
somos
RIPLEY
Presentación Corporativa
RIPLEY.com
banco ripley
MALL AVENTURA

Acerca de RIPLEY

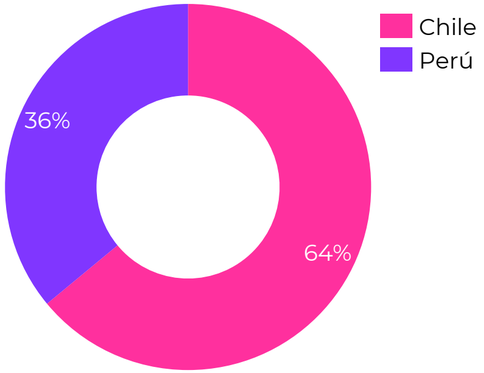


1.1 Ripley en una mirada

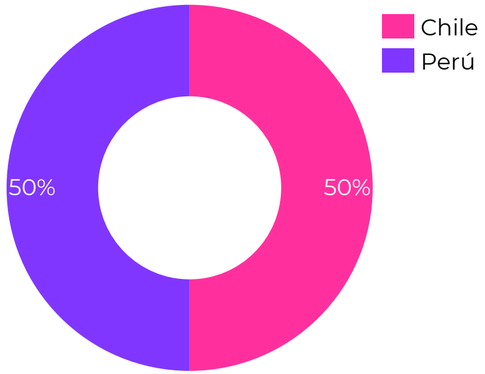
Uno de los principales operadores de retail financiero en Chile y Perú, con una generación de flujos diversificada

Retail | Banco | Inmobiliario[1]

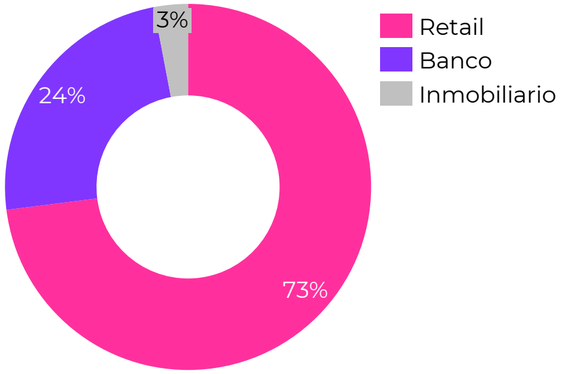
Ingresos[3]
USD 2.204 millones



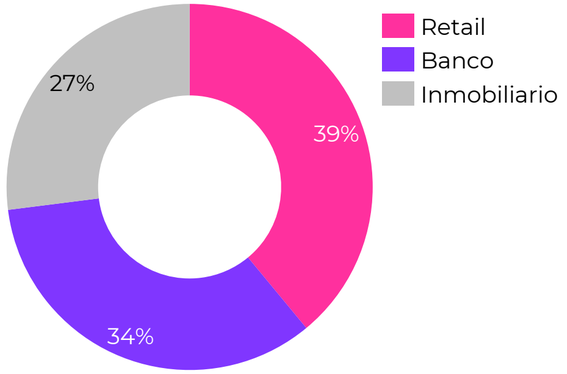
EBITDA[3]
USD 183 millones



Ingresos



EBITDA



+65 años de trayectoria

- +18mil colaboradores
- USD 2,2bn Ingresos
- USD 4,1bn Activos
- USD 1,4bn Cartera de Colocaciones
- USD 674mn Propiedades de Inversión
- USD 545mn GMV Online

1 En Chile, Ripley cuenta con la participación en el negocio de centros comerciales a través de la propiedad del 50% de Inmobiliaria Viña del Mar.
2 Cifras de balance al cierre de diciembre 2024 y convertidas a USD 966,46. Cifras de P&L últimos doce meses a diciembre 2024, convertidas a USD 946,7 (promedio UDM)
3. Se excluyen los segmentos de Oficinas Chile, Oficinas Perú y Oficinas Corp para determinar la contribución por país y por segmento, que obtuvo un resultado negativo de USD 20,4 millones en ingresos y USD 17,1 millones en EBITDA en 2024.

1.2 Ecosistema Ripley

Ecosistema bien posicionado para seguir creciendo
con +60 millones de visitantes mensuales[1]

Propuesta Comercial Bancaria
- Créditos de consumo
- Seguros e Inversiones
- Medios de pagos
- Billetera Digital
- Cuenta Corriente

banco ripley



Propuesta Comercial Retail
- Tiendas Físicas
- Ripley.com
- Marketplace

1 Atraer clientes

2

3 Centros Comerciales[2]

MALL AVENTURA MallMarina

4 Capacidades digitales

Ripley tech_

5 Preferencia de pago

6

7 Programas de lealtad

RipleyPuntos GO

8 Oportunidades Exclusivas

[1] Incluye visitas a tiendas físicas y plataformas digitales de retail y banco.
[2] A través de Inmobiliaria Viña del Mar, con una participación del 50%.

1.3 Gobierno Corporativo

Gerente General Corporativo
Lázaro Calderón
+40 años

CFO
Werner Geissbuhler
+3 años

Vicepresidente Corporativo
Sergio Hidalgo
+40 años

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

Gerente Personas Corporativo
Carlos Ureta
+3 años

CEO Corporativo Retail
Alfonso Lobato
+8 años

Gerente Corporativo de Tecnología
Carlos Rivero
+5 años

Gerente General Banco Ripley Chile
Alejandro Subelman
+9 años

Gerente Corporativa de Clientes
Constanza Garmendia[1]
+1 año

Gerente General de Retail Perú
Rodrigo Guajardo
+6 años

Gerente General Mall Aventura
Sergio Collarte
+30 años

Gerente General Banco Ripley Perú
Paul Fiedler
+3 años

Management que suma más 100 años combinados de experiencia en Retail Financiero

**Años trabajando en Ripley*

1. Constanza Garmendia asumió como Gerente de Clientes en enero de 2025.

1.3 Gobierno Corporativo Ripley Corp

Directorio

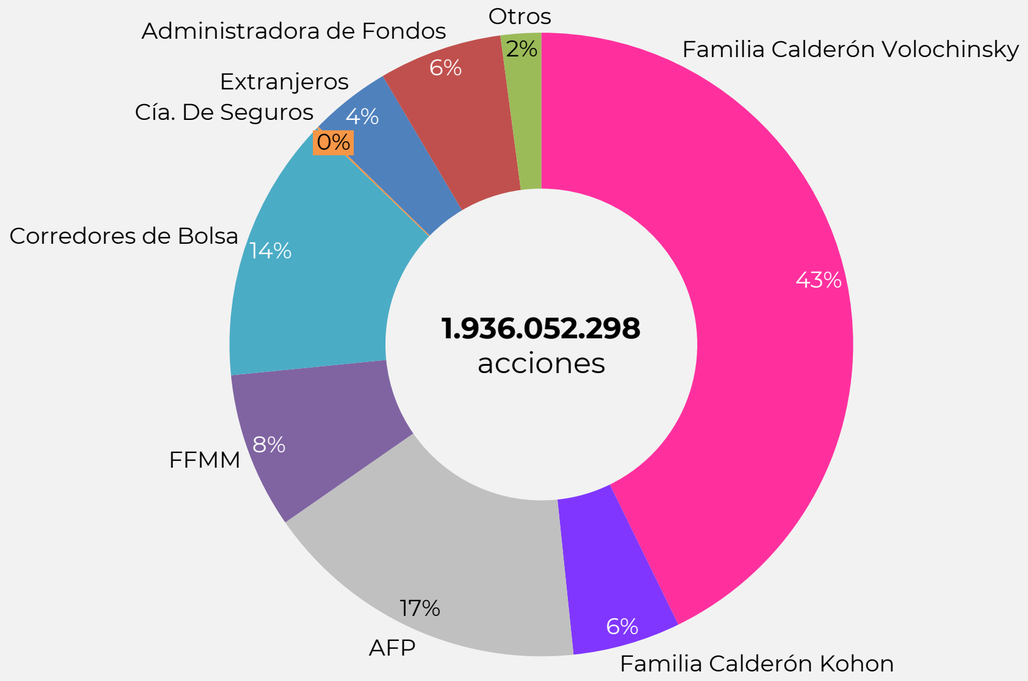
Hernán Uribe Gabler	Presidente
Andrés Calderón Volochinsky	Vicepresidente
Michel Calderón Volochinsky	Director
Mario Meirelles Gonzaga	Director
Laurence Golborne Riveros	Director
Miguel Ángel Peña	Director
Sandra Porcile Rojas	Directora Independiente
Isabel Bravo Collao	Directora Independiente
Verónica Edwards Guzmán	Directora Independiente

Diversidad en el Directorio

- **22%** extranjeros
- **33%** mujeres

- Experiencia relevante en retail financiero, comercio electrónico, centros comerciales, negocio financiero y de pago, investigación de mercado, tecnología y transformación digital, entre otros

Estructura de Propiedad



709 MMUSD Mkt Cap[1]
MUSD$687 volumen promedio transado diario UDM

[1] Mkt Cap convertido a precio de la acción a 340 CLP y USD/CLP 928,66 (14 de marzo 2025)

El día 16 de marzo de 2025 se recibió la renuncia de la directora independiente y presidenta del Comité de Directores de Ripley Corp S.A., Sra. Isabel Bravo Collao, según lo informado en el hecho esencial de fecha 14 de marzo de 2025.

1.4 Banco Ripley - Directorio Chile

Presidente Directorio
Lázaro Calderón
Contador Auditor

- Extensa trayectoria en Ripley
- Actualmente es Gerente General de Ripley Corp S.A.
- Integra el Directorio de varias empresas del Grupo Ripley
- Es director de Fundación Teletón

Vicepresidente
Sergio Hidalgo
Ingeniero Comercial

- Amplia experiencia en retail, retail financiero e inmobiliario
- Ha sido director en: Mall Marina, Valbifrut, Valle Escondido e Ipal
- Se incorporó a Ripley en 1984
- Ha ocupado cargos ejecutivos y directivos en filiales de Ripley

Director
Hernán Uribe
Ingeniero Civil Industrial

- Se desempeñó como Gerente de Administración y Finanzas en Cristalerías de Chile y Grupo Ultramar
- Fue Gerente General en Dresdnerkleinwort Benson
- Ejerció como docente de Finanzas Corporativas en la Universidad Católica
- Actualmente es presidente del Directorio de Ripley Corp S.A.

