

Presentación de Resultados 3T17 Ripley Corp



R

1

Resultados acumulados 9M17

2

Hechos Relevantes 3T17

3

Resultados 3T17

4

Resultados por segmento

5

Ripley a futuro



- Positiva evolución del resultado operacional (+45,8%)
 - Los ingresos acumulados crecieron 5,3%
 - Mayores ventas a tiendas iguales (“SSS”) en Chile (+6,2%)
 - Crecimiento del canal online y marcas propias
 - Efecto consolidación Mall Aventura S.A. (“Mall Aventura”) durante el primer semestre
 - Eficiencias en gastos en Ripley Chile
- El EBITDA aumentó 11,9% hasta los MM\$101.826
- La ganancia antes de impuestos (“UAI”) alcanzó los MM\$37.848, mientras que la ganancia neta llegó a los MM\$31.071
 - Menor resultado en 9M17 por efecto revalorización de Mall Aventura a valor razonable por MM\$34.236 en 3T16, lo que altera la base de comparación
 - Mayor gasto por impuestos de MM\$9.785 en 9M17 v/s 9M16, debido a mejores utilidades tributarias

RIPLEY CORP (montos en MM\$)	Acumulado		
	9M17	9M16	Var %
Ingresos totales	1.174.035	1.114.506	5,3%
Ganancia bruta	432.242	409.780	5,5%
Gasto de administración y otros	(395.153)	(384.346)	2,8%
Resultado operacional	37.089	25.434	45,8%
Ganancia antes de impuestos	37.848	50.165	-24,6%
Ganancia procedente de operaciones continuadas	31.133	53.235	-41,5%
Ganancia procedente de operaciones discontinuadas	(62)	2.201	
Ganancia (pérdida)	31.071	55.436	-44,0%
EBITDA	101.826	90.961	11,9%

- Ripley Corp hoy cuenta con 74 tiendas, 45 de ellas en Chile y 29 en Perú. Durante el mes de septiembre Ripley Chile abrió sus más recientes tiendas:
 - Los Domínicos con 8.317 m² de superficie de venta
 - Coquimbo con 5.554 m² de superficie de venta
- El 1 de septiembre se inauguró Mall Plaza Los Domínicos, proyecto desarrollado por la asociada Nuevos Desarrollos S.A. (22,5% propiedad de Ripley) que tiene 91.000 m² de GLA y cuenta con la presencia de las principales tiendas nacionales e internacionales
- Con el fin de celebrar el vigésimo aniversario y, tras un proceso de remodelación, durante el mes de septiembre se llevó a cabo el relanzamiento de la tienda Ripley Jockey Plaza, la cual mantuvo sus 14.001 m² de superficie de venta
- Mall Aventura S.A. celebra su primer año de operación y desarrollo independiente del segmento inmobiliario en Perú
- Inicio de las obras de expansión de los 2 malls de Mall Aventura en Perú, en:
 - Agosto 2017 → Arequipa: GLA original: 65.300 m²; GLA expansión: 7.018 m²
 - Noviembre 2017 → Santa Anita: GLA original: 57.600 m²; GLA expansión: 30.212 m²

- Emisión de instrumentos financieros por MMUSD 166:
 - Banco Ripley Chile: Emisión de bonos por MM\$26.500 y MMUF1,5 (septiembre) y por MMUF0,5 (noviembre)
 - Banco Ripley Perú: Emisión de CDNs por MMS/ 50 (septiembre) y por MMS/ 75 (noviembre)
- Ripley trae a la marca internacional Aéropostale como marca de exclusiva comercialización, siguiendo con la estrategia del segmento retail de diferenciación a través de marcas propias con foco en vestuario y moda
- Como parte de la reorganización realizada para establecer estructuras más simples y horizontales se suprimió la función de Gerente País en Chile y Perú.
- Ripley inscribe nueva línea y series de bonos, por un máximo de UF 3 millones, para refinanciamiento de pasivos

