

Presentación de Resultados 4T17 Ripley Corp



R

1

Resultados acumulados 2017

2

Hechos relevantes 4T17

3

Resultados 4T17

4

Resultados por segmento

5

Ripley a futuro



- Positiva evolución del resultado operacional (+16,2%)
 - Los ingresos acumulados crecieron 4,8%
 - Mayores ventas a tiendas iguales (“SSS”) en Chile (+4,5%), mayormente debido al crecimiento del canal online y las marcas propias
 - Efecto consolidación de Mall Aventura S.A. (“Mall Aventura”) a partir del 2S16
 - Eficiencias en gastos en Ripley Chile
- EBITDA creció 6,3% hasta los MM\$161.808
- La utilidad antes de impuestos (“UAI”) llegó a los MM\$100.492, mientras que la ganancia neta de las operaciones continuadas alcanzó los MM\$90.803, la cual incluye las ganancias provenientes de las revalorizaciones de las propiedades de inversión
- La utilidad neta llegó a los MM\$85.843, un 25,0% menor al 2016, sin embargo, creció 24% al compararla en bases similares

RIPLEY CORP (montos en MMCLP)	Acumulado		
	2017	2016	Var %
Ingresos Totales	1.674.748	1.598.399	4,8%
Ganancia bruta	615.970	596.961	3,2%
Gastos de administración y otros	(540.930)	(532.361)	1,6%
Resultados operacional	75.040	64.600	16,2%
Ganancia antes de impuestos	100.492	91.885	9,4%
Ganancia procedente de operaciones continuadas	90.803	77.767	16,8%
Ganancia procedente de operaciones discontinuadas	(4.952)	36.751	
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	8	37	-77,5%
Ganancia (pérdida)	85.843	114.481	-25,0%
EBITDA	161.351	151.808	6,3%

- Emisión de deuda por un monto total de MMUSD 183 durante el trimestre:
 - Banco Ripley Chile: emisión de un bono por MMUF 0,5 (noviembre)
 - Banco Ripley Perú: emisión de CDN por MMS/ 75 (noviembre) y un bono por MMS/ 44,4 (diciembre)
 - Ripley Corp: emitió 2 bonos por un monto total de MMUF 3, para refinanciamiento de deuda (noviembre)

- Ripley logró mantener un lugar dentro de las mejores empresas para trabajar tanto en Chile como en Perú, según el ranking *Great Place to Work*, alcanzando los siguientes puestos:
 - N° 23 para Ripley Retail Chile
 - N° 23 para Ripley Peru (Retail & Banco)
 - N° 35 para Banco Ripley Chile
 - N° 12 para Mall Aventura en la categoría de “20 a 250 trabajadores”

- Ripley continua implementado iniciativas para mejorar la experiencia de compra de sus clientes:
 - Nueva app móvil
 - POS móvil

- Resultado operacional ligeramente menor al obtenido en 4T16
 - Los ingresos consolidados crecieron 3,5%
 - Eficiencias en gastos en Ripley Chile
- EBITDA disminuyó 2,2% hasta los MM\$59.525
- El resultado operacional alcanzó los MM\$62.644 (+50,2%)
 - Considera las ganancias provenientes de las revalorizaciones de las propiedades de inversión (MM\$26.848 in 4T17 v/s MM\$9.523 in 4T16)
- La utilidad neta llegó a los MM\$54.772 (-7,3%)

RIPLEY CORP (monto en MMCLP)	Trimestre		
	4T17	4T16	Var %
Ingresos Totales	500.713	483.893	3,5%
Ganancia bruta	183.728	187.181	-1,8%
Gastos de administración y otros	(145.776)	(148.015)	-1,5%
Resultado operacional	37.952	39.165	-3,1%
Ganancia antes de impuestos	62.644	41.720	50,2%
Ganancia procedente de operaciones continuadas	59.670	24.532	143,2%
Ganancia procedente de operaciones discontinuadas	(4.889)	34.550	
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	9	19	-54,6%
Ganancia (pérdida)	54.772	59.063	-7,3%
EBITDA	59.525	60.847	-2,2%