Director (Independiente)
Patricio Rivas de Diego
Ingeniero Comercial y Contador Auditor

- Amplia trayectoria en Cencosud:
  - Gerente Corporativo de Riesgo Crédito
  - Gerente General de Administradora de Tarjetas
- Experiencia en Citibank en Chile, Estados Unidos y Perú
- Actualmente se desempeña como Consultor Independiente

Director (Independiente)
Óscar Von Chrismar
Ingeniero Civil Industrial

- Extensa trayectoria en el sector financiero.
- Fue Gerente General de Banco Santander en Perú y Chile
- Se desempeñó como director en Santander Colombia, Argentina y Perú
- Actualmente es director del CCA (Centro de Compensación Automatizado)

Director
Mauricio San Miguel
Abogado

- Amplia experiencia en temas legales del negocio financiero, gobierno corporativo y cumplimiento
- Se desempeñó como Gerente de Compliance en Itaú Unibanco
- Fue Fiscal y Oficial de Cumplimiento en Banco Ripley y sus filiales

Director (Independiente)
Osvaldo Barrientos
Ingeniero Civil Industrial

- Destacada trayectoria en el sector bancario
- Ocupó cargos en Banco de Chile, Banco Edwards y Banco Santander
- Fue Gerente General de Banco Ripley entre 2008 y 2015

Director Suplente
Alejandro Fridman
Contador Auditor e Ingeniero Comercial

- Destacada trayectoria como Gerente, Representante Legal y miembro del Directorio de empresas del Grupo Ripley
- Ocupó cargos en Ford Motors Chile y Argentina.
- Trabajó en Lab. Beecham en Alemania
- Fue Gerente General de MACHASA

Director Suplente
Osvaldo Schaerer
MBA de la Pontificia Universidad Católica

- Experiencia en desarrollo internacional y transformación digital
- Destacó en Burroughs Corporation y Enersis S.A.
- Actualmente es socio de Empresa Consultora Plus
- Profesor en la Pontificia Universidad Católica
- Miembro del Consejo Asesor Presidencial para la modernización del Estado

1.5 Banco Ripley - Directorio Perú

Presidente Directorio
Lázaro Calderón
Contador Auditor

- Extensa trayectoria en Ripley
- Actualmente es Gerente General de Ripley Corp S.A.
- Integra el Directorio de varias empresas del Grupo Ripley
- Es director de Fundación Teletón

Vicepresidente
Sergio Hidalgo
Ingeniero Comercial

- Amplia experiencia en retail, retail financiero e inmobiliario
- Ha sido director en: Mall Marina, Valbifrut, Valle Escondido e Ipal
- Se incorporó a Ripley en 1984
- Ha ocupado cargos ejecutivos y directivos en filiales de Ripley

Director
Hernán Uribe
Ingeniero Civil Industrial

- Se desempeñó como Gerente de Administración y Finanzas en Cristalerías de Chile y Grupo Ultramar
- Fue Gerente General en Dresdnerkleinwort Benson
- Ejerció como docente de Finanzas Corporativas en la Universidad Católica
- Actualmente es presidente del Directorio de Ripley Corp S.A.

Director (Independiente)
Sergio Barboza
Abogado

- Abogado con LL.M. en International Legal Studies de Georgetown University
- Postgrado en Finanzas Corporativas por ESAN
- Amplia experiencia en asesoría legal en banca, finanzas y mercado de valores
- Reconocido internacionalmente por su práctica profesional

Director
Alejandro Subelman
Economista

- Economista con MBA por la MIT Sloan School of Management
- Amplia experiencia en gestión financiera
- Actualmente es CEO de Banco Ripley Chile
- Ocupó cargos como Chief Channel Officer y Gerente de Planeamiento en el grupo Falabella

Asesor
Francisco Sardón
Abogado

- Abogado con estudios en administración (Adolfo Ibáñez) y management (Harvard)
- Trabajó en Banco Wiese, Standard Chartered, Banco Financiero y Cruz Blanca en banca corporativa y mercado de capitales
- Lideró banca corporativa en Perú y banca retail en Chile antes de dirigir el Banco del Desarrollo
- Gerente General de Scotiabank Chile (2013) y Perú (2021)

1.6 Mall Aventura - Directorio

Presidente
Andrés Calderón
Contador Auditor

- Director de Ripley Corp desde 2010
- Cargos actuales:
  - Director de la Cámara de Comercio de Santiago.
  - Presidente de la Fundación Origami.
  - Director en sociedades del Grupo Imagina, Mall Aventura y WorldLogistic
  - Coach de startups

Director
Michel Calderón
Ingeniero Comercial

- Director de Ripley Corp desde 2011
- Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile
- Actualmente ocupa los siguientes cargos:
  - Gerente General del Grupo Imagina
  - Director de Mall Aventura
  - Director de Cordesan
  - Presidente de la sociedad WorldLogistic

Director
Hernán Uribe
Ingeniero Civil Industrial

- Se desempeñó como Gerente de Administración y Finanzas en Cristalerías de Chile y Grupo Ultramar
- Fue Gerente General en Dresdnerkleinwort Benson
- Ejerció como docente de Finanzas Corporativas en la Universidad Católica
- Actualmente es presidente del Directorio de Ripley Corp S.A.

Director
Laurence Golborne
Ingeniero Civil Industrial

- Director de Ripley Corp desde 2014.
- Ingeniero Civil Industrial (PUC Chile).
- Experiencia destacada:
  - CEO de Cencosud y CFO en Gener.
  - Director en SQM, Ripley Chile, Mall Aventura, Tavamay S.A. y Metalúrgica Arrigoni.
- Ministro de Minería y Energía (Gobierno de Sebastián Piñera)

Director
Javier Postigo
Ingeniero Industrial

- Máster en Administración de Empresas por la Universidad San Ignacio de Loyola
- Amplia experiencia en desarrollo de centros comerciales desde 2007
- Más de 9 años en Mall Aventura Plaza
- Experiencia previa en 3M, IBM y Chevron
- Trayectoria en áreas financieras, administrativas y comerciales

Director
Cristián Muñoz
Ingeniero Comercial

- Más de30 años de experiencia en consultoría, retail inmobiliario, consumo masivo y centros comerciale.
- Experto en estrategia comercial, posicionamiento de marca y liderazgo de equipos en Chile, Perú y Colombia
- Experiencia en desarrollo de proyectos de planificación estratégica y ejecución de estrategias comerciales en diversas industrias

Director
Drago Kisic
Economista

- Economista (PUCP, Oxford) con más de 30 años de experiencia
- Exasesor del Banco Mundial y expresidente de CONASEV, IPAE y Banco Pichincha Perú.
- Exdirector del BCRP y de empresas como Cementos Lima, MAPFRE y BVL
- Director actual en Aventura Mall, Rio2, Corporación Rey y otras empresas

Nuestra
Estrategia

RIPLEY



2.1 Pilares Estratégicos



Habilitadores
¿Qué necesitamos?

Propósito

Trabajamos para mejorar la calidad de vida de las personas a través de nuestros productos y servicios

Retail Minorista | **Bancos** | **Centros Comerciales**

Rentabilidad	Crecimiento	Clientes Felices	Principalidad	Sostenibilidad

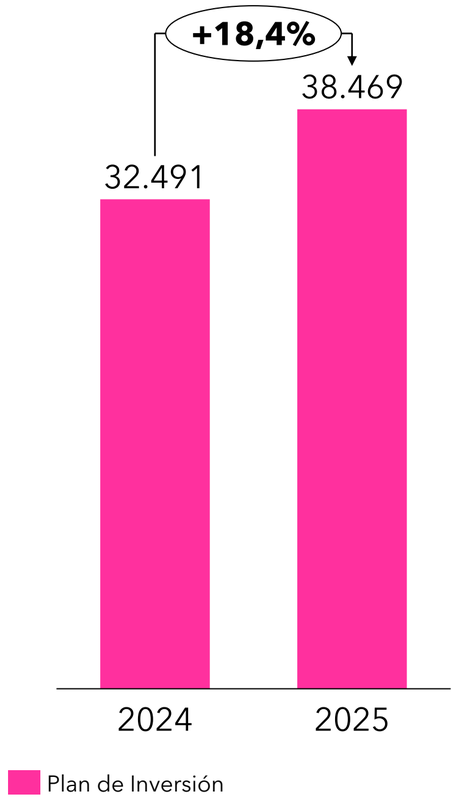
Continuar fortaleciendo la **ciberseguridad** y los **sistemas** para asegurar la integridad operativa, proteger la información y desarrollar proyectos tecnológicos eficientes

Desarrollar un **modelo organizacional y gestión ágil flexible** que potencie la colaboración y desempeño de acuerdo a nuestros valores

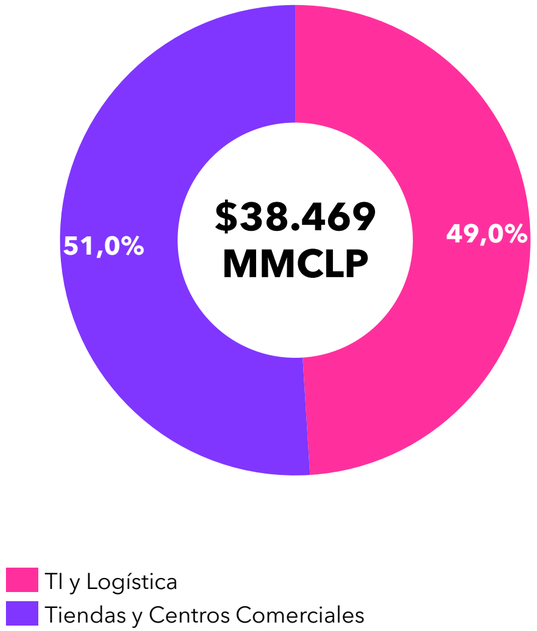
Seguir potenciando la **Marca Ripley**

2.2 Plan de Inversiones 2025

PLAN DE INVERSIÓN (MMCLP)



FOCO PLAN DE INVERSIÓN 2025

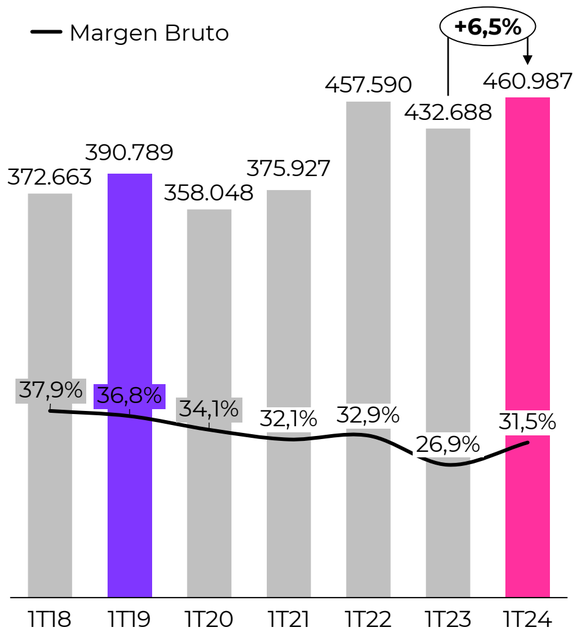


- **Retail:** inversiones en tecnología y logística, además de la mantención, remodelación y optimización de nuestras tiendas físicas, para continuar fortaleciendo nuestro ecosistema omnicanal
- **Banco:** inversiones en tecnología con el objetivo de robustecer las plataformas digitales del Banco
- **Inmobiliario:** mantención y ampliaciones de nuestros centros comerciales con el fin de mejorar la experiencia de nuestros clientes y rentabilidad de nuestra capacidad instalada

