

RESULTADOS 4to TRIMESTRE 2020

Ingresos consolidados crecen 13% alcanzando el mayor nivel histórico, Resultado Operacional se recupera logrando una ganancia de \$21 mil millones y EBITDA crece 81%

- Los ingresos retail crecen 45% en Chile y 11% en Perú en moneda local, gracias a la fuerte recuperación de la venta en tiendas físicas y a un crecimiento de los canales digitales.
- Ventas digitales de retail crecen 140% llegando a los US\$ 880 millones en 2020. Ripley.com se consolida como uno de los líderes con un crecimiento de 115% en el trimestre, representando el 33% de las ventas totales de retail.
- Banco Ripley continúa su expansión digital con crecimiento en cuentas vista, billetera y colocaciones digitales.
- El Resultado Operacional se recupera alcanzando una ganancia de \$21.359 millones mientras que el EBITDA crece 81% alcanzando los \$46.477 millones. Efectos contables no recurrentes compensaron esta mayor ganancia por lo que la utilidad neta del trimestre alcanzó los \$2.528 millones.

Santiago, 26 de marzo de 2021.- Los ingresos de Ripley Corp registraron una significativa recuperación en el trimestre alcanzando los \$554.106 millones, lo que representa un aumento de 12,9% respecto al mismo período del año pasado. Los mayores ingresos se explican principalmente por el fuerte aumento en las ventas del segmento retail, que fue impulsado por el continuo crecimiento de los canales digitales y la recuperación de la venta en las tiendas físicas.

En el segmento retail, las ventas consolidadas del cuarto trimestre 2020 alcanzaron los \$470.806 millones, un incremento de 28,8% respecto al mismo período del año 2019 y el mayor nivel alcanzado en la historia. Esto se logró gracias a la estrategia omnicanal que la compañía viene impulsando, apoyada en las capacidades logísticas y digitales así como en la capilaridad y presencia de tiendas. A pesar de las restricciones sanitarias en ambos países, las ventas de tiendas se recuperan y crecen sobre el año anterior, mientras que las ventas de canales digitales crecen 115%, manteniendo a Ripley.com como uno de los principales actores de la industria. Los ingresos de retail en Chile crecieron 44,8% en el trimestre mientras que en Perú tuvo un crecimiento de 10,5% en moneda local.

En esa línea, su plataforma de e-commerce continúa creciendo con fuerza. La penetración del canal online de su plataforma única, que agrupa a Ripley.com y su marketplace Mercado Ripley, alcanzó un 32,9% en el trimestre, muy superior al 19,7% del 4T19. A nivel consolidado, las ventas GMV¹ de sus canales digitales alcanzaron los US\$ 264 millones en el trimestre, creciendo 115% respecto al mismo período de 2019, y de esta forma consolida la posición de Ripley.com con un significativo crecimiento de 140% en el año 2020 y ventas anuales GMV de US\$ 880 millones. Todo lo anterior es el resultado de la estrategia omnicanal que la Compañía están implementando, sumado a una amplia oferta de categorías y productos, una mayor preferencia de sus clientes y de un fuerte dinamismo en el consumo.

¹ Corresponde al valor de las ventas brutas realizadas a través de nuestra plataforma Ripley.com al tipo de cambio de cierre de los estados financieros 2020.

El aumento en las ventas también fue impulsado por el significativo aumento de nuevos sellers, que duplican el número del 4T19. Esto le permitió a Ripley ampliar la oferta de productos y servicios en nuevas categorías. Además, para abordar este crecimiento y seguir mejorando su servicio, consolidaron una red logística propia, en la cual las tiendas juegan un papel muy importante como punto de despacho, tanto en Chile como en Perú. Hoy cuenta con 52 tiendas grises a nivel consolidado, lo que le permite enfrentar los mayores desafíos logísticos que significa el crecimiento de su venta digital.

En el segmento bancario continuó fortaleciendo su estrategia omnicanal, y hoy el 80% de sus clientes bancarios son digitales. En Chile, la preferencia por su cuenta vista continúa con un fuerte aumento, cerrando el año 2020 con un monto de \$95.742 millones y cuadruplicando el saldo registrado el año anterior. Asimismo, la colocación digital representa el 46% de total de colocaciones del periodo. A nivel consolidado, los pagos digitales aumentaron en 65% respecto al 4T19, gestión que fue clave en los meses en los que las tiendas y sucursales bancarias se encontraron cerradas a causa de las restricciones y fases impuestas por la autoridad en ambos países. De forma especial destaca el desempeño de Chek, su billetera digital, que supera los 650 mil usuarios enrolados y más de 25 mil comercios adheridos.

Por otro lado, y como resultado de la mejor gestión y digitalización de clientes y productos, la cobranza aumentó de forma importante, lo que contribuyó a una mejora en la cartera al día y un menor costo por riesgo neto en Chile, impulsado por los retiros de fondos de pensiones.

