



Ripley revierte las pérdidas tras un mayor consumo en Chile y Perú

■ La firma ligada a la familia Calderón culminó el segundo trimestre con ingresos por \$ 514 mil millones. El segmento retail creció más de 10% en el período.



POR EQUIPO EMPRESAS

El retail mostró mejores cifras en el segundo trimestre del año y Ripley es un ejemplo de ello. La empresa ligada a la familia Calderón reportó a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) ingresos por \$ 514.037 millones, un 9,2% más que en igual período de 2023.

“Esto se explica por un mejor desempeño del consumo discrecional en Chile y Perú, mayores ingresos del segmento inmobiliario en Perú y el aumento de ingresos en el banco por el mayor uso de productos financieros en Chile. Los crecimientos por segmento de negocio fueron 10,8% en retail, 2,2% en banco y 76% en el inmo-

liario”, dijo la firma en comunicado posterior a la publicación de los resultados.

Entre abril y junio, la compañía logró un margen bruto de 33,4% a nivel consolidado, una mejora de 676 puntos base de expansión en el margen (bps) respecto al mismo período de 2023. Este incremento, se debe al aumento significativo del margen en el banco en Chile, asociado al menor cargo por riesgo, producto de la mejora en los indicadores de mora, que alcanzaron los menores niveles en la historia del banco, y al menor costo de fondeo, junto a un mayor margen en el segmento retail en Chile y Perú.

La última línea cambió de tendencia, ya que las utilidades del

9,2%
SUBIERON LOS INGRESOS EN EL TRIMESTRE.

\$ 11.129 MILLONES
FUERON LAS UTILIDADES.

segundo trimestre alcanzaron a \$ 11.129 millones, lo que se compara con las pérdidas por \$ 19.686 millones en el mismo período del año pasado.

“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”, sostuvo el CEO Corporativo de Ripley Corp., Lázaro Calderón.

En el segmento retail, los ingresos totalizaron \$ 381.811 millones, un

10,8% más en comparación con el segundo trimestre de 2023. Este incremento se debe a la mejora en el consumo discrecional en Chile y Perú, junto al efecto de la apreciación del sol peruano respecto al peso chileno.

En el mercado local, el margen bruto de retail mostró una expansión de 381 bps en comparación con el año anterior, alcanzando un 29,3% en el segundo trimestre de 2024, producto de la implementación de nuevas tecnologías para la gestión comercial, una menor obsolescencia del inventario, menor merma y una mayor rentabilidad en la venta del market place. Asimismo, la compañía logró una mejora en el inventario, con una reducción de 10 días.