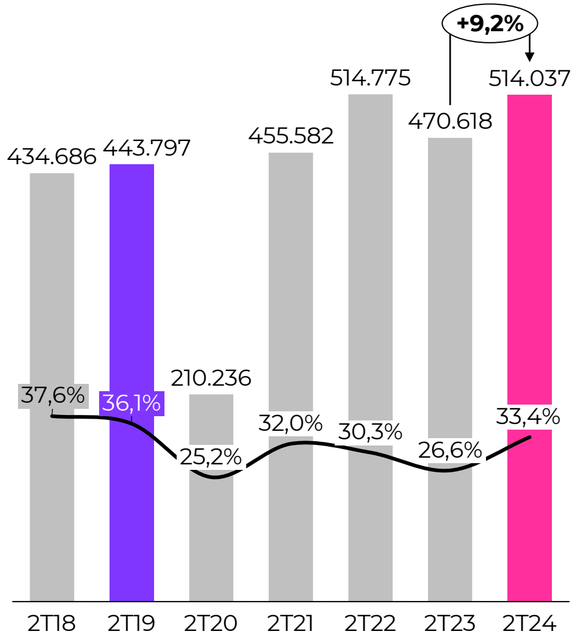
2.3 Resultados Ripley Corp 2024

Recuperación de los ingresos de Ripley Corp, acompañada de una importante expansión en el margen bruto, acercándose a los niveles pre-pandemia

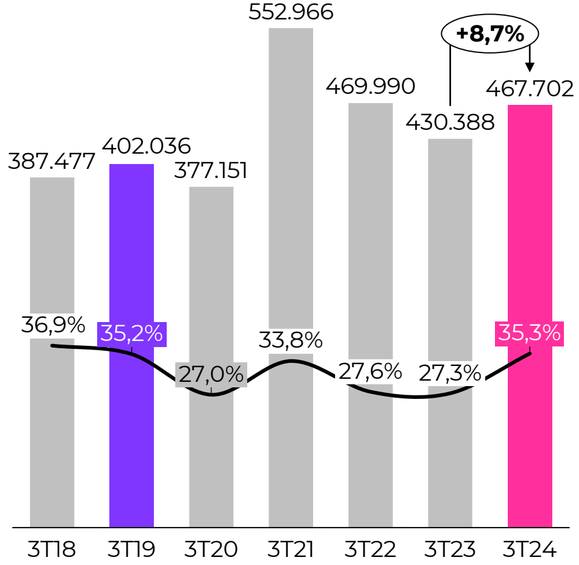
Evolución Ingresos 1T (MMCLP)



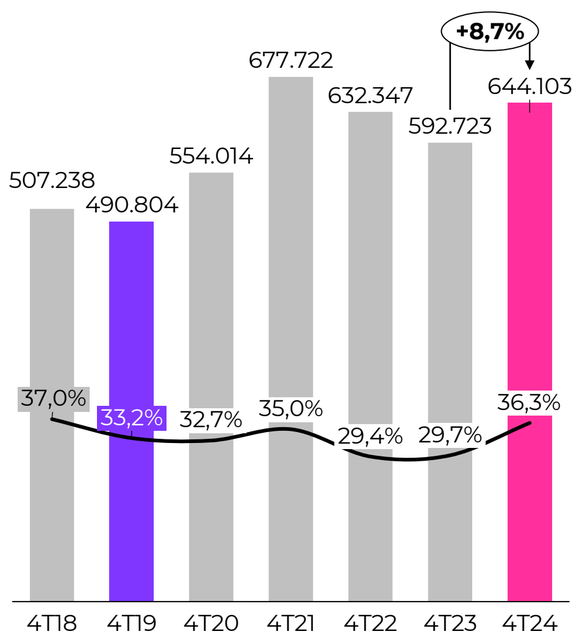
Evolución Ingresos 2T (MMCLP)



Evolución Ingresos 3T (MMCLP)



Evolución Ingresos 4T (MMCLP)

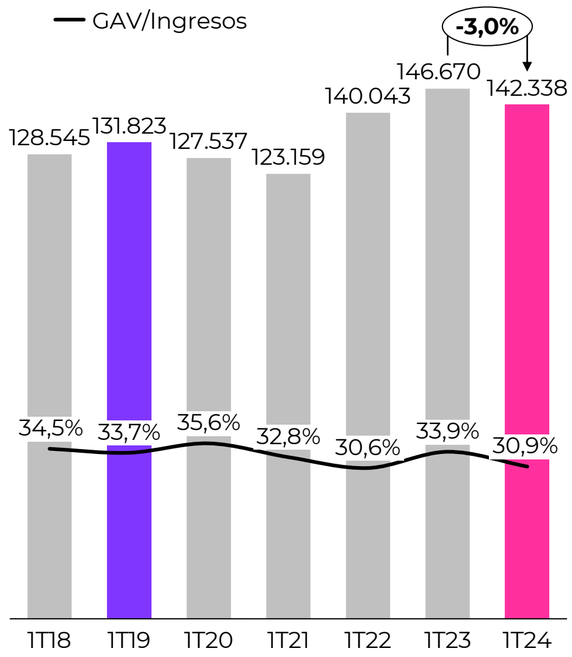


RIPLEY Corp.

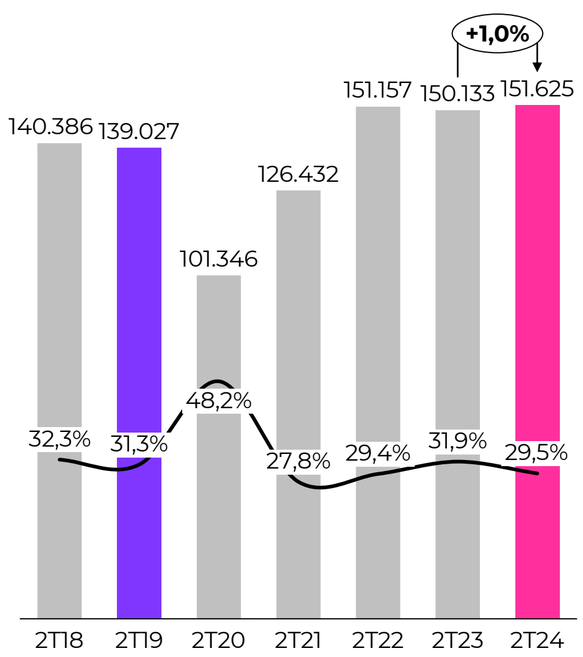
2.3 Resultados Ripley Corp 2024

Durante el 2024, se observaron las mejoras en eficiencia respecto al 2023, con ratios de GAV/ventas ubicándose por debajo de los niveles pre-pandemia

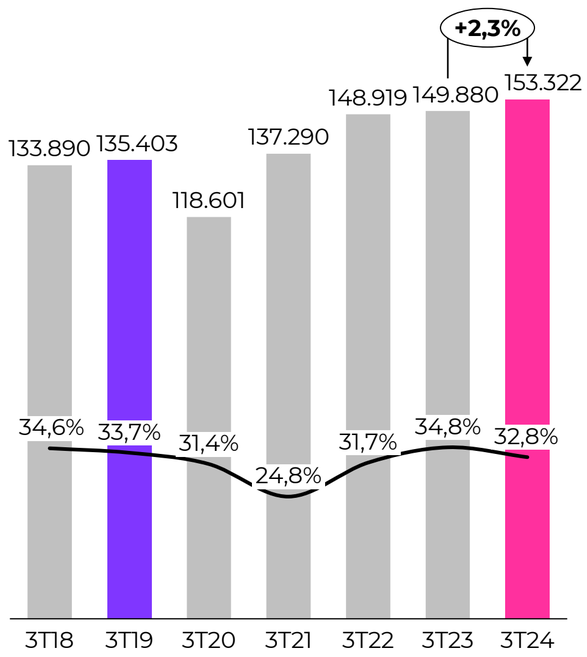
Evolución GAV 1T (MMCLP)



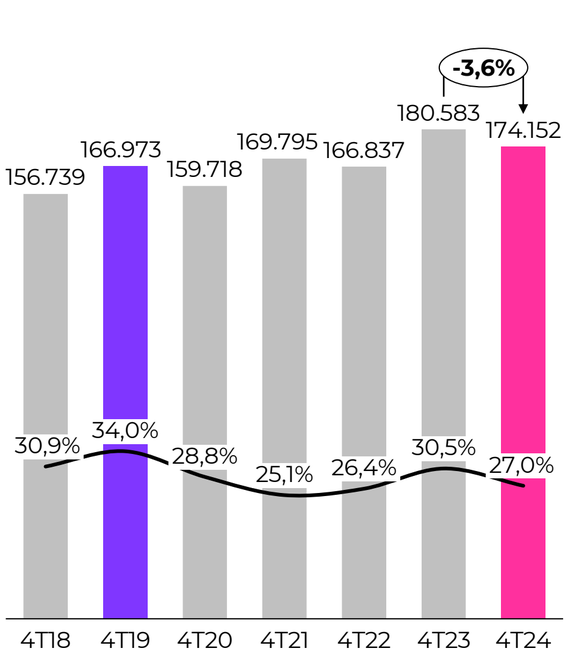
Evolución GAV 2T (MMCLP)



Evolución GAV 3T (MMCLP)



Evolución GAV 4T (MMCLP)



