



Agosto 2017

# Ripley Corp

## Resultados 2<sup>do</sup> Trimestre 2017

1. Resumen Resultados acumulados Ripley Corp
2. Hechos relevantes 2T17
3. Resumen Resultados 2T17 Ripley Corp
4. Segmento Retail
5. Segmento Bancario
6. Segmento Inmobiliario
7. A futuro

# RESUMEN RESULTADOS 6M17 RIPLEY CORP

- La utilidad alcanzó los MM\$24.362, un 36,2% mayor a la obtenida en 6M16
- Utilidad antes de impuestos llegó a MM\$28.648, creciendo MM\$15.081 (+111,2%) respecto del año anterior
- Positiva evolución del resultado operacional (+46,3%)
  - Los ingresos acumulados crecieron 6,0%
  - Mayores ventas a tiendas iguales (“SSS”) en Chile (+7,3%)
  - Los ingresos del negocio financiero crecieron 5,0%
  - Consolidación de Mall Aventura S.A. (“Aventura”)
  - Eficiencias en gastos en Ripley Chile
- El EBITDA aumentó 12,1% hasta los MM\$69.842

RIPLEY CORP (montos en MM\$)	Acumulado		
	6M17	6M16	Var %
Ingresos totales	790.106	745.292	6,0%
Ganancia bruta	291.560	275.387	5,9%
Gasto de administración y otros	(264.908)	(257.173)	3,0%
Resultado operacional	26.652	18.214	46,3%
Ganancia antes de impuestos	28.648	13.567	111,2%
Ganancia procedente de operaciones continuadas	24.189	17.917	35,0%
Ganancia procedente de operaciones discontinuadas	173	(30)	
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>24.362</b>	<b>17.887</b>	<b>36,2%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>69.842</b>	<b>62.316</b>	<b>12,1%</b>

- ✓ Banco Ripley Perú realizó dos emisiones de instrumentos financieros durante el trimestre
  - CDNs: S/ 50 millones a un año
  - BCs: S/ 50 millones a 2,5 años

Por otra parte, el día martes 27 de junio de 2017, Banco Ripley Perú repartió S/ 30 millones como dividendos a su matriz por concepto de utilidades acumuladas del ejercicio 2016

- ✓ Canal online de Ripley en Perú recibe el eCommerce Award al Líder del eCommerce en Retail en dicho país, por segundo año en consecutivo
- ✓ Durante el primer trimestre, Mall Aventura realizó la venta de un terreno ubicado en Los Olivos, Lima
  - Venta por MM\$27.541
  - Terreno disponible para la venta sin proyecto asociado
  - Utilidad antes de impuestos por MM\$3.904 sobre el valor razonable registrado
- ✓ Durante el mes de julio, se iniciaron los trabajos de ampliación de Mall Arequipa en Perú.
  - Este proyecto entregará cerca de 7.000 m<sup>2</sup> de GLA
  - Se estiman ventas adicionales para los locatarios por S/ 66 millones
  - Se contempla su apertura para el último trimestre de este año

# RESUMEN RESULTADOS 2T17 RIPLEY CORP

- La utilidad alcanzó los MM\$18.230, un 54,9% mayor a la obtenida en 2T16
- Utilidad antes de impuestos llegó a MM\$20.644, creciendo MM\$8.403 (+68,6%) respecto del año anterior
- Positiva evolución del resultado operacional (+19,0%)
  - Mayores ventas a tiendas iguales (“SSS”) en Chile (+5,1%)
  - Mejora en ingresos y márgenes en retail Chile
  - Consolidación de Mall Aventura S.A. (“Aventura”)
  - Eficiencias en gastos en Chile
- El EBITDA aumentó 5,2% hasta los MM\$38.625

RIPLEY CORP (montos en MM\$)	Trimestral		
	2T17	2T16	Var %
Ingresos totales	415.938	393.616	5,7%
Ganancia bruta	153.858	145.362	5,8%
Gasto de administración y otros	(137.184)	(131.348)	4,4%
Resultado operacional	16.673	14.014	19,0%
Ganancia antes de impuestos	20.644	12.241	68,6%
Ganancia procedente de operaciones continuadas	17.879	12.960	38,0%
Ganancia procedente de operaciones discontinuadas	352	(1.187)	
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>18.230</b>	<b>11.773</b>	<b>54,9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>38.625</b>	<b>36.725</b>	<b>5,2%</b>

