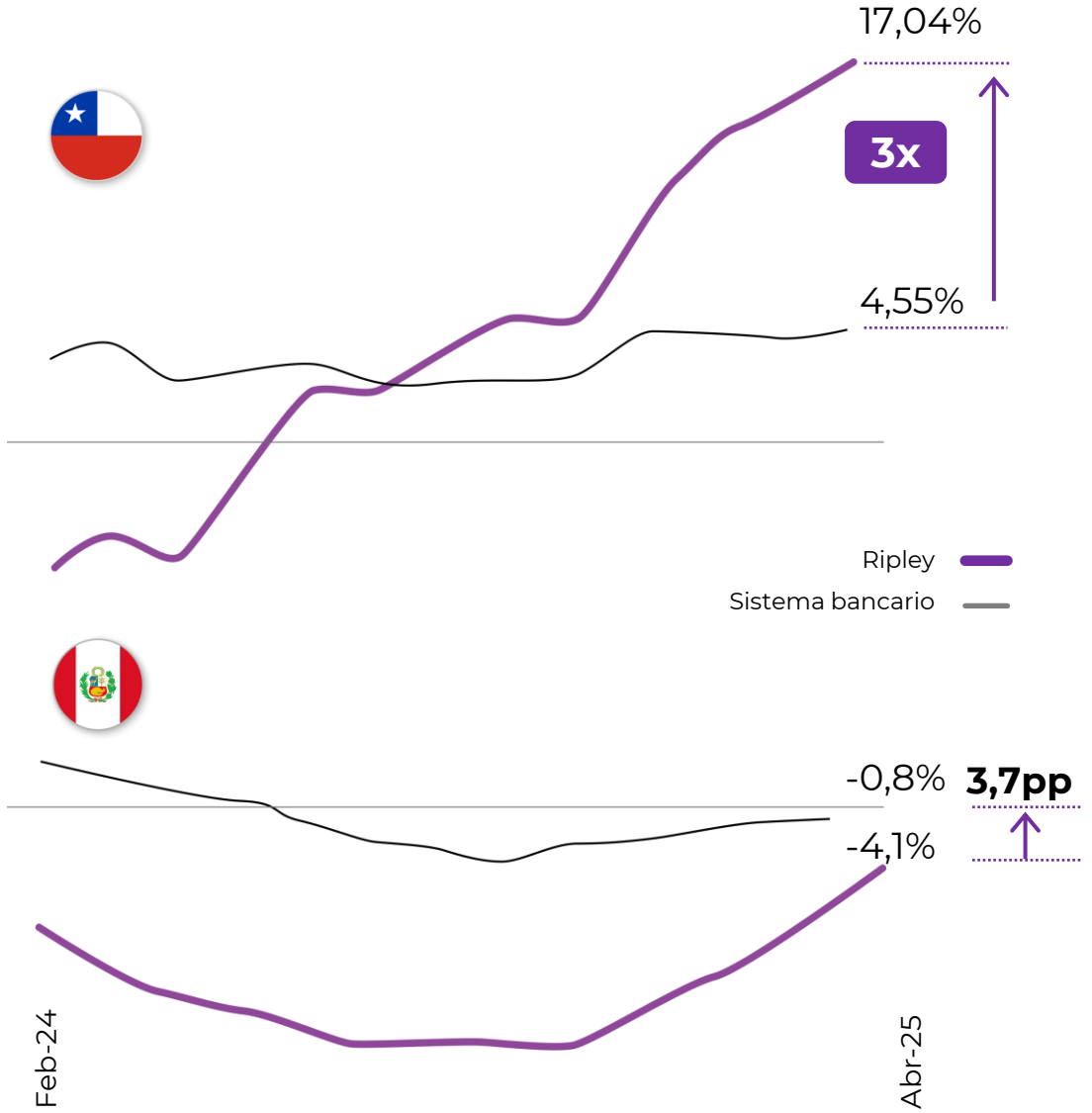
03.