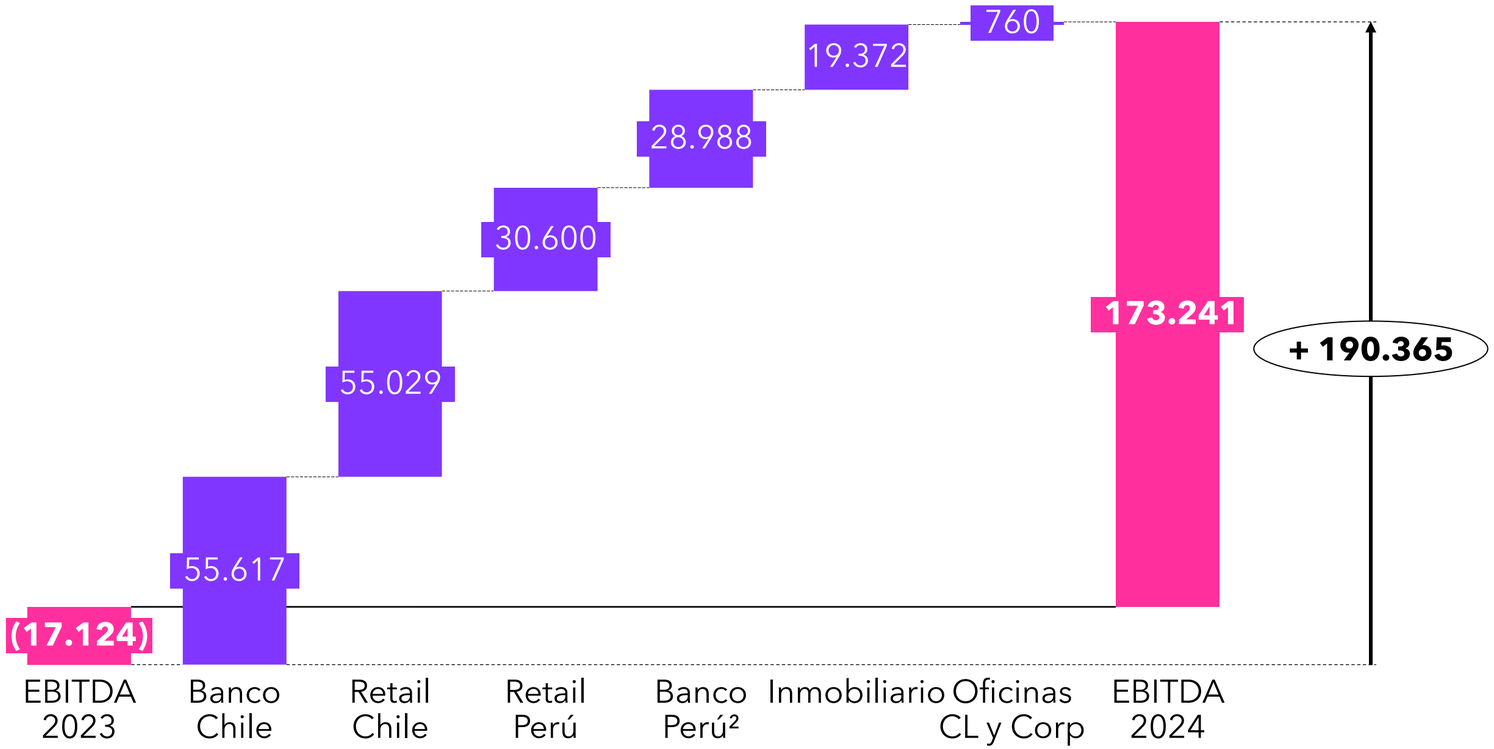
Durante el ejercicio 2023, el total de indemnizaciones pagadas alcanzó los $28.660 millones.

RIPLEY Corp.

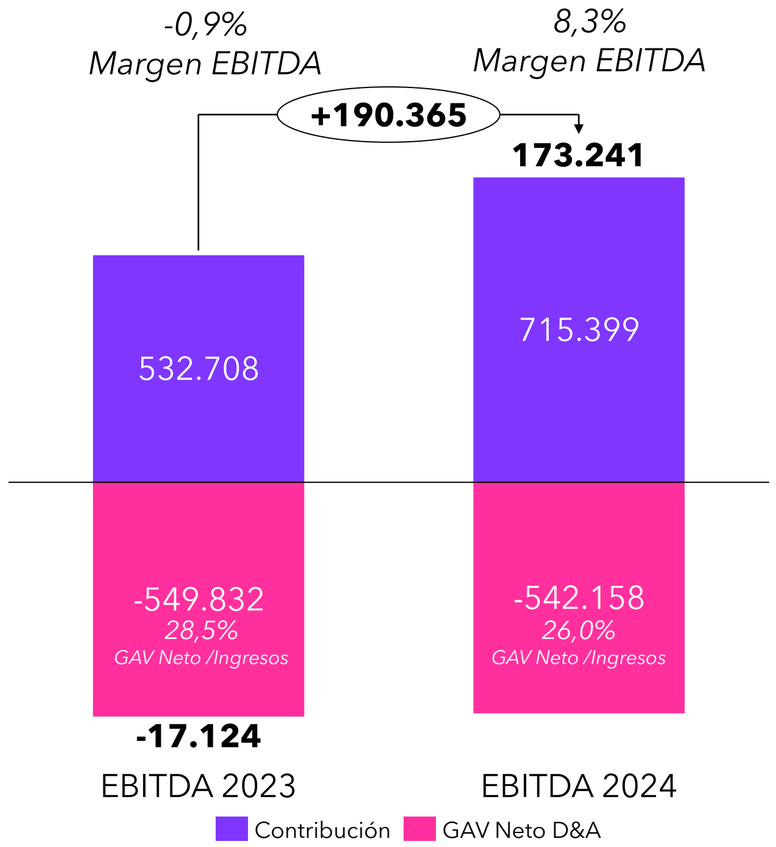
2.3 Resultados Ripley Corp 2024

Crecimiento del EBITDA en +190 mil millones, logrando el mejor margen EBITDA de la historia de Ripley sin considerar 2021 (+919bps)

EBITDA RIPLEY CORP (MMCLP) [1,2]



COMPOSICIÓN EBITDA RIPLEY CORP (MMCLP)



1. Variaciones EBITDA a/a en segmentos.
2. Incluye IFRS9 de riesgo de crédito correspondiente a Banco Perú que se clasifica en el segmento Oficinas Perú.

RIPLEY Corp.

2.3 Resultados Ripley Corp 2024

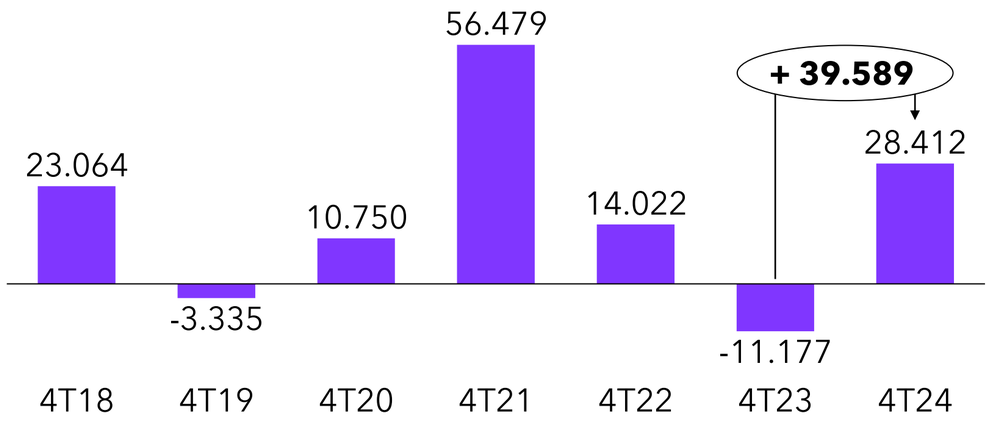
Expansión de la utilidad impulsada por el mejor resultado operacional de diciembre de la historia de Ripley

ESTADO DE RESULTADOS RESUMIDO RIPLEY CORP (MMCLP)

(Montos en MMCLP)	4T24	4T23	2024	2023
Ingresos de actividades ordinarias	644.103	592.723	2.086.829	1.926.418
Ganancia Bruta	233.518	173.551	715.399	532.708
Gasto de administración y ventas	(174.152)	(178.170)	(621.437)	(624.853)
Resultado Operacional	59.365	(4.619)	93.962	(92.145)
Resultado No Operacional	(1.869)	17.054	(22.997)	9.237
Utilidad antes de impuestos	57.496	12.435	70.965	(82.908)
Ganancia (pérdida)	**39.154**	**13.259**	**54.051**	**(49.860)**
Ganancia (pérdida) sin efecto neto FV	**28.412**	**(11.177)**	**40.387**	**(84.864)**

- Expansión de la utilidad sin FV en +39 mil millones en 4T y +120 mil millones en 2024

UTILIDAD RIPLEY CORP[1] (MMCLP)



1. Excluye efecto neto de Fair Value.

RIPLEY Corp.

Retail

RIPLEY



2.1 Nuestra Propuesta de Valor

Mejorar la calidad de vida de las personas a través de nuestros productos y servicios

- **Mujer:** foco en moda mujer en sus diferentes instancias de consumo. Queremos tener la mejor propuesta de moda para la mujer

- **Marcas propias:** ofrecer a nuestros clientes el mejor mix de productos en vestuario femenino, masculino, infantil, deporte y hogar

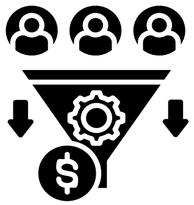
- **Tienda física:** foco en la tienda física, a través de una experiencia integral al cliente integrando entretenimiento y servicio.

- **E – commerce:** Propuesta digital que complementa el surtido de la propuesta comercial de la tienda física



2.2 Pilares de crecimiento y rentabilidad

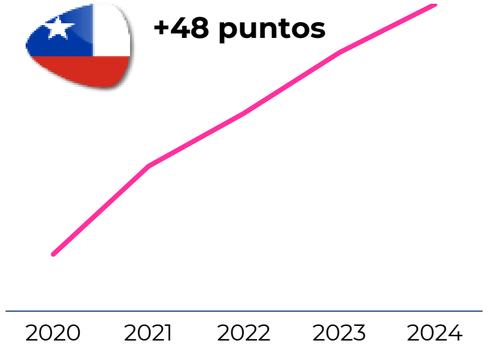
Estamos trabajando en cada uno de los puntos clave de la ecuación del EBITDA

