



Ripley logra revertir sus pérdidas al cierre del primer semestre

Con ganancias por \$8.584 millones en los primeros seis meses del año, los mejores resultados financieros fueron impulsados por el desempeño en los segmentos de retail, del banco en Chile e inmobiliario en Perú.

PAULINA ORTEGA

—Ripley Corp reportó una sólida mejora de sus resultados financieros al cierre del primer semestre. El año pasado la compañía de retail informó fuertes pérdidas de \$38.991 millones a junio, pero en los primeros seis meses del 2024 ha logrado revertir dicho escenario sumando ganancias de \$8.584 millones.

Sólo entre abril y junio obtuvo utilidades atribuibles a la controladora de la compañía por \$11.130 millones, un fuerte repunte versus las pérdidas de \$19.686 millones del año pasado. Según explicó la compañía en los documentos entregados a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), esto fue impulsado principalmente por mejores resultados en los segmentos de retail, de banco en Chile e inmobiliario.

Las ventas de Ripley Corp, con presencia en Chile y Perú, subieron casi un 8% en el primer semestre hasta los \$975.024 millones versus los \$903.306 millones del mismo periodo del año pasado. En el segundo trimestre subió 9% de \$470.618 millones a \$514.037 millones.

La firma, controlada por la familia Calderón Volochinsky, sostuvo que sus ingresos de actividades ordinarias han subido por el incremento en el segmento de retail en un 10,8%, un 2,2% en el segmento bancario y en un 76% por el segmento inmobiliario, es decir, sus centros comerciales.

“Enfrentamos este segundo trimestre con un buen pie, producto de la mejora en las ventas y márgenes en el segmento de retail en Chile y Perú. En el segmento financiero, en línea con nuestro pilar de productividad y eficiencia, adaptamos los criterios de originación y disminuimos el costo por riesgo, que junto al menor costo de fondos ha aumentado nuestra rentabilidad. Por último, el segmento inmobiliario continúa su consolidación, tras la apertura de dos nuevos centros comerciales el año pasado. Para los próximos meses, seguiremos trabajando con foco en nuestro plan estratégico y con el propósito de mejorar la calidad de vida de las personas”, afirmó el CEO corporativo de Ripley Corp, Lázaro Calderón,

En el retail los ingresos totalizaron \$381.811 millones ante una mejora del consumo discrecional, es decir, no esencial tanto en Chile como en Perú. Además, fue impactado positivamente por la apreciación del sol peruano respecto del peso Chileno. Ripley afirmó que tuvo crecimiento de 2 dígitos en los eventos del Día de la Madre y el Cyber Day. En el segmento bancario, en tanto, las ventas se expandieron hasta los \$122.114 millones. “Lo anterior en un restrictivo contexto de originación de productos financieros, dado el foco en rentabilidad y manejo prudencial del riesgo de crédito, tanto en Chile como en Perú, lo que llevó a una reducción de 3,6% en la cartera de colocaciones a/a, alcanzando los \$1.240.321 millones”, dice el análisis de los resultados de Ripley.

El área inmobiliaria de Ripley fue impulsada por la apertura de dos nuevos centros comerciales en Perú: Mall Aventura Iquitos en agosto de 2023 y Mall Aventura San Juan de Lurigancho, en noviembre de 2023. Estos significaron una expansión de más de 50% del GLA (superficie arrendable total) versus el año pasado. El factor de ocupación consolidado que alcanzó un 96,5% (1,1 puntos porcentuales por sobre el segundo trimestre del 2023).

El ebitda (ganancias antes de impuestos, intereses, depreciación y amortización, una medida del flujo de caja operacional) sumó un total de \$39.807 millones, el mayor ebitda registrado para un segundo trimestre en la historia de Ripley. Esto es una recuperación total de los registros del primer semestre del año pasado cuando sumó -\$6.347 millones.

Esto se explica por la mejora significativa en la rentabilidad del segmento retail en Chile (\$13.601 millones) y Perú (\$7.816 millones), banco en Chile (\$11.106 millones), además del segmento inmobiliario en Perú (\$6.108 millones).

Con esto se suma a otras compañías de retail como Cencosud y Falabella que han logrado una mejora sustantiva de sus resultados financieros entre abril y junio del presente año. ●