RIPLEY CHILE: NEGOCIO RETAIL

INGRESOS

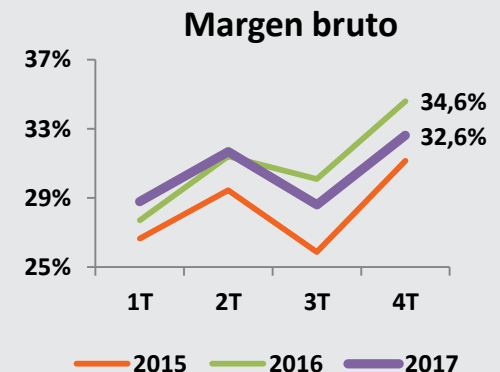
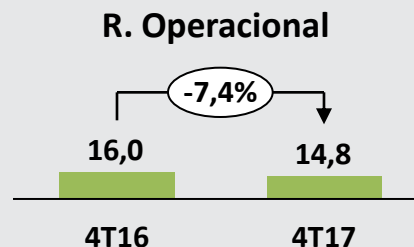
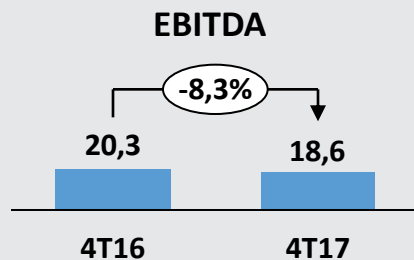
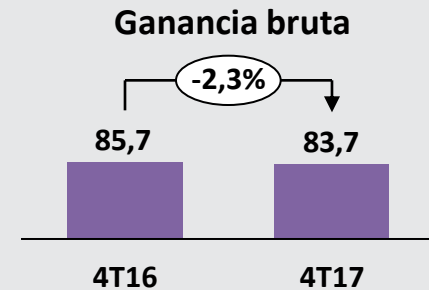
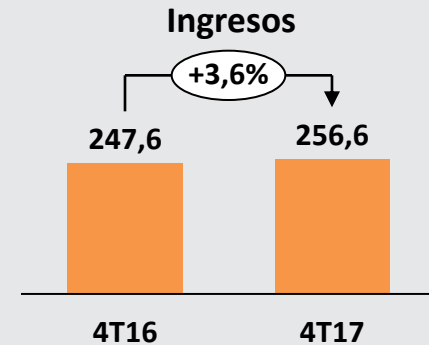
- ✓ Canal online, marcas propias y 3 nuevas tiendas
- ✓ Menos domingos disponibles para comprar
- ✓ Demanda menor a la esperada

MARGEN BRUTO

- ✓ Mayor nivel de descuentos comerciales en 4T17
- ✓ Compensado parcialmente por el mejor rendimiento del mix de productos y por mayores acuerdos de rebate con Banco Ripley

EBITDA:

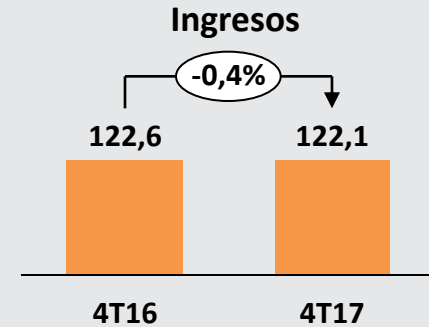
- ✓ Eficiencias en gastos de administración y ventas (- 1.2%)



RIPLEY PERÚ: NEGOCIO RETAIL

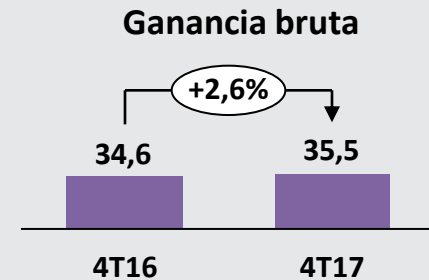
INGRESOS

- ✓ Disminución de -0,1% en moneda local (-1,9% SSS)
- ✓ Consumo impactado por una economía menos dinámica



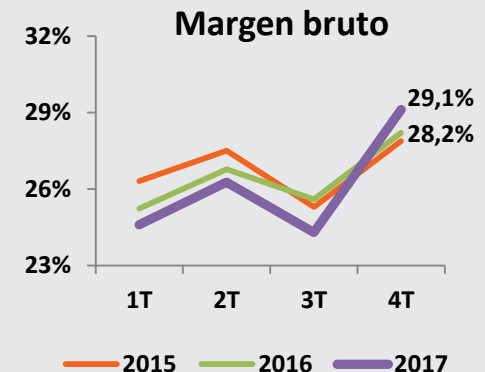
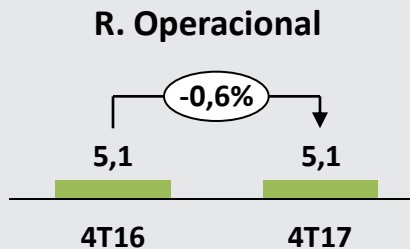
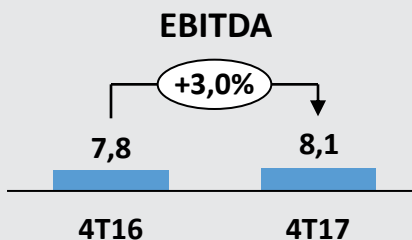
GANANCIA BRUTA