## RIPLEY CHILE: NEGOCIO RETAIL

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

- ✓ Crecimiento en venta de departamento vestuario
- ✓ Ventas e-Commerce enfocadas en línea dura
- ✓ Cyberday a finales de mayo

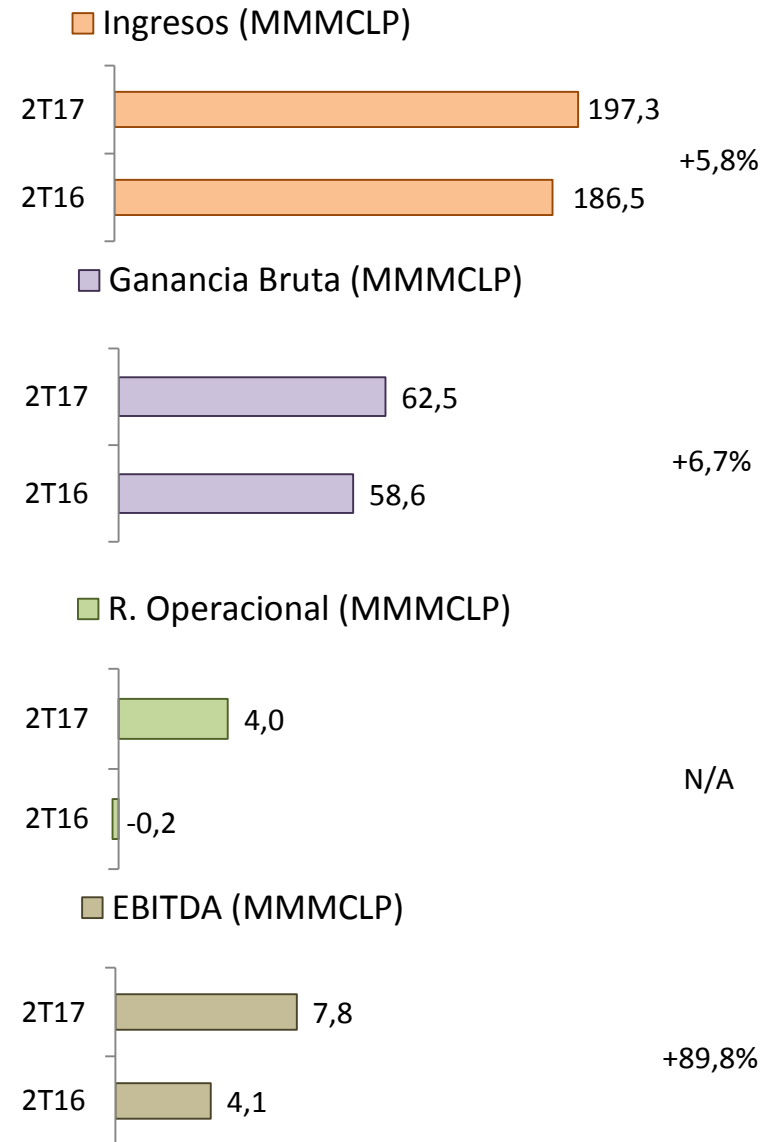
**MARGEN BRUTO:** crecimiento del margen bruto/ventas

- ✓ Mejor rendimiento de la línea blanda
- ✓ Mejor mix de productos blandos y duros
- ✓ Mayor contribución de descuentos comerciales desde Banco Ripley

**RESULTADO OPERACIONAL:** aumentó en MM\$4.274 en 2T17

**EBITDA:** alcanzó los MM\$7.826 en 2T17

- ✓ Los GAV disminuyeron 0,6%
  - ✓ GAV directo estable
- ✓ Incremento de 180 bps en margen EBITDA



## RIPLEY PERU: NEGOCIO RETAIL

**INGRESOS:** aumentaron 4,6% en pesos chilenos

- ✓ 4,9% de aumento medido en nuevos soles peruanos (+0,6% SSS), muestra un cambio de tendencia importante respecto al 1T17
- ✓ Consumo impactado por una economía menos dinámica

