

Somos Ripley Corp

Presentación Corporativa

RIPLEY CORP

Ripley es líder en la industria del retail financiero en Chile y Perú

- Principales indicadores 2023
  - **$1.926.418 MM** ingresos
  - **$3.736.275 MM** activos
  - **$1.347.213 MM** cartera de colocaciones
  - **$515.927 MM** de GMV Online
  - **$577.167 MM** en propiedades de inversió
  - **18.991** Colaboradores

- Alrededor de **63 millones de visitas** mensual todo el ecosistema Ripley

- Venta de participación en Nuevos Desarrollo **~$164.000 mm**

- Cerramos el año con 5 centros comerciales en operación en Perú y una superficie arrendable de 319 mil m2 (53% a/a)



Chile: +65 años de trayectoria

- 45 tiendas
- 286 mil m2 de superficie
- 2 Centros de Distribución
- 3 malls con 95 mil m2 GLA(1)
- 49 Sucursales Banco Ripley
- 968 mil tarjetas con saldo

Perú: +24 años de trayectoria

- 33 tiendas
- 232 mil m2 de superficie
- 2 Centros de Distribución
- 5 malls operativos (+319 mil m2 GLA)
- 34 Sucursales Banco Ripley
- 421 mil tarjetas con saldo

1. A través de Inm. Viña del Mar (50%)

Pilares estrátegicos

5 pilares estratégicos alineados al propósito

Rentabilidad

- Planes de eficiencias que significaron indemnizaciones por $28,7 mil millones.
- Normalización de los niveles de inventario disminuyendo el stock un 15,8% a/a.
- Histórico factor de ocupación en Mall Aventura de un 96,1%.

Crecimiento

- Aumento del 16% en las ventas en nuestro Marketplace.
- Dos nuevas tiendas Ripley Perú.
- +50% GLA Mall Aventura.

Experiencia Cliente

- Mejora en 9,9 p.p los despachos <24 horas y 4,6 p.p en los despachos <48 horas.
- Mejora en los niveles de NPS.

Principalidad

- La participación de compras con TCR fuera de nuestro ecosistema aumentó en un 10%.
- Aumento de CC en un 163%
- Aumento de pasivos personas en un 40%.

Sostenibilidad

- Se realiza la primera medición de huella de carbono de Ripley Corp.
- Superamos la meta comprometida para el 2023 de horas de voluntariado, alcanzando más de 2900.

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

Segmento Retail











RIPLEY .com

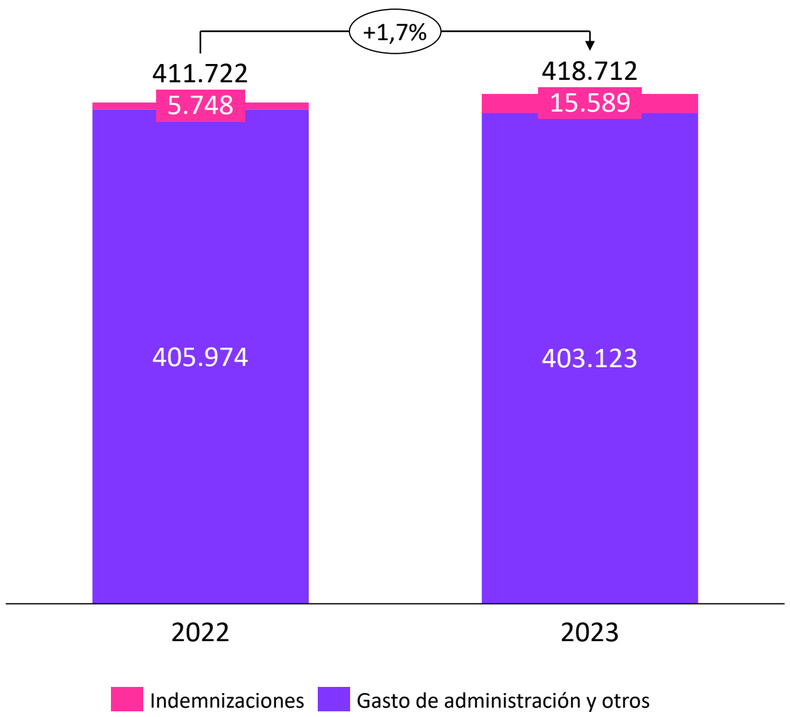
Focos estratégicos 2024 segmento retail

Rentabilidad	Crecimiento	Experiencia de clientes	Principalidad	Sostenibilidad
Eficiencias		Logística y entregas B2C		
Márgenes				
Categorías Foco				
	Crecimiento 3P			
	Nuevas Aperturas			

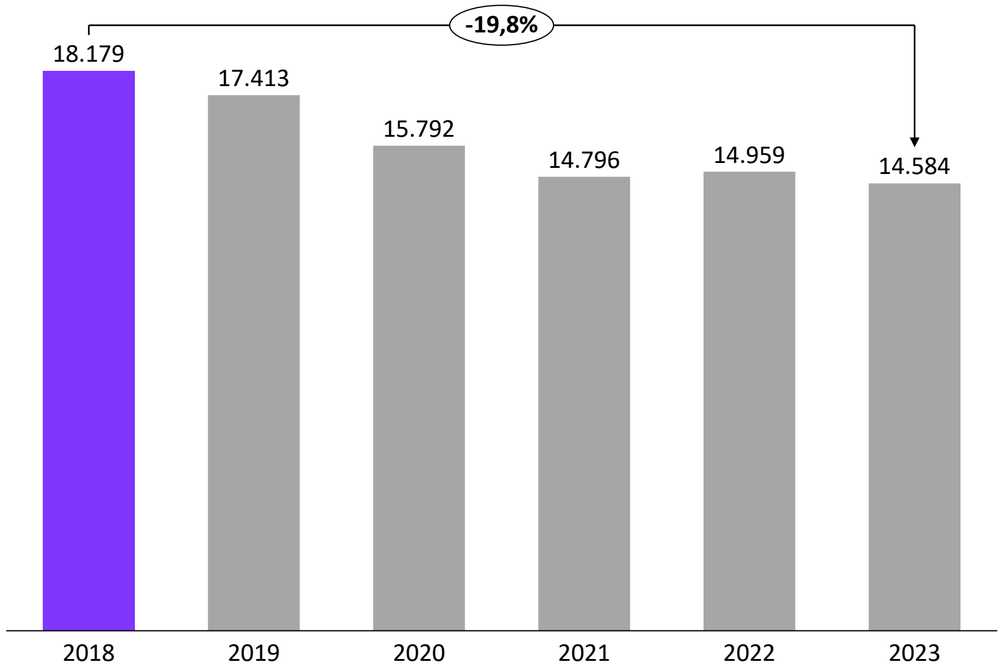
Rentabilidad: En 2023 aceleramos las principales iniciativas de eficiencia y productividad

En 2024 esperamos alcanzar un base de gastos nominales menores al 2022

Evolución GAV (MM CLP)