- ✓ Menor nivel de inventario en moneda local(-4,3%)
- ✓ Nivel plano de ventas frente al 4T16



EBITDA

- ✓ Gastos de administración y ventas crecieron 3,2% debido a dos nuevas tiendas



RIPLEY CHILE: NEGOCIO FINANCIERO

INGRESOS

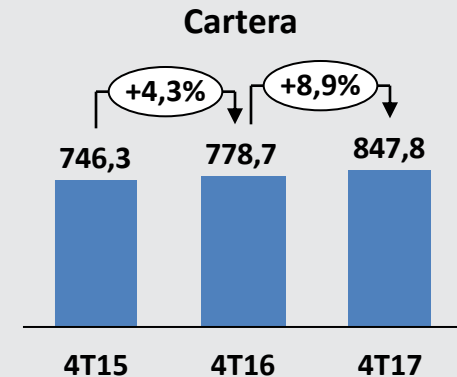
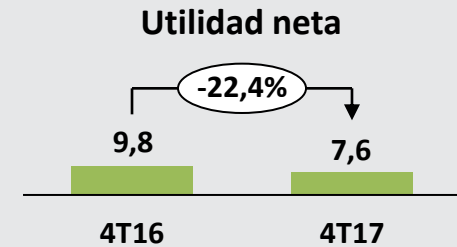
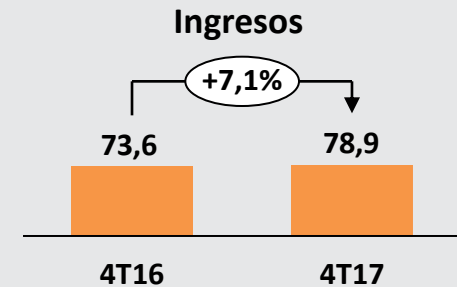
- ✓ La cartera creció 8,9%
- ✓ Ligero cambio en el mix de colocaciones

COSTOS OPERACIONALES: incremento de 5,7%

- ✓ Los costos de fondeo decrecieron 1,9%
- ✓ Aumento en el costo por riesgo neto:
 - Crecimiento de la cartera
 - Deterioro en la calidad del empleo y economía menos dinámica

UTILIDAD NETA

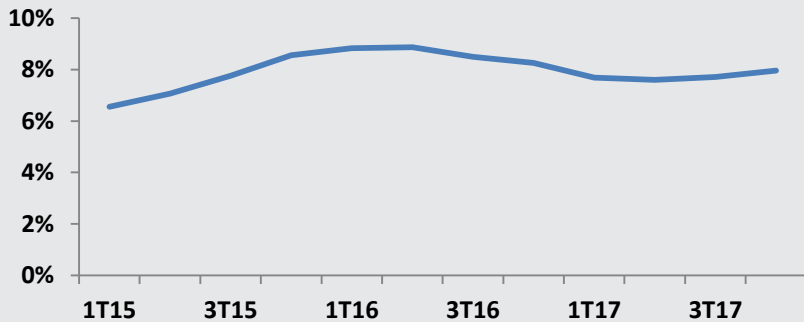
- ✓ Gastos de administración y ventas crecieron 18,3% principalmente atribuido a amortizaciones de nuevos sistemas, apertura de sucursales y al acuerdo de rebates entre el banco y el negocio retail
- ✓ UAI alcanzó los MM\$9.252, un 28% menor al 4T16