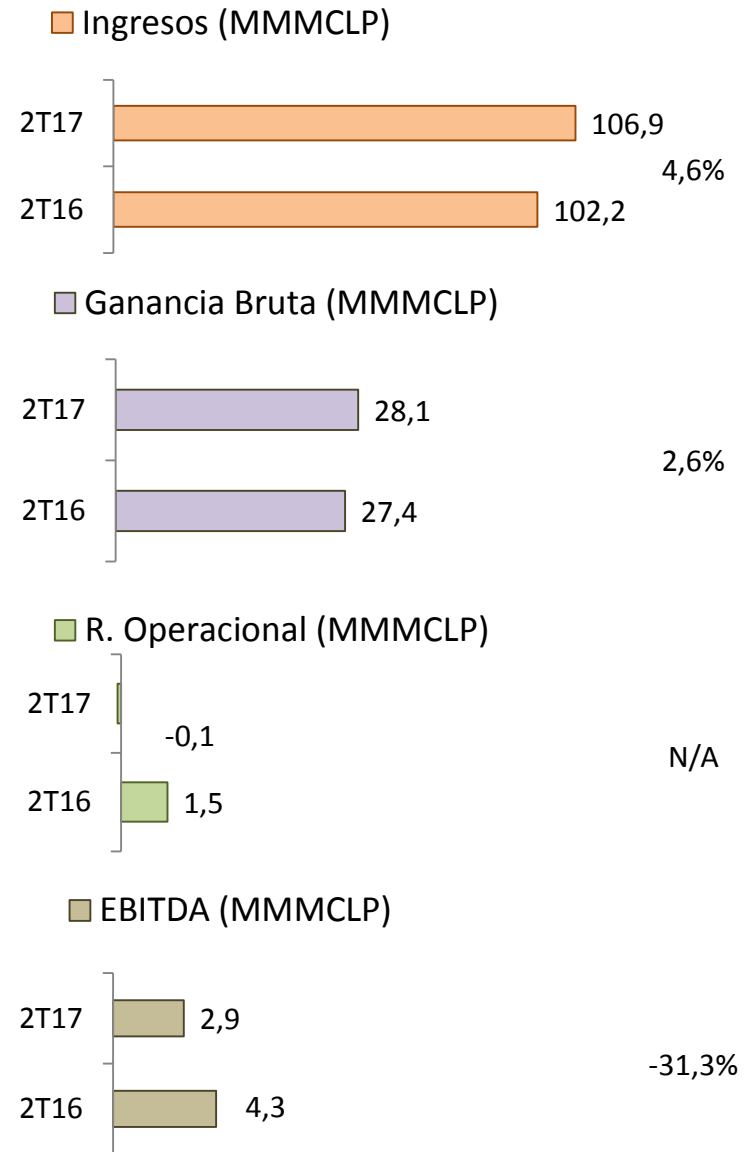
**MARGEN BRUTO:** disminución del margen bruto/ventas

- ✓ Mayor nivel de liquidaciones respecto de 2T16
- ✓ Mejora de 169 bps respecto al 1T17 muestra repunte contra este trimestre
- ✓ Contribución estable de descuentos comerciales por parte de Banco Ripley

**RESULTADO OPERACIONAL:** cayó en MM\$1.667

**EBITDA:** alcanzó los MM\$2.927, cifra menor a la del 2T16

- ✓ Los GAV aumentaron 9,2%
  - ✓ Dos nuevas tiendas abrieron en el 2016 (agosto y diciembre)





## RIPLEY CHILE: NEGOCIO FINANCIERO

**INGRESOS:** aumentaron 3,7%

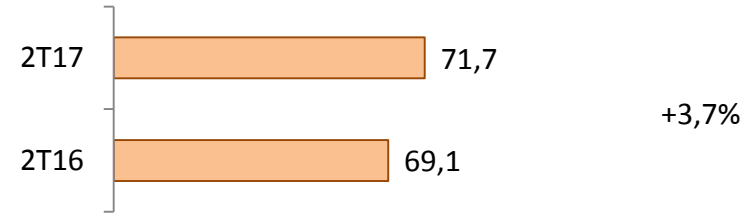
- ✓ La cartera creció 6,2%

**COSTOS OPERACIONALES:** crecieron un 23,9%

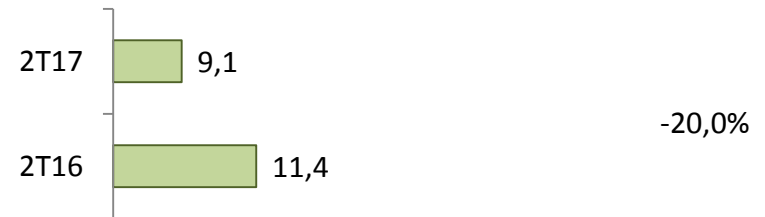
- ✓ Los costos de fondeo decrecieron 13,2%
- ✓ El costo por riesgo neto aumentó 44,7%, sin embargo al eliminar efectos de provisiones contingentes y adicionales, el costo por riesgo habría crecido 17,4% (por crecimiento de cartera y mayor riesgo sistémico)

