

PAULINA ORTEGA

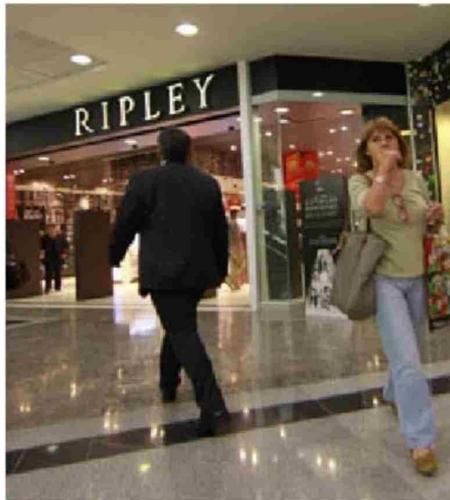
Ripley anotó una mejora radical de sus estados financieros al cierre del tercer trimestre de este año, logrando revertir las pérdidas del 2023. La empresa de *retail* logró pasar de pérdidas por \$64.004 millones (US\$71 millones) entre enero y septiembre, a ganancias de \$14.827 millones (US\$17 millones). Este es el segundo trimestre en que pasa de números rojos a azules, consolidando una recuperación de una difícil situación financiera.

Entre julio y septiembre Ripley Corp pasó de pérdidas de \$25.013 millones (US\$28 millones), a ganancias de \$6.244 millones (US\$7 millones) “impulsada por el mejor desempeño de los segmentos banco y retail, así como por el control de gastos, permitiendo a la compañía capturar eficiencias y mejorar su rentabilidad”, detallan los documentos entregados a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF). El CEO Corporativo de Ripley, Lázaro Calderón, dijo que “mejorar la eficiencia y la productividad, que forman parte del pilar de rentabilidad de la estrategia de Ripley Corp., continúa siendo relevante para el logro de mejores resultados. En este período, vimos una mejora del consumo discrecional en Perú y Chile, lo que, junto al trabajo en la posición del inventario, ha fortalecido el segmento *retail*”.

“En el segmento bancario, el manejo prudential del riesgo de crédito nos ha permitido obtener utilidades en ambos países, lo cual sienta las bases para retomar el crecimiento en este segmento. Asimismo, el segmento inmobiliario continúa al alza tras la apertura de dos nuevos centros comerciales en Perú en agosto y noviembre de 2023. Esperamos cerrar el año con noticias positivas, para ello seguiremos trabajando en nuestro plan estratégico y en mejorar la calidad de vida de las personas”, añadió Calderón.

Los ingresos de Ripley subieron poco más de 8%, llegando a \$1.442.727 millones (US\$1.607 millones) en enero-septiembre de este año, versus las ventas por \$1.333.695 millones (US\$1.286 millones) de igual período de 2023. Lo anterior se explica por un mayor consumo

Ripley revirtió las pérdidas del año pasado y acumuló ganancias de US\$17 millones hasta septiembre



discrecional tanto en Perú como en Chile. En el tercer cuarto del año las ventas sumaron \$467.702 millones (US\$521 millones), casi 9% más que un año atrás.

“El enfoque intensivo en rentabilidad y eficiencia impulsó la mejora en el ebitda de \$45.241 millones (US\$50 millones), alcanzando \$31.639 millones en 3T24, siendo este el mejor tercer trimestre de la historia de Ripley Corp, exceptuando el 2021, expone en documento. Esto fue impulsado por la mayor contribución y el control de gastos.

Según el reporte de Ripley Corp, su segmento de *retail* subió más de 11% en el tercer trimestre. En Perú, el alza en pesos chilenos fue de 21,6%, reflejando una mejor situación en el inventario de la compañía. En el país vecino la mejora en las ventas se explicó con las menores temperaturas que el año pasado, además

de un mejor contexto macroeconómico ante una inflación más controlada.

En Chile las ventas del *retail* mejoraron en 5,1% en el tercer trimestre frente a 2023. En el país hubo un mejor consumo discrecional (no esencial) y un efecto positivo de la venta a extranjeros, sobre todo en septiembre.

El segmento bancario en tanto, tuvo un incremento marginal de 0,1% en sus ingresos en el trimestre, llegando a \$121.790 millones (US\$136 millones). “Lo anterior en un restrictivo contexto de originación de productos financieros, dado el foco en rentabilidad y manejo prudential del riesgo de crédito, lo que llevó a una reducción de 4,2% en la cartera de colocaciones consolidada a/a, alcanzando los \$1.198.053 millones”, detalló Ripley. Esta disminución en la cartera de colocaciones fue empujada por una baja en la cartera de Perú y compensado parcialmente por la chilena que subió un 3,2%.

“Chile mostró una mayor actividad comercial, con un aumento en la venta de productos financieros a/a. Como resultado de lo anterior, sumado a continuas mejoras en nuestros canales de cobranza, seguimos observando una disminución en los niveles de morosidad de nuestra cartera en Chile, alcanzando niveles históricamente bajos”, dijo la empresa. Y añadió que en ambos países lograron tener utilidades en este segmento.

En el segmento inmobiliario tuvo un incremento en sus ingresos de casi 50% por las aperturas de Mall Aventura Iquitos en agosto de 2023 y Mall Aventura San Juan de Lurigancho, en noviembre de 2023, cerró el informe.