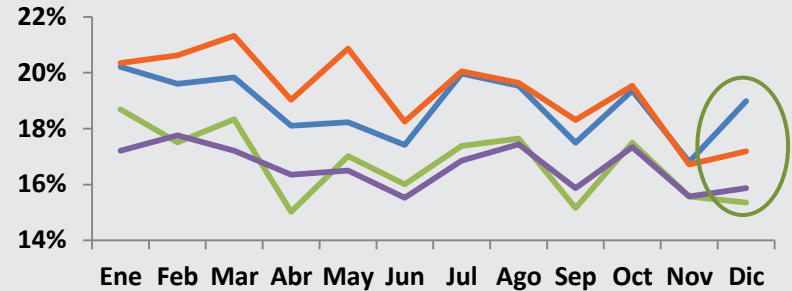
RIPLEY CHILE: NEGOCIO FINANCIERO

- ✓ 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 y el costo por riesgo neto mensual muestran un ligero incremento, explicado por un deterioro en la calidad del empleo y un menor dinamismo en la economía
- ✓ Costo por riesgo neto mensual, muestra un incremento con respecto a años anteriores debido al impacto del alza en mora sobre el nuevo modelo de provisiones, mientras que los castigos netos se mantienen estables

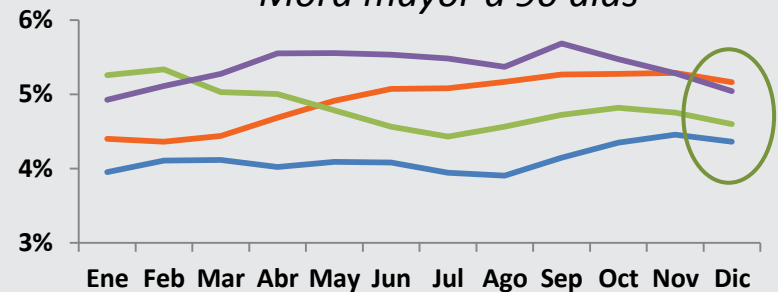
Castigos netos/cartera promedio



Mora menor a 90 días

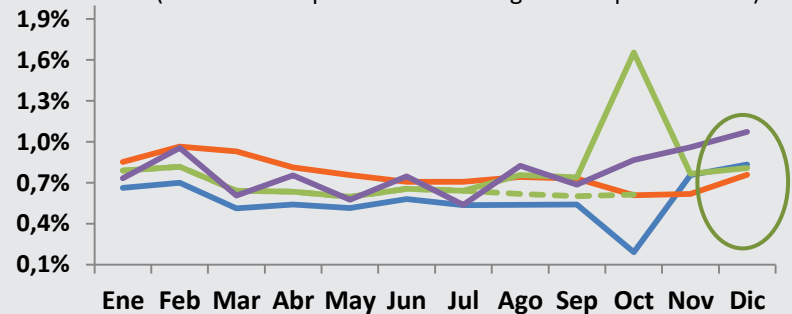


Mora mayor a 90 días



Costo por riesgo/ Cartera

(No considera provisiones contingentes ni prudenciales)



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

RIPLEY PERÚ: NEGOCIO FINANCIERO

INGRESOS

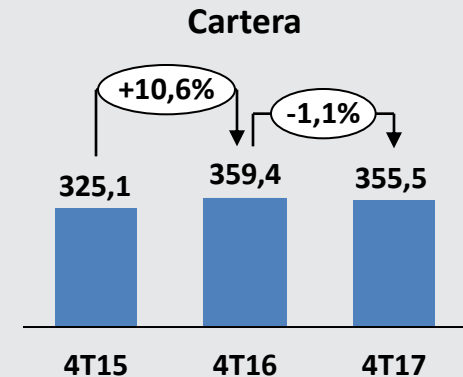
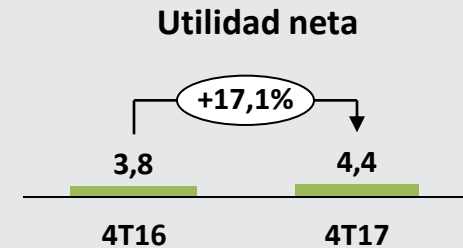
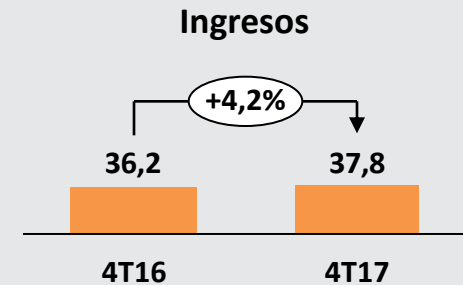
- ✓ La cartera decreció 1,1% (aumento de 4,4% moneda local) producto de la significativa disminución en el tipo de cambio empleado para las cuentas de balance

