

Memoria Anual **Banco Ripley**

2019

03.	Capítulo 1 Declaración de Responsabilidad
05.	Capítulo 2 Carta del Presidente del Directorio
08.	Capítulo 3 Visión, Misión y Valores
11.	Capítulo 4 Breve Descripción del Directorio
14.	Capítulo 5 Organigrama y Equipo Ejecutivo
21.	Capítulo 6 Presentación del Grupo Económico
24.	Capítulo 7 Reseña Histórica del Grupo Ripley en el Perú
29.	Capítulo 8 Análisis del Entorno Económico y del Sistema Financiero
37.	Capítulo 9 Visión Estratégica del Negocio
43.	Capítulo 10 Resultados Financieros de la Empresa
55.	Capítulo 11 Desarrollo de los Negocios Financieros
65.	Capítulo 12 Gestión de la Tesorería
71.	Capítulo 13 Gestión de Personas
82.	Capítulo 14 Gestión Integral de Riesgos

Capítulo 1

Declaración de **Responsabilidad**

Declaración de Responsabilidad

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Banco Ripley Perú S.A. durante el año 2019. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.



Lázaro Calderón Volochinsky
Presidente del Directorio



Samuel Sánchez Gamarra
Gerente General

Capítulo 2

Carta del **Presidente del Directorio**



Carta del **Presidente del Directorio**

Estimados Accionistas:

En nombre del Directorio y los colaboradores de Banco Ripley Perú, en adelante el “Banco”, es un placer presentarles la Memoria Anual correspondiente al ejercicio 2019.

En el plano macroeconómico, el Perú tuvo un crecimiento del PBI cercano al 2%, por debajo de su potencial. Las razones radican en una caída en los sectores primarios junto a un menor nivel de inversión pública. Por otro lado, destacaron los sectores vinculados al consumo privado como comercio y servicios gracias a los Juegos Panamericanos, entre otros. Finalmente, el conflicto comercial entre Estados Unidos y China, que impuso mucha volatilidad, llegó a un acuerdo favoreciendo las expectativas y condiciones para la inversión.

Por otro lado, durante el 2019, el Banco logró una utilidad neta de S/ 60.9 millones, lo cual significó una caída de 9.6% en relación al año anterior, manteniendo una rentabilidad sobre patrimonio (ROE) de 13.2%. Este desempeño ha permitido que las clasificadoras de riesgo Class & Asociados y Moody's nos mantengan una calificación como institución de A- , un rating de instrumentos de corto plazo de CPI y un rating de instrumentos de largo plazo de AA-, los cuales se han visto reflejados en emisiones exitosas en el mercado de capitales a lo largo del año, con spreads que equivalen a entidades con rating superior al del Banco.

A fines del 2019, además, logramos mantenernos en el ranking de las mejores compañías Great Place to Work®, logrando un puntaje de 84% en el nivel de satisfacción de nuestros colaboradores.

Expreso a través de esta carta mi gratitud al equipo directivo y colaboradores del Banco por su trabajo esmerado, resultados sobresalientes y compromiso con nuestros clientes y la sociedad.

Señores accionistas, en nombre del Directorio y la familia de colaboradores del Banco dejo en sus manos nuestra Memoria Anual 2019, y los invitamos a seguir siendo parte de nuestra historia de éxito.



Lázaro Calderón Volochinsky
Presidente del Directorio

Capítulo 3

Visión, Misión **y Valores**

Nuestra **VISIÓN**

Ser el retail financiero líder en el país donde operemos, a partir de la preferencia de nuestros clientes, el desarrollo de nuestros colaboradores, el retorno sobre el capital invertido y el compromiso responsable con la sociedad.

Nuestra **MISIÓN**

Trabajamos para cumplir los sueños de la gente, brindando a nuestros clientes el acceso a lo mejor de cinco continentes y logrando que su experiencia de compra sea fascinante.

Nuestro **PROPÓSITO**

Facilitar el HOY para impactar el futuro de las familias.

Nuestros **VALORES**

Nuestros valores institucionales son las normas fundamentales que guían el pensamiento, acción y conducta de los integrantes de nuestra organización. Sirven de plataforma para que podamos construir, sobre bases sólidas, una cultura organizacional arraigada que fomente la toma de decisiones.

Los valores institucionales de Banco Ripley son:

1 INTEGRIDAD:
Actuamos siempre con transparencia, honestidad, ética, congruencia y respeto por las personas y el entorno.

2 PASIÓN:
Compartimos la adhesión y la lealtad a los objetivos y principios de nuestra empresa.

3 AUSTERIDAD:
Tomamos decisiones y actuamos cuidando los activos y recursos de la compañía.

4 SERVICIO:
Entregamos valor a nuestros clientes brindando lo mejor de nosotros.

5 INNOVACIÓN:
Innovamos continuamente para sorprender a nuestros clientes.

A large, stylized number '4' in a light purple color, positioned on the left side of the page. It has a thick, blocky design with a diagonal stroke for the top bar.

Capítulo 4

Breve descripción **del Directorio**

Breve

Descripción Del Directorio

• Sr. Lázaro Calderón Volochinsky

Nació el 30 de julio de 1963. Presidente del Directorio de Banco Ripley Perú S.A., en adelante el “Banco”, desde abril 2008. Ha sido miembro del Directorio del Banco desde diciembre 1996. Ha participado como Subdirector de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, es CEO de Ripley Corp. y Ripley Chile. Posee el grado de Contador Auditor por la Universidad de Santiago de Chile.

• Sr. Sergio Hidalgo Herazo

Nació el 8 de noviembre de 1957. Vicepresidente del Directorio del Banco desde abril 2019. Ha desempeñado diversos cargos ejecutivos en Ripley Corp. desde el año 1984. Es ingeniero comercial por la Pontificia Universidad Católica de Chile y ha llevado un Programa Ejecutivo en Dirección de Empresas en la Escuela de Administración de la misma universidad.

• Sr. Eduardo Arend Pérez

Nació el 14 de enero de 1955. Miembro Independiente del Directorio del Banco desde marzo 2006. Participa como miembro del Comité de Auditoría del Banco. Participó como Vicepresidente de Negocios Financieros de Ripley Corp., al cual se unió en 1981. Posee un título de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile.

• Sr. Sergio Henríquez Díaz

Nació el 25 de marzo de 1955. Miembro Independiente del Directorio del Banco desde abril 2010. Ha sido miembro del Directorio desde abril 2009, desempeñándose como miembro del Comité de Auditoría del Banco. Posee un título de Ingeniería Comercial.

- **Sr. Hernán Uribe Gabler**

Nació el 12 de febrero de 1965. Miembro del Directorio del Banco desde noviembre 2012. Además, es miembro del Directorio de Ripley Corp. S.A. Ingeniero Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile, posee un MBA de la Universidad de California.

- **Sr. Norberto Rossi**

Nació el 2 de mayo de 1957. Miembro del Directorio del Banco desde marzo 2012. Fue CEO de Supermercado Peruanos S.A. hasta enero 2012, también fue CEO de Unilever hasta diciembre 2004. Posee un título de Administrador de Empresas de Fundação Armando Álvares Penteado.

- **Sr. Pablo Bustamante Pardo**

Nació el 30 de mayo de 1950. Miembro independiente del Directorio del Banco desde enero 2015. Posee un título de Ingeniería Industrial. Cuenta con amplia experiencia profesional y trayectoria en el sector financiero nacional.

- **Sr. Rodrigo Álvarez Zenteno**

Nació el 30 de julio de 1966. Miembro Independiente del Directorio del Banco desde enero 2018. Posee un Master of Laws (LL.M) de la Universidad de Harvard. Integra el Consejo Asesor del Centro de Gobierno Corporativo de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Consejero del Centro de Libre Competencia de la misma universidad.

- **Sr. José Miguel Cruz Gonzalez**

Nació el 6 de marzo de 1961. Miembro Independiente del Directorio del Banco desde enero 2018. Especialista internacional en medición y administración de riesgos de mercado, de crédito, de liquidez y de tasa de interés.

5

Capítulo **5**

Organigrama y **Equipo Ejecutivo**

ORGANIGRAMA

Y EQUIPO EJECUTIVO

CORPORACIÓN RIPLEY

OSCAR LIÑÁN MORALES

*Gerente de Administración y Control Financiero
Contador Público y Auditor
Universidad de Santiago de Chile
MBA Universidad Católica de Chile
Funcionario de Ripley desde noviembre del 2013*



Profesional con más de 31 años de experiencia en Finanzas, Administración y Auditoría; implementando sistemas, mejora de procesos, estrategias de planificación tributaria y estructuraciones societarias. Trabajó por 14 años para Deloitte Auditores en Chile y otros 14 años para Ripley Corp.



PATRICIA SUBAUSTE URIBE

*Gerente de Gestión de Personas
Bachiller en Contabilidad
Universidad de Lima
Master en Dirección Estratégica de RRHH – EOL con certificación en la UPC
Funcionario de Ripley desde abril del 2012*

Formación en Ciencias Contables y experiencia de más de 21 años liderando Modelos de Gestión Humana, en rubros retail y financiero. Logros destacados en la implementación de procesos integrales de Desarrollo Humano, Administración de Compensaciones y Gestión del Cambio, Cultura y Satisfacción Laboral. Antes: Más de 10 años trabajando en diversas empresas del Grupo Interbank.

BANCO RIPLEY

Gerencia General

SAMUEL SÁNCHEZ GAMARRA



Samuel Sánchez fue nombrado Gerente General del Banco el 30 de enero de 2019, a través del Directorio. Samuel ingresó a la compañía en el mes de agosto de 2018 ocupando el cargo de Gerente de Transformación Digital. Cuenta con más de 16 años de experiencia en empresas multinacionales, asumiendo diversos roles orientados a la transformación digital y a la generación de resultados sostenibles. Es economista por la Universidad de Lima y cuenta con maestrías en la Escuela de Negocios INCAE y en la Escuela de Administración Global Thunderbird en la Universidad Estatal de Arizona.

El nombramiento de Samuel como nuevo líder del Banco supone el inicio de una nueva etapa para la compañía, que se embarca en un proceso de transformación hacia la banca digital, con una estrategia basada en cambios culturales, con foco en tecnología y visión hacia las necesidades del cliente.