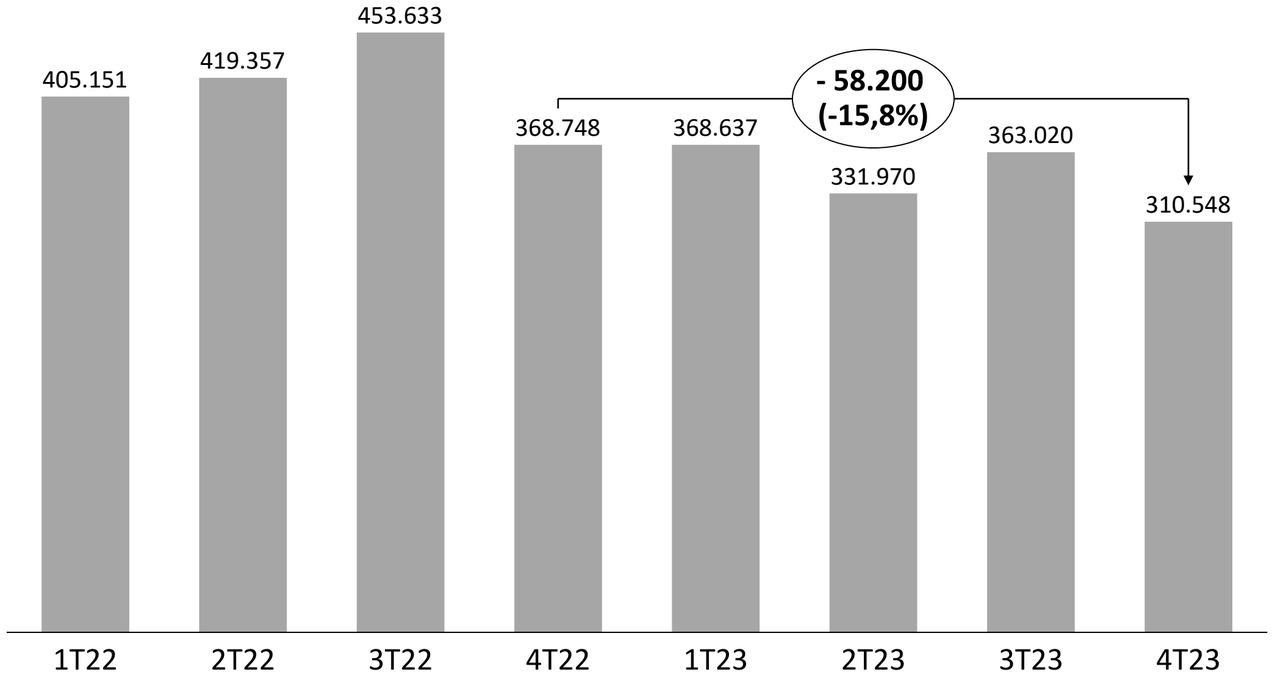
Dotación Retail Corp



Rentabilidad: Consistente mejora en los volúmenes y calidad del inventario

Hemos reducido el **inventario disponible en un 15,8% a/a** y tenemos una **mejor calidad de stock** para enfrentar el 2024

Evolución Inventario Retail Corp (MM CLP)



Stock de 0 a 3 meses:
Aumento en 10 p.p a/a



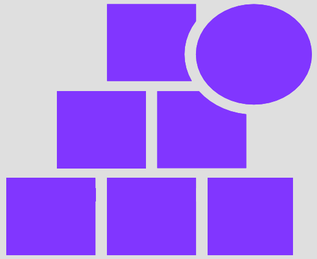
Rentabilidad: Nuevas herramientas de *revenue management* y gestión de inventarios

Hemos implementado una serie de herramientas que nos van a permitir mejorar el margen bruto en 2024.