Crecimiento con rentabilidad

Esto nos ha permitido tener hoy una **sólida cartera con crecimiento sano**

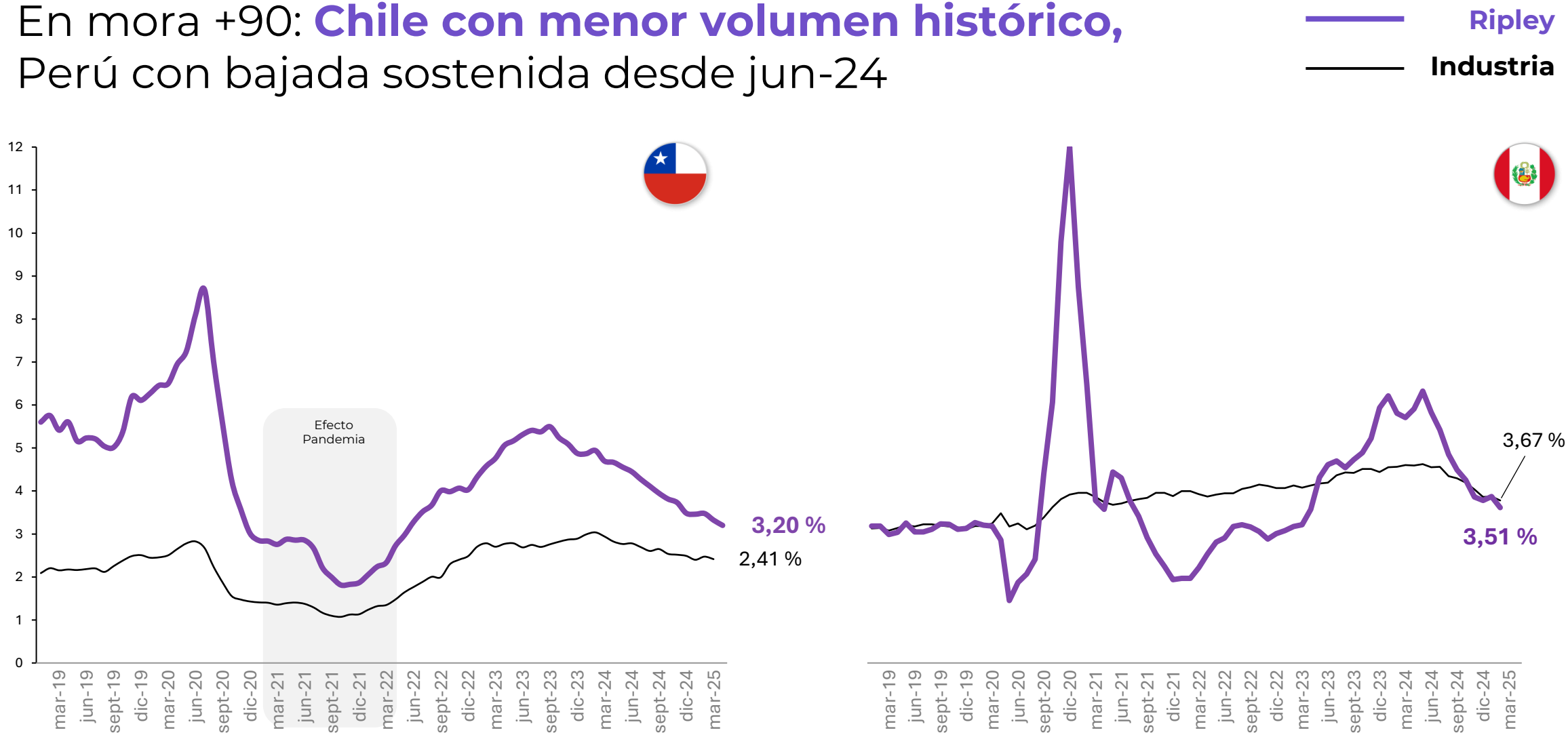
Cartera fin de período en USD MM





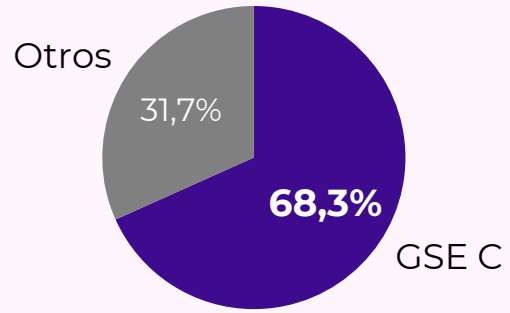
*TC USD 950 CL / 3,7 /S

En mora +90: **Chile con menor volumen histórico,** Perú con bajada sostenida desde jun-24