EBITDA = (Visitas  **x Conversión**  **x Ticket Promedio**  **x GM%) - GAV**

2.3 Pilar Clientes Felices

Trabajamos en fortalecer la experiencia de compra de nuestros clientes

NPS Retail





- **Ripley Chile** triunfa en los **Effie Awards** con Oro y Plata
- **Ripley Chile** obtuvo el 1er lugar en el ranking de **Procalidad 2024** en la categoría tiendas por departamentos
- La App de Ripley.com ganó el **1er lugar** en la categoría "Súper Apps" en los premios del **eCommerce Institute** y **Ripley Perú obtuvo el primer lugar** en mejor experiencia mobile en los **E-commerce Awards 2024**
- Nueva área Corporativa de **Gestión de Clientes**

effie Awards

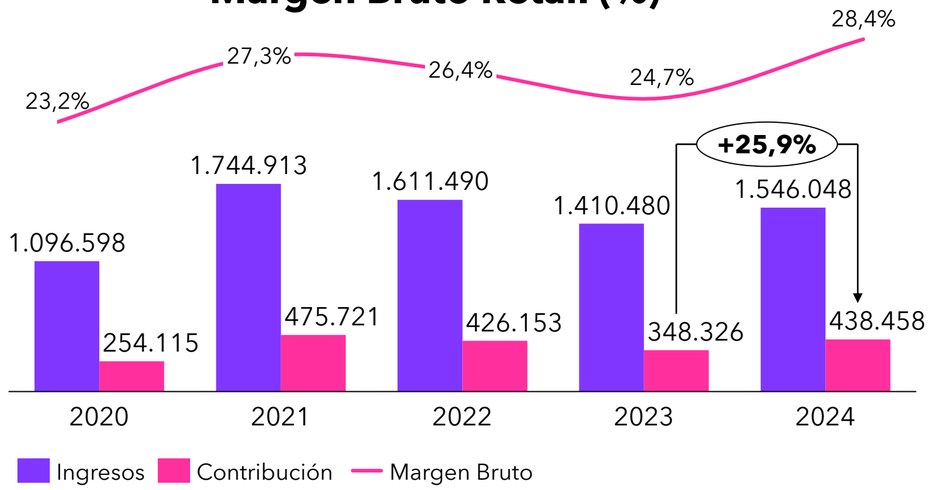
PROCALIDAD
INDICE NACIONAL DE SATISFACCION DE CLIENTES

primer lugar
super app
ecommerce awards 2024

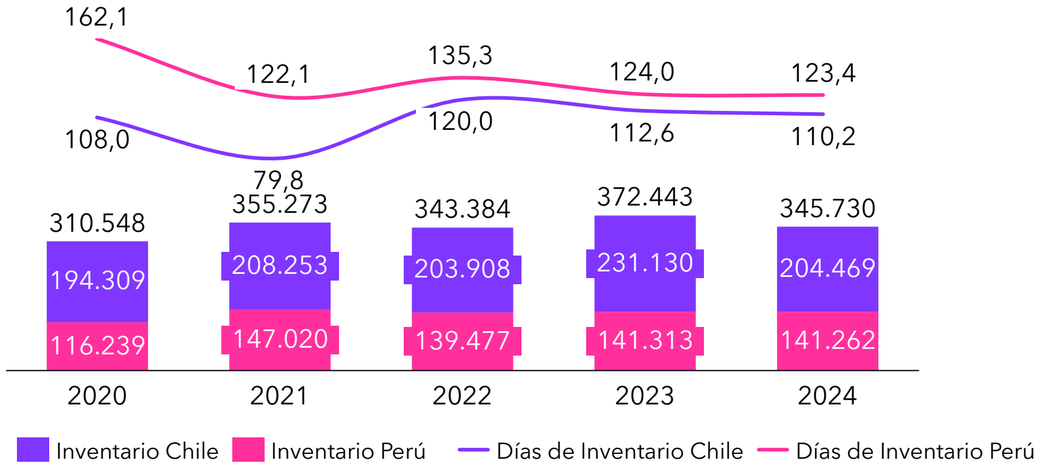
2.4 Resultados 2024

Mayor rentabilidad impulsada por la mejor posición del inventario, junto a medidas de eficiencia y productividad

Ingresos Retail Consolidado (MMCLP) y Margen Bruto Retail (%)

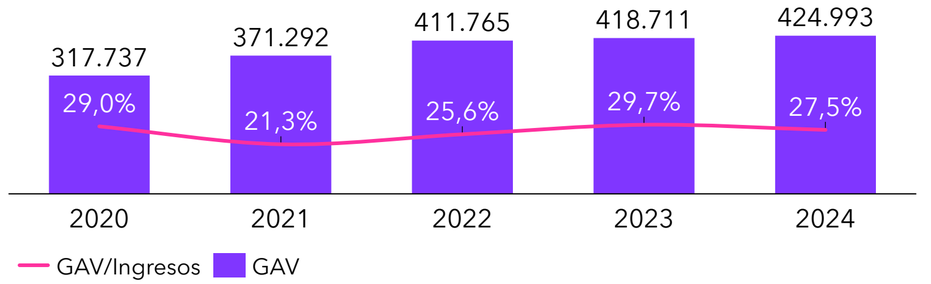


Evolución Inventarios (MMCLP) y Días de Inventario Chile y Perú

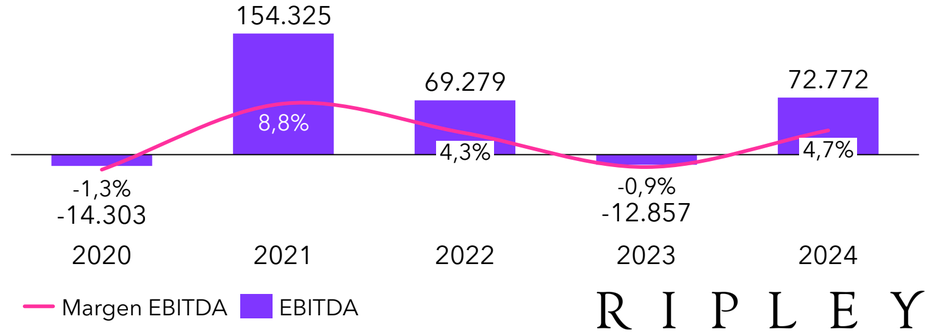


* Cálculo días de inventario: 360 * Costo anual / Prom. inventario de los cuatro trimestres

GAV Retail Consolidado (MMCLP)



EBITDA Retail Consolidado (MMCLP)



RIPLEY Corp.

Banco

RIPLEY



RIPLEY.com

banco ripley

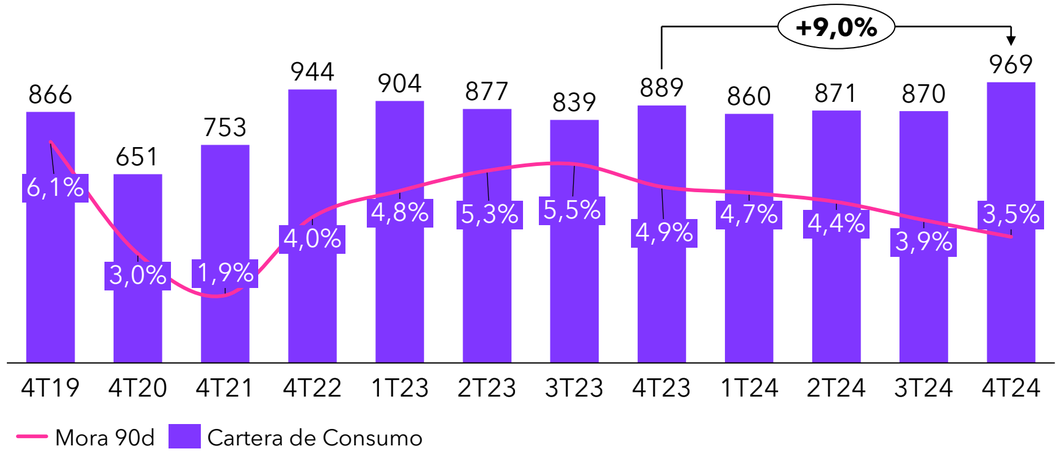
MALL AVENTURA

3.1 Resultados Banco Ripley

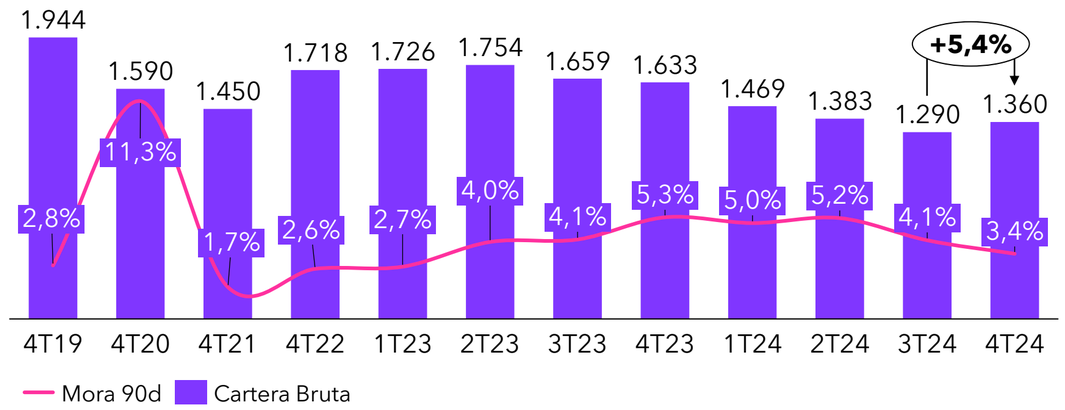
En Chile la cartera creció impulsada por una mayor venta de productos financieros y Perú retomó crecimiento vs 3T24

Banco Ripley Chile (Miles MMCLP)

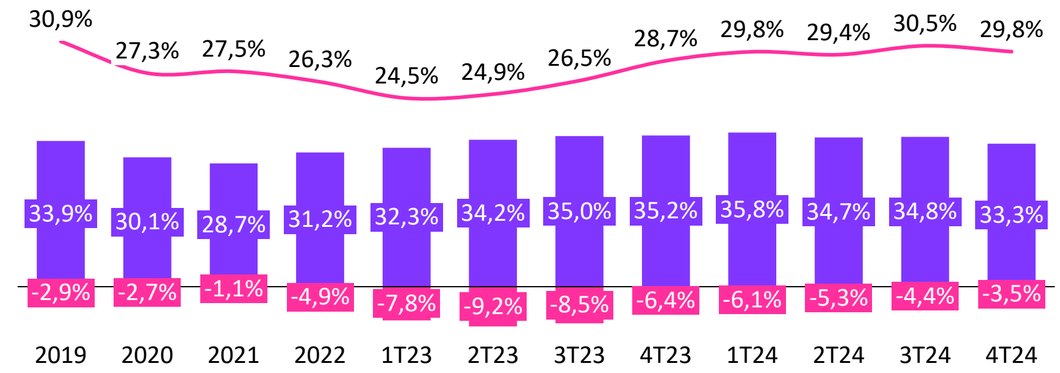
Cartera Colocaciones Brutas y mora > 90 días %[1]

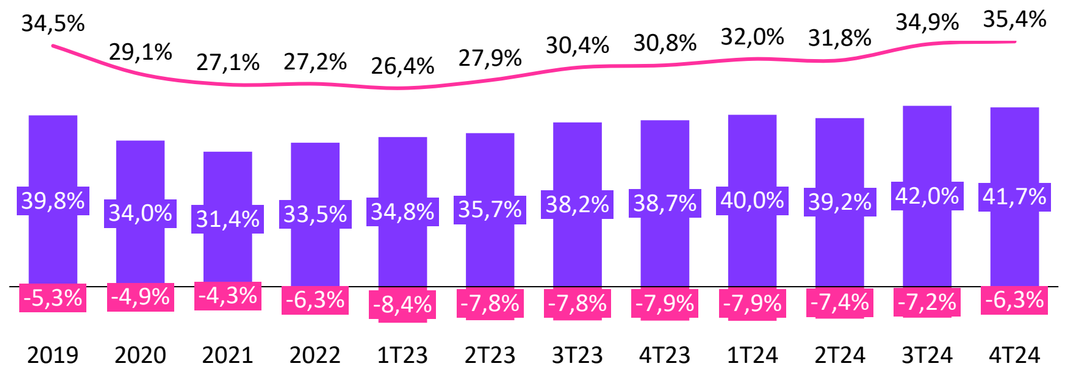


Banco Ripley Perú (MMS/.)