**UTILIDAD:** decreció 20,0% hasta los MM\$9.092

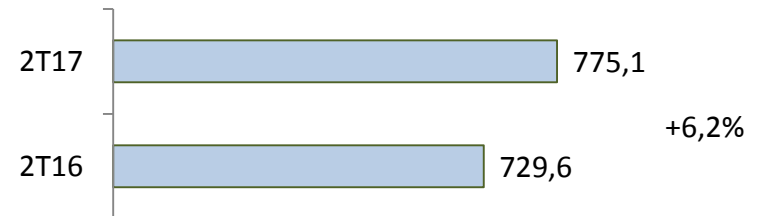
■ Ingresos (MMMCLP)



■ 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.

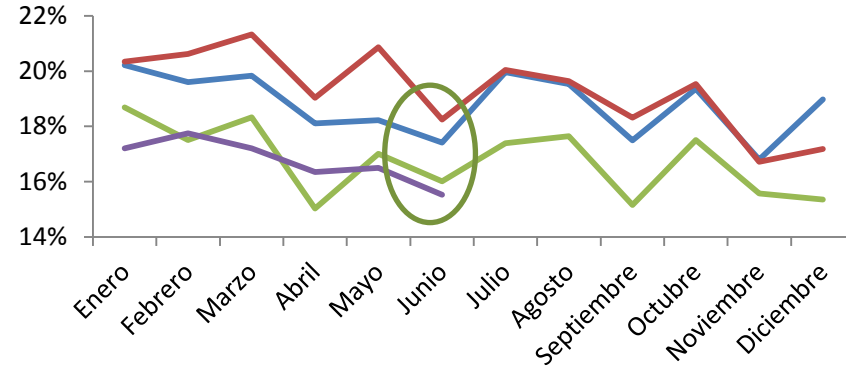




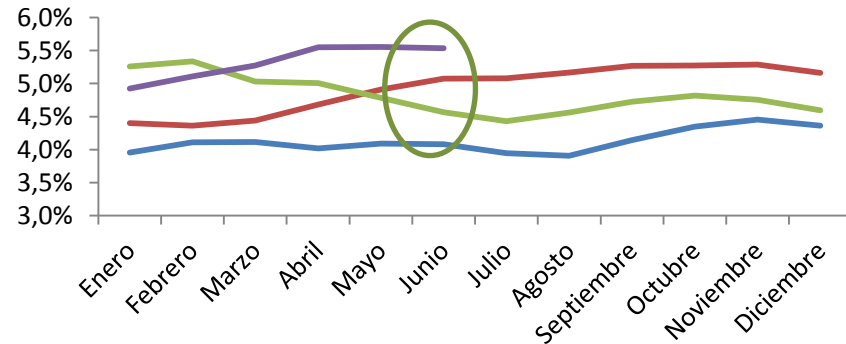
## RIPLEY CHILE: NEGOCIO FINANCIERO

- ✓ Saludable evolución de la mora temprana (menor a 90 días), mejorando al compararla con años anteriores
- ✓ La mora mayor a 90 días muestra una leve tendencia al alza, la que se encuentra en línea con el comportamiento del sistema bancario chileno durante los primeros meses del año 2017
- ✓ El costo por riesgo neto mensual, con nuevo modelo de provisiones, sigue en niveles estables y en línea con años anteriores.