PAUL FIEDLER VÁSQUEZ MEJÍA

*Gerente Central de Negocios y Canales
Administrador de Empresas
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
MBA INCAE
Maestría en Banca y Finanzas EOI
Funcionario de Banco Ripley desde octubre del 2013*



Ejecutivo Senior, MBA, Maestría en Banca y Finanzas, Bachiller en Administración de Empresas. Más de 21 años de experiencia en la puesta en marcha, gestión y desarrollo de negocios relacionados a Banca Retail y Seguros, responsable de la estrategia y gestión de canales del Banco.

RAFAEL CASTAÑEDA TIRADO



*Gerente Central de Riesgos y Cobranzas
Administrador de Empresas
Universidad de Piura
MBA INCAE / Universidad Adolfo Ibáñez
Funcionario de Banco Ripley desde noviembre del 2019*

Ejecutivo con más de 15 años de experiencia en principales bancos del sistema financiero en gestión global de riesgo, gestión del capital, modelos y metodologías de riesgo de crédito, advanced analytics, gestión de datos y visualización de información. Antes de integrarse a Banco Ripley se desempeñaba como Gerente de División de Modelos de Gestión del Riesgos en Interbank.

MAURICIO BALBI BUSTAMANTE

*Gerente Legal y de Cumplimiento
Abogado
Universidad de Lima
Maestría en Derecho en Harvard University
Funcionario de Banco Ripley desde marzo del 2018*



Abogado por la Universidad de Lima con Maestría en Derecho por la Universidad de Harvard. Ha sido asociado internacional de Mayer Brown LLP, en Chicago; asociado en Miranda & Amado en Lima; Vicepresidente Legal de Finanzas Corporativas en Credicorp Capital y miembro del Gabinete de Asesores de la Presidencia del Consejo de Ministros del Perú. Se especializa en finanzas corporativas, mercado de capitales, regulación financiera y gobierno corporativo.

ROBERTO PORTUGUEZ GONZALES



*Gerente de Planeamiento y Control de Gestión
Administrador de Empresas
Universidad del Pacífico
MBA en INCAE
Funcionario de Banco Ripley desde septiembre del 2013*

Magister en Administración de Empresas con amplia experiencia en planificación estratégica y control de gestión en empresas del sector. Trabajó por más de 16 años en el Grupo Intercorp, en las empresas financieras y retail.

RENATO REYES CHACÓN

*Gerente de Finanzas
Economista
Universidad Científica del Sur
Maestría en Finanzas Universidad del Pacífico
Postgrado en INCAE y Kellogg School of Management
Funcionario de Banco Ripley desde diciembre 2013*



Master en Finanzas con amplia experiencia en el sector bancario, especializado en gestión de tesorería corporativa y mercado de capitales. Trabajó por casi 10 años para el Grupo BBVA tanto en Perú como en España. Presidente del comité de finanzas y tesorería de ASBANC.

JORGE LUIS SIFUENTES CASTILLO



*Gerente de Operaciones y Tecnología
Ingeniero informático
Pontificia Universidad Católica del Perú
MBA en INCAE
Funcionario de Banco Ripley desde junio del 2015*

Master con amplia experiencia en el sector bancario y retail. Más de 15 años de experiencia profesional en banca, con amplio conocimiento de procesos comerciales, de riesgos y operaciones. Amplia experiencia en diseño, planificación, dirección, gestión y operación de soluciones y servicios basados en tecnologías de la información y comunicación, con experiencia en implantación de cambios de core bancario.

PEDRO RAFAEL GAGO GONZALEZ

*Gerente de Transformación Digital
Licenciado de Administración Comercial
Universidad Central de Venezuela
MBA en Marketing
MBA UX, Analítica Digital y Marketing Digital
MBA en Blockchain y Fintech
Funcionario de Banco Ripley desde el 2018*



Experiencia de 19 años en el negocio bancario, especializado en la distribución digital de servicios y productos. En los últimos 4 años enfocado en el diseño y fabricación agile de funcionalidades de venta digital utilizando nuevas tecnologías de información y soluciones de pago digitales.

IAN SCOFIELD RODRIGUEZ - ARNAIZ



*Gerente de Seguros
Bachiller en Economía
Universidad de Florida State University
MBA en IE Business School
Diplomado en Finanzas
Funcionario de Banco Ripley desde el 2019*

Experiencia de 13 años en banca y seguros, enfocados en la estrategia de negociación entre aseguradores y sus principales clientes, responsable de la renovación de contratos de alta rentabilidad para el negocio y líder del diseño de la estrategia de negocio y marketing para la transformación digital.

A large, stylized number '6' in a light purple shade, positioned on the left side of the page. It has a thick, rounded stroke and a circular center.

Capítulo 6

Presentación del **Grupo Económico**

PRESENTACIÓN

GRUPO DE GESTIÓN

Ripley Corp. es el holding de empresas que agrupan los negocios retail, financiero e inmobiliario, con gravitante presencia en Chile y Perú. Fue creada por los hermanos Marcelo y Alberto Calderón en el año 1956, con la tienda llamada «Calderón y Confecciones», negocio de confección y venta al por menor de ropa masculina. Luego, en 1964 inaugura la primera tienda Ripley en el Centro de Santiago, cuya marca surgió inspirada en una conocida marca Norteamericana dedicada a encontrar y difundir elementos fabulosos del mundo.

Hacia 1976 inicia la venta de productos asociados a un crédito semiautomático en cada sucursal, permitiendo que en 1978 surja la razón social “Comercial ECCSA S.A.” (Establecimientos Calderón Confecciones S.A.), que agrupaba a todas las tiendas existentes en esa época (y que se mantiene hasta hoy). De esta forma se separó la actividad comercial de la productiva, que seguía a cargo de Calderón Confecciones.

En 1985, abre su primera tienda por departamento y en 1993 inaugura la primera tienda en un mall comercial, iniciando un nuevo concepto de servicio y presencia de marca. En 1997 inicia su incursión internacional con su primera tienda en Perú, proceso que continuó hasta alcanzar 34 tiendas al cierre del 2016. El 2013 se expandió el negocio a Colombia, sin embargo la coyuntura no permitió alcanzar los resultados esperados para sostener el negocio.



En el 2000, Ripley inicia operaciones virtuales a partir del lanzamiento del portal de e-business: www.ripley.cl, abriendo un nuevo canal de ventas y atención a los clientes.

En el 2005, realizó la apertura bursátil con el 15% de la propiedad. Al 2013 los accionistas minoritarios representaron el 34.7% (Fondos de pensiones, Inversionistas extranjeros, Fondos mutuos, Compañías de seguros, entre otros).

En el 2007, formó la sociedad Aventura Plaza S.A. (con el 40% de la propiedad) para desarrollar centros comerciales en Perú. A finales del 2015 se disolvió la sociedad y Ripley pasó a administrar dos de los cuatro centros comerciales existentes.

Ripley es en la actualidad uno de los principales operadores de retail en Sudamérica, con más de 70 locales y 3 millones de clientes financieros.

Capítulo 7

Reseña Histórica del **Grupo Ripley en el Perú**

RESEÑA HISTÓRICA

DEL GRUPO RIPLEY EN EL PERÚ

1997

Tiendas Ripley comenzó sus operaciones en Lima, inaugurando su primera tienda en el centro comercial Jockey Plaza. Se crea la empresa CAR S.A. para la administración de los créditos dentro de la Tienda.

1999

Se funda Financiera Cordillera S.A. (Financor) para ofrecer el producto de tarjeta de crédito a los clientes de Ripley. Al inicio se ofrecía un producto básico: la Tarjeta de Crédito Ripley Clásica, que se utilizaba sólo en Tiendas Ripley.

2001

Se inicia la expansión en el uso de tarjetas, pudiendo utilizarlas en más de 60 mil establecimientos a nivel nacional.

2002

Se lanzan al mercado las tarjetas Ripley Gold y Ripley Silver, afiliadas a las redes Mastercard y Visa. Se otorgan créditos de consumo a través de las tarjetas de crédito, con los productos «Súper Efectivo» y «Efectivo Express».

El Banco ofrece servicios alternos de viajes operados por su aliado comercial Nuevo Mundo Viajes, y seguros optativos para cubrir necesidades de coberturas, vinculadas a las principales entidades aseguradoras del país.

2005

Se inauguró la tienda Chorrillos.

2007

Se funda la sociedad Aventura Plaza S.A. para el desarrollo y administración de Centros Comerciales en el Perú. El mismo año se inaugura la primera tienda Ripley fuera de Lima, dentro del primer Centro Comercial Aventura Plaza de la ciudad de Trujillo.

2008

Financiera Cordillera S.A. (Financor) se convierte en entidad bancaria. Se inaugura el segundo Centro Comercial Aventura Plaza en Bellavista, Callao.

2009

La Junta General de Accionistas modificó la razón social a Banco Ripley Perú S.A.

2010

Se inauguraron tres nuevas tiendas en Arequipa, Piura y Lima.

2012

El señor Norberto Rossi asume la Dirección Ejecutiva de las operaciones retail y financiera de Ripley en el Perú.

Se inauguraron cinco (05) nuevas tiendas, en Chimbote y Huancayo (fuera de Lima), Santa Anita, Jirón de la Unión y San Borja (en Lima). Asimismo, se inauguró el Centro Comercial Aventura Plaza Santa Anita.

2014

El señor René Jaime asume la Gerencia General de Banco Ripley Perú.

Se aprobó el Plan Estratégico «Plan 100», con un horizonte de 5 años (2014-2018) y cuyo objetivo es lograr la transformación a un “Banco Simple para las personas”.

Se inauguraron cuatro (04) nuevas tiendas: Cajamarca, Pucallpa y Juliaca fuera de Lima y la tienda de Salaverry en Lima.

2015

Se inauguraron las dos (02) primeras agencias bajo el nuevo formato «Estación R» en Trujillo y Villa el Salvador, estos formatos combinan la gestión financiera con la venta de electrodomésticos, permitiendo al cliente satisfacer sus necesidades crediticias y del hogar en un solo lugar.

Banco Ripley ganó el galardón de entidad con mayor crecimiento anual en el puntaje de clima laboral que dirige el instituto Great Place to Work® en el Perú.