- La UAI alcanzó los MM\$9.200, mientras que la utilidad neta llegó a los MM\$6.709:
 - Efecto revalorización de Mall Aventura a valor razonable por MM\$34.236 en 3T16, altera la base de comparación
 - Variación en operaciones discontinuadas y mayor gasto por impuestos en 3T17 debido a mejores utilidades tributarias
- Positiva evolución del resultado operacional (+44,5%)
 - Los ingresos acumulados crecieron 4,1%
 - SSS en Chile (+4,1%), impulsado por venta internet y marcas propias
 - Eficiencias en gastos en Ripley Chile
- El EBITDA aumentó 11,7% hasta los MM\$31.985

RIPLEY CORP (montos en MM\$)	Trimestral		
	3T17	3T16	Var %
Ingresos totales	384.383	369.214	4,1%
Ganancia bruta	141.136	134.393	5,0%
Gasto de administración y otros	(130.700)	(127.173)	2,8%
Resultado operacional	10.436	7.220	44,5%
Ganancia antes de impuestos	9.200	36.598	-74,9%
Ganancia procedente de operaciones continuadas	6.944	35.318	-80,3%
Ganancia procedente de operaciones discontinuadas	(235)	2.231	
Ganancia (pérdida)	6.709	37.549	-82,1%
EBITDA	31.985	28.646	11,7%

RIPLEY CHILE: NEGOCIO RETAIL

INGRESOS: aumentaron 5,8% (+4,1% SSS)

- ✓ Crecimiento en ventas del departamento vestuario
- ✓ Ventas e-Commerce enfocadas en línea dura

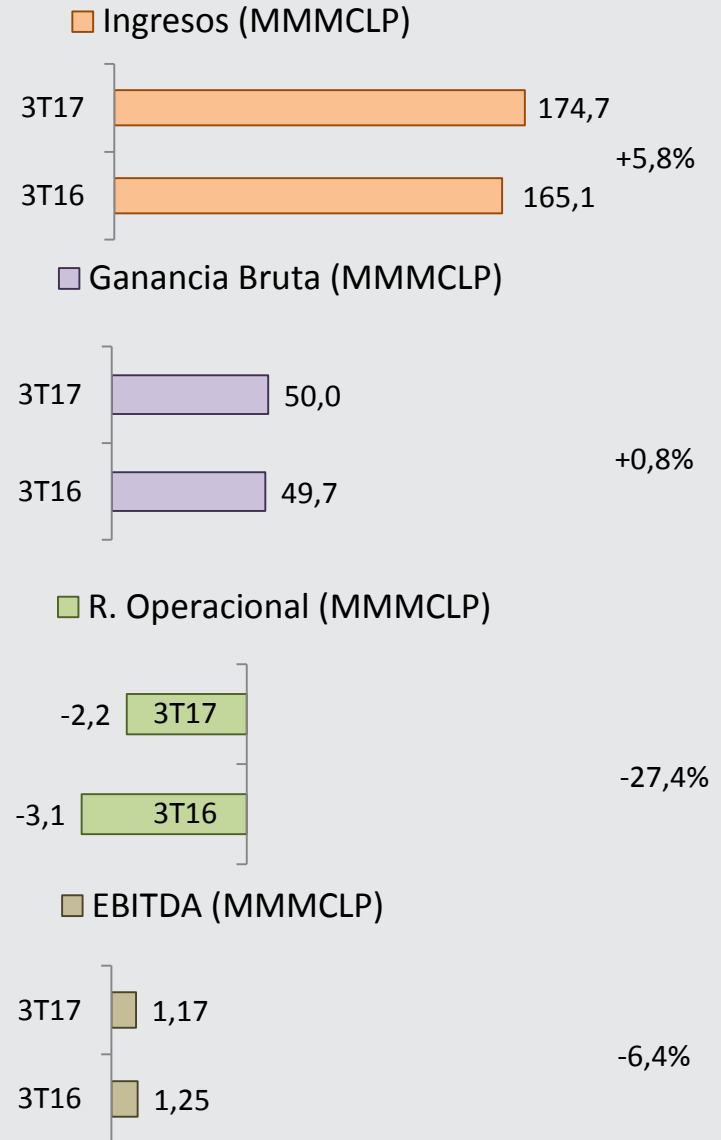
MARGEN BRUTO: disminución del margen bruto/ventas