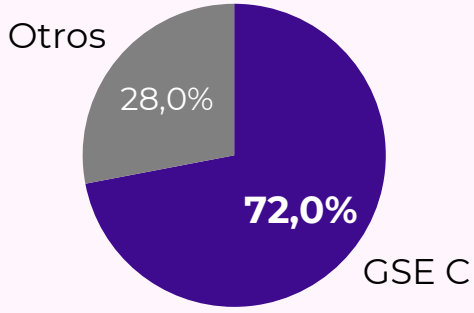


Foco estratégico: crecer en el **Segmento C**

Share GSE C en nuestra cartera de consumo



Mar-2025



Mar-2025

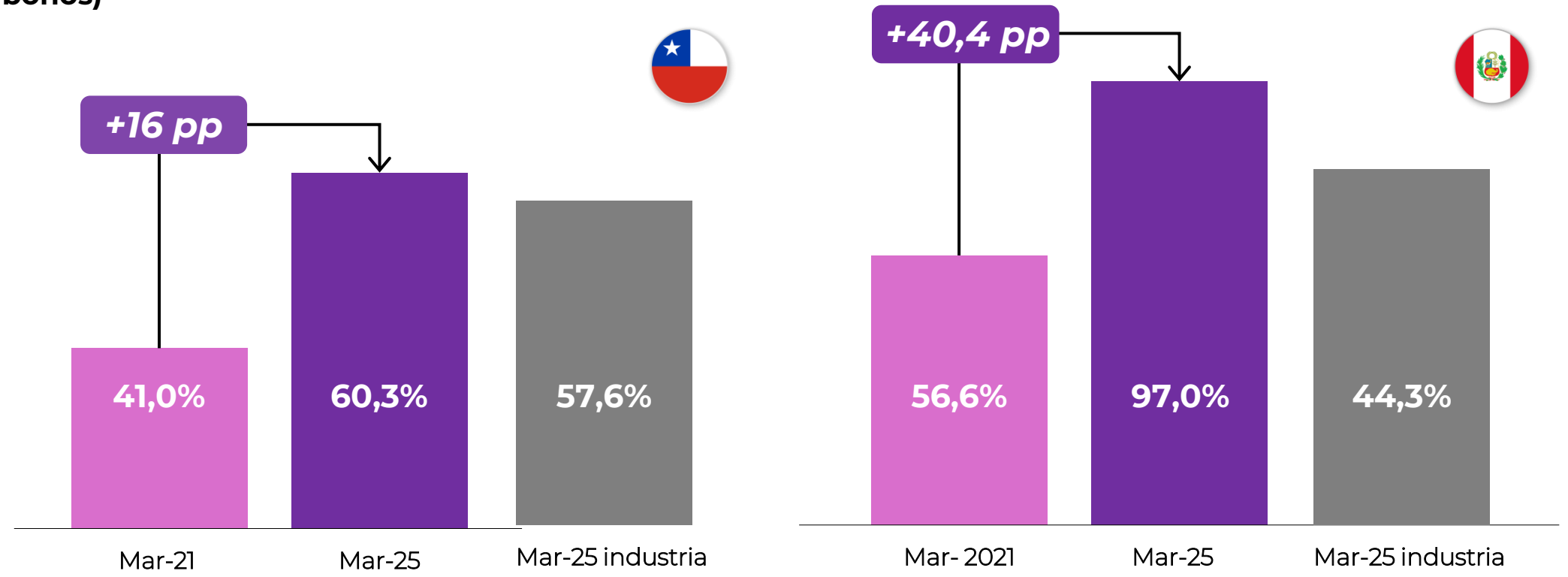
Market share consumo
Clientes C

	Mar-2021	Mar-2025
	2,3%	3,0%
	2,2%	1,7%

Segmento equivalente C = B+C

Y mejorar nuestra estructura de pasivos **creciendo en captaciones de personas**

Pasivos personas / Pasivos financieros (sin bonos)



Manteniendo un banco **con liquidez y solvencia**

Liquidez (RCL)		**534%**		**146,8%**
Financiamiento estable (RFEN)		**108%**		**132%**
Solvencia (IAC)		**15,7%**		**17,8%**

Datos Abril de RCL y RFEN / IAC Febrero-2025.
RCL: Nivel de sobrevivencia por un período de al menos 30 días. / RFEN: Solidez del financiamiento estructural del banco. / IAC: Capital suficiente para absorber pérdidas y mantenerse solvente.