Banco Ripley es reconocido por su gestión en Gobierno Corporativo por la Bolsa de Valores de Lima.

2016

El Grupo Ripley alcanza el puesto 18 entre las mejores empresas para trabajar del Perú, según el instituto Great Place to Work®.

Banco Ripley es reconocido por segundo año consecutivo por su buena gestión en Gobierno Corporativo por la Bolsa de Valores de Lima.

Este mismo año se inaugura la tercera «Estación R» en la provincia de Chincha, al sur de Lima.

2017

El Grupo Ripley alcanza el puesto 23 entre las mejores empresas para trabajar del Perú, según el instituto Great Place to Work®.

2018

El Grupo Ripley ingresó al ranking que evalúa a las mejores empresas para trabajar, realizado por el instituto Great Place to Work®, alcanzando el 84% en el nivel de satisfacción de los colaboradores del Grupo.

En el mes enero se nombraron a dos nuevos Directores Independientes de Banco Ripley de reconocido prestigio y trayectoria, los señores Rodrigo Álvarez Zenteno y Jose Miguel Cruz Gonzalez.

Banco Ripley mejoró su calificación de riesgo como entidad, de B+ con Outlook negativo en el 2014 a A- con Outlook estable.

Banco Ripley logró sostener la certificación ASA considerando las mayores exigencias regulatorias.

Banco Ripley inició la transformación del core bancario a una solución que brinde soporte a los productos financieros que la empresa requiere como parte de su estrategia y que, además, sea un habilitador de su transformación digital. Banco Ripley superó la Utilidad Antes de Impuesto y Consorcio (UIA&CEP).

2019

El Grupo Ripley ingresó al ranking que evalúa a las mejores empresas para trabajar, realizado por el instituto Great Place to Work®, alcanzando por segundo año consecutivo el 84% en el nivel de satisfacción de los colaboradores del Grupo.

En la Junta Obligatoria Anual de Banco Ripley celebrada en el mes de marzo de 2019, se nombró al nuevo Vicepresidente del Directorio, señor Sergio Hidalgo Herazo, quien cuenta con muchos años de experiencia en Ripley Corp.

Posteriormente, a través de una Junta General de Accionistas celebrada en el mes de julio de 2019, se aprobó la Política de Revelación de Información de Banco Ripley. Esta política establece los lineamientos generales y los compromisos para la revelación de información del Banco, así como los canales a través de los cuales dicha información será publicada para conocimiento del público. Actualmente, esta política se encuentra publicada en la página web del Banco.



Capítulo 8

Análisis del Entorno **Económico y del Sistema Financiero**

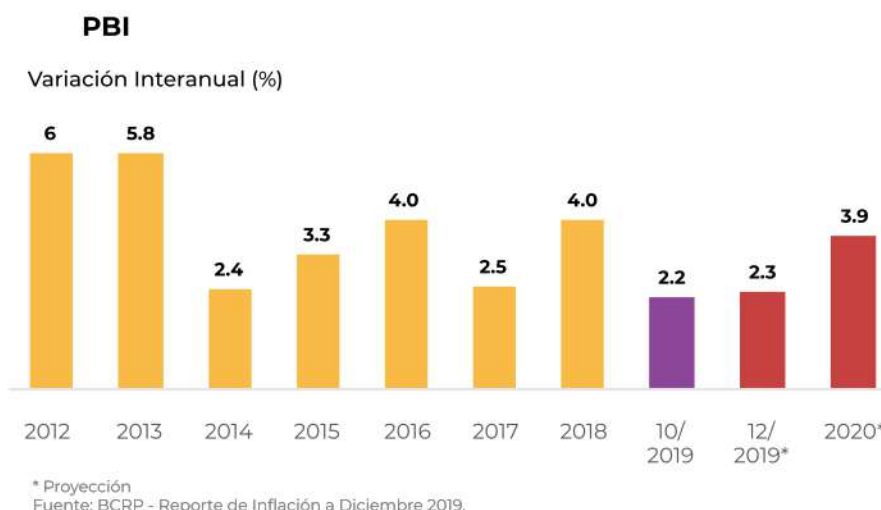
Entorno

MACROECONÓMICO

Producto Bruto Interno (PBI)

El Banco Central de Reserva del Perú (en adelante “BCRP”) proyectó una tasa de crecimiento real anual de 2.30% al cierre del año 2019, fundamentado en la contracción del sector minero y pesquero, acompañado de una desaceleración en el sector de exportación (alimentado por la disminución de la actividad minera y pesquera) y del consumo privado. Cabe resaltar que, entre enero y octubre del 2019, la economía peruana creció en 2.20%

Para el 2020 se espera una recuperación de la tasa de crecimiento del PBI, cuya expectativa alcanza el 3.80%, gracias a la proyectada reversión de los choques de oferta que afectaron a la minería y pesquería, y al mayor crecimiento de la demanda interna.



Inflación

A noviembre 2019, se presentó una inflación interanual de 1.90%, cifra que se encuentra dentro del rango meta (1% - 3%). Es importante detallar que la inflación subyacente fue de 2.30%, impulsada por el alza en el pasaje urbano del Metropolitano y el cobro del servicio de agua. Se proyecta que la inflación para el año 2020 será de 2.00%.

En cuanto a las expectativas de inflación a doce meses, estas se encuentran dentro del rango meta.



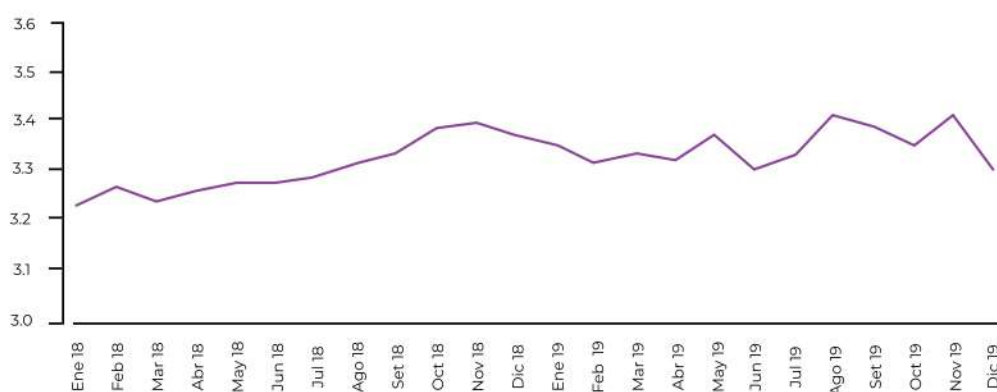
Tipo de cambio

Al cierre del año 2019, el sol se apreció 1.00% con respecto al dólar, principalmente gracias a una menor aversión al riesgo a raíz de menores tensiones comerciales entre China y Estados Unidos. En particular, entre septiembre a diciembre del 2019, se presentó una reducción de 340 pbs en el tipo de cambio PEN/USD.

Es importante denotar que el BCRP intervino en el mercado monetario a través de la colocación de swaps cambiarios venta por USD 266 millones en el último trimestre del año pasado, a raíz de la depreciación promedio de la región.

Tipo de Cambio interbancario Promedio

Compra - Venta FDP



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)

Tasas de interés y encaje

Desde marzo del 2018 a julio 2019, el BCRP mantuvo la tasa de interés de referencia en 2.75%. En agosto de dicho año se redujo esta variable a 2.50%, y en noviembre se volvió a aplicar una disminución de 0.25%, manteniendo un nivel de 2.25% a diciembre. Esta política responde a la preocupación del BCRP en estimular la economía dado el crecimiento económico experimentado por debajo de su nivel potencial. Con ello, la tasa de interés real se ubicó en 7.00% en diciembre.

En cuanto a la tasa de encaje, el promedio mensual en el año 2019 fue de 6.46%, y al cierre del año 2019 presentó una disminución de 3.96% con respecto a diciembre del 2018, en línea con la procuración de mayor liquidez en moneda doméstica.

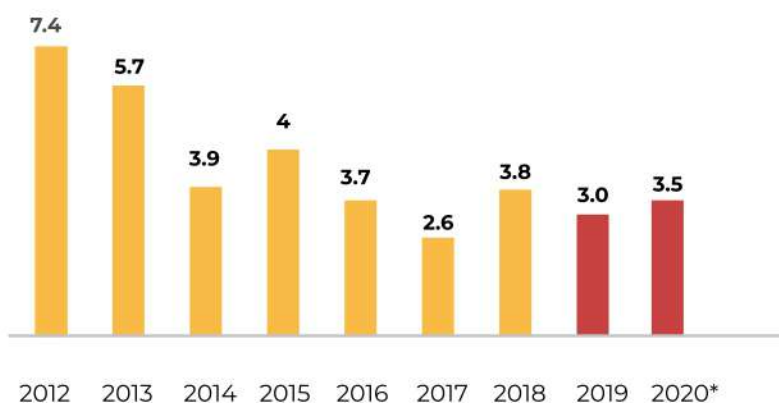
Negocios de consumo

Consumo privado

Desde el año 2012 se observa una desaceleración sostenida del consumo privado hasta el año 2017. Más adelante, en el año 2018, se presentó una recuperación significativa de este componente, alcanzando una tasa de crecimiento anual de 3.80%. Sin embargo, en el año 2019, el consumo privado describió una fuerte desaceleración, desembocando en una reducción de su participación en el crecimiento del PBI en 0.6 puntos porcentuales

Se proyecta un crecimiento anual del consumo privado de 3.50% en un contexto de ausencia de choques de oferta.