- ✓ Extensión de la temporada de invierno afectó mix de ventas
- ✓ Compensado parcialmente por el mejor rendimiento del mix de productos blandos y mayores acuerdos de rebates con Banco Ripley

RESULTADO OPERACIONAL: mejoró en MM\$837 en 3T17

EBITDA: alcanzó los MM\$1.165, similar a 3T16

- ✓ Los GAV disminuyeron 0,9%



RIPLEY PERU: NEGOCIO RETAIL

INGRESOS: aumentaron 1,9% en pesos chilenos

- ✓ 1,8% de aumento medido en nuevos soles peruanos (-0,7% SSS), mayormente gracias a las nuevas tiendas Atocongo y Cayma
- ✓ Consumo impactado por una economía menos dinámica

MARGEN BRUTO: disminución del margen bruto/ventas

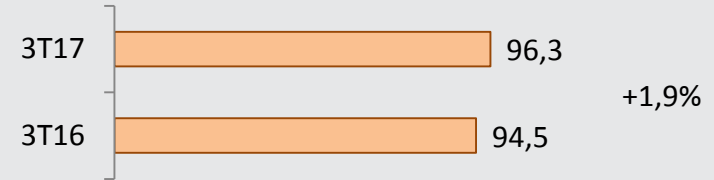
- ✓ Mayor nivel de liquidaciones respecto de 3T16, asociado a una menor demanda de lo esperado por economía menos dinámica y los efectos climáticos del 1T17

RESULTADO OPERACIONAL: disminuyó en MM\$2.861 en 3T17

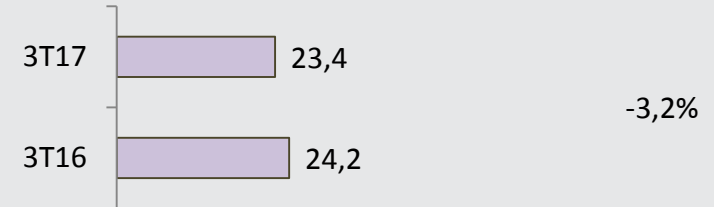
EBITDA: alcanzó los -MM\$1.490, cifra menor a la del 3T16

- ✓ Los GAV aumentaron 8,1%
 - ✓ Dos nuevas tiendas abrieron en el 2016 (finales de agosto y mediados de diciembre)
 - ✓ Gastos de reapertura tienda Jockey Plaza

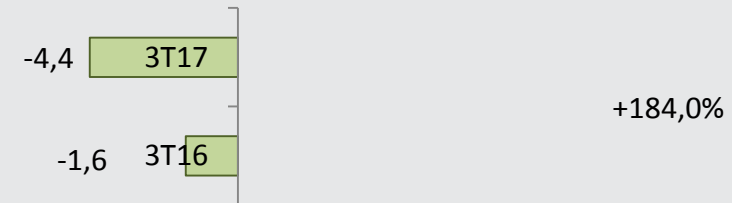
■ Ingresos (MMMCLP)



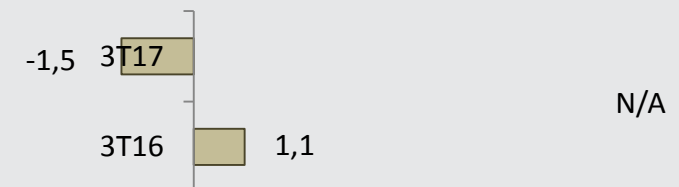
■ Ganancia Bruta (MMMCLP)



■ R. Operacional (MMMCLP)



■ EBITDA (MMMCLP)



RIPLEY CHILE: NEGOCIO FINANCIERO

INGRESOS: aumentaron 3,1%

- ✓ La cartera creció 6,5%
- ✓ Mix de colocaciones

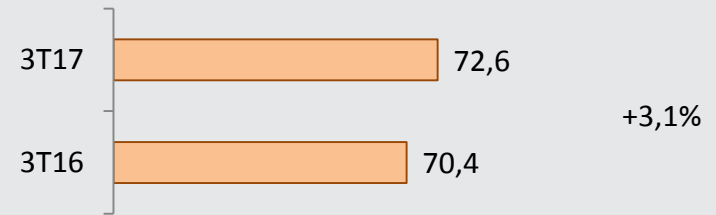
COSTOS OPERACIONALES: crecieron un 4,0%

- ✓ Los costos de fondeo decrecieron 0,2%
- ✓ El costo por riesgo neto aumentó 5,2%:
 - Crecimiento de la cartera
 - Empeoramiento en la calidad del empleo y economía menos dinámica