04.

Lo que viene

Mirando hacia adelante queremos seguir **avanzando hacia el segmento C**

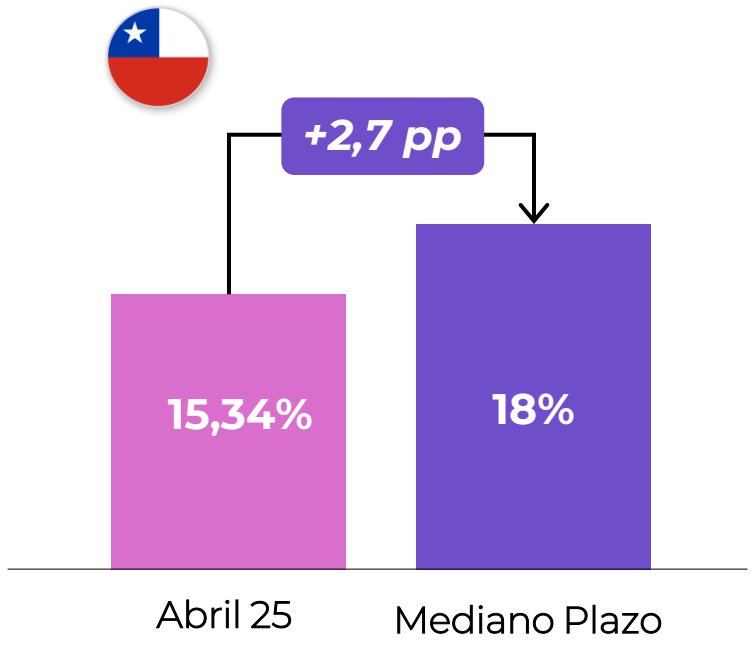
Market share consumo
Clientes C

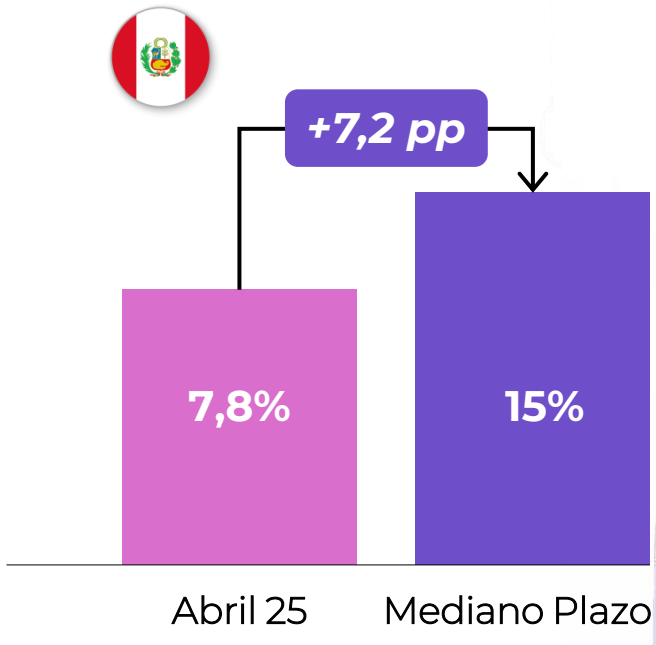
	Chile	Perú
Marzo 25	3,0%	1,7%
Mediano Plazo	4,0%	2,2%
Total mercado crédito clientes C	USD 24 mil millones	USD 9,3 mil millones

Cifras en dólares *TC USD 950 CL / 3,7 /S

Lo que nos llevará a crecer **sostenidamente en nuestra rentabilidad**

ROAE %







TakeAways

banco ripley

1



Personalización de la experiencia

Seguiremos avanzando, con foco en digital

2



Uso de data e IA

Potenciaremos su uso, con la implementación en nuestros procesos principales

3



Crecimiento por sobre la industria

Apoyado en el conocimiento y cercanía con el segmento C



banco ripley | RIPLEY | MALL AVENTURA

RIPLEY Corp.

banco ripley

Investor Day 2025

RIPLEY Corp.

CONTACTO
asubelman@bancoripley.com