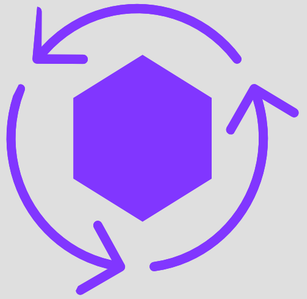
Herramientas de Pricing



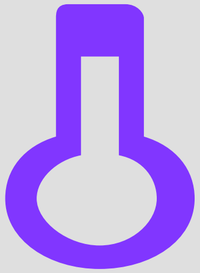
Manejo de Obsolescencia



Reposición



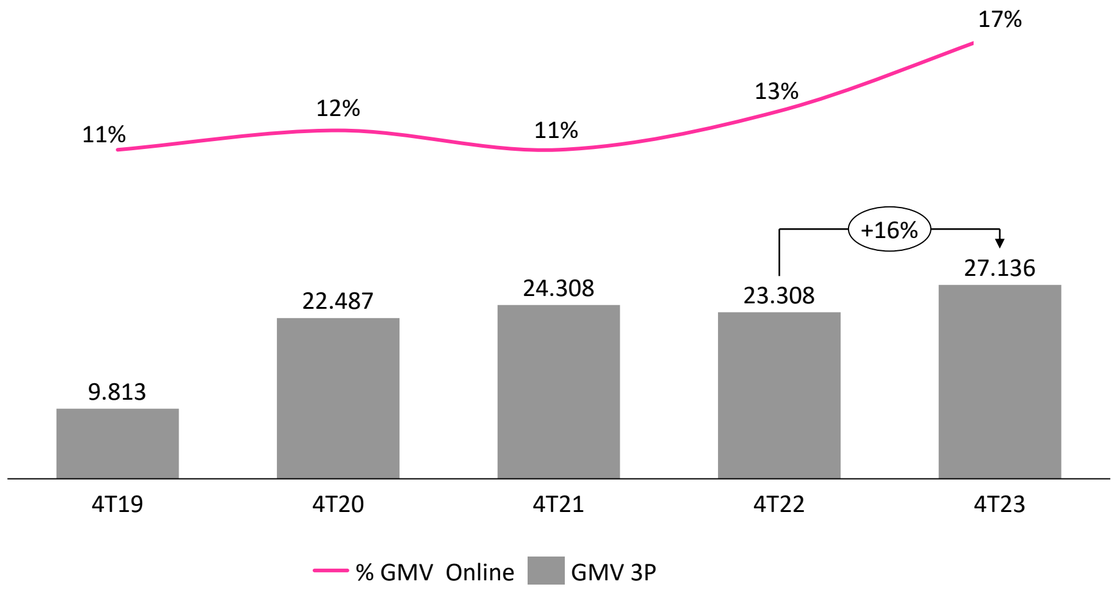
Alto Invierno Perú



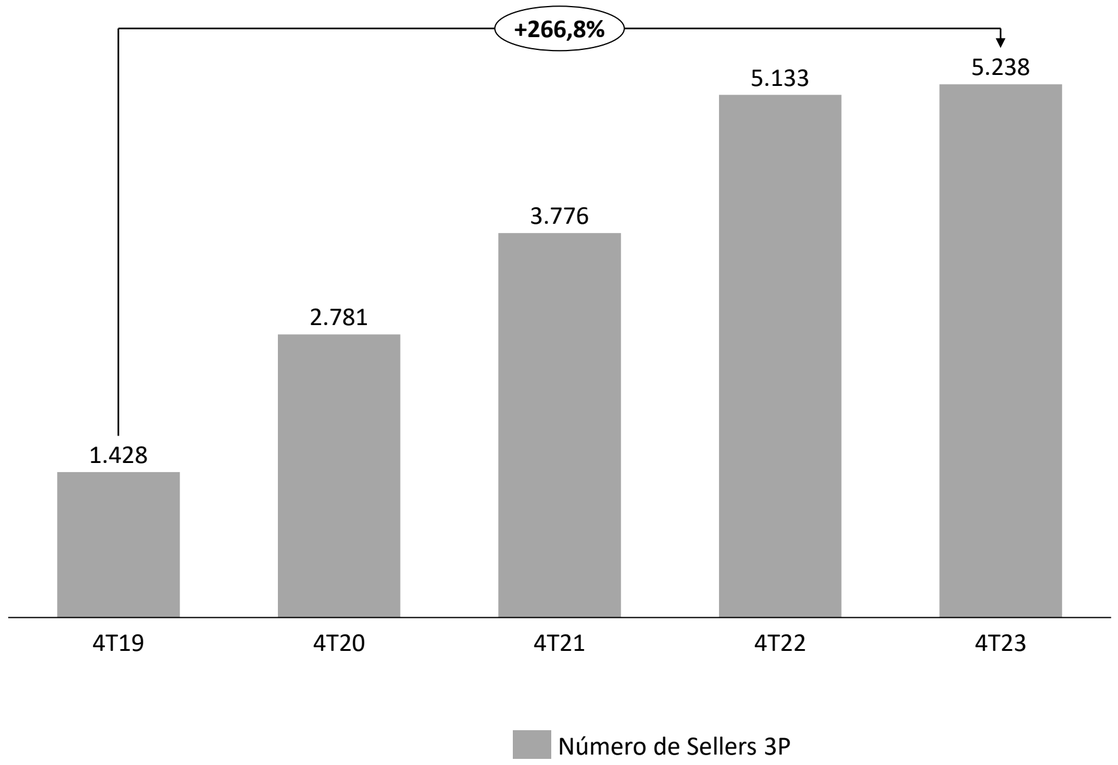
Crecimiento impulsado principalmente por el desarrollo del marketplace

Participación digital se mantiene en niveles de ~30% post pandemia, con importante aumento del volumen de venta 3P, que hoy representa el 17% de la venta online.

Participación del marketplace sobre GMV Online (MMCLP)



Número de Sellers 3P



Crecimiento impulsado por nuevas tiendas de Iquitos y San Juan de Lurigancho

La apertura de Iquitos y San Juan de Lurigancho ha incrementado en 13.900 m2 de área bruta en 2023 que representará aproximadamente el 4% de la venta total en el 2024.









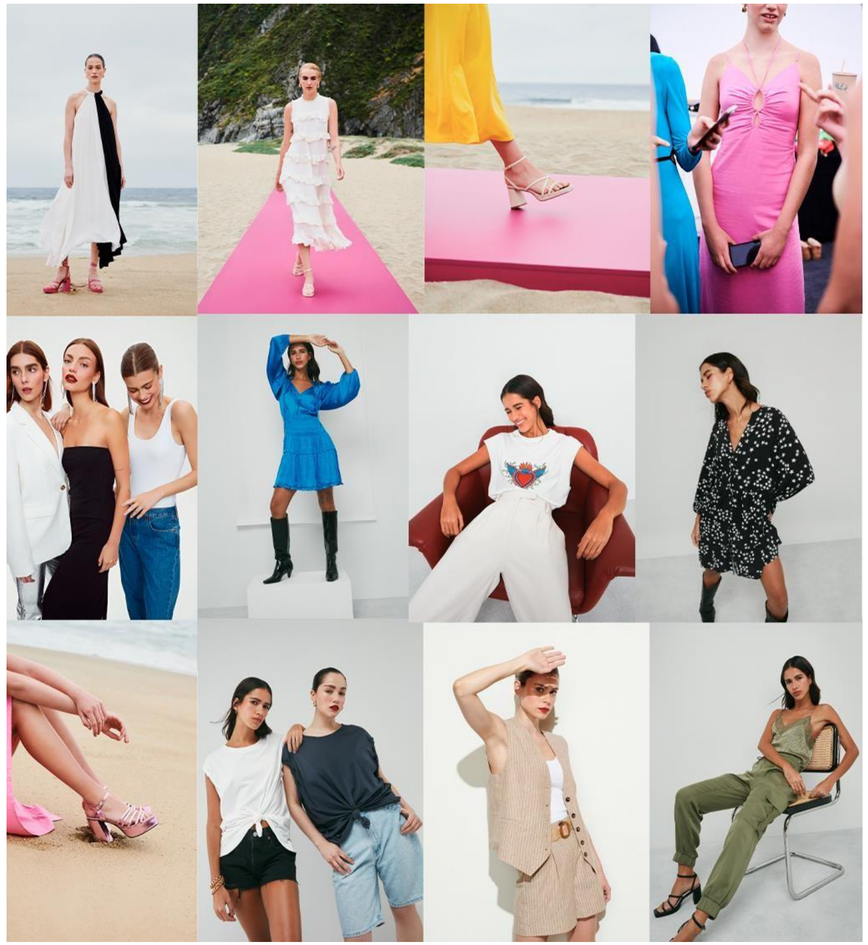






Categorías focos, nueva propuesta de valor en segmento moda mujer

Foco Moda Mujer: Queremos tener la mejor propuesta de moda para la mujer entre 18 a 40 años ,C1 C2 C3.



Aspiramos así a posicionar a Ripley como autoridad en moda, buena calidad y puesta en escena.

Categorías focos, nueva propuesta de valor en segmento moda mujer

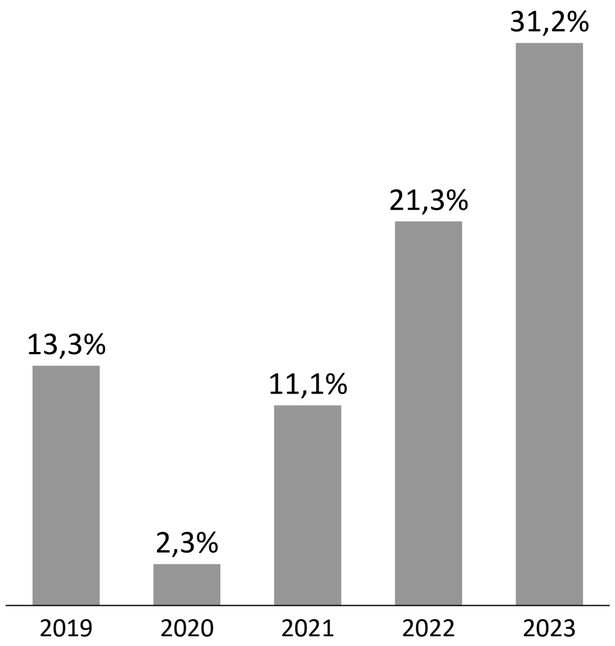
Estamos enfocándonos en **agregar valor a nuestras marcas propias**, a través de inversiones para mejorar el **layout** de las tiendas, mayor **iluminación** para así darles más **visibilidad** a estas marcas y mejorar los niveles **experiencia** y **conversión.**