COSTOS OPERACIONALES: aumentaron 12%

- ✓ Costo por riesgo neto crece 18,5%
 - Crecimiento de la cartera
 - Incremento de la cartera refinanciada de los clientes afectados por las inundaciones del 1T17

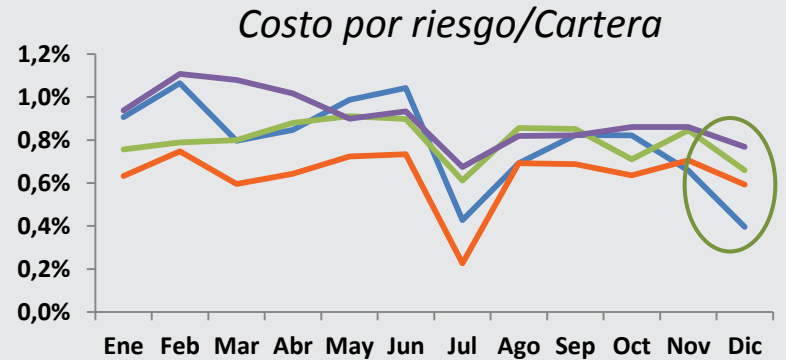
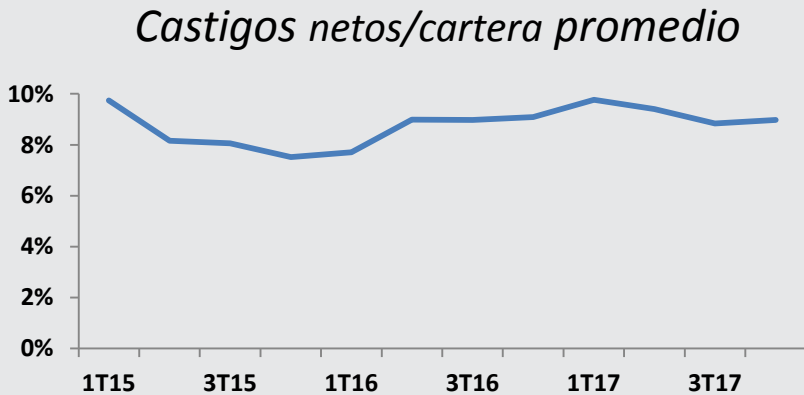
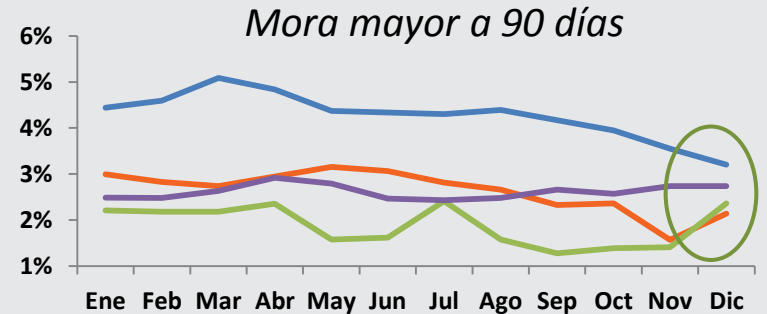
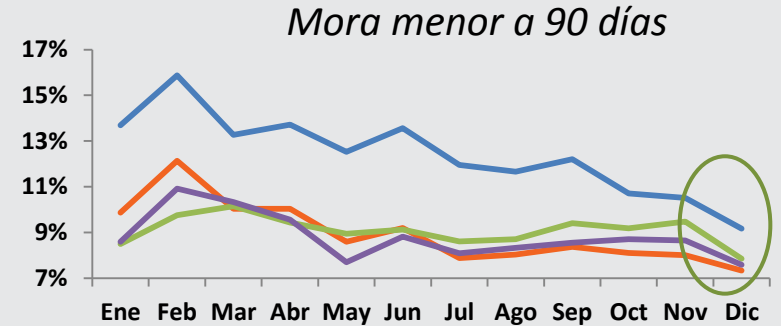
UTILIDAD NETA

- ✓ Gastos de administración y ventas disminuyeron 3,6%, lo que impulsó el crecimiento de 17,1% en la utilidad neta



