

Ripley cierra el año con utilidades y anuncia un plan de inversiones un 18% más alto

POR M. BAEZA

Ripley Corp. reportó a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) sus estados financieros consolidados al cierre de 2024, en los que confirmó que dejó atrás las pérdidas de 2023 -por \$ 50.774 millones-, cerrando el ejercicio con utilidades de \$ 53.975 millones.

Los ingresos del *retailer* ligado a la familia Calderón crecieron un 8,3% interanual, alcanzando los \$ 2,086 billones (millones de millones) en 2024.

“Estamos mejor posicionados para continuar con nuestro plan estratégico, con una compañía más eficiente, preparada para enfrentar nuevos desafíos y conseguir un crecimiento sostenible”, declaró el gerente general, Lázaro Calderón.

Asimismo, la compañía

■ El foco en la eficiencia y rentabilidad, más la recuperación del consumo, llevó a la firma a revertir las pérdidas del año 2023.

anunció que su plan de inversiones para 2025 aumenta en 18%, por un monto de \$ 38.500 millones. En un comunicado, Ripley detalló que un 49% de ese monto será destinado a proyectos de digitalización y omnicanalidad, mientras que el 51% restante estará enfocado en remodelación de tiendas y ampliación de centros comerciales.

“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”, agregó Calderón.

“La optimización del in-

ventario, la digitalización y el fortalecimiento del segmento inmobiliario han sido claves en este desempeño. Además, el menor costo por riesgo y el control de gastos han impulsado significativamente la rentabilidad de Banco Ripley”, dijo.

Margen bruto

En el detalle, Ripley destacó en su comunicado que uno de los hitos más relevantes para la compañía, en el último trimestre, fue la mejora del margen bruto, que se expandió en 697 puntos base, alcanzando un total de \$

233.518 millones.

“Este crecimiento se explica, en gran medida, por el avance en la calidad del inventario, así como por el desempeño positivo del segmento bancario, que continuó beneficiándose de un menor cargo por riesgo y costos de financiamiento más eficientes”, argumentó Ripley.

En tanto, específicamente entre octubre y diciembre, los ingresos crecieron un 8,7% en comparación con el mismo período de 2023, lo que la firma atribuyó por una recuperación del consumo en la temporada de compras navideñas.

“El nivel de ventas de diciembre de Ripley fue uno de los más altos de la historia de la compañía, solo superado por igual mes de 2021 y el efecto extraordinario de los retiros de las AFP”, aseguró la empresa.