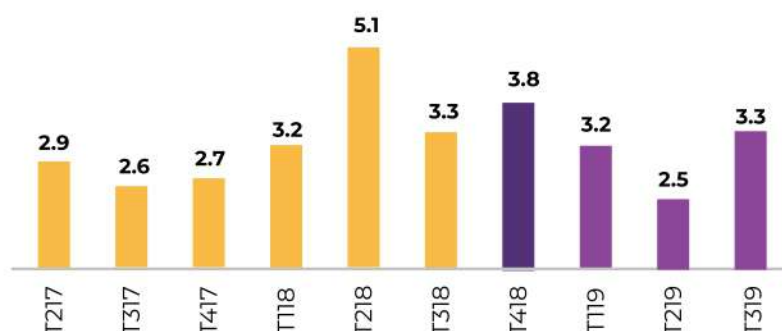
Variación anual del consumo privado (%)



*Proyección

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)

Variación anual del consumo privado (%)
Cierres trimestrales



*Proyección

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)

Sector Retail

A pesar del dinamismo del sector y el esfuerzo de los retailers por satisfacer las necesidades de sus consumidores, en el 2019 las ventas de este rubro se enfriaron como consecuencia de la desaceleración del consumo privado; que a su vez se vio afectado por la caída de los puestos de trabajo formales.

El consumidor de este sector está cambiando su hábito de compra y migrando del formato de tiendas físicas hacia el online; además de buscar una atención omnicanal.

Como respuesta a la atención de sus demandas, están apareciendo nuevos formatos como el fast-fashion y nuevas formas de compra y recojo de productos para los clientes.

Para el 2020, se espera que las ventas del sector retail crezcan alrededor de 4.0%, nivel similar al descrito en el 2019, impulsados por el sector farmacéutico (BBVA Research, 2019).

Sistema Financiero y Banca Retail

Sistema Financiero

A noviembre 2019, el sistema financiero creció en 13.4% en términos de utilidades con respecto al mismo mes del año anterior. De forma paralela, a dicho período el saldo de colocaciones alcanzó un monto de S/. 329,836 millones, representando un crecimiento de 8.3%. Este escenario fue acompañado por una relativa estabilidad en el ratio de morosidad, que circundó alrededor de 3.5% entre enero y noviembre, acompañado de un ratio de cobertura media de 147.2% en este segmento de tiempo. Por su parte, la rentabilidad del sistema financiero alcanzó un ROE de 17.9% y un ROA de 2.2% al cierre de noviembre, mostrando ambos una tendencia alcista a lo largo del año.

Banca Múltiple

Al cierre del 2019, el beneficio neto experimentó un crecimiento anual de 10.5%, alcanzando los S/ 9,082 millones. En cuanto al stock de colocaciones, este presentó una variación anual de 7.5%, dando a cabo un saldo de S/ 286,086 millones. A diciembre 2019, la banca múltiple experimentó una rentabilidad sobre el patrimonio de 19.8%, y un retorno sobre los activos de 2.4%, describiendo cada uno de estos ratios una estabilidad sostenida en el año. Por último, la morosidad promedio fue alrededor de 3.1%, cinco puntos básicos por debajo de la media mensual del año 2018.

Banca Retail

Se considera como Banca Retail al conjunto de créditos de consumo otorgados por las diferentes empresas que operan en el sistema financiero peruano. Dichos créditos representaron el 19.6% del portafolio de colocaciones de la banca, cerrando en diciembre 2019 con un saldo de S/. 56,112 millones aproximadamente. Esto implicó un crecimiento de 12.9% con relación al año pasado. Dentro de los créditos de consumo, el producto tarjetas de crédito logró incrementar su volumen en 9.3% con respecto a diciembre 2018, mientras que los préstamos (a personas naturales) crecieron 15.6% anual.



Capítulo 9

Visión Estratégica **del Negocio**

VISIÓN ESTRATÉGICA

DEL NEGOCIO

El proceso de Transformación en el que está inmerso Banco Ripley se enfoca en ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes como piedra angular de nuestra estrategia. En este sentido, Banco Ripley ha desarrollado un Plan estratégico, que inició con la definición de nuestro nuevo propósito “Facilitar el HOY para impactar el futuro de las familias” y de las Siete Prioridades estratégicas que nos sirven de guía en la Transformación y orientarán nuestro accionar en los próximos años.

Nuestras Prioridades estratégicas son:

1. Rentabilizar la operación

Esta prioridad estratégica implica que en todas las acciones que realicemos, ya sea el lanzamiento de nuevos productos, campañas, canales, modificación de flujos, nuevas políticas, nuevas adquisiciones, inversiones, nuevos ingresos de colaboradores, etc., tengamos siempre en cuenta la rentabilidad del Banco. Nos lleva a cuestionarnos y repensar la forma en la que venimos administrando los recursos escasos que tenemos, invitándonos a ser cada vez más creativos e innovadores con las capacidades actuales y hacer las cosas de manera distinta.

2. Desarrollar un nuevo standard en experiencia cliente

La mejora del servicio es una de las piedras angulares de nuestra estrategia, buscando proporcionar una experiencia excepcional que se distinga por facilitar el hoy de nuestros clientes. Nuestra prioridad pasa por resolver las necesidades del cliente a pesar de las restricciones internas ya sea procesos, políticas, estructura organizacional, etc.

3. Impulsar las capacidades digitales

La movilidad y la digitalización se han convertido en un “must have” de las organizaciones. Los clientes están demandando cada vez más un nuevo tipo de relación con los bancos, especialmente a través de canales digitales, por lo que la excelencia en éstos es un factor clave de éxito para satisfacer sus expectativas y mejorar su experiencia.

4. Crear una propuesta de valor integral

Con la finalidad de poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes e impactar positivamente en sus vidas, es necesario crear una propuesta de valor integral que considere sus preferencias y hábitos. Este abanico de posibilidades va desde el conjunto de productos que poseemos en el Banco a todo el ecosistema Ripley.

5. Tener procesos eficientes

En el entorno altamente competitivo que nos encontramos, es necesario desarrollar habilidades crecientes en el uso de tecnología, las economías de escala y la implantación de procesos con visión cliente que contribuyan a proveer la mejor experiencia posible. También debemos ser innovadores en la gestión de operaciones, centrándonos en aquellas actividades que realmente generan valor, mientras promovemos la estandarización y simplificación de metodologías, herramientas y procesos en el resto de operaciones del Banco.

6. Desarrollar una excelencia tecnológica

En un mundo cada vez más competitivo basado en tecnologías emergentes, resulta indispensable el desarrollo de capacidades que nos permitan responder las expectativas de nuestros clientes en tiempo y forma, y ello no es posible si no contamos con la infraestructura, plataformas y mecanismos de seguridad que soporten todo lo que se construya para nuestros clientes.

7. Atraer, retener e inspirar talento

Es necesario disponer de personal de primer nivel para ser capaces de cumplir el Propósito y las Prioridades Estratégicas, por ello buscamos el desarrollo de una excelente experiencia para nuestros colaboradores en cada una de sus interacciones con el banco.

Con el objetivo de asegurar el cumplimiento de los mencionados objetivos trazados en nuestro Plan Ev@, hemos incorporado un framework ágil soportado en tres ejes principales: estrategia, portafolio y ejecución.

En este contexto, en el mes de febrero realizamos la primera planificación trimestral (PI Planning) con la participación de todos los equipos del banco que forman parte del diseño y ejecución de iniciativas. A lo largo del 2019, hemos pasado de 7 iniciativas a la incorporación gradual de todo el portafolio del Banco. A la fecha contamos con una agenda única de iniciativas priorizada trimestralmente con el fin de asegurar la óptima asignación de capacidades y recursos y soportada en ceremonias que facilitan el trabajo colaborativo y flexible de toda la organización de forma que entreguemos cada vez mayor valor y una mejor experiencia a nuestros clientes externos e internos.



Soluciones Digitales

Tenemos capacidades digitales cada vez más desarrolladas con funcionalidades que permiten al cliente obtener productos y autogestionarse de manera rápida, fácil y segura.

App Banco Ripley

A través de la app, el cliente puede consultar sus saldos, movimientos de la Tarjeta Ripley ver y descargar el estado de cuenta, incrementar su línea de crédito y ver promociones desde donde se encuentre, de forma fácil, rápida y segura.



30%

Clientes digitales



167 mil

Clientes únicos

Página Web

Nuevo concepto de navegación intuitiva con un UX amigable en una nueva página que se adecua al dispositivo de navegación del cliente. Contenidos relevantes y de interés del usuario para generar engagement.

BR Simple

Es el único estado de cuenta 100% digital de Perú. Ofrecemos un diseño innovador, con comunicación clara y responsable. Además cuenta con contenido que aporta al uso de la TC, promueve tráfico hacia los diferentes canales de venta digital y fomenta el canje de RipleyPuntos Go.



104 mil

BR simple enviados



08

agencias digitales

Agencias digitales

Espacio digital dentro de las agencias, que permite a fomentar el uso de los canales digitales. Además contamos con asesores que ayudan a los clientes a digitalizarse dentro del banco.

Kasnet

El cliente puede pagar su tarjeta de crédito Ripley y préstamo Súper Efectivo, retirar el efectivo disponible (Efectivo Express) y consultar los saldos de la tarjeta de crédito alrededor del país.



+ de 8,000

agentes

Capítulo 10

Resultados **Financieros de la Empresa**

Resultados **FINANCIEROS** DE LA EMPRESA

En el 2019, Banco Ripley alcanzó una utilidad neta de S/ 60.9 millones de soles, la cual disminuyó en 9.5% comparado con el mismo período del año anterior. Esta reducción en la utilidad se debe principalmente a un impacto negativo en el nivel de riesgo del crédito, que se tradujo en un aumento de la provisión de 26.7%.

Sin embargo, se observa un crecimiento de 5% en el margen financiero bruto explicado parcialmente por el incremento en los ingresos por intereses, el cual se elevó en 4.8%.

En términos de actividad, la cartera de créditos neta de provisiones del Banco Ripley a diciembre 2019 alcanzó el monto de S/ 1,852.4 millones, 120 puntos básicos mayor al presentado en diciembre 2018. El ratio de mora alcanzó el 3.04% al cierre de diciembre 2019 acompañado por un nivel de cobertura de 202.1%, comparado con un ratio de mora de 2.93% y un ratio de cobertura de 194.2% al término de diciembre 2018.

