

Utilidades de Ripley Corp aumentan 44% en 2019 y ventas en canal digital suben 33%

- *Los ingresos consolidados de la compañía registraron un incremento de 1,5%.*
- *El periodo estuvo marcado por importantes avances destinados a consolidar el ecosistema digital de Ripley, con el objetivo de responder a los clientes tanto a través de la presencia física como a través de nuestros canales digitales.*

Santiago, 27 de marzo de 2020.- Ingresos por \$1.727.426 millones registró durante 2019 Ripley Corp, lo que representa un incremento de 1,5% respecto del año anterior, mientras que las utilidades consolidadas de la compañía aumentaron 44% en relación con lo registrado en el ejercicio previo, al alcanzar los \$100.504 millones.

Profundizando nuestro plan estratégico, el año 2019 estuvo marcado por importantes avances destinados a consolidar el ecosistema digital de Ripley, con el objetivo de responder a los clientes tanto a través de la presencia física como a través de nuestros canales digitales. Esto quedó plasmado en el crecimiento de 33,1% que mostraron las ventas consolidadas de Ripley.com, alcanzando el 19,7% del total ventas retail en el último trimestre.

Destaca también el liderazgo en la industria de RipleyLabs, que a través de sus fábricas digitales, inteligencia artificial y advanced analytics ha permitido el desarrollo de diversas innovaciones y mejoras operacionales, como la billetera virtual Chek, las soluciones de autoatención en tiendas, el fortalecimiento de las aplicaciones de retail y banco, transformando a esta última en una de las mejor evaluadas del mercado; y recientemente alianzas en el negocio financiero con Google Pay y Garmin Pay.

En el segmento inmobiliario, en Perú se incrementó la superficie arrendable de Mall Aventura en 27%, luego de la ampliación del Mall Santa Anita. Adicionalmente, se inició la construcción del Mall Aventura Chiclayo, el cual entrará en operación en el segundo trimestre, agregando 48.600 m² de GLA.

Situación financiera

En agosto se concretó la venta Mall del Centro Concepción en \$147.470 millones generando una utilidad neta de \$49.859 millones. Esta operación nos permitió realizar el valor de nuestra inversión, dándonos flexibilidad y fortaleciendo el balance, colocándonos en una mejor posición financiera para enfrentar el contexto actual.

En el caso de los negocios no bancarios (segmentos retail e inmobiliario), la liquidez alcanzó los \$128.424 millones al cierre de 2019, mientras que el apalancamiento, medido como deuda financiera neta sobre patrimonio, bajó de 0,37x en 2018 a 0,27x en 2019. Adicionalmente, la deuda financiera neta sobre activos bajó de 0,18x a 0,14x, durante el mismo periodo.

Al 31 de diciembre 2019, el negocio bancario presentó un ratio de deuda financiera sobre activos de 0,62x, mostrando una reducción respecto al ratio de 0,64x presentado al cierre de 2018. Por su parte, Banco Ripley Chile mantiene a diciembre 2019 un ratio de liquidez RCL consolidado de 229,1% y un índice de capital (o solvencia) de 15,93%, ambas cifras por sobre los promedios de la industria bancaria. Adicionalmente, los pasivos sobre patrimonio ascendieron a 4,78x, lo que se compara favorablemente a un ratio de 12,31x de la industria nacional.

Del mismo modo, Banco Ripley Perú mantiene un ratio de liquidez RCL consolidado de 104,7%, un índice de capital global de 16,06%, y un ratio de pasivos sobre patrimonio de 4,51x, colocándonos en una mejor posición que el promedio de la industria local.

Resultados 4° Trimestre

Los resultados de 2019 y, en especial los del cuarto trimestre, fueron impactados por un desafiante contexto social de Chile. A partir del 18 de octubre de 2019, y producto de las manifestaciones y alteraciones del orden público, el normal funcionamiento de las distintas tiendas, sucursales bancarias y oficinas de Ripley, se vio afectado tanto en aspectos operativos como en daños materiales. Como consecuencia de lo anterior, algunas de nuestras actividades fueron suspendidas temporalmente, teniendo siempre en consideración la seguridad e integridad de nuestros clientes y colaboradores.

En este contexto, Ripley Corp reportó \$490.804 millones de ingresos durante el cuarto trimestre lo que representa una caída de 3,2% respecto al mismo periodo del año pasado. Esta caída fue generada por el impacto del contexto social en las ventas del retail, las cuales cayeron durante el trimestre y por los menores ingresos percibidos en el segmento inmobiliario debido a la venta del Mall del Centro Concepción. Por las mismas razones, el resultado operacional fue negativo en \$4.102 millones, impactado además por un efecto por una vez de gastos y provisiones asociado a iniciativas de eficiencia por cerca de \$13.000 millones en todos los segmentos.

Con esto, la utilidad de Ripley Corp durante el cuarto trimestre alcanzó los \$31.878 millones.

Situación de la compañía ante propagación del COVID-19

Tras haber retomado la normalidad de las operaciones en Chile de nuestras tiendas, sucursales bancarias y centros de servicio presentes a lo largo del país, nuestras operaciones nuevamente se vieron afectadas por la propagación del virus COVID-19. En el caso de Chile, a nivel país se acordó el cierre de los centros comerciales, lo cual nos llevó a tomar la decisión de cerrar todas nuestras tiendas a nivel nacional desde el 19 de marzo de 2020 para resguardar la seguridad de nuestros colaboradores y clientes. Una situación similar sucede en Perú donde el gobierno decretó Estado de Emergencia, lo que implicó el cierre de todas nuestras tiendas y centros comerciales en ese país desde el 16 de marzo de 2020.

Nuestros canales digitales en retail y banco siguen operativos y se espera que tengan un importante crecimiento mientras se mantengan las restricciones descritas previamente. Como compañía hemos tomado todas las medidas para resguardar la salud de nuestros colaboradores y clientes y hemos definido un estricto protocolo para la entrega de productos a través del Despacho a Domicilio.

En el caso del Banco, las sucursales se encuentran operando en horario reducido y con restricciones de acceso, de acuerdo con las instrucciones de las autoridades de Chile y Perú. En ambos países, Banco Ripley ha anunciado facilidades y opciones de pago para sus clientes que permitan aliviar, en alguna medida, los efectos que ha causado esta pandemia. Adicionalmente, y con el objetivo de contribuir con la medida de aislamiento, el Banco está impulsando el uso de sus canales digitales y potenciando su capacidad para seguir operando al 100% con venta de productos y recaudación a través de la App, BancoRipley.com, y Chek, y seguir atendiendo a nuestros clientes. En relación con nuestros colaboradores, se han dispuesto una serie de medidas como: teletrabajo, flexibilidad laboral, entre otras, que tienen por finalidad la protección de todos los equipos de trabajo y sus familias y a su vez la continuidad operacional de la compañía.