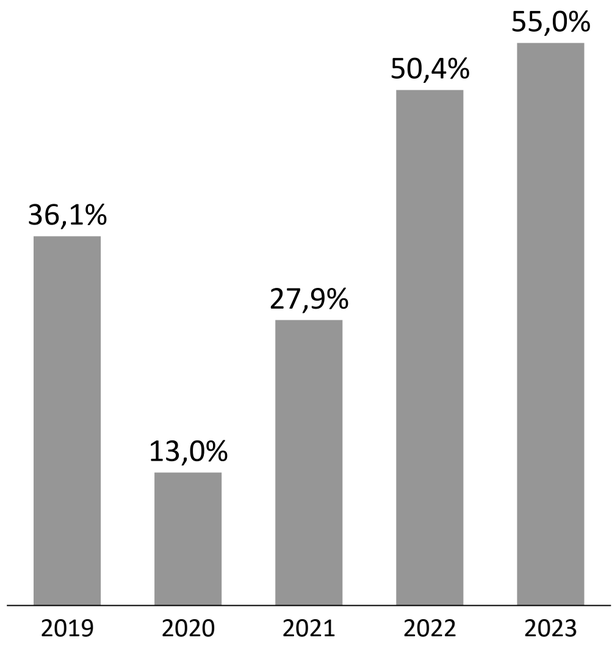
Continuamos mejorando los niveles de servicio y la gestión eficiente de la última milla

Logísticas y entregas B2C: Continuamos fortaleciendo la propuesta de valor del canal online con mejoras en los niveles de servicio.

Evolución despachos <24h



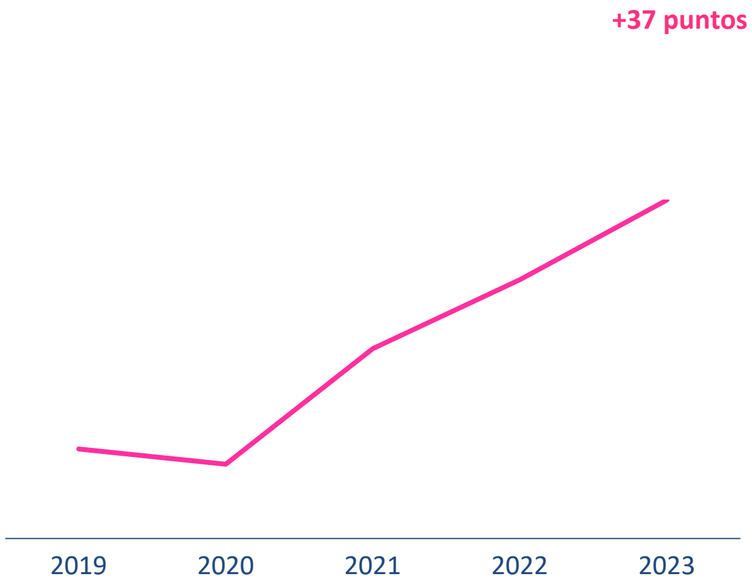
Evolución despachos <48h



Constante mejora en los niveles de NPS y tasa de reclamos

Niveles de servicio: En NPS hemos mejorado mas de 37 puntos los últimos 5 años. Por otra parte, la tasa de reclamos disminuyó de 5,3% a 4.4%.

NPS Retail



Tasa de reclamos



Segmento Bancario



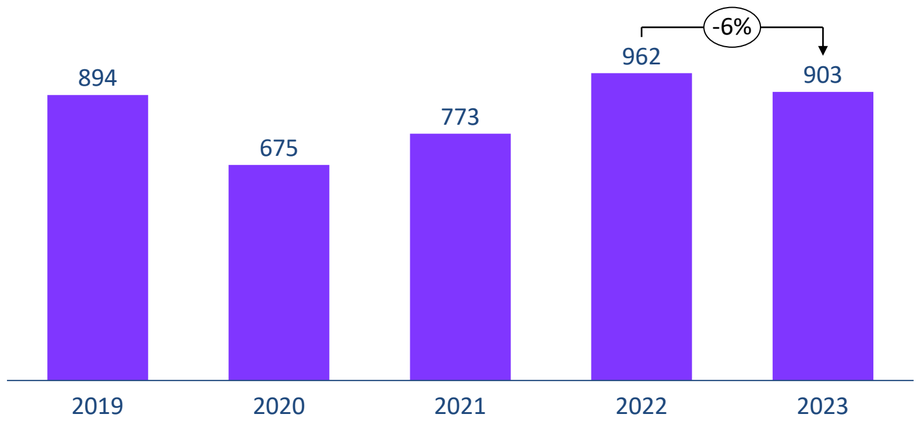
Focos estrátegicos segmento bancario 2024

Rentabilidad	Crecimiento	Experiencia de clientes	Principalidad	Sostenibilidad
Rentabilidad de la cartera	Productos Financieros en C1/C2	Journey digital	Pasivos de Personas	Riesgo y Cobranza
Eficiencias				

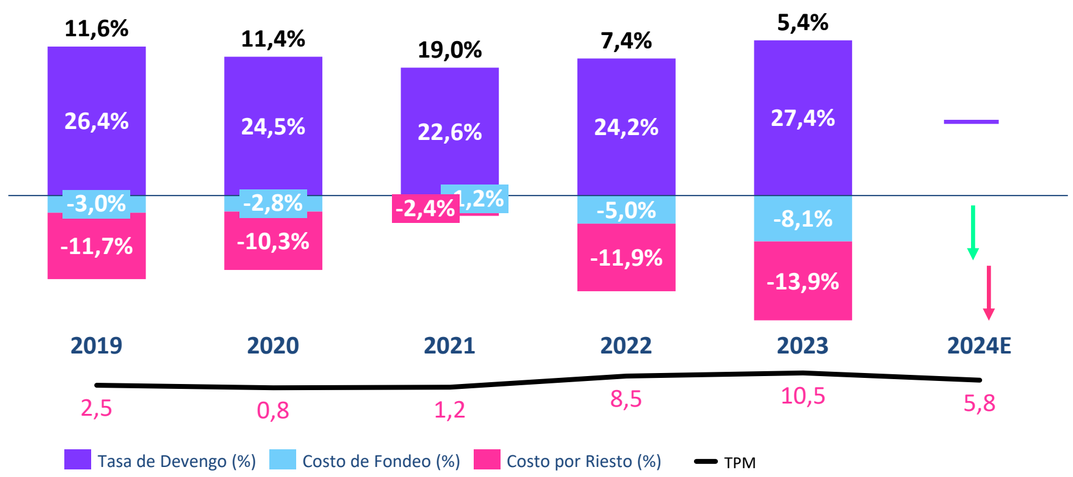
Principales indicadores operacionales del segmento bancario

Banco Ripley Chile (MMMCLP)