Spread y Comisiones





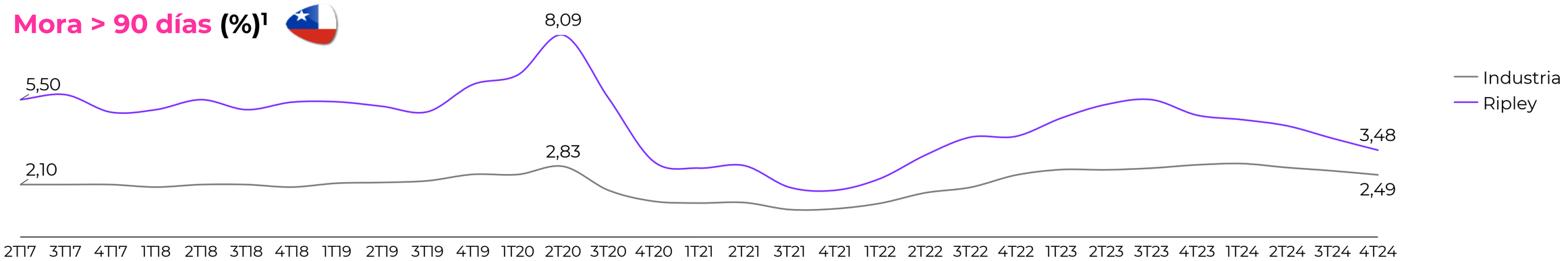
1.Cartera de colocaciones brutas de consumo.

RIPLEY Corp.

3.1 Resultados Banco Ripley

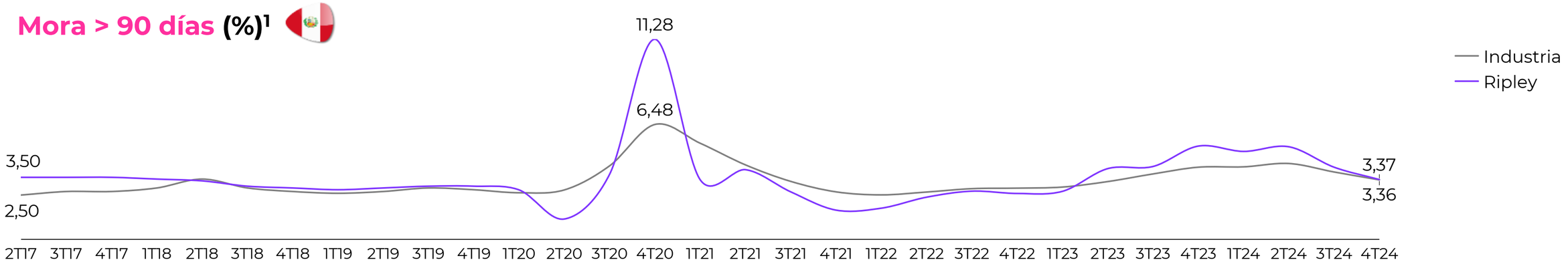
Reducción de la brecha que tenemos con la industria en Chile

Mora > 90 días (%)[1]



Disminución de la mora hacia fines de 2024

Mora > 90 días (%)[1]

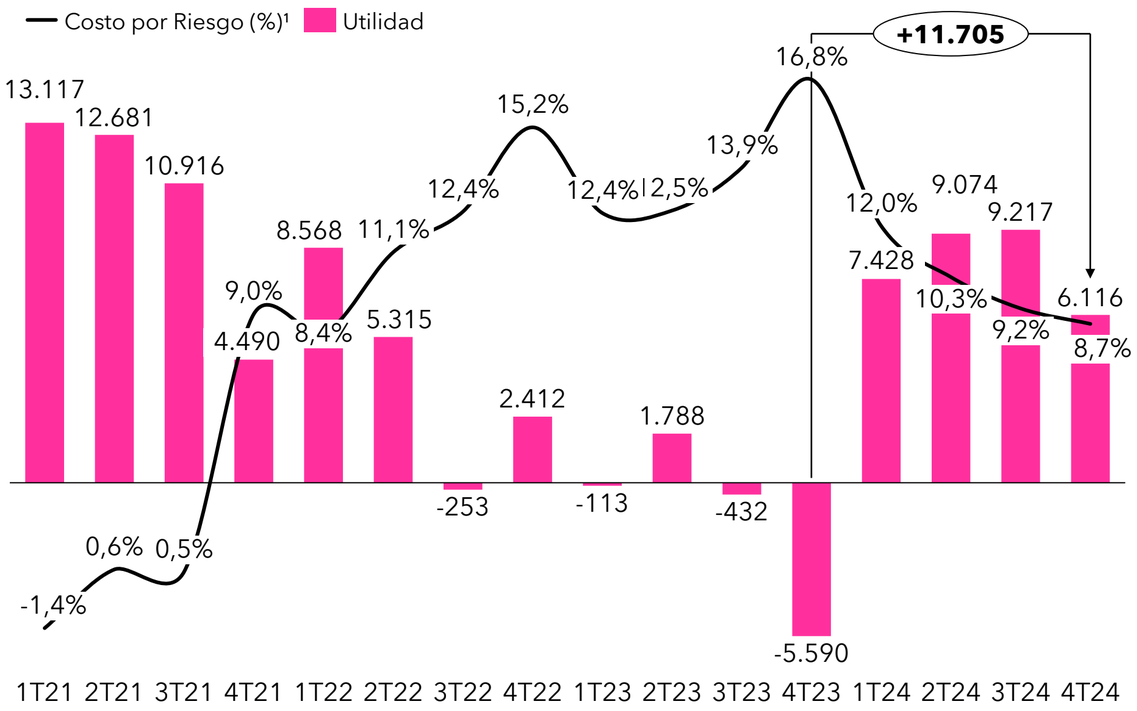


[1] Considera la cartera de consumo.

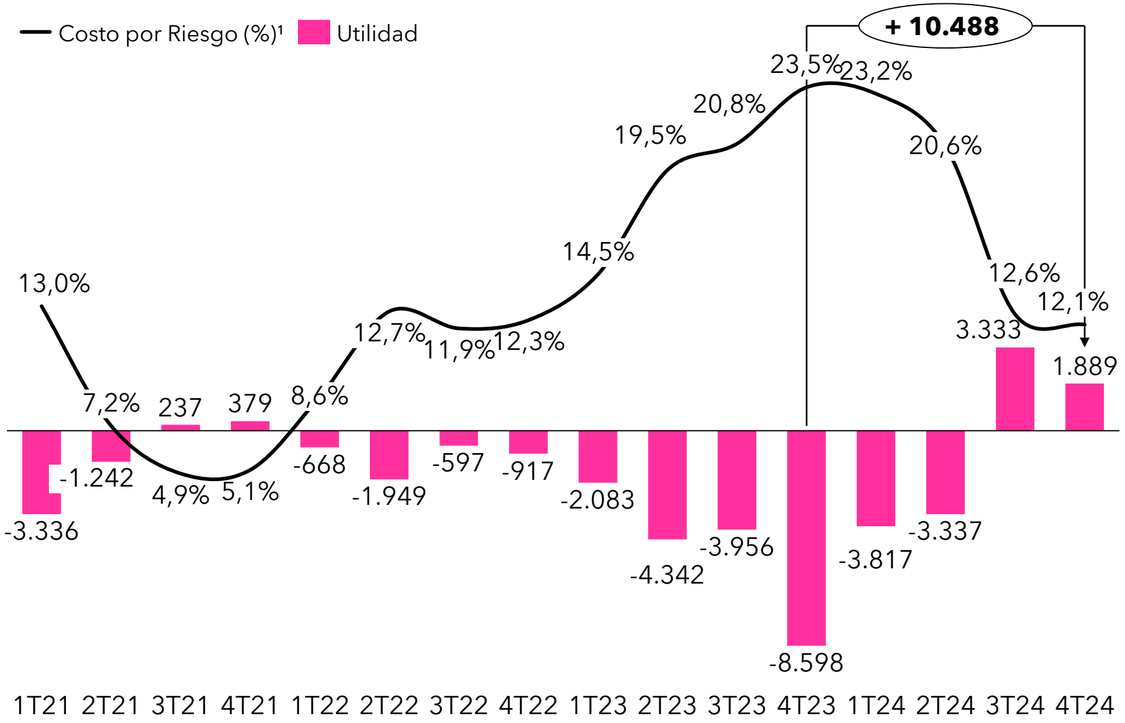
3.1 Resultados Banco Ripley

Crecimiento de la utilidad impulsada por una significativa reducción en el costo por riesgo neto además del menor costo de fondos

Utilidad (MMCLP)



Utilidad (MMCLP)



1. Costo por riesgo trimestral / cartera bruta promedio del trimestre

3.2 Banco Ripley

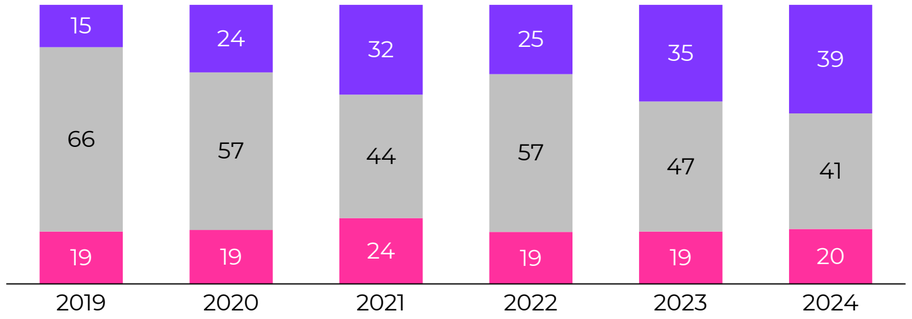
El aumento en la apertura de cuentas corrientes y pasivos a personas, no solo reflejan una mejor vinculación con nuestros clientes, sino que también significan una estructura de fondeo más estable y de menor costo

