



RESULTADO OPERACIONAL DE RIPLEY CORP CRECE 45,8% ACUMULADO A SEPTIEMBRE DE 2017

- Esto se explica por la buena evolución de la operación, impulsado por el crecimiento de ventas online y vestuario marca propia, eficiencias en gastos en Chile y por la consolidación de Mall Aventura.
- La utilidad acumulada a septiembre de 2017 alcanza los MM\$31.071, cifra menor a la obtenida el año pasado, debido a la ganancia extraordinaria y no recurrente de MM\$34.236, registrada en el periodo comparable del año 2016, asociada a la revalorización a valor razonable de Mall Aventura S.A.
- Por su parte, el resultado operacional del tercer trimestre de 2017 creció 44,5%.

Santiago, 16 de noviembre, 2017. El resultado operacional de Ripley Corp, durante los primeros nueve meses del año, registró un crecimiento de 45,8% respecto al mismo período del año anterior, alcanzando los MM\$37.089. Esto se explica principalmente por un mejor desempeño de Ripley Chile, donde se apreciaron incrementos en ventas- impulsados por las ventas del canal online y por marcas propias- márgenes y gastos eficientes, además de la consolidación de Mall Aventura en el segmento inmobiliario en Perú, compensado parcialmente por menores resultados de los otros segmentos en este último país.

La utilidad neta llegó a los MM\$31.071 al tercer trimestre, cifra inferior a la alcanzada durante el mismo período del año pasado. Lo anterior, se explica principalmente por una utilidad no recurrente del 2016, asociada a la revalorización a valor razonable de Mall Aventura S.A. por MM\$34.236, registrada durante el 3° trimestre del 2016, efecto por una sola vez y que altera la base de comparación, y a un mayor gasto por impuestos atribuido principalmente a la mejor utilidad tributaria de la compañía durante este año.

Tercer Trimestre de 2017

Ripley Corp

El resultado operacional de Ripley Corp alcanzó los MM\$10.436 durante el trimestre, creciendo un 44,5% en relación a lo obtenido en el mismo periodo del año 2016, impulsado principalmente por un mejor desempeño de la operación en Chile y, en menor medida, del segmento bancario en Perú, así como por los frutos del plan de eficiencia en gastos, llevado a cabo por la compañía durante el año 2016.

Durante este tercer trimestre, los ingresos de la compañía aumentaron 4,1% respecto de 2016, llegando a MM\$384.383, los que fueron impulsados mayormente por el crecimiento de 5,8% en las ventas del segmento retail en Chile, los que a su vez se incrementaron principalmente por la venta de internet y marcas propias, y en menor medida, por los mayores ingresos en los segmentos financieros de Chile y Perú.

La ganancia neta durante el período alcanzó los MM\$6.709, lo que se compara negativamente con la utilidad de MM\$37.549. El mejor resultado del año 2016 se explica principalmente por la utilidad no recurrente que se generó en el trimestre comparable, producto del reconocimiento a valor razonable de Mall Aventura.

Ripley Chile

El resultado operacional del tercer trimestre del año fue de MM\$7.179, cifra superior a los MM\$1.557 alcanzados en igual período del año anterior. En la misma línea, el EBITDA ascendió a



los MM\$19.732 superando en un 36,2% al indicador del mismo trimestre de 2016. Este resultado es consecuencia de los mayores ingresos de actividades ordinarias, de un mayor margen bruto a nivel consolidado y de un ratio GAV/ventas que se muestra a la baja en comparación a igual período del año anterior, como consecuencia del plan de eficiencia impulsado por la compañía.

El resultado no operacional alcanzó los MM\$3.317 durante el trimestre, explicado mayoritariamente por los MM\$3.491 registrados por utilidades de asociadas, cifra mayor a los MM\$453 de pérdida obtenidos durante el período comparable del año anterior, el que consideró los gastos asociados al plan de eficiencia previamente mencionado.

Dado lo anterior, durante el tercer trimestre de 2017, Ripley Chile alcanzó una utilidad antes de impuestos de MM\$10.496, cifra que se compara positivamente con los MM\$1.104 obtenidos en el mismo período del año anterior, mientras que la ganancia neta llegó a los MM\$8.095.

Ripley Perú

El resultado operacional de Perú disminuyó en comparación al tercer trimestre del 2016, impactado por un margen bruto plano, dado el menor dinamismo que sigue mostrando la economía del país desde mediados del año 2016. Lo anterior, afectó principalmente el margen del segmento retail, lo que fue compensado parcialmente por los mayores márgenes de los segmentos financieros e inmobiliarios.

Finalmente, se pudo observar un incremento en los GAV del sector retail como consecuencia de las nuevas tiendas abiertas en el segundo semestre de 2016 (Atocongo a finales de agosto y Cayma a comienzos de diciembre) y por gastos de relanzamiento asociados a la tienda de Jockey Plaza.

El resultado no operacional del tercer trimestre del 2017 disminuyó en relación a igual período del año anterior, principalmente debido a que la compañía registró en 2016 una ganancia no recurrente por MM\$34.236, producto del reconocimiento a valor razonable de Mall Aventura.

Todo lo anterior, generó que Ripley Perú tuviera una ganancia de MM\$1.965 durante este período versus la ganancia de MM\$36.627, registrada en el mismo lapso del año 2016.