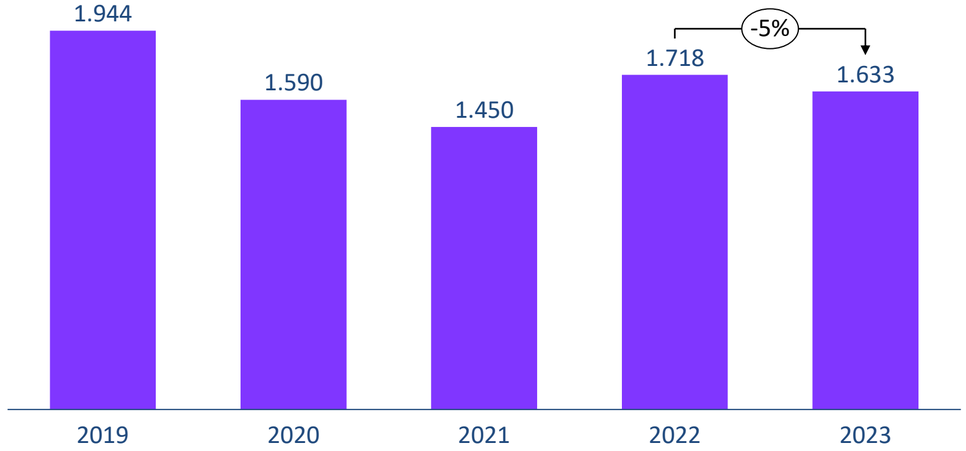
Cartera Colocaciones Brutas

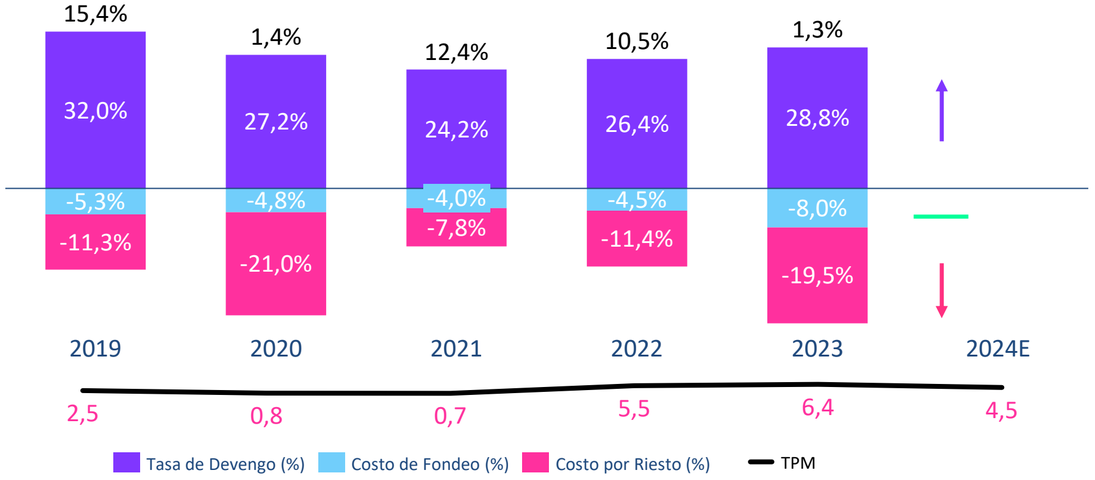


Spread



Banco Ripley Perú (MMS/.)

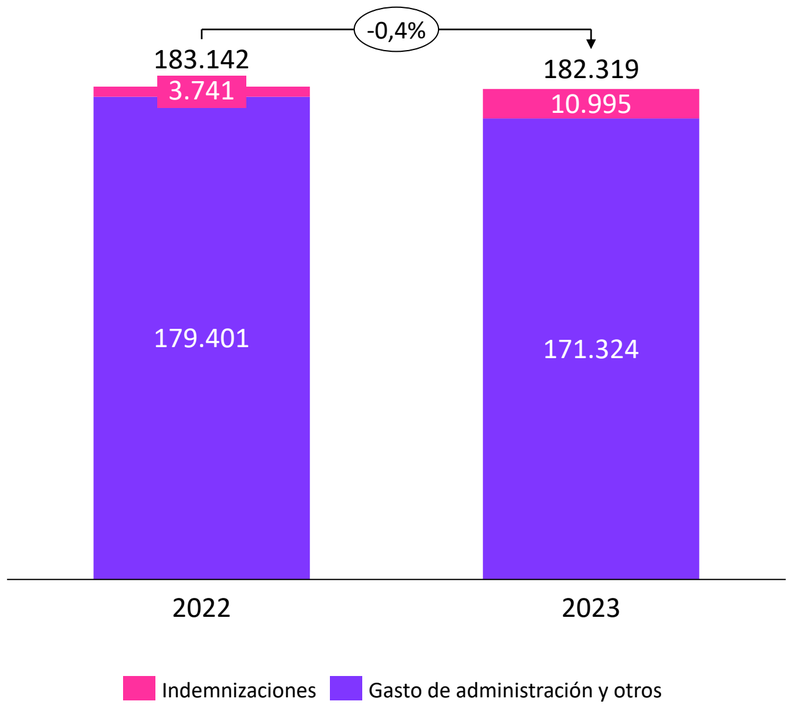




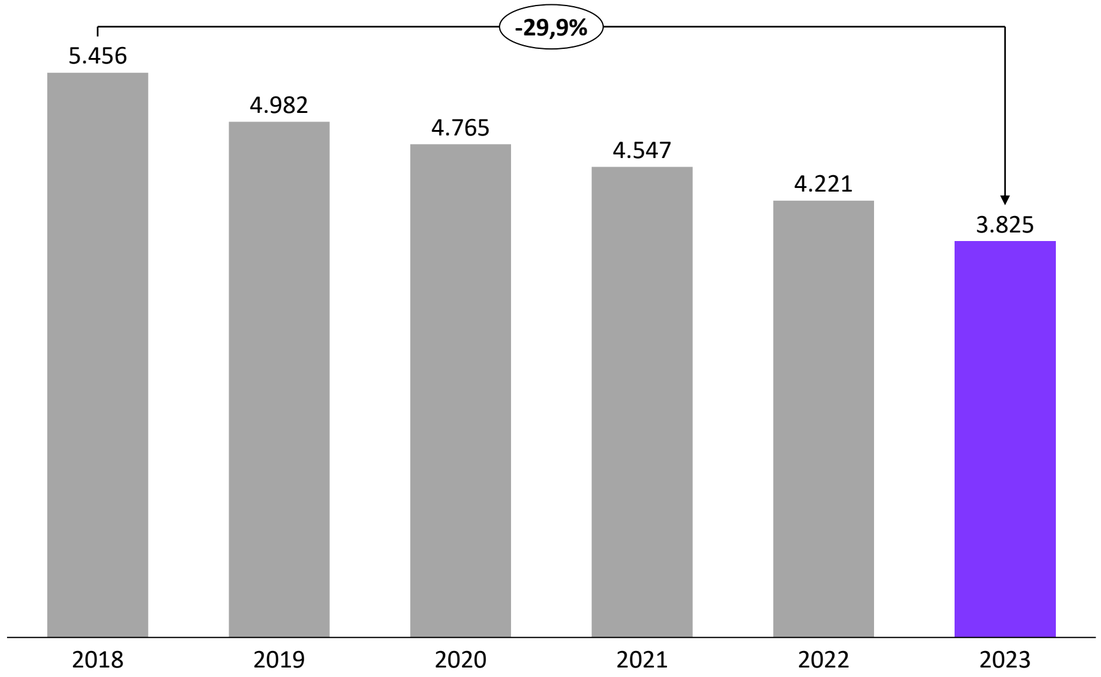
Rentabilidad: En 2023 aceleramos las principales iniciativas de eficiencia y productividad

Eficiencia apalancada en la migración a un modelo integrado y digital de atención a clientes

Gasto de Administración y Ventas (Ex Depreciación)