En tanto, la cartera bruta de colocaciones consolidada al cierre del 4T20 alcanzó los \$993.134 millones, contrayéndose un 25,9% con respecto al mismo período del año anterior debido a políticas de originación más conservadoras en ambos países y una menor demanda de créditos asociada al menor dinamismo de las economías y las medidas de liquidez implementadas por las autoridades. Si bien la cartera bruta cae producto de los mayores pagos y castigos observados en el período, existe una recuperación sostenida en el flujo de colocaciones respecto de los niveles mostrados en meses anteriores, gracias a la apertura de sucursales y mayor uso de los canales digitales. Por su parte, los ingresos totales del negocio bancario cayeron un 35,4%, asociado a la menor cartera y tasa de devengo como consecuencia de la caída de las tasas de interés en los mercados. Los costos operacionales del segmento consolidado disminuyeron 26,7%, principalmente por la fuerte disminución en el costo por riesgo neto en Chile, asociado al mejor comportamiento de pagos observado en el trimestre. Lo anterior llevó a una disminución de la ganancia bruta en 46,0%, ubicándose en \$29.682 millones.

El segmento inmobiliario registró ingresos consolidados por \$7.514 millones, un alza de 16,7% respecto al mismo periodo del año anterior. Durante el trimestre se inauguró Mall Aventura Chiclayo, agregando 47.621 m2 de GLA y potenciando de esta forma la oferta de la compañía con ahora tres de los centros comerciales más importantes del Perú. El EBITDA consolidado del cuarto trimestre fue de \$6.925 millones, un 67,9% mayor en comparación a lo registrado durante el mismo período del año 2019.

El **resultado operacional** fue positivo en \$21.359 millones. Esto refleja el mejor resultado del segmento retail en \$23.369 respecto al 4T19, un mejor resultado del segmento bancario en Chile por el menor costo por riesgo neto registrado en el trimestre y el mayor resultado del segmento inmobiliario.

Con todo esto, **el EBITDA** del trimestre alcanzó los \$46.477 millones, lo que representa un crecimiento de 81,3% respecto al 4T19. Por otro lado, el EBITDA del año se ubicó en \$60.109 millones, un 60,4% menor al registrado en el 2019 como consecuencia de los efectos de la pandemia.

Por su parte, **el resultado no operacional e impuestos** incorporan un efecto contable no recurrente por \$36.306 millones luego del anuncio del inicio del proceso para evaluar la posible venta de la participación en

Nuevos Desarrollos S.A. de acuerdo con NIIF 5. La inversión en esta asociada fue de esta forma reclasificada desde “Inversión en asociadas” a la cuenta “Activos no corrientes mantenidos para la venta”, lo que implicó modificar la metodología de valorización y reconocer una pérdida por \$15.272 millones, mientras que en impuestos se debió reconocer un gasto por \$21.033 millones por la diferencia entre el costo tributario de la inversión y el valor contable de ésta.

La **ganancia neta** en el cuarto trimestre alcanzó los \$2.528 millones. Al aislar los efectos no recurrentes descritos previamente, la utilidad del cuarto trimestre hubiese alcanzado los \$38.834 millones lo que representa un aumento del 22% respecto del mismo período del año anterior.

La compañía mejoró sus niveles de apalancamiento y cerró con altos niveles de liquidez en todos los segmentos. En los segmentos no bancarios el nivel de apalancamiento (DFN/Activos) se mantuvo constante respecto de 2019, ubicándose en 0,14 veces, mientras que al mismo tiempo duplicó el nivel de liquidez disponible cerrando con caja por \$258.000 millones. Por su parte, en el segmento bancario mantuvo los altos niveles de capital o solvencia (21,2% en Chile y 14,4% en Perú) mientras que al mismo tiempo duplicó la liquidez y redujo el apalancamiento (DFN/Activos) desde 0,62 veces en 2019 hasta 0,43 veces en 2020.

Hechos Recientes

Apertura de tienda Ripley Comas en Perú

El 9 de diciembre del año 2020 se inauguró la tienda número 31 en el distrito de Comas, departamento de Lima, tienda que cuenta con una superficie de venta de 7.312 m². Esta tienda se complementa con la nueva sucursal bancaria que consta de 99 m² de superficie.

Colocación de bonos de Ripley Corp

Con fecha 04 de febrero de 2021, Ripley Corp realizó la colocación de bonos “Serie K” por UF 2 millones con un plazo de vencimiento 4,3 años. El uso de fondos será el refinanciamiento de deuda financiera.

Banco Ripley Chile emite, en Chile, primera tarjeta débito MasterCard compatible con Google Pay

La tarjeta débito Ripley MasterCard es la primera del país en operar, en su categoría, con la tecnología de pagos utilizado por Google Pay. Este método de pago *contactless* permite operar en cualquier comercio que tenga POS, a través de un smartphone con sistema operativo Android y/o en smartwatch Garmin y Fitbit, lo permite entregar un nuevo método de pago para todos sus actuales y futuros clientes.