Clasificación de Riesgo Local:
- Fitch e ICR: A+;
- Humphrey's: AA-

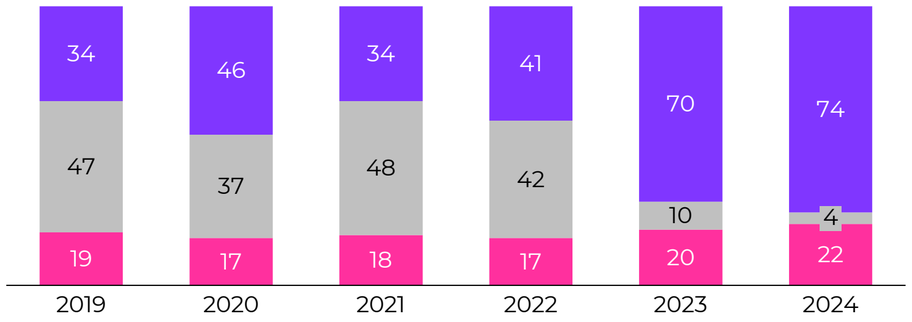
Internacional:
- Fitch: BBB-

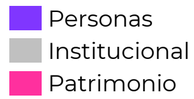
Estructura de Fondeo

Mix de pasivos Banco Chile (%)

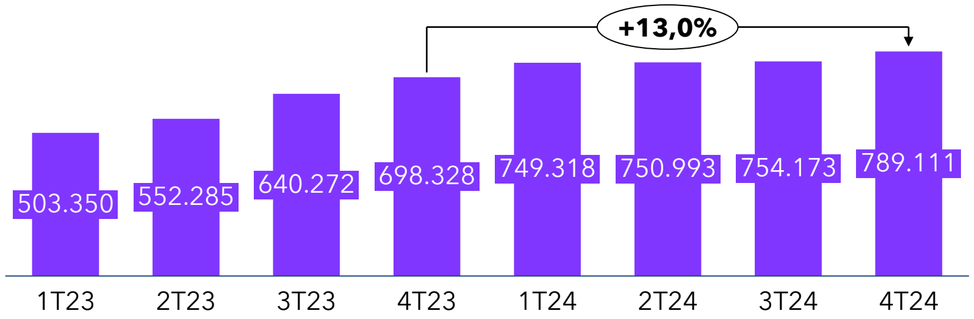


Mix de pasivos Banco Perú (%)

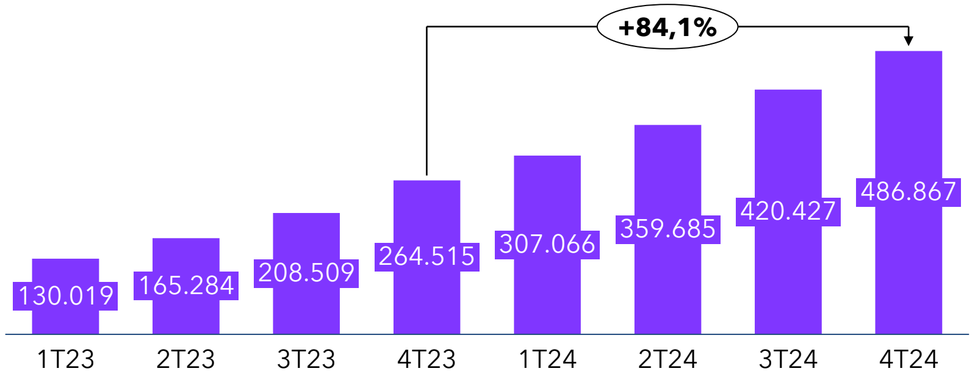




Pasivos de Personas (MMCLP)



Stock Cuentas Corrientes (#)



RIPLEY Corp.

3.2 Banco Ripley

Mejoras en Experiencia y Vinculación

Avances en la gama de productos valorada por el segmento:
Tarjeta de Crédito Mastercard Black, depósitos a plazo y cuentas corrientes

Programa de fidelización Puntos Go: programa líder que da más que otros bancos en nuestro segmento objetivo

Mejoras en indicador NPS

Premio al mejor banco digital de Chile según Ecommerce Awards 2024 y tenemos la mejor experiencia en tienda

#1

Primer lugar
Super Apps
Ripley App

Primer lugar
Banca Online
Banco Ripley



RIPLEY Corp.

3.2 Banco Ripley

Mejoras en Procesos de Venta

Canal Presencial:

- Mayor integración con la tienda a través de la ubicación de módulos de atención a clientes en los pisos de mayor flujo.
- Implementación de módulos prime de atención en tienda.

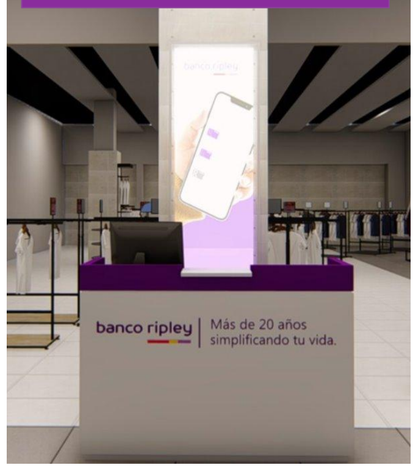
Canal Digital:

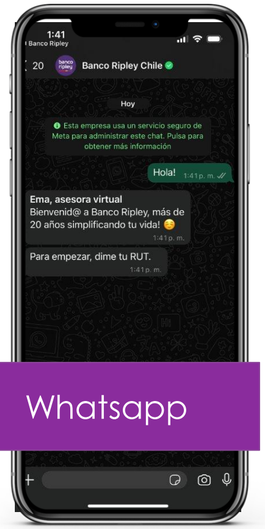
- Foco en la estabilidad y performance de nuestro canal digital para brindar una gran experiencia
- Cuenta Corriente en One-Click
- Avanzando en una propuesta más simple y personalizada: incorporación de herramientas de *pricing* para la personalización de la oferta por cliente.
- Autenticación del cliente basado en *face recognition*

Centro de Servicios



Módulo Banco

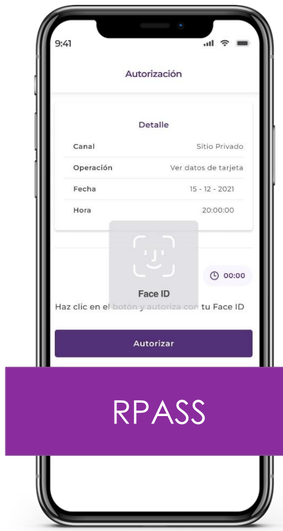




Whatsapp



Personalización



RPASS

RIPLEY Corp.

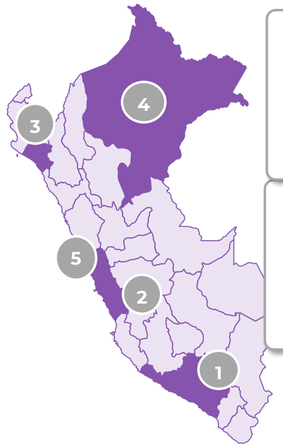
Inmobiliario

RIPLEY



4.1 Centros Comerciales

Enfocado en centros comerciales de gran escala con ubicaciones estratégicas



61.904 MMCLP
Ingresos 2024

51.447 MMCLP
EBITDA 2024

MALL AVENTURA

+320.000 m²
Total GLA
Peru

97,0%
Ocupación

2010

1 **Arequipa**
GLA: **75.106 m²**
Ocupación: **98,6%**

2012

2 **Santa Anita**
GLA: **88.373 m²**
Ocupación: **93,2%**

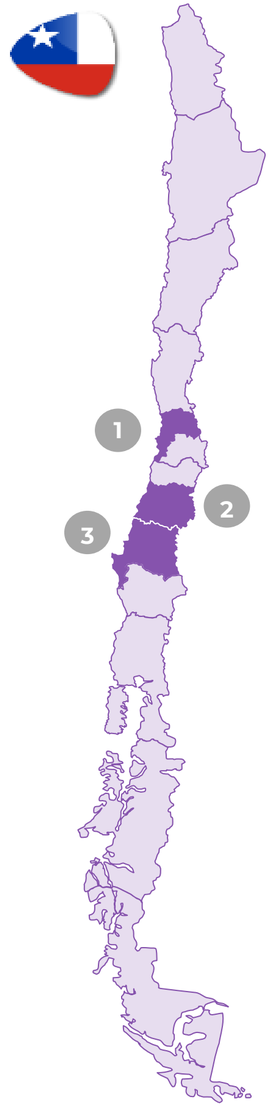
2020

3 **Chiclayo**
GLA: **48.582 m²**
Ocupación: **96,0%**

2023

4 **Iquitos**
GLA: **47.029 m²**
Ocupación: **98,8%**

5 **SJL**
GLA: **61.375 m²**
Ocupación: **99,9%**



MallMarina®

50.0% RIPLEY

+189.000 m²
GLA
Total Chile

2012

3 **Concepción**
GLA: **36.722 m²**

2006

2 **Curicó**
GLA: **51.705 m²**

1999

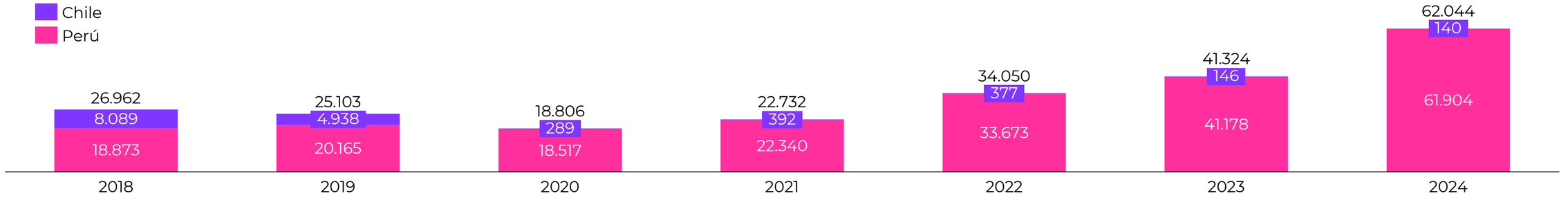
1 **Viña del Mar**
GLA: **100.915 m²**

RIPLEY **Corp.**

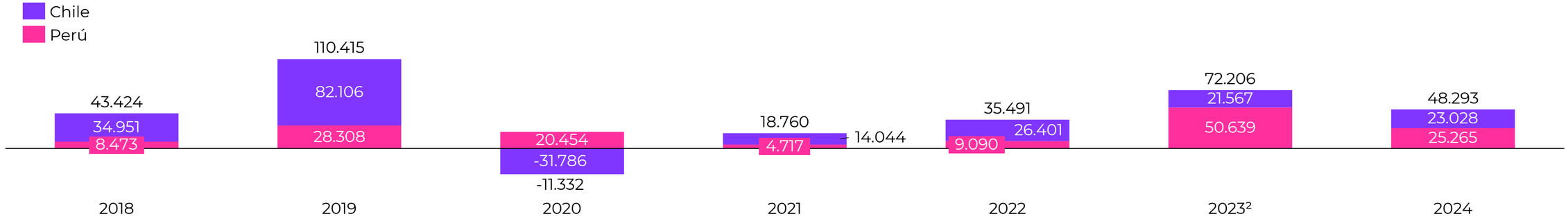
4.1 Centros Comerciales

Crecimiento del segmento inmobiliario mediante la apertura de nuevos centros comerciales en Perú