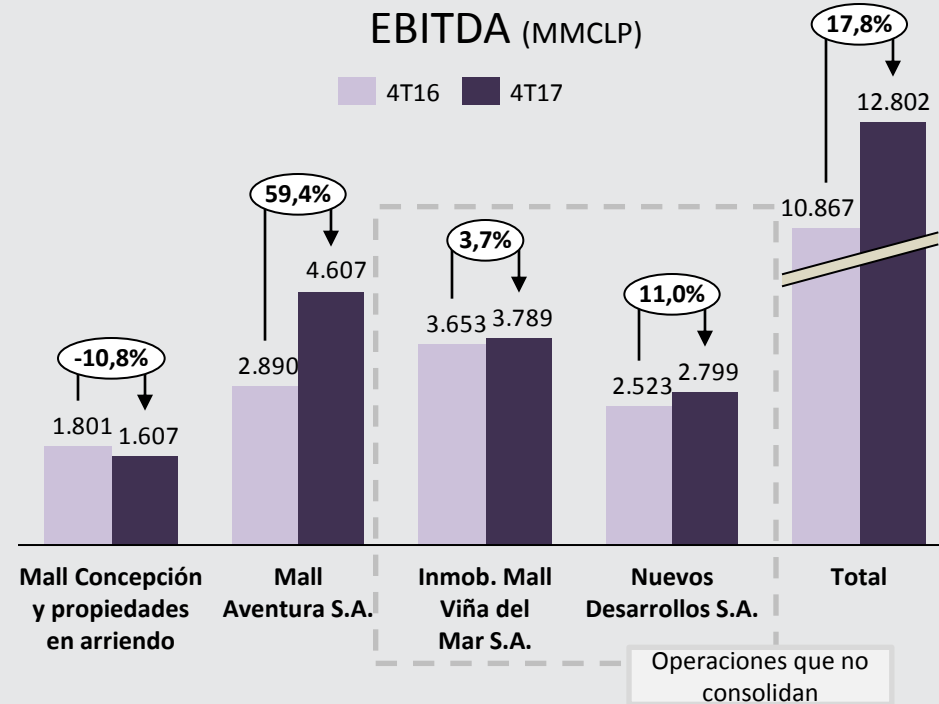
RIPLEY PERÚ: NEGOCIO FINANCIERO

- ✓ Tanto la mora temprana (menor a 90 días) como la mora tardía (mayor a 90 días) se mantienen en niveles sanos en comparación con años anteriores
- ✓ El incremento en costo por riesgo y la mora tardía con respecto al 2016 es ligero y explicado por el aumento en la cartera refinanciada, mientras que los castigos netos se mantienen estables gracias a las políticas de evaluación de crédito implementadas









RIPLEY NEGOCIO INMOBILIARIO

- ✓ La ganancia neta del negocio inmobiliario creció 232,9% alcanzando los MM\$31.867 (Chile MM\$28.466 y Perú MM\$3.400) principalmente atribuido a revalorizaciones de las propiedades de inversión:
 - Propias → MM\$2.252 (MM\$2.881 in 4T16)
 - Asociadas → MM\$24.596 (MM\$6.642 en 4T16)
- ✓ El EBITDA proporcional de Ripley Corp llegó a los MM\$12.803 durante el trimestre, aumentando 17,8% al compararlo con 4T16



	Propiedad	País	Inversión ⁽¹⁾ (MMCLP)	GLA (m ²) ⁽¹⁾	Malls
Mall Concepción y prop. en arriendo	100%	Chile	74.448	36.800	1
Inm. Mall Viña del Mar S.A.	50%	Chile	111.626	59.700	2
Nuevos Desarrollos S.A.	22,5%	Chile	145.486	97.425	7
Mall Aventura S.A.	100%	Perú	174.271	126.000	2
Total			505.831	319.925	12

	FOCOS PRINCIPALES		PRINCIPALES FUENTES DE CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD		
RETAIL	<ul style="list-style-type: none"> - Moda & Marcas - Aumentar rentabilidad 	 	Crecimiento en márgenes y ventas por m ² a través del plan estratégico enfocado en marcas & omnicanalidad		Fortalecer el canal online
BANCO	<ul style="list-style-type: none"> - Tarjeta de crédito competitiva - Nuevo sistema tecnológico bancario 	 	Crecimiento conservador apalancándose en clientes conocidos	Mantener niveles saludables de apalancamiento	Implementar cuentas vista, tarjetas de débito y otros servicios bancarios, así como fortalecer el programa de fidelización
INMOBILIARIO	<ul style="list-style-type: none"> - 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