



Ripley logra utilidades por US\$ 54 millones en 2024 y reporta la “mejor Navidad de la historia”

El grupo, que revirtió las pérdidas de 2023, incrementó sus ventas en 8,3% en el año, hasta US\$2.094 millones, y 8,7% en el cuarto trimestre. En Chile, en la última parte del año influyeron las ventas navideñas y las compras de turistas extranjeros.

PAULINA ORTEGA

—Tras un complejo 2023, con pérdidas por \$50.774 millones (US\$ 51 millones), Ripley Corp., la empresa de la familia Calderón con operaciones en Chile y Perú, logró en 2024 volver a los números azules. Al cierre del año pasado, Ripley obtuvo ganancias por \$53.975 millones (US\$54 millones).

En el cuarto trimestre del año, la compañía ganó \$39.148 millones (US\$39 millones), triplicando las del mismo periodo del 2023, cuando obtuvo \$13.230 millones (US\$13 millones).

Los ingresos de la compañía subieron 8,3% desde US\$1.933 millones a US\$2.094 millones. En el cuarto trimestre crecieron 8,7%, a US\$646 millones.

La expansión de las ventas del cuarto trimestre, dijo la empresa, fue “impulsada por el mayor consumo discrecional y un destacado desempeño en el mes de Navidad, teniendo ingresos históricos para un mes de diciembre, excluyendo 2021, junto a un mejor contexto macroeconómico y el crecimiento del segmento inmobiliario en Perú debido a la consolidación de dos nuevos centros comerciales, junto a la apreciación del sol peruano frente al peso chileno”, dijo.

Los ingresos del segmento de retail crecieron 11,5%, a US\$ 509 millones, alza que fue atribuida “a un mayor dinamismo en el consumo, la mayor participación en la venta de extranjeros en Chile, el mejor contexto climático, mayor liquidez por los retiros previsionales y mejoras en la macroeconomía en

Perú”.

“En Chile, el crecimiento de 7,9% en ingresos se explica por la mejor Navidad de la historia, excluyendo el año 2021, y el aumento de la participación en la venta de extranjeros”, reportó Ripley sobre el último cuarto. En 2021, segundo año de la pandemia, el consumo se disparó por los apoyos fiscales a los hogares y los retiros de las AFP de Covid.

“Estamos muy contentos de poder mostrar estos resultados, en que se ven los frutos de nuestro foco en eficiencia y productividad, lo que nos ha permitido mejorar de manera histórica la rentabilidad de todas nuestras líneas de negocios. La optimización del inventario, la digitalización y el fortalecimiento del segmento inmobiliario han sido claves en este desempeño”, analizó Lázaro Calderón, CEO de Ripley. “Además, el menor costo por riesgo y el control de gastos han impulsado significativamente la rentabilidad de Banco Ripley”, agregó. En el segmento bancario de Ripley, el grupo ganó \$ 29.902 millones. En 2023, perdió \$ 23.324 millones.

Las ganancias del segmento inmobiliario bajaron 33%, a 48.293 millones, pero los ingresos crecieron 50%, empujados por la consolidación de dos nuevos centros comerciales en Perú, Iquitos y San Juan de Lurigancho, en agosto y noviembre 2023. El Ebitda, eso sí, avanzó un 60%.

Ripley Chile pasó de ganancias por \$34.233 millones en 2023 a pérdidas por \$18.498 millones en 2024. ●