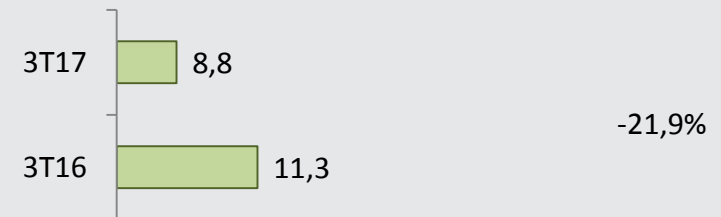
UTILIDAD: decreció 21,9% hasta los MM\$8.828

- ✓ GAV aumentaron 10% explicados mayormente por mayores acuerdos de rebates con retail y amortizaciones de nuevos sistemas
- ✓ Utilidad antes de impuestos alcanzó los MM\$12.317, un 8% menos que en 3T16

■ Ingresos (MMMCLP)



■ Utilidad (MMMCLP)



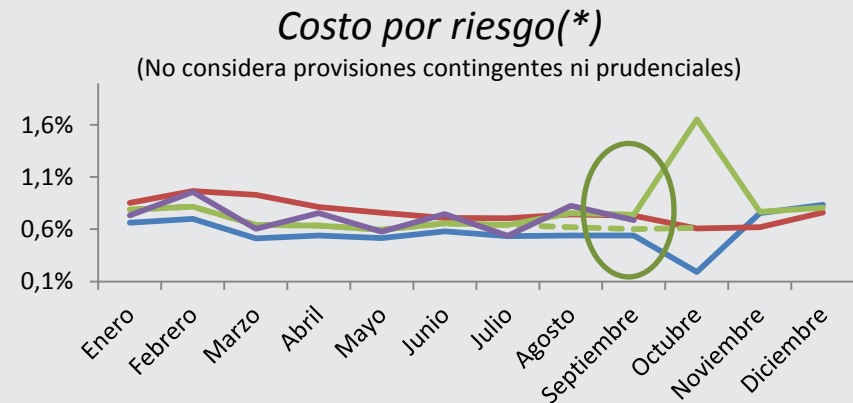
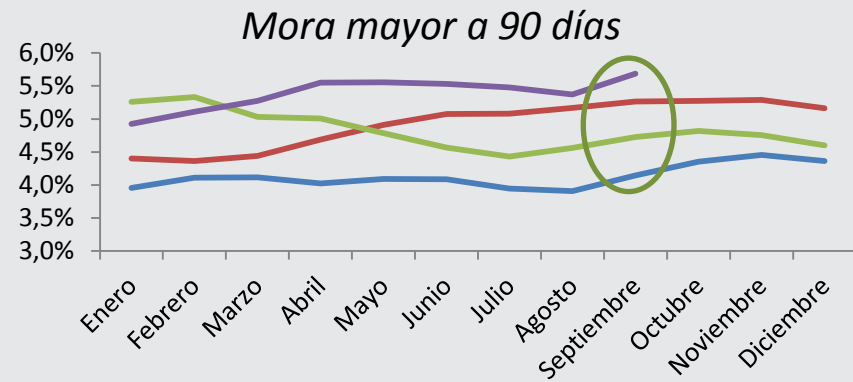
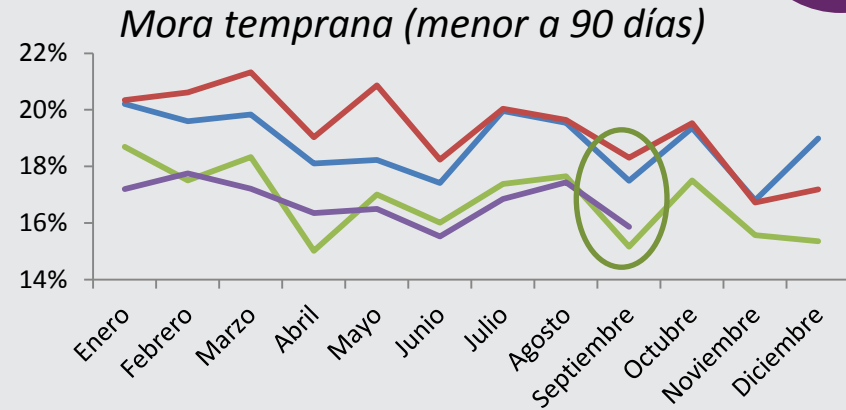
■ Cartera Bruta (MMMCLP)