Dotación Segmento Bancario



Focos estrátegicos 2024

Crecimiento de Productos Financieros focalizado en créditos de consumo para el segmento C1/C2

- Mejoras en los modelos de originación y pricing que permitan tener una propuesta personalizada y mayor segmentación de acuerdo al perfil de riesgo.
- Incorporación de nuevos canales

Clientes felices con la experiencia

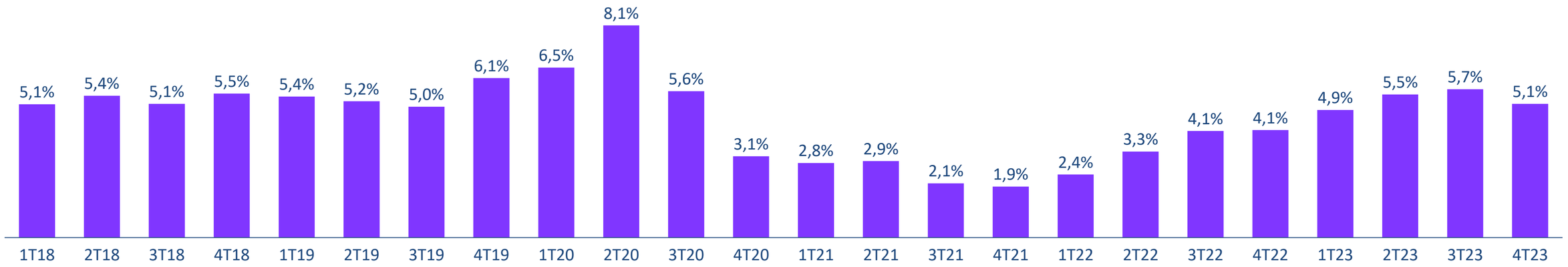
- Journey Digital: Nos centramos en garantizar la coherencia con nuestra marca al diseñar o rediseñar las interacciones clave con los clientes en todos los puntos de contacto relevantes, basándonos en el análisis del recorrido del cliente y los comentarios de clientes insatisfechos. Nuestra estrategia se enfoca en tres pilares: simplicidad, agilidad y digitalización.

Principalidad: Crecimiento en Pasivos Personas y uso de productos financieros

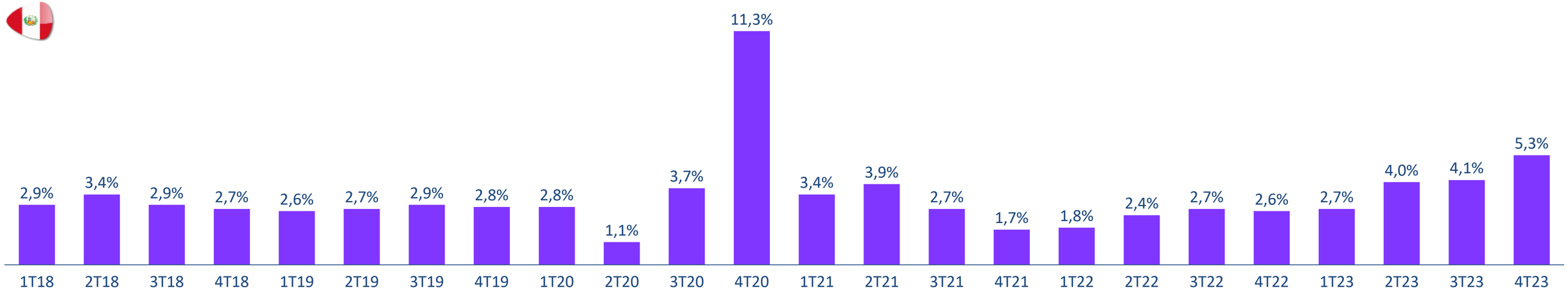
- Lanzamiento y despliegue de planes de productos en todos los canales
- Política de tasas atractivas en DAP
- Incrementar habitualidad de uso de nuestros productos financieros (Tarjeta de Crédito Master Black y Cuenta Corriente) dentro y fuera del ecosistema Ripley

Gradual estabilización en los niveles de mora > 90 días en Chile

Banco Ripley Chile



Banco Ripley Perú



Segmento Inmobiliario



Consolidación de nuestra inversión inmobiliaria en Perú, apertura de Iquitos

Iquitos - Apertura en Agosto 2023

47.000 m2 de área arrendable
98% del GLA arrendado

Polo de encuentro de la ciudad
+1,0 millón de visitas
desde su apertura

Primer y único mall de Iquitos
con **anclas líderes** en el mercado Peruano

RIPLEY falabella. TOTTUS SODIMAC

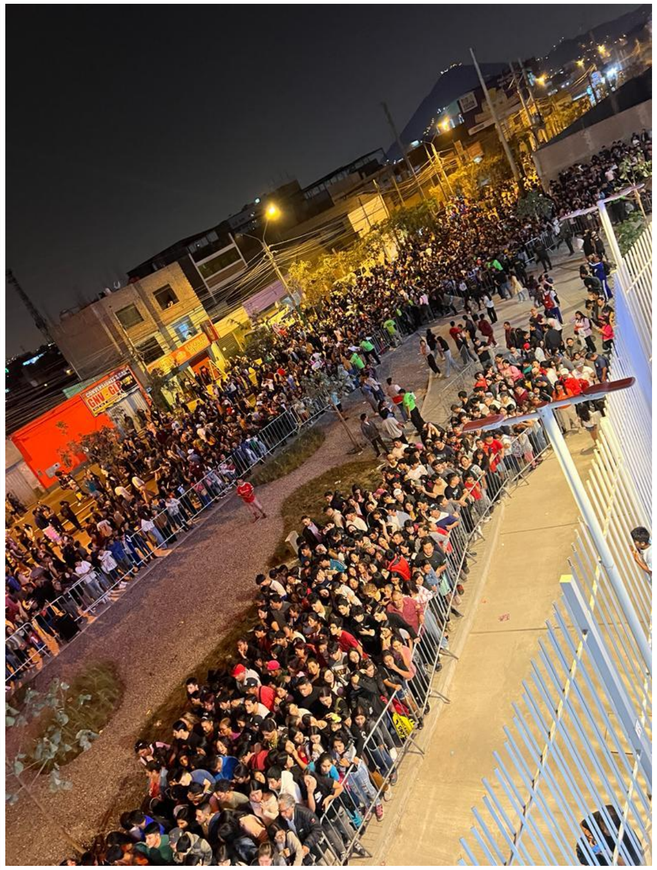
+$5.000 MM EBITDA
esperado al 2024



Consolidación de nuestra inversión inmobiliaria en Perú, apertura de San Juan de Lurigancho







