

Ripley deja atrás las pérdidas y reporta ganancias récords en el arranque del año

Ripley Corp reportó ganancias en el primer trimestre y dejaron atrás el escenario del mismo período del año pasado, cuando la firma reportó pérdidas. Según informó a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), las utilidades atribuibles a los propietarios de la controladora llegaron a \$15.366 millones, frente a pérdidas por \$2.546 millones en enero-marzo del año pasado.

Los ingresos del período llegaron a \$495.094 millones, un avance de 7,4% frente al primer trimestre del año pasado. En su informe, Ripley los atribuyó al alza de 10,3% en 12 meses en los ingresos del segmento retail y 6,0% en el segmento inmobiliario, parcialmente compensado por un menor ingreso de 0,3% en el segmento bancario.

El Ebitda del primer trimestre del 2025 fue de \$42.888 millones, un alza del 94,2% frente al mismo período del año anterior.

Por segmentos, el *retail* reportó pérdidas por \$3.557 millones, una reducción de 74,4% frente a las pérdidas de \$13.887 millones en el inicio del año pasado. El Ebitda del

período fue de \$11.931 millones, una subida de 861,7%.

El sector bancario registró ganancias por \$14.200 millones, un alza del 293,3% frente a igual lapso del año pasado, y el Ebitda llegó a los \$23.922 millones (+174,2%). En el segmento inmobiliario tuvo utilidades por \$10.807 millones, 24,2% más que entre los primeros meses del 2024 y 2025, y un Ebitda de \$14.077 millones (+13%).

Ripley resaltó la utilidad neta, que ascendió \$15.376 millones en primer trimestre del 2025, una mejora de \$17.856 millones, “siendo esta la mejor utilidad para un primer trimestre en la historia de la empresa, impulsada por el mayor resultado operacional en \$20.182 millones respecto al primer trimestre del 2024”.

El CEO corporativo, Lázaro Calderón, señaló que “estos resultados del primer trimestre reflejan la correcta implementación de nuestro plan estratégico. Hemos logrado un crecimiento significativo en la rentabilidad de todos nuestros segmentos de negocio, destacando especialmente en retail en Chile”.