(*) Nota: bajo NIIF las provisiones por créditos contingentes y provisiones adicionales tomadas bajo las normativas SBIF (Chile) y SBS (Perú), son reversadas a nivel consolidado en oficinas centrales y ajustes de consolidación.

RIPLEY CHILE: NEGOCIO FINANCIERO

- ✓ Saludable evolución de la mora temprana (menor a 90 días), mejorando al compararla con años anteriores y meses recientes
- ✓ La mora mayor a 90 días muestra una leve alza, explicada por un empeoramiento en la calidad del empleo y un menor dinamismo de la economía
- ✓ El costo por riesgo neto mensual, con nuevo modelo de provisiones, sigue en niveles estables y en línea con el año anterior



(*) En octubre 2016, Banco Ripley Chile modificó su política de provisiones de riesgo alineando su modelo a las definiciones de la SBIF

RIPLEY PERU: NEGOCIO FINANCIERO

INGRESOS: aumentaron 4,7%

- ✓ La cartera creció 8,4% (7,6% en moneda local)
- ✓ Mix de colocaciones

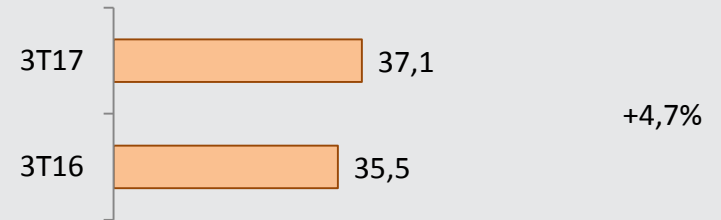
COSTOS OPERACIONALES: aumentaron 5,4%

- ✓ Aumento en el costo por riesgo neto de 7,7%
 - Crecimiento de la cartera

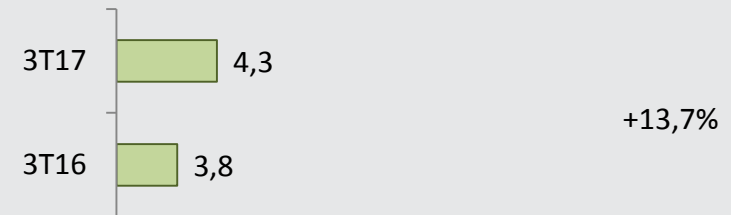
UTILIDAD: creció 13,7% hasta los MM\$4.322

- ✓ GAV estables

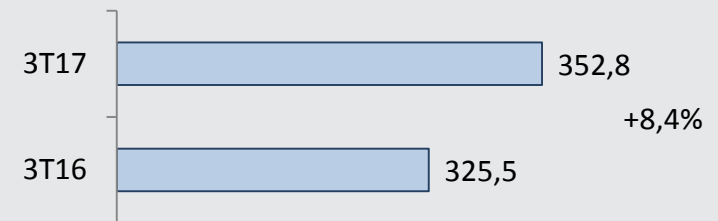
■ Ingresos (MMMCLP)



■ Utilidad (MMMCLP)