San Juan de Lurigancho – Apertura en noviembre 2023

+61 mil m2 de área arrendable
96% del GLA arrendado

+2,7 millones visitas
los primeros tres meses de operación

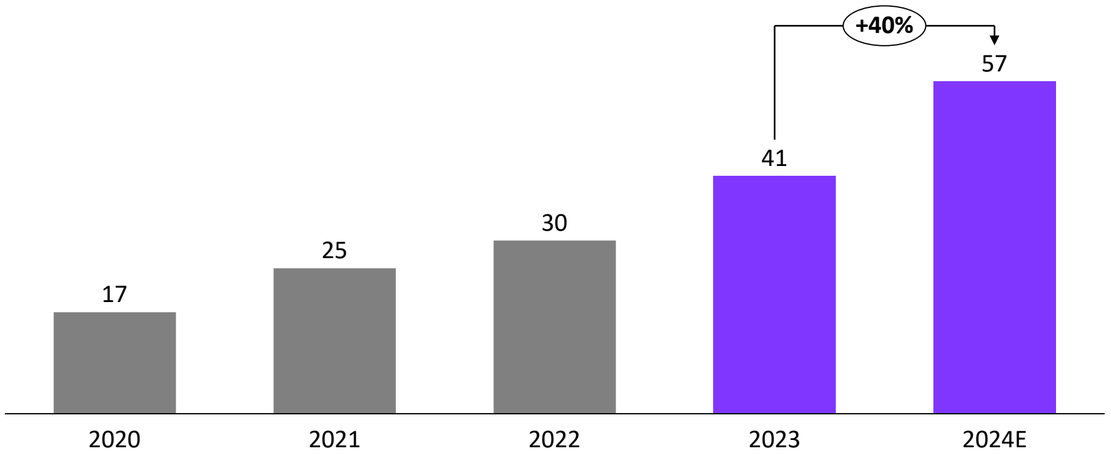
El primer mall en **distrito con mayor población del país** (+1,2 mm de habitantes)

oechsle
PROMART HOMECENTER
RIPLEY
plazavea
cineplanet

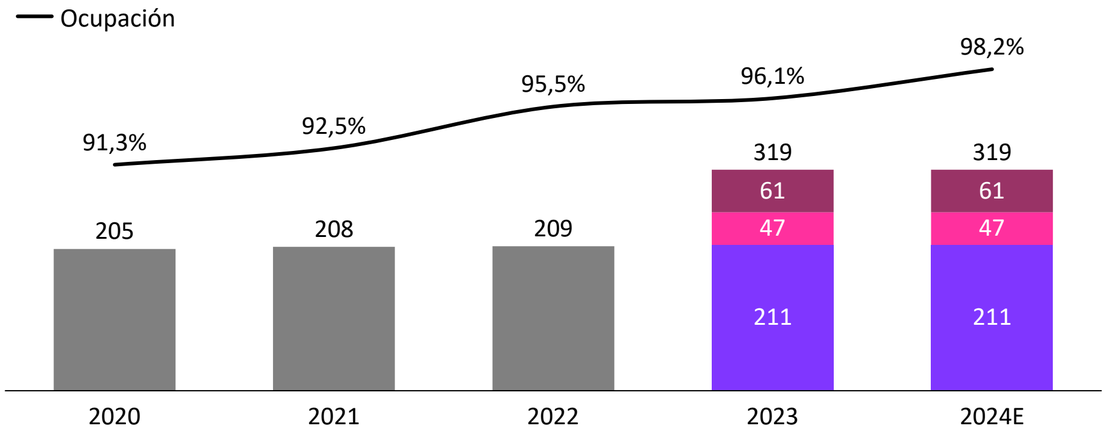
+$8.000 MM EBITDA
esperado al 2024

Se espera un crecimiento de entre 40-50% en EBITDA para el 2024

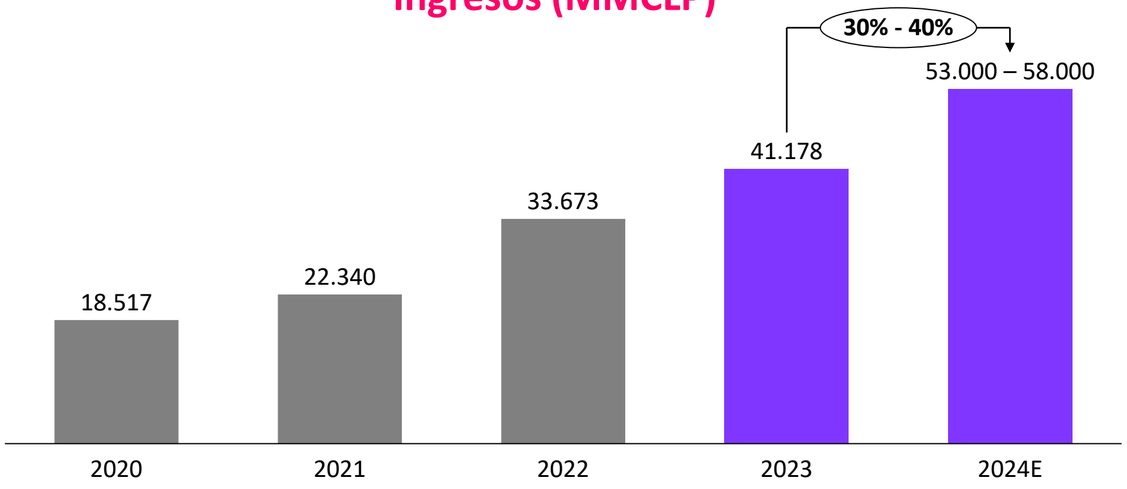
Flujo de visitas (MM)



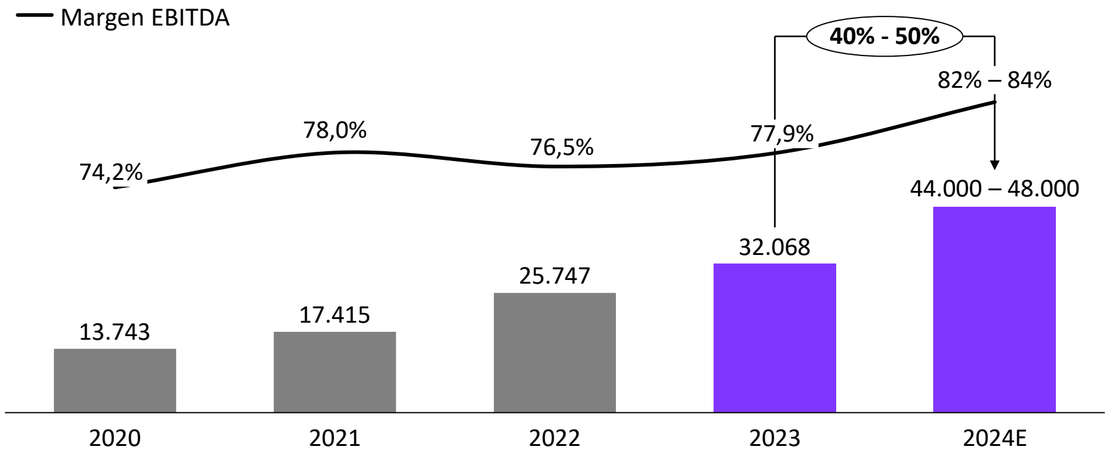
Evolución del GLA (MMm2) y Ocupación (%)



Ingresos (MMCLP)