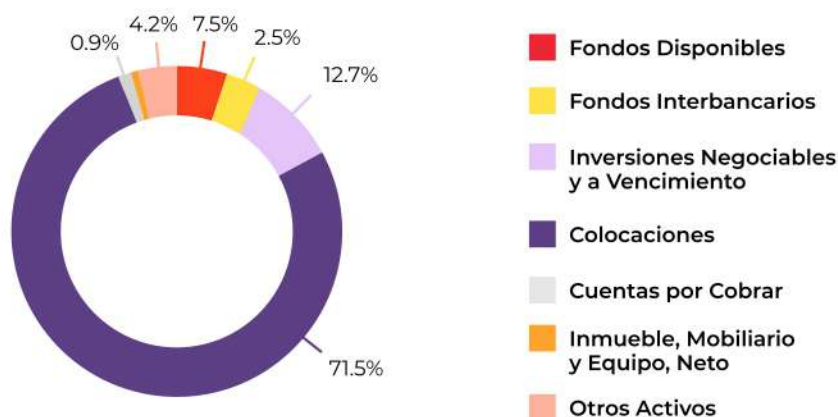
En cuanto a la rentabilidad, Banco Ripley en diciembre 2019 tuvo un ROE de 13.2% y un ROA de 2.5% (calculados sobre Patrimonio y Activo total promedio de los últimos 12 meses).

A continuación, se muestra un resumen de los resultados anuales de la empresa:

	Dic. 2018	Dic. 2019	Var. %
Margen Financiero Bruto	517.0	498.2	-3.6%
Margen Financiero Neto	351.0	288.0	-18.0%
Margen Operacional	366.1	350.0	-4.4%
Margen Operacional Neto	52.8	35.9	-31.9%
Utilidad antes de Impuestos	101.5	90.3	-11.0%
Utilidad Neta	67.3	60.9	-9.5%

El margen financiero bruto se vio afectado por una disminución acumulada de 2% en los ingresos por intereses, y el margen operacional describió un descenso por un aumento acumulado de 26.7% en la provisión para créditos directos, lo que originó una caída de 9.5% en el resultado neto del ejercicio. Para el 2020 se prevé un mejor panorama económico para el banco básicamente por la explotación de nuevos canales.

Gestión de Activos Totales



Al cierre del año 2019, los activos de Banco Ripley sumaron S/. 2,589.5 millones, mayor en 9.7% al monto presentado a diciembre 2018. La estructura de activos del Banco está concentrada en la cartera de créditos, que representó el 71.5% de los activos totales, seguida por la cartera de inversiones con un peso de 12.7% en el Activo total y está compuesta principalmente por certificados de depósito del BCRP.

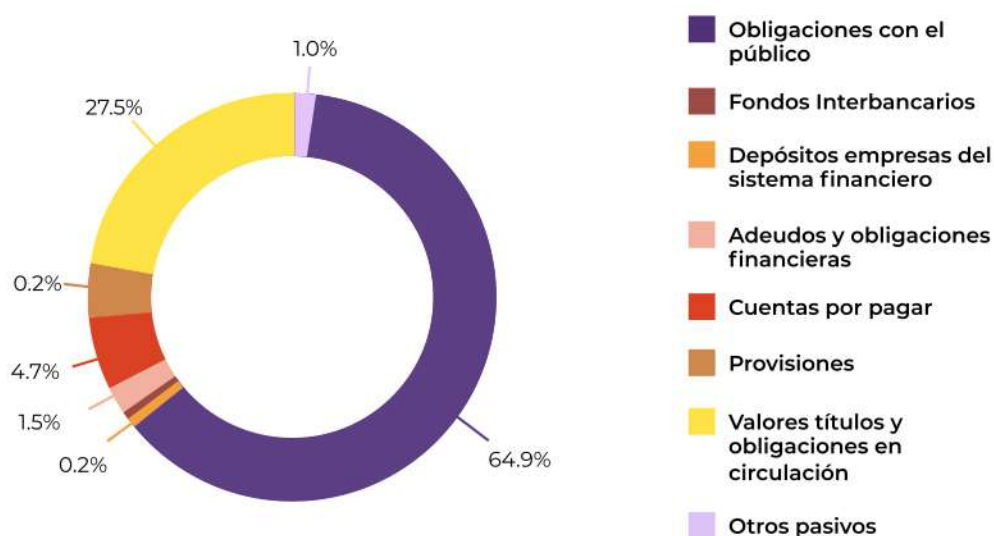
Saldo puntual en
Millones de S/

	Dic. 2018	Dic. 2019	Var. %
Cartera Vigente	1,876.8	1,884.4	0.4%
Refinanciados y Reestructurados	6.8	28.9	323.8%
Cartera Atrasada	55.5	58.6	5.4%
Provisiones	-108.7	-119.4	9.9%
Cartera de Créditos Neta	1,830.5	1,852.4	1.2%

La cartera de créditos neta al cierre de diciembre 2019 alcanzó S/ 1,852.4 millones, con un aumento de 1.2% con respecto a dicho mes del 2018; la cartera vigente creció en 0.4% en el mismo período y alcanzó un saldo de S/ 1,884.4 millones. Cabe mencionar que la cartera de refinanciados y reestructurados aumenta (+323.8%) respecto a diciembre 2018, debido a la restricción impuesta por el regulador sobre la política de condonaciones.

La cartera atrasada de Banco Ripley totalizó S/ 58.6 millones al cierre de diciembre 2019, dando como resultado un aumento de 5.4% versus diciembre 2018. Las provisiones aumentaron en 9.9%.

Gestión de Pasivos



Los pasivos de Banco Ripley a diciembre 2019 registraron un saldo de S/ 2,119.8 millones, 11.4% por encima del mismo período del año anterior. Como puede observarse en el gráfico, al cierre del 2019, el 64.9% de estos pasivos estuvo conformado por obligaciones con el público, mientras que el peso de valores, títulos y obligaciones fue de 27.5%.

Las obligaciones con el público sumaron S/ 1,375.9 millones al cierre de diciembre 2019 y estuvieron constituidas principalmente por depósitos a plazo de personas naturales, seguidas por depósitos de personas jurídicas. Los depósitos CTS también participan en la estructura de fondeo pero con un menor peso relativo. Con relación a diciembre 2018, las obligaciones con el público aumentaron en 10.7%.

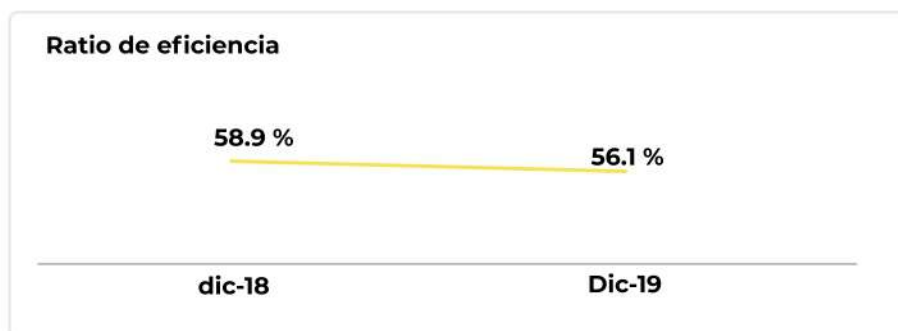
Saldo puntual en Millones de S/	Dic. 2018	Dic. 2019	Var. %
Vista	15.0	17.0	13.5%
Ahorro	24.3	30.5	25.7%
Plazo	1,201.5	1,326.0	10.4%
Otras obligaciones	2.3	2.4	2.7%
Obligaciones con el público	1,243.0	1,375.9	10.7%
Fondos Interbancarios	5.0	0.0	n.c
Depósitos del sistema financiero	38.8	5.0	-87.1%
Adeudos y Obligaciones financieras	107.7	32.4	-70.0%
Valores títulos y obligaciones en circulación	402.0	582.6	44.9%
Otros pasivos	106.8	123.9	15.8%
Pasivo total	1,903.4	2,119.8	11.4%

Si bien los depósitos del sistema financiero y adeudos han disminuido, se ha aumentado la cantidad de emisiones en el mercado de valores de acuerdo a la estrategia de tesorería, en línea con el mayor fondeo obtenido por las obligaciones con el público. En específico, la deuda obtenida mediante el mercado de capitales significó el 30% del pasivo costeable del banco, que representó un aumento de seis puntos porcentuales con respecto a diciembre 2018, en línea con la mejor coyuntura de tasas en el mercado.

Durante el 2019 se emitieron alrededor de S/ 347.2 millones mediante Certificados de Depósito y S/ 100.7 millones de Bonos Corporativos; cabe indicar que en este periodo han vencido S/ 265 millones por instrumentos de deuda, lo que resulta en un stock al cierre de diciembre 2019 de S/ 485.7 millones.

Ratio de eficiencia

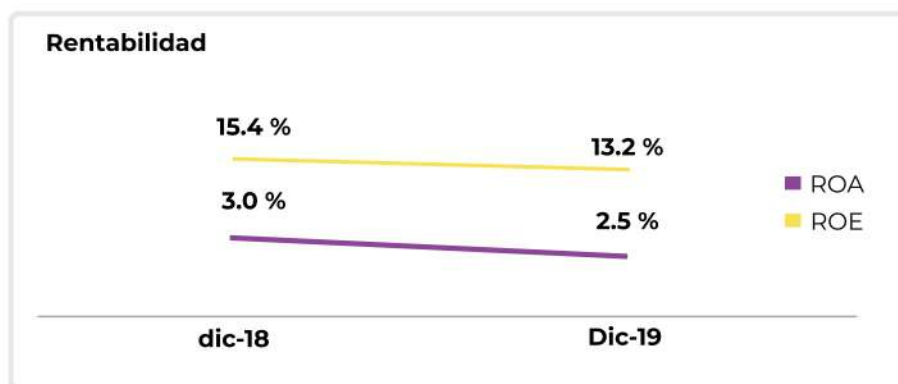
El ratio de eficiencia a diciembre 2019 ha mejorado en 2.8 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año anterior, lo que indica una mejora sustancial en la gestión de gastos de la firma.