Ingresos (MMCLP)



Utilidad (MMCLP)

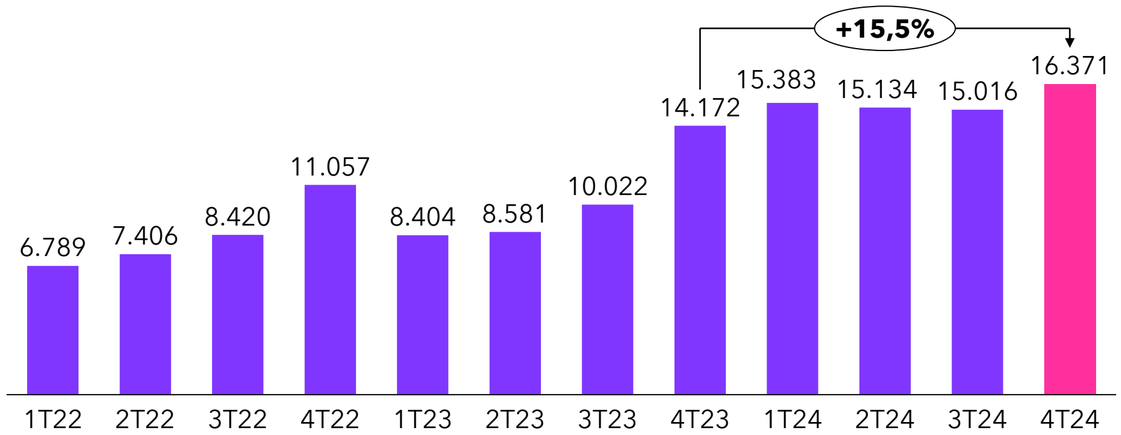


[1] En el caso de Chile, la utilidad considera la participación que tiene Ripley en Inmobiliaria Viña del Mar.

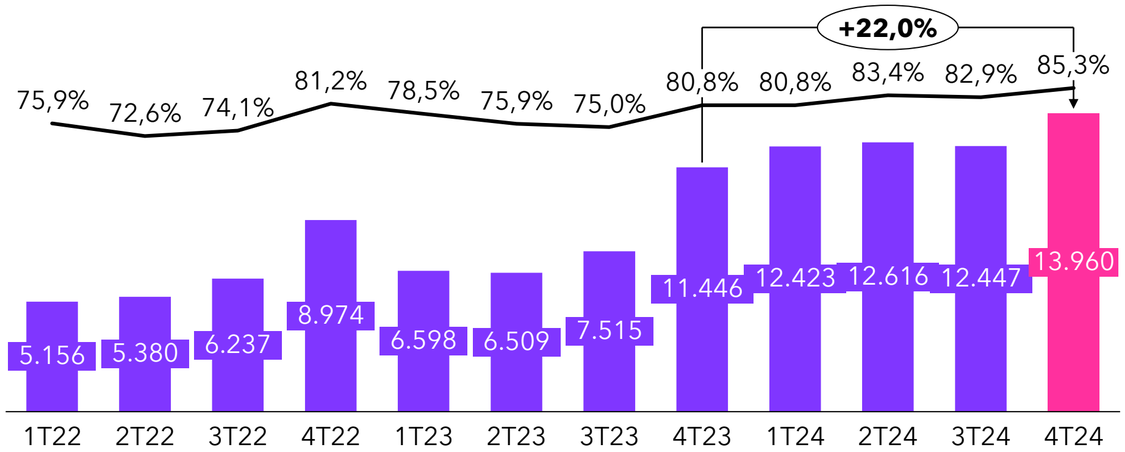
[2] Esta utilidad incorpora un impacto neto de fair value de $36.615 millones, por cambio de registro contable de costo a valor justo de los malls de Iquitos y San Juan de Lurigancho por su entrada en operación.

4.2 Mall Aventura - Resultados

Ingresos* Mall Aventura (MMCLP)



EBITDA (MMCLP) Margen EBITDA (%)



* Los ingresos de Mall Aventura se registran bajo la NIIF16

- **Ingresos de Mall Aventura +15,5 vs 4T23,** explicados por la consolidación de los dos centros comerciales sumado a la continua mejora del factor de ocupación, el cual se sitúa en 97,0% (+0,9 p.p. vs 4T23) y un aumento de un 10,3% en el tráfico de los malls Santa Anita, Chiclayo, Arequipa e Iquitos. En el **2024, los ingresos crecieron 50,3% a/a.**

- **En 4T24 EBITDA crece 22,0%,** llegando a $13.960 millones, con margen EBITDA de 85,3%, una expansión de 451bps a/a. En el **2024, el EBITDA mostró un crecimiento de 60,4% a/a.**

4.3 Mall Aventura - Reconocimientos

Mall Aventura: Activos con liderazgo en la preferencia de clientes



1° en Preferencias

2° en Visitas

2° en Frecuencia

2° en Recordación

Estudio Nacional del Consumidor Peruano 2024 según ARELLANO





CX Index



GRI Awards



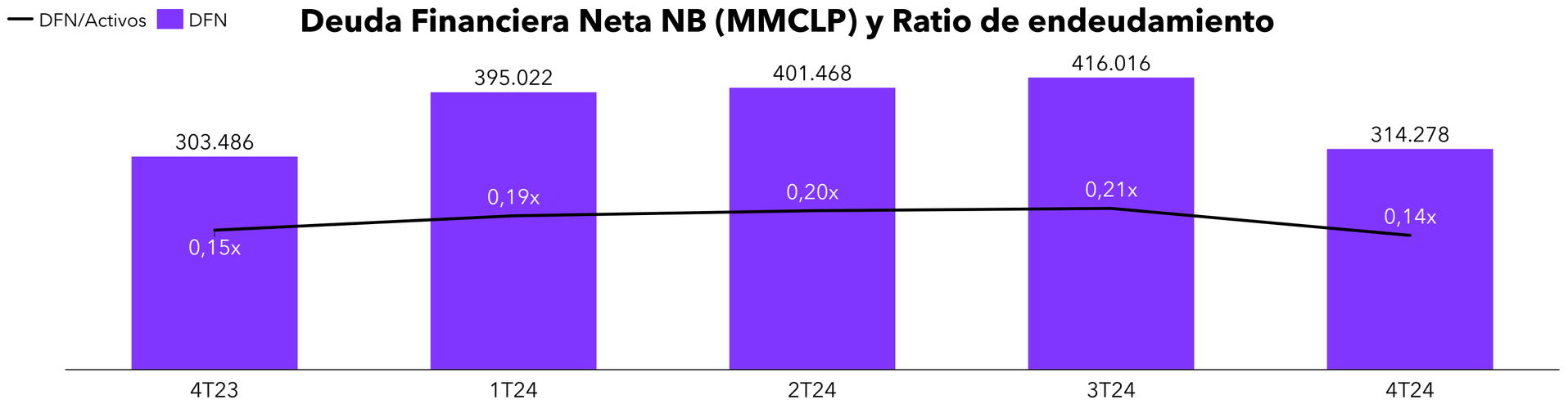
Estructura Financiera

RIPLEY

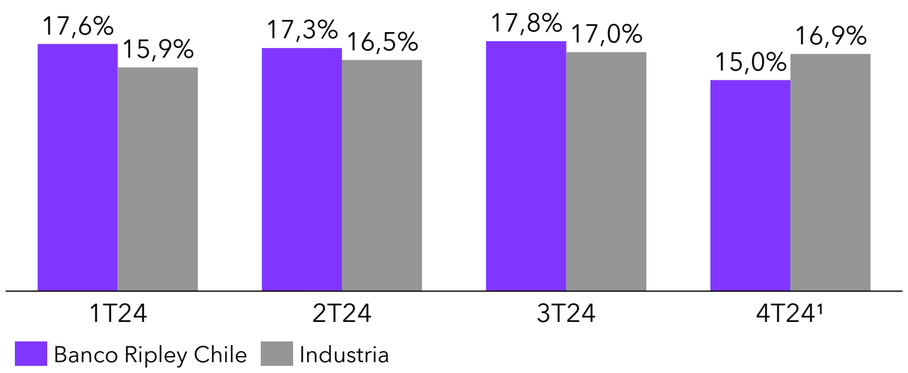


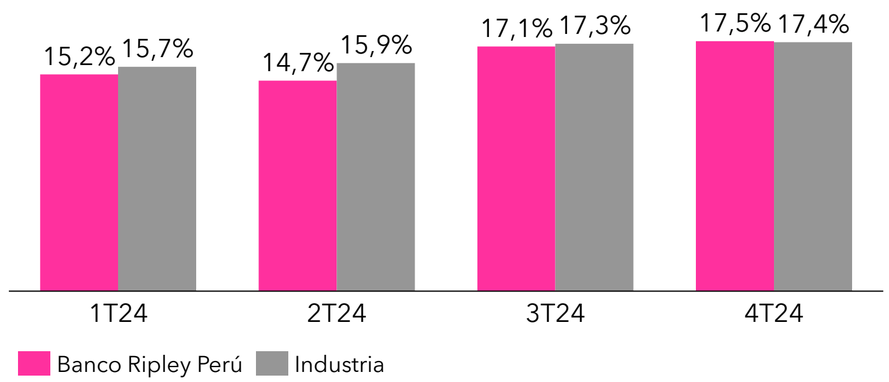
4.1 Estructura Financiera

Endeudamiento sobre activos plano en el último año



Segmento **Bancario**





1. En Chile, el indicador de Basilea III tuvo un cambio de requerimientos de capital desde diciembre de 2024.

¡Gracias!