EBITDA (MM CLP) y Margen EBITDA

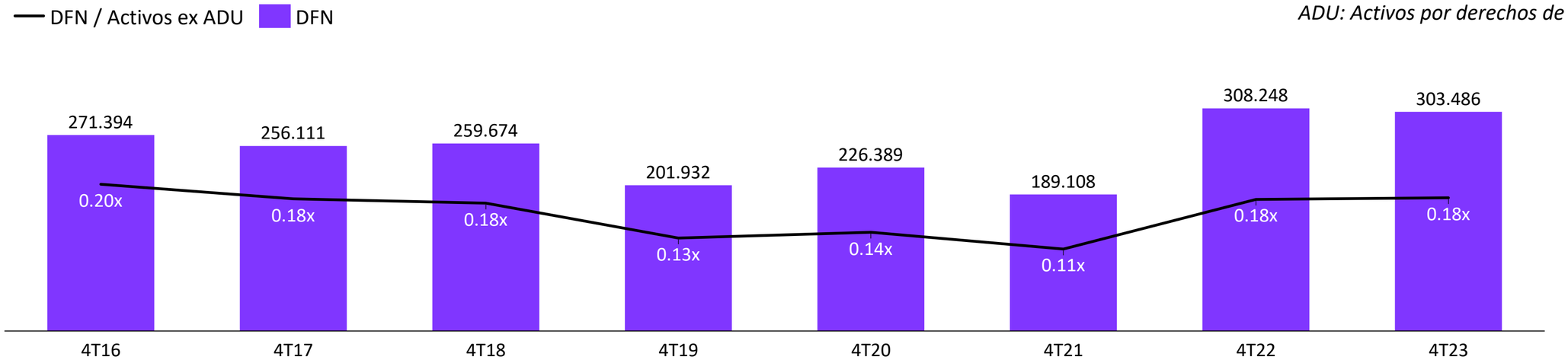


Estructura Financiera



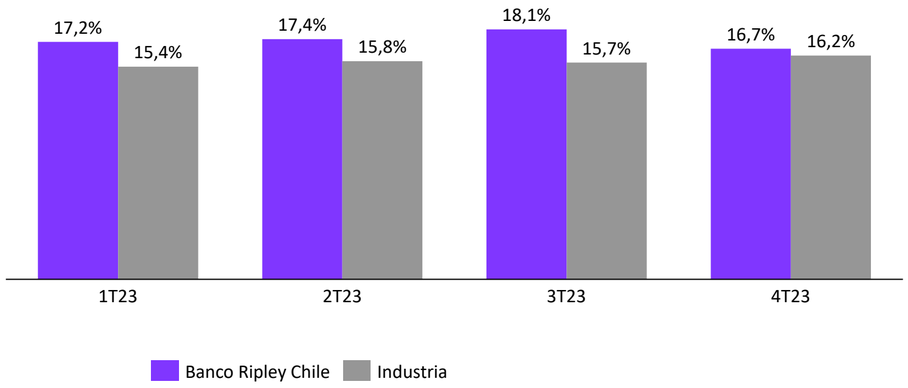
Saludable nivel de endeudamiento y altos niveles de capitalización del banco

Endeudamiento Segmentos no Bancarios (MMCLP)

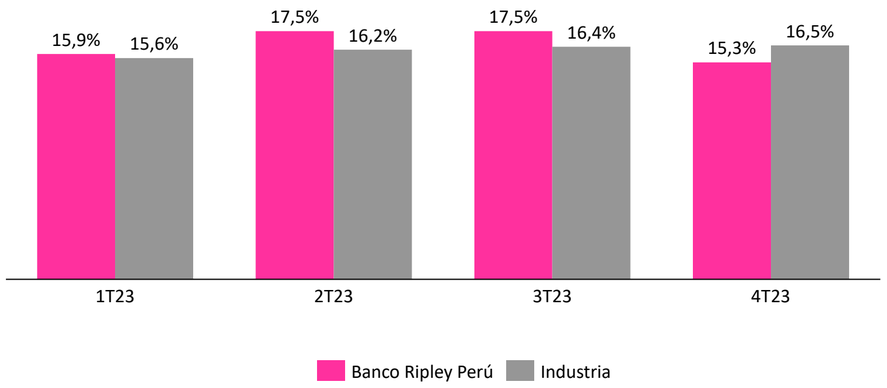


ADU: Activos por derechos de uso (NIIF 16)

Índice de Capital Banco Ripley Chile

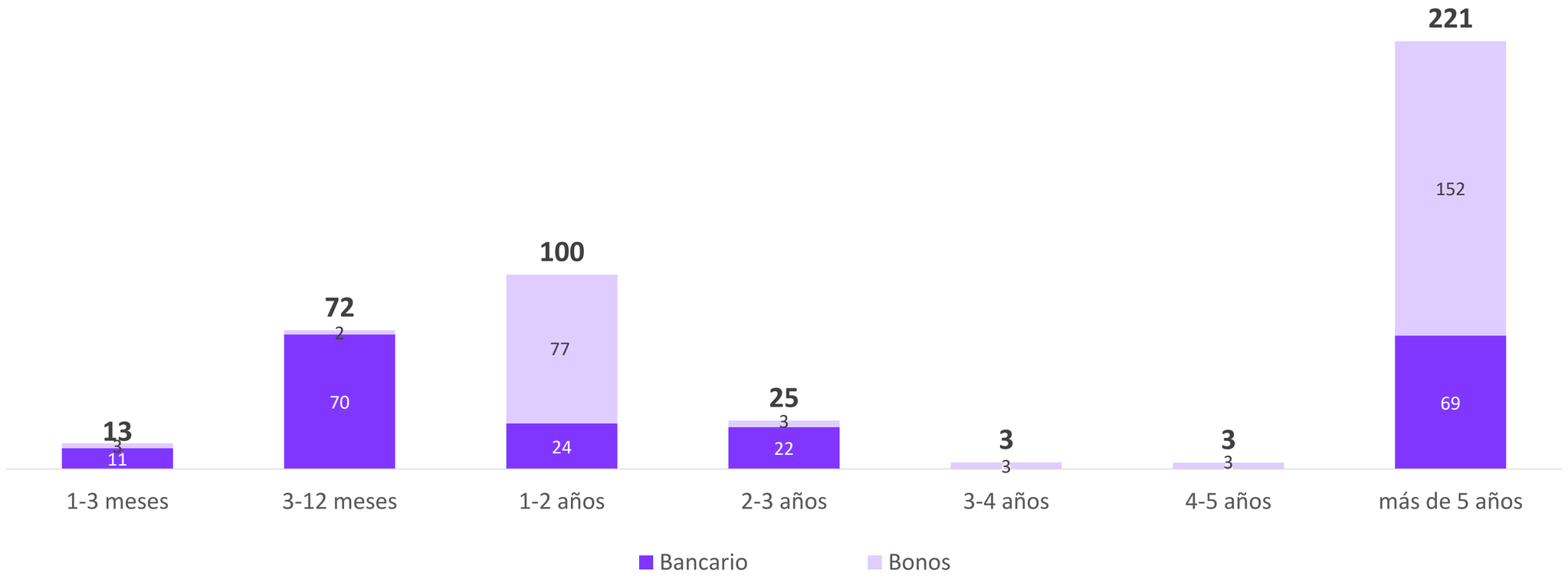


Índice de Capital Banco Ripley Perú



Perfil de vencimiento Corp No Bancario

Cifras en MMM$



*DAU: Activos por derechos al uso (NIIF 16)



Somos Ripley Corp

Presentación Corporativa

RIPLEY CORP