Fuente: SBS

Ratio de rentabilidad

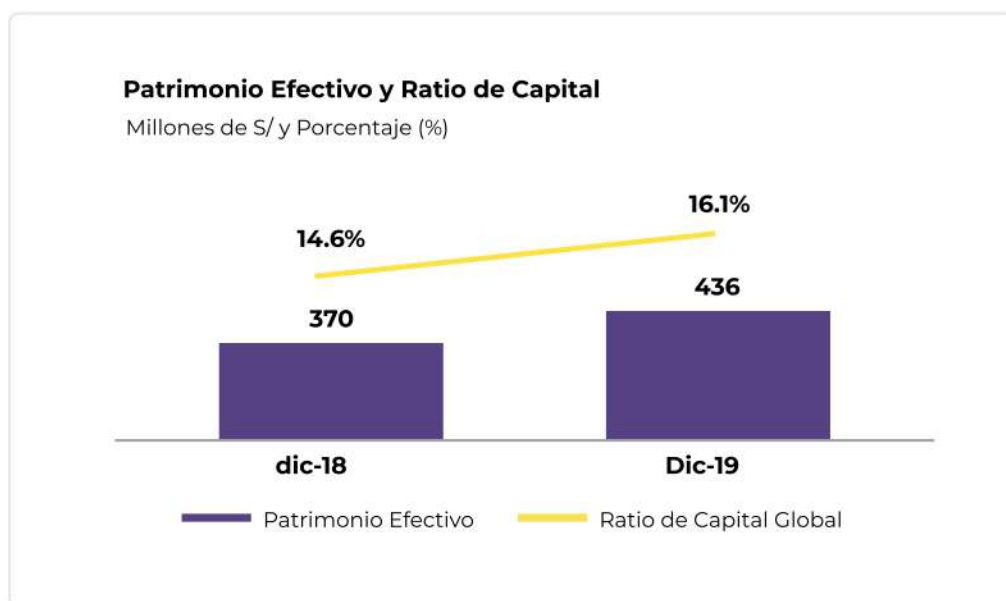
Los indicadores de rentabilidad del Banco alcanzaron 2.5% en ROA y 13.2% en ROE a cierre del 2019.



Fuente: SBS

Patrimonio y capitalización

El Ratio de Capital Global de Banco Ripley al cierre de diciembre 2019 alcanzó el 16.1%.



En millones de S/	Dic-18	Dic-19
Requerimiento de patrimonio efectivo	252.5	271.2
Riesgo Crediticio	215.9	229.6
Riesgo de Mercado	1.6	2.2
Riesgo Operacional	35.1	39.3
Patrimonio Efectivo Total	369.8	435.8
Palanca Global (nro. de veces)	6.83	6.22

BANCO RIPLEY PERÚ S.A. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

al 31 de diciembre de 2019
En millones de S/

Activo	Dic-18	Dic-19	Var.%
Fondos disponibles	115.6	193.3	67%
Caja y BCR	74.7	160.6	115%
Otras insituciones financieras y otras disponibilidades	40.8	32.7	-20%
Fondos Interbancarios	30.0	65.0	117%
Inversiones negociables y a vencimiento	255.8	328.1	28%
Cartera de créditos	1,830.5	1,852.4	1.2%
Créditos vigentes	1,876.8	1,884.4	0%
Créditos refinanciados y reestructurados	6.8	28.9	324%
Créditos vencidos y en cobranza judicial	55.5	58.6	5%
Proisión para incobrabilidad de créditos	-108.7	-119.4	10%
Cuentas por cobrar	21.0	22.5	7.1%
Inmueble, mobiliario y equipo, neto	19.5	18.5	-5.0%
Otros activos	88.2	109.7	24.3%
Activo total	2,360.6	2,589.5	9.7%

PASIVO Y PATRIMONIO	Dic - 18	Dic - 19	Var. %
Obligaciones con el público	1,243.0	1,375.9	10.7%
Obligaciones a la vista	15.0	17.0	13.5%
Obligaciones por cuentas de ahorro	24.3	30.5	25.7%
Obligaciones por cuentas a plazo	1,201.5	1,326.0	10.4%
Otras obligaciones	2.3	2.4	2.7%
Fondos Interbancarios	5.0	0.0	0.0%
Depósitos del sistema financiero	38.8	5.0	-87.1%
Adeudos y obligaciones financieras	107.7	32.4	-70.0%
Cuentas por pagar	82.0	99.2	20.9%
Provisiones	3.5	4.2	18.8%
Valores títulos y obligaciones en circulación	402.0	582.6	44.9%
Otros pasivos	21.2	20.5	-3.2%
Pasivo total	1,903.4	2,119.8	11.4%
Patrimonio neto	457.2	469.8	2.7%
Capital social	253.8	301.9	19.0%
Capital adicional	0.0	0.0	n.c.
Reservas	89.0	105.9	18.9%
Ajustes al patrimonio	-0.2	0.9	n.c.
Resultados acumulados	47.3	0.1	-99.8%
Resultado neto del ejercicio	67.3	60.9	-9.5%
Total del Pasivo y Patrimonio Neto	2,360.6	2,589.5	9.7%

BANCO RIPLEY PERÚ S.A. ESTADO DE RESULTADO INTEGRALES

Acumulado

En millones de S/	Dic-18	Dic-19	Var.%
Ingresos por intereses	654.4	641.5	-2.0%
Gastos por intereses	137.4	143.3	4.2%
Margen financiero bruto	517.0	498.2	-3.6%
Provisiones para créditos	166.0	210.2	26.7%
Margen financiero neto	351.0	288.0	-18.0%
Ingresos por servicios financieros	19.5	63.2	224.1%
Gastos por servicios financieros	6.8	6.2	-8.9%
Margen financiero neto de servicios financieros	363.8	345.0	-5.2%
Resultados por operaciones financieras	2.4	5.1	112.7%
Margen operacional	366.1	350.0	-4.4%
Gastos de administración	288.3	287.9	-0.1%
Gastos de personal y directorio	140.8	142.8	1.4%
Gastos por servicios recibidos de terceros	144.4	143.4	-0.7%
Impuestos y contribuciones	3.1	1.8	-43.5%

Depreciación y amortización	25.0	26.1	4.4%
Margen operacional neto	52.8	35.9	-31.9%
Valuación de activos y provisiones	3.4	4.5	31.3%
Resultado de operación	49.4	31.5	-36.3%
Otros ingresos y gastos	52.1	58.9	12.9%
Resultado antes de impuestos	101.5	90.3	-11.0%
Impuesto a la renta	34.3	29.5	-14.1%
Utilidad neta	67.3	60.9	-9.5%

Capítulo 11

Desarrollo de los **Negocios Financieros**

DESARROLLO

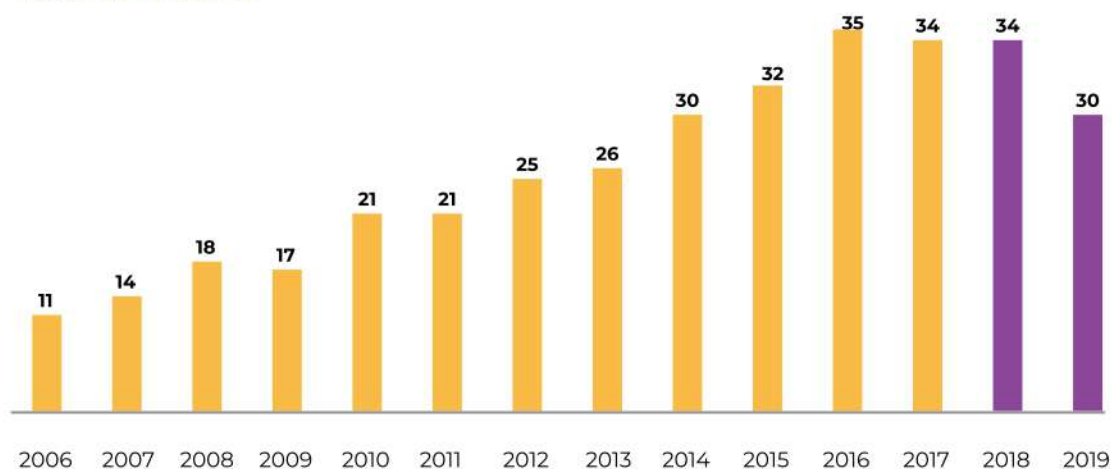
DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS

CANALES PRESENCIALES

En el 2019, Banco Ripley amplió su red de agencias inaugurando 1 nueva oficina de atención al público en el distrito de ATE, logrando alcanzar así un total de 30 agencias a nivel nacional permanentes y una agencia temporal que opera entre los meses de diciembre y marzo ubicada en el distrito de Asia en la provincia de Cañete. En Lima se tienen 17 agencias, mientras que en Provincias, hay un total de 13, que incluyen las ciudades de Trujillo, Arequipa, Piura, Chiclayo, Chimbote, Huancayo, Ica, Cajamarca, Pucallpa y Juliaca. Del total de oficinas a nivel nacional, 28 de ellas se encuentran ubicadas dentro de las Tiendas Ripley y 2 en locaciones externas.

Es importante destacar que de las 2 locaciones externas, 1 de ellas corresponde al formato de Agencia “Estación R”, la cual viene operando en Trujillo.

Red de Oficinas



CANALES DIGITALES Y DE AUTOSERVICIO

Dentro de los canales de atención al público, nuestros clientes cuentan con acceso a más de 1,600 cajeros automáticos a nivel nacional en asociación con la red GlobalNet.

Al cierre del 2019, nuestro servicio de Home Banking posee más de 20,000 Clientes Activos, y estos pueden realizar las siguientes operaciones:



- Consultar los saldos y movimientos de todos sus productos Banco Ripley activos y pasivos, visualizar el EECC de su Tarjeta Ripley y Súper Efectivo

- Realizar transferencias entre cuentas propias, a terceros y otros bancos



- Pagar Tarjeta Ripley (propia y terceros), tarjetas de otros bancos y la cuota de Súper Efectivo

- Incrementar la línea de la Tarjeta Ripley



- Visualizar el número de Ripley Puntos acumulados y ganados del mes

A nivel del App Móvil de Banco Ripley, logramos más de 130,000 Clientes afiliados en todo el 2019. Los clientes pueden disfrutar en el App:

• Consulta de movimientos y saldos de sus Tarjetas de Crédito y Súper Efectivo



• Último Estado de Cuenta de Tarjeta de Crédito y Super Efectivo

• Incremento de línea



Asimismo, tenemos presencia en redes sociales a través de Facebook, una plataforma que nos permite dar a conocer y atender las consultas sobre los diversos productos del Banco. Actualmente, contamos con más de 356 mil seguidores en nuestro fan page, teniendo más de 140 mil interacciones en el transcurso del año.