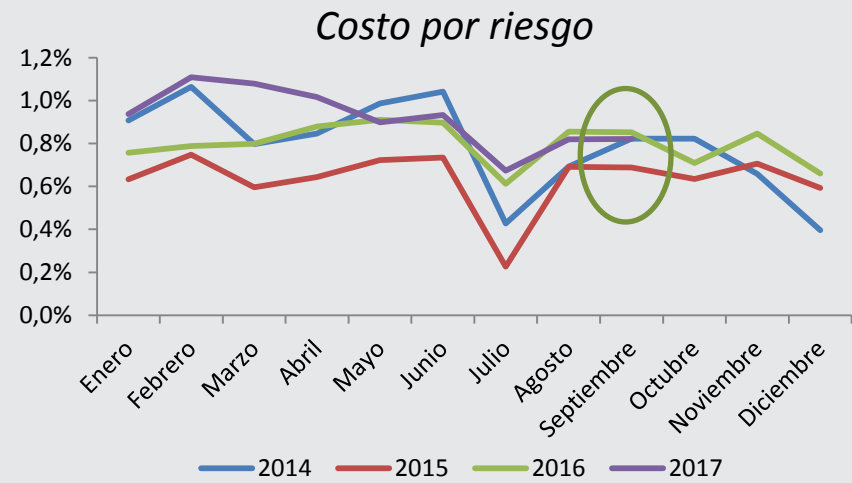
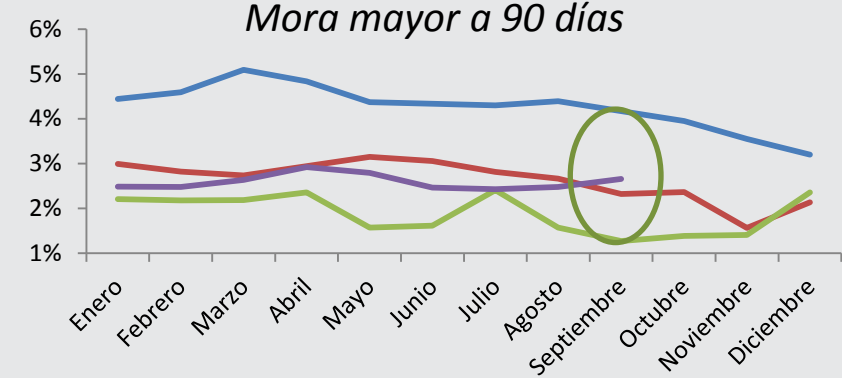
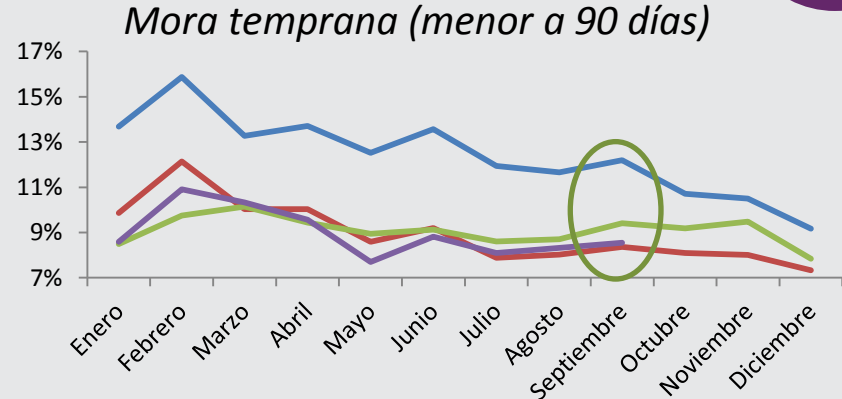


■ Cartera (MMMCLP)