Mora temprana (menor a 90 días)

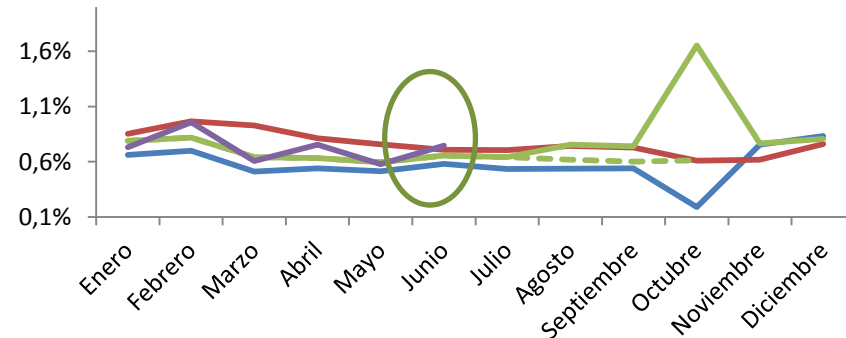


Mora mayor a 90 días



Costo por riesgo(\*)

(No considera provisiones contingentes ni prudenciales)



— 2014 — 2015 — 2016 - - - 2016 Modelo antiguo — 2017

(\*) 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 2,2%

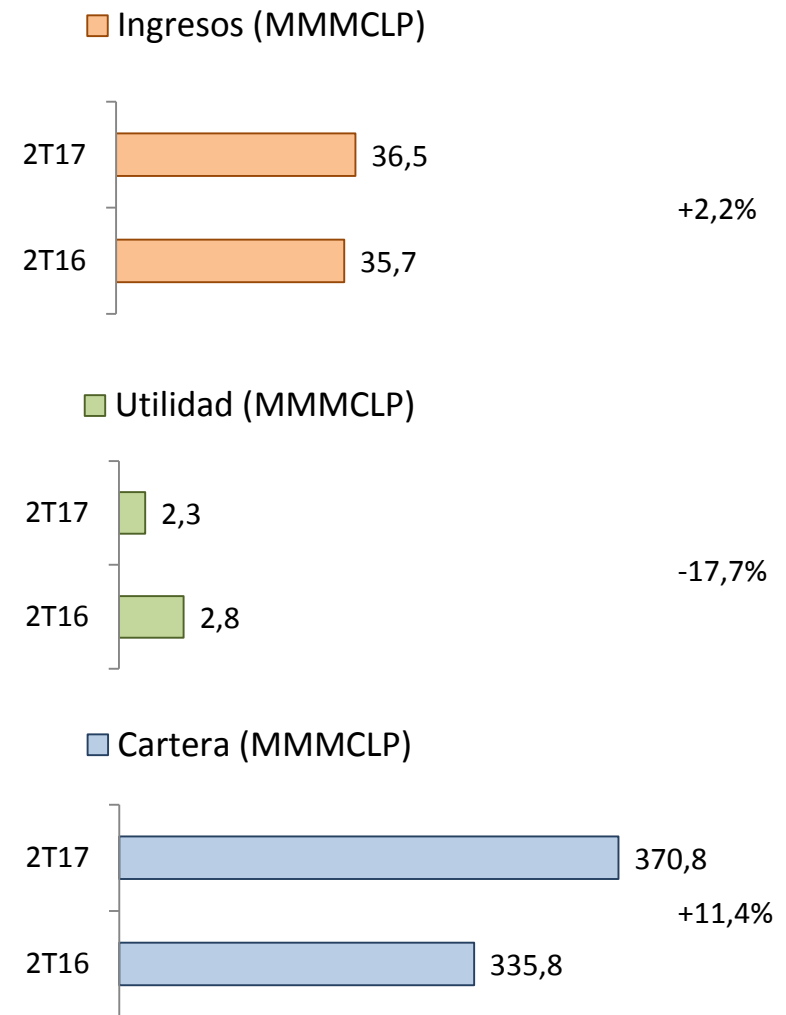
- ✓ La cartera creció 10,4%
- ✓ Diferencia en el crecimiento de los ingresos versus el crecimiento de la cartera
  - Menores ingresos por refinanciamiento realizado a clientes afectados por el fenómeno “El Niño”
  - Venta de cartera castigada en 2T16 afecta base de comparación

**COSTOS OPERACIONALES:**

- ✓ Aumento en el costo por riesgo neto
  - Deterioro en el comportamiento de pago del sistema bancario peruano
  - Aumento de provisiones por alineamiento