El número de usuarios que visualizaron la comunicación del Banco Ripley a través de Facebook en el 2019 fue de 39 millones.

Para los clientes que visitan las Tiendas Ripley, mantenemos canales de atención como las cajas de venta y nuestros equipos de autoservicio «Ripleymático», a través de los cuales los clientes pueden:

- Consultar e imprimir sus saldos, movimientos y Ripley Puntos.
- Ver e imprimir el resumen de su Estado de Cuenta de la Tarjeta Ripley.

CALL CENTER

Nuestro call center atiende a más de 110 mil clientes por mes, resolviendo diversos tipos de consultas referentes a saldos y movimientos e información general de nuestros productos y servicios.

TARJETA DE CRÉDITO

Banco Ripley es el principal aliado financiero de las Tiendas Ripley; al cierre del año 2019, Banco Ripley cuenta con 1.2 MM tarjetas de crédito emitidas, manteniendo el 2do lugar del mercado peruano con 19% de participación entre el total de emisores.

OFERTA DE VALOR

La “Tarjeta Ripley” ofrece:

- Beneficios y eventos exclusivos en Tienda Ripley como “Ahora o Nunca”, “Autoliquidable”, “Cierra Puertas”, “Días R”, “48 horas”, “CyberDay”, “Desayunos Belleza”, así como descuentos en Tienda Virtual (“Cyber Days”) y Fonocompra.
- Beneficios a través de “RipleyPuntos GO”, programa de fidelización corporativo que permite acumular “Ripleypuntos GO” por compras con la Tarjeta Ripley y desembolso de préstamos.

- “RipleyPuntos GO” podrán ser canjeados en Experiencias de consumo, Gift Cards de Tienda Ripley y productos exclusivos de catálogo de Tienda Ripley.
- Beneficios exclusivos en “Viajes Ripley” y productos “Ahora o Nunca”.
- Beneficios en diversas categorías en establecimientos afiliados.
- Efectivo al instante, de una manera simple y sencilla con solo tu DNI (*).

Y para los clientes que aún no tienen la tarjeta, les ofrecemos acceder a ella de una manera rápida y sencilla (*), a quienes les entregamos un Kit de Bienvenida para que empiecen a usarla desde el mismo día.

() Sujeto a evaluación crediticia.*

PRINCIPALES LOGROS 2019

- Mantener el segundo lugar de tarjetas emitidas en el sistema financiero.
- Alta penetración de uso de la Tarjeta Ripley en Tienda Ripley.
- Crecimiento en canales digitales.

EXPECTATIVAS 2020

- Programa de Fidelización con mayores beneficios para nuestros principales clientes en Ripley.
- Incremento del uso de “Tarjeta Ripley” en Tienda Ripley y en establecimientos afiliados.
- Consolidación de ventas en canales digitales.

PRODUCTOS DE EFECTIVO ASOCIADOS A LA TARJETA

OFERTA DE VALOR

- El producto Súper Efectivo (SEF), permite a nuestros clientes acceder a un préstamo desde S/ 2,000 soles hasta S/ 50,000 soles, de forma inmediata y con la sola presentación de su DNI (siempre que se encuentre dentro de las políticas crediticias establecidas en el Banco). Este préstamo no utiliza la línea de la Tarjeta de Crédito Ripley. Contamos con tasas preferenciales que van desde 15.94% hasta 69.39% (tasa efectiva anual).
- Asimismo, Banco Ripley ofrece el producto Efectivo Express (EFEX), que permite a nuestros clientes disponer de efectivo en cualquier caja de nuestras Tiendas o Agencias de Banco Ripley, Ripleyfono, Agentes Corresponsales Kasnet y Cajeros Automáticos, accediendo a tasas promocionales para determinados montos y plazos de financiamiento. Este préstamo utiliza la línea de la Tarjeta de Crédito Ripley.

PRINCIPALES LOGROS 2019

- Incremento de facturación de la disposición de efectivo asociado a la tarjeta en 7% respecto al 2018.

EXPECTATIVAS 2020

- Migración y colocación de préstamos en un nuevo sistema tecnológico que permitirá mejorar las funcionalidades del producto.
- Maximizar la rentabilidad de los productos de efectivo.
- Simplificar los procesos de venta.
- Desarrollar nuevos canales de venta digital.

PRODUCTOS DE PRÉSTAMOS NO ASOCIADOS A LA TARJETA

OFERTA DE VALOR

- El producto Préstamo Efectivo, permite a aquellos clientes que no cuenten aún con tarjeta de crédito poder acceder a un préstamo de libre disponibilidad desde S/ 1,500 soles hasta S/ 10,000, de forma inmediata y con la sola presentación de su DNI (siempre que se encuentre dentro de las políticas crediticias establecidas en el Banco). Contamos con tasas preferenciales que van desde 15.94% hasta 89.90% (tasa efectiva anual). Actualmente el desembolso se realiza a través de las Agencias Banco Ripley y Ripleyfono.

PRINCIPALES LOGROS 2019

- Incremento de facturación de préstamos para Clientes que no cuenten con la Tarjeta Ripley en un 13% respecto al 2018.

EXPECTATIVAS 2020

- Migración y colocación de préstamos en un nuevo sistema tecnológico que permitirá mejorar las funcionalidades del producto.
- Maximizar la rentabilidad de los productos de efectivo.
- Simplificar los procesos de venta.
- Desarrollar nuevos canales de venta digital.

PRODUCTOS PASIVOS

OFERTAS DE VALOR

- Depósitos a Plazo desde 30 hasta 1,800 días con tasas muy competitivas.
- CTS con una tasa fija de 6.5% en soles y 1% en dólares sin importar el saldo.
- Cuenta de Ahorro Plus con tasa fija de 3% en soles.
- Contamos con Asesores de Depósitos especializados en los productos Pasivos.

PRINCIPALES LOGROS 2019

- Crecimiento interanual de +20.6% en los Saldos de CTS.
- Crecimiento interanual en la participación del mercado: +0.28% en CTS, esto permitió obtener el 2.07% del mercado en el 2019.
- Crecimiento interanual de +53.9% en los Saldos de Ahorros.

EXPECTATIVAS 2020

- Crecimiento en Saldos en los productos Pasivos de 2%.
- Incrementar el parque de Tarjetas de Débito y aumentar saldos de ahorros en más de 20%.
- Fidelizar a nuestros clientes a través de nuestros descuentos y alianzas con tarjeta de débito.

PRODUCTOS DE SEGUROS

OFERTA DE VALOR

- Banco Ripley, completa la oferta de valor a sus clientes con Productos de Seguros direccionados a generar un mayor vínculo, ofreciendo soluciones complementarias a sus productos Financieros.

PRINCIPALES LOGROS 2019

- Complementar nuestra oferta de seguros, incorporando nuevos productos que incluyen coberturas de robo, vida y accidentes.
- Migración del stock de clientes a nuestra plataforma integral de administración de pólizas.
- Incremento de ventas de pólizas de seguros respecto al ejercicio 2018 en un 9%.
- Una disminución del porcentaje de reclamos de 30%.

Dentro de nuestra preocupación por la calidad en las ventas, adaptamos los planes de incentivos y de seguimiento para reconocer los valores de calidad y transparencia de nuestros ejecutivos.

EXPECTATIVAS 2020

- Ampliar nuestra oferta de productos y canales, teniendo como foco principal la transformación digital.

12

Capítulo **12**

Gestión **de la Tesorería**

GESTIÓN

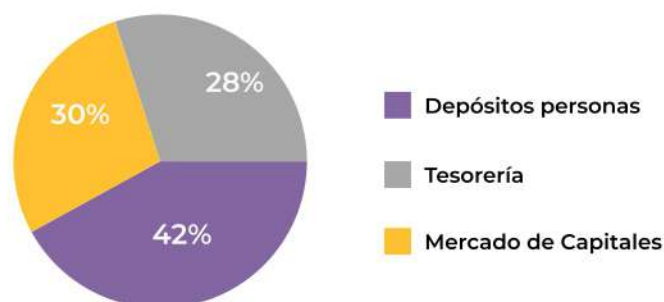
DE LA TESORERÍA

Durante el 2019, la gestión de la Tesorería tuvo entre sus objetivos más importantes:

- Optimizar el mix de pasivos, garantizando una mayor eficiencia en el fondeo de la institución.
- Continuar el esquema de emisiones en el mercado de capitales, buscando incrementar el apetito y cantidad de inversionistas en el riesgo crediticio de Banco Ripley, tanto en el corto con Certificados de Depósito como en el mediano plazo a través de Bonos Corporativos.
- Cumplir exhaustivamente con los indicadores regulatorios y nuevas exigencias de liquidez y solvencia.
- Coordinar con el área comercial para afianzar el producto de pasivos para personas, en los productos de Depósito a plazo, CTS y Ahorros.