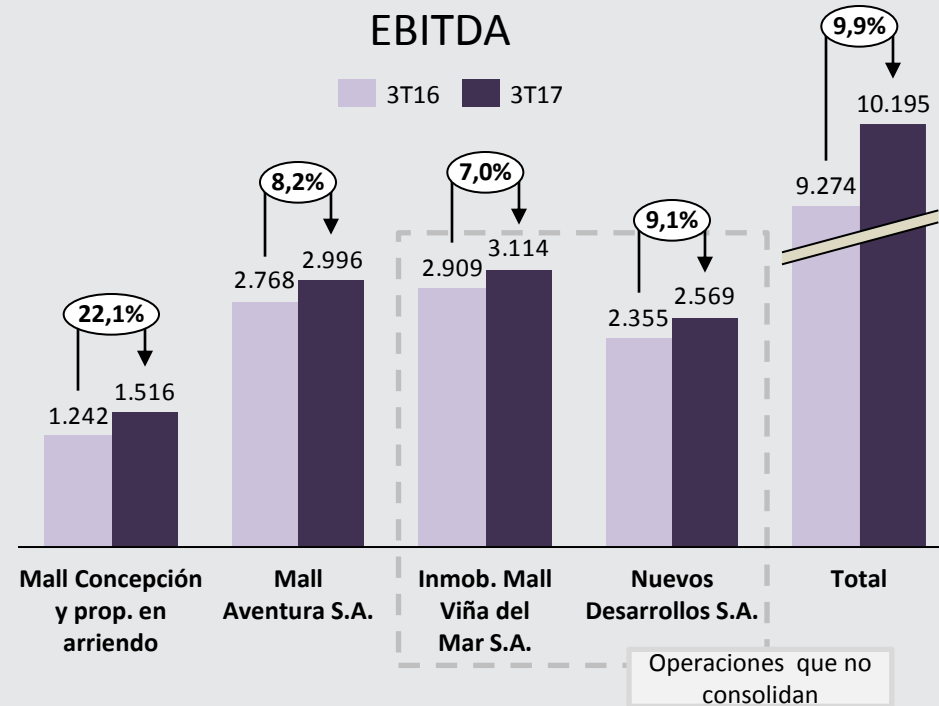
RIPLEY PERU: NEGOCIO FINANCIERO

- ✓ Tanto la mora temprana (menor a 90 días) como la mora mayor a 90 días se mantienen en niveles sanos en comparación a años anteriores
- ✓ El incremento en la mora tardía y en el costo por riesgo respecto al año 2016 es acotado y se ha mantenido dentro de los niveles razonables y mejorando en meses recientes, gracias a las políticas de evaluación de crédito en el origen
- ✓ El costo por riesgo se incrementa en línea con el aumento de la cartera








RIPLEY NEGOCIO INMOBILIARIO

- La ganancia neta del segmento aumentó en 47,1% alcanzando los MM\$6.081 (Chile +43,8% y Perú +56,1%)
- El EBITDA proporcional de Ripley Corp alcanzó los MM\$10.195 en el trimestre, aumentado 9,9% con respecto a 3T16



	Propiedad	País	Inversión ⁽¹⁾ (CLP MM)	GLA (m ²) ⁽¹⁾	Malls
Mall Concepción	100%	Chile	72.964	36.521	1
Inm. Mall Viña del Mar S.A.	50%	Chile	107.256	58.500	2
Nuevos Desarrollos S.A.	22,5%	Chile	124.799	97.080	7
Mall Aventura S.A.	100%	Perú	174.738	122.900	2
Total			479.757	315.001	12

FOCOS PRINCIPALES		PRINCIPALES FUENTES DE CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD			
RETAIL	- Moda & Marcas		Crecimiento en márgenes a través del plan estratégico, enfocado en marcas	Potenciar canal online	Crecimiento en m2 y mayor madurez de tiendas existentes
	- Aumentar rentabilidad				
BANCO	- Tarjeta de crédito competitiva		Migrar clientes conocidos a Mastercard	Mantener niveles saludables de apalancamiento	Implementar cuentas electrónicas, tarjetas de débito y otros servicios bancarios
	- Nuevo sistema tecnológico bancario		Crecimiento conservador apalancándose en clientes conocidos		
INMOBILIARIO	- Crecer en operaciones de Mall		Mayor madurez de malls existentes, nuevos malls mediante asociadas y expansión de malls propios existentes		Desarrollando nuevos proyectos

Limitación de Responsabilidad

Esta presentación contiene proyecciones hacia el futuro relativas a expectativas de la Compañía, sus negocios, resultados y su administración. Se hace presente que las declaraciones aquí contenidas han sido elaboradas en base a información sujeta a cambios y a riesgos e incertidumbres futuras o propias de la actividad de la Compañía. En virtud de lo anterior, esta presentación no garantiza resultados futuros, pudiendo éstos diferir de los resultados aquí proyectados lo cual no es de responsabilidad de la Compañía o la administración.



.com