**UTILIDAD:** decreció 17,7% hasta los MM\$2.344

- ✓ GAV decrecieron 1,2%

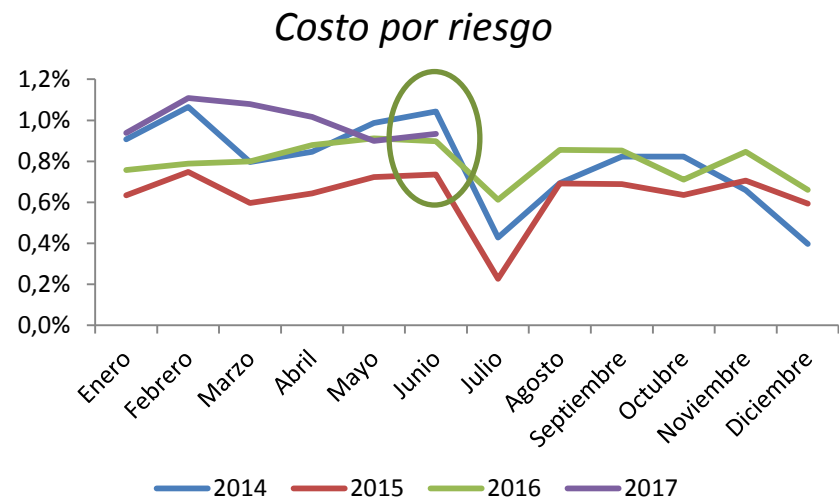
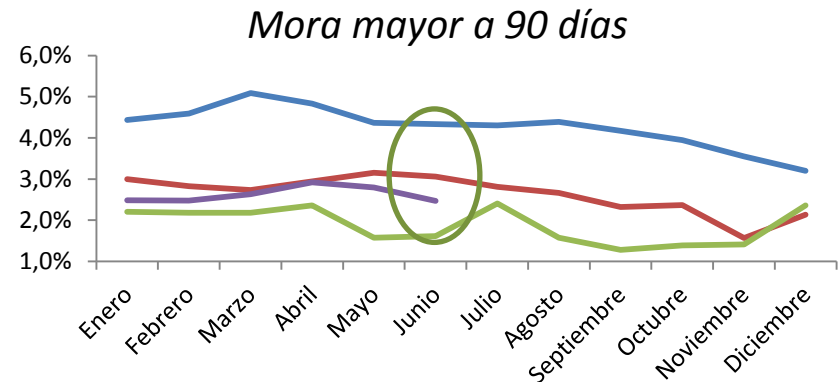
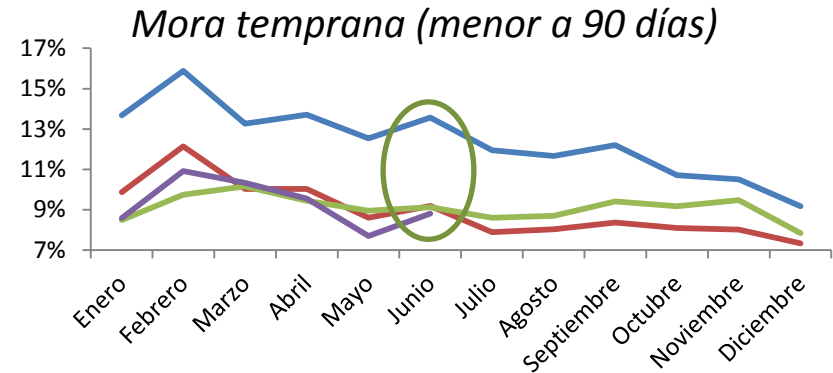


(\*) Nota: bajo NIIF las provisiones por créditos contingentes y provisiones adicionales tomadas bajo las normativas SBIF (Chile) y SBS (Perú), son reversadas a nivel consolidado en oficinas centrales y ajustes de consolidación.



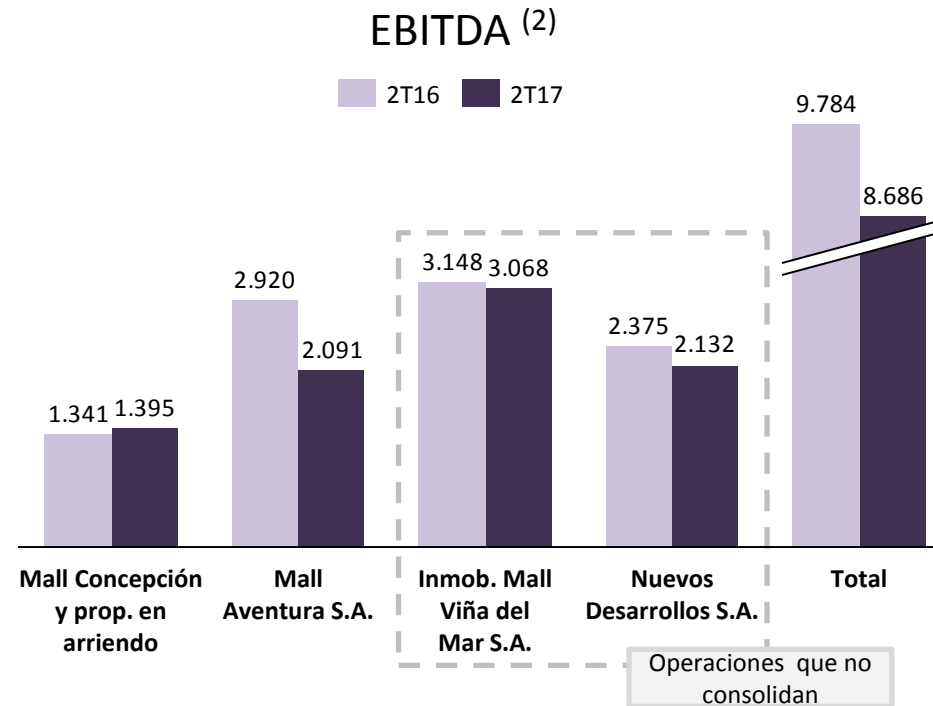
## RIPLEY PERU: NEGOCIO FINANCIERO

- ✓ 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 el costo por riesgo se explica
  1. Por el deterioro en el comportamiento de pago del sistema bancario peruano
  2. Incremento en provisiones por alineamiento, las cuales se basan en el comportamiento de los clientes con el total del sistema bancario y no solo con Banco Ripley
- ✓ Sin embargo, el incremento en el riesgo y la mora respecto a 2T16 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



## RIPLEY NEGOCIO INMOBILIARIO

- ✓ **Mall Concepción:**
  - EBITDA creció 4,1% alcanzando los MM\$1.395 en 2T17
- ✓ **Mall Aventura:**
  - EBITDA alcanzó los MM\$2.091, considerando el gasto asociado a la participación de los trabajadores sobre la utilidad tributaria producto de la venta de un terreno
- ✓ **Inmobiliaria Mall Viña del Mar:**
  - EBITDA alcanzó los MM\$3.068, cifra levemente menor a los MM\$3.148 del 2T16
- ✓ **Nuevos Desarrollos:**
  - EBITDA alcanzó los MM\$2.132 en 2T17



	Propiedad	País	Inversión <sup>(1)</sup> (CLP MM)	GLA (m <sup>2</sup> ) <sup>(1)</sup>	Malls
<b>Mall Concepción</b>	100%	Chile	77.444	26.000	1
<b>Inm. Mall Viña del Mar</b>	50%	Chile	105.571	58.500	2
<b>Nuevos Desarrollos</b>	22,5%	Chile	123.839	76.605	6
<b>Mall Aventura</b>	100%	Perú	180.823	122.900	2
<b>Total</b>			<b>487.677</b>	<b>284.005</b>	<b>11</b>







(1) Montos proporcionales a la participación que tiene Ripley en cada sociedad

(2) EBITDA 2016 considera el EBITDA del 40% de la participación en Aventura Plaza S.A.



## FOCOS PRINCIPALES

## PRINCIPALES FUENTES DE CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD

	FOCOS PRINCIPALES		PRINCIPALES FUENTES DE CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD	
RETAIL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moda &amp; Marcas</li> <li>- Aumentar rentabilidad</li> </ul>	 	<p>Crecimiento en márgenes a través del plan estratégico, enfocado en marcas</p>	<p>Potenciar canal online</p> <p>Crecimiento en m2 y mayor madurez de tiendas existentes</p>
BANCO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tarjeta de crédito competitiva</li> <li>- Nuevo sistema tecnológico bancario</li> </ul>	 	<p>Migrar clientes conocidos a Mastercard</p> <p>Crecimiento conservador apalancándose en clientes conocidos</p>	<p>Mantener niveles saludables de apalancamiento</p> <p>Implementar cuentas electrónicas, tarjetas de débito y otros servicios bancarios</p>
INMOBILIARIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecer en operaciones de Mall</li> </ul>	 	<p>Mayor madurez de malls existentes, nuevos malls mediante asociadas y expansión de malls propios existentes</p>	<p>Desarrollando nuevos proyectos</p>



# 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.



RIPLEY