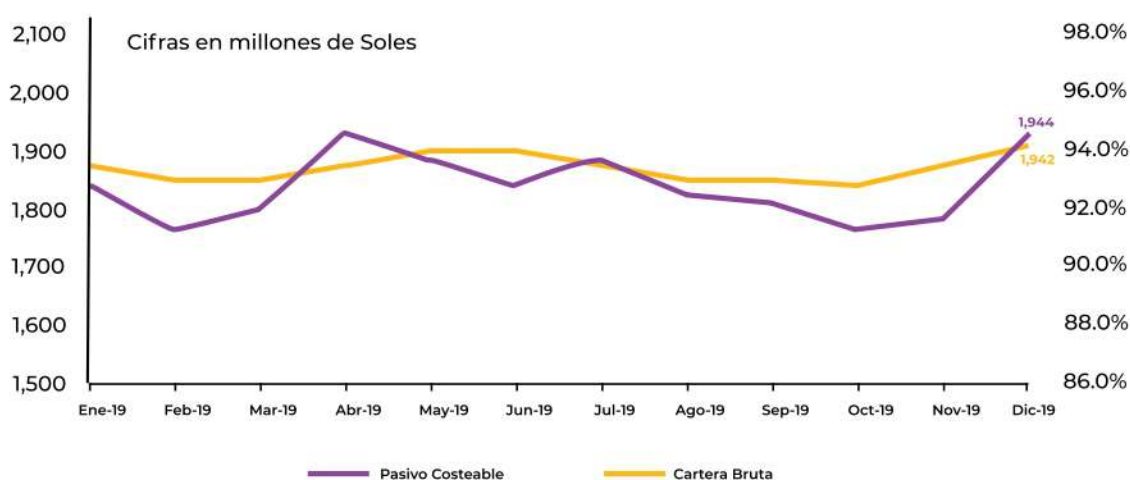
Durante este año, la cartera bruta se incrementó 1.3%, mientras que los pasivos costeables se incrementaron de S/ 1,750 Millones a S/ 1,942 Millones a diciembre con respecto al mismo periodo del año anterior. A continuación se muestra la estructura de pasivos costeables al cierre del año:

Composición del Pasivo Costeable Dic 19



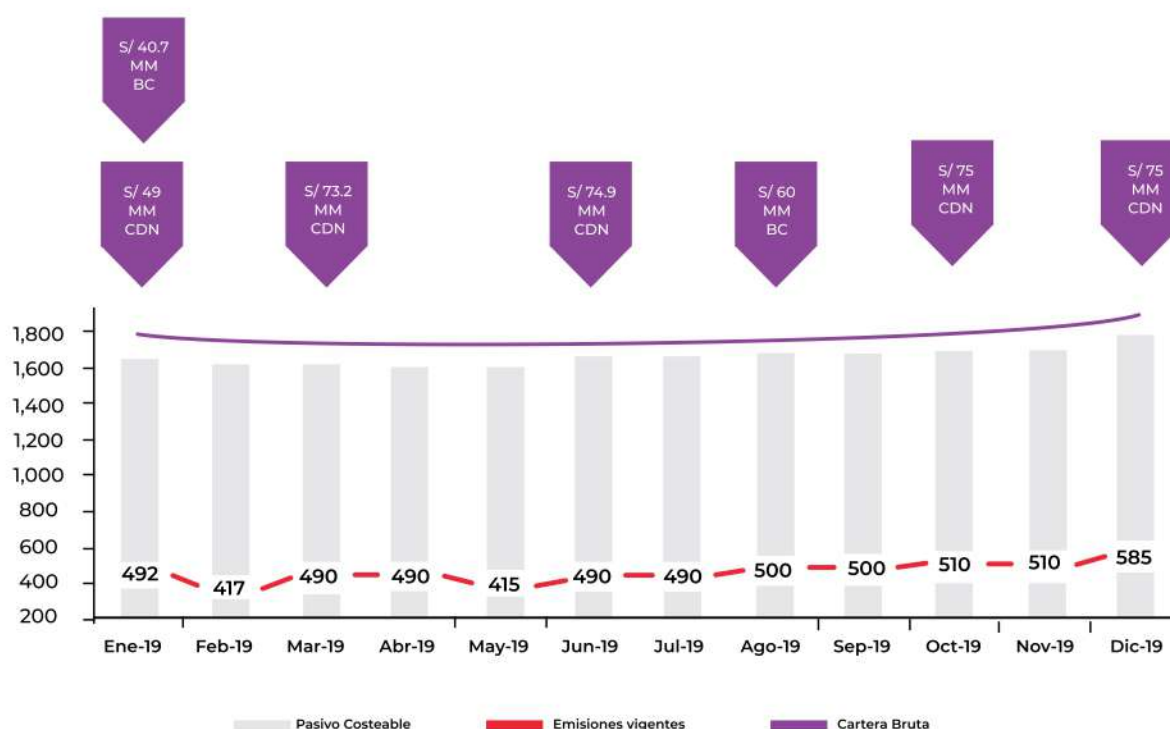
En ese sentido, los pasivos costeables se ubicaron en un ratio del 97.5% de la cartera bruta aproximadamente, de acuerdo a lo presupuestado.

Cartera Bruta vs Pasivo Costeable 2019



En cuanto a la participación en el mercado de capitales, ésta se incrementó en términos de saldo pasando de S/ 401.8 Millones a S/ 584.8 Millones al cierre del 2019. Durante el año, se registraron vencimientos de S/ 215 millones en Certificados de Depósito Negociables (CDN's) y S/ 50 Millones de Bonos Corporativos (BC's); asimismo, las emisiones alcanzaron los S/ 347 Millones en CDN's y S/ 100.7 Millones en BC's. Ambos instrumentos fueron emitidos bajo el Cuarto y Quinto Programa de CDN's (ambos programas hasta por un importe de S/ 200 Millones), así como bajo el Cuarto Programa de Bonos Corporativos hasta por un importe de S/ 250 millones aprobados por el Directorio. Para el 2018, se espera renovar los vencimientos y seguir consolidando nuestra presencia en el mercado de capitales.

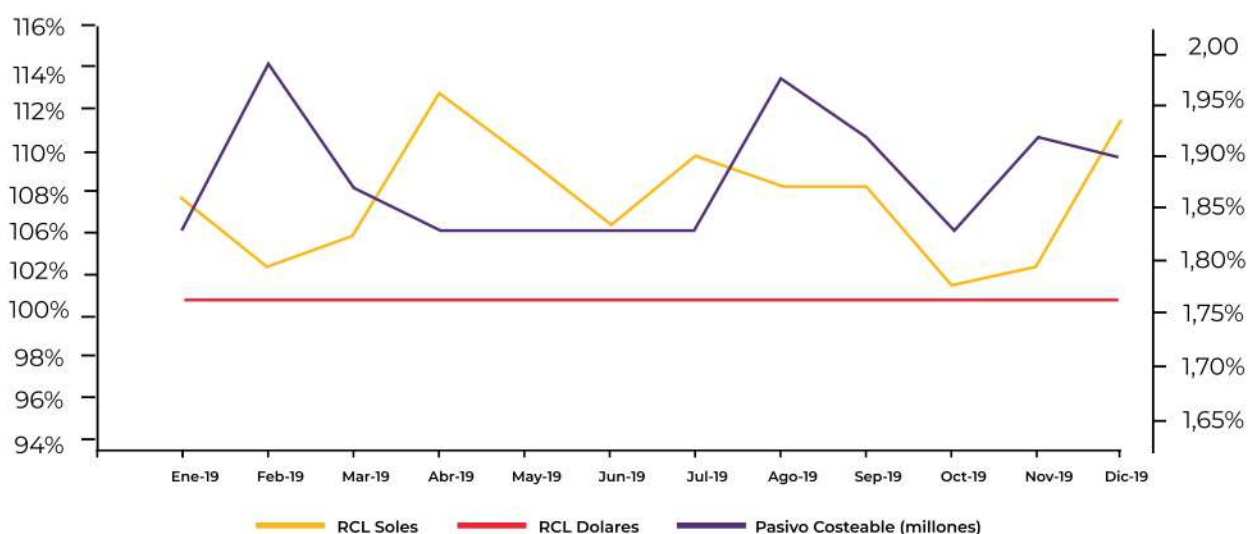
Asimismo, resaltar que los spreads asociados a las emisiones se han reducido considerablemente en los últimos tiempos, como consecuencia de la mejora del rating crediticio de la entidad.



Cifras en millones de soles

En cuanto a los indicadores regulatorios de liquidez, Banco Ripley ha tenido por política fijar un límite interno por encima del regulatorio, de tal manera que siempre tengamos el indicador en niveles saludables y sin tener la necesidad de incrementar notablemente el gasto financiero. El RCL es un indicador diario que obliga a las entidades a mantener activos líquidos de por lo menos el 100% de su portafolio, a partir de Enero 2019. Previamente, entre Diciembre 2017 y Diciembre 2018, fue de 90%.

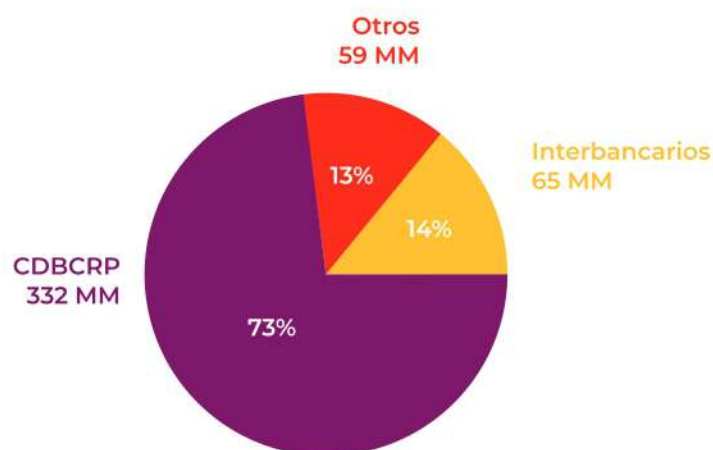
RCL vs Pasivos Costeables 2019



Adicionalmente a su papel de área de soporte al negocio, la Tesorería es un área que rentabiliza los excedentes a través de las posiciones que se toman en distintos instrumentos tales como CDBCRPs hasta dos años de plazo inicial , depósitos a plazo con instituciones financieras y préstamos interbancarios.

Portafolio de Inversiones 2019

Total de Activo Liquido S/ 456MM



Asimismo, es importante mencionar que en lo que va del año 2019 hemos logramos consolidar el Rating de Fortaleza Financiera de A- con las clasificadoras Moody's Local y Class & Asociados, además de contar con una clasificación de CPI para instrumentos de corto plazo y de AA- para instrumentos de mediano y largo plazo.

Concentración de Depósitos

Concentración	10 Principales	20 Principales
2017	28%	39%
2018	27%	36%
2019	28%	36%

Por el lado de la concentración de depósitos, se ha venido manteniendo en los mismos niveles los últimos años; en el caso de los 10 principales depositantes, este pasó de 27% en el 2018 a 28% al cierre de 2019. Asimismo, la concentración en los 20 principales depositantes se mantuvo en 36% para 2019, sin variación con respecto a 2018. De esta forma, el Banco sigue cumpliendo con los compromisos asumidos con los reguladores y las clasificadoras de riesgo.

CLASIFICACIÓN DE RIESGO

Dentro de nuestras actividades en el mercado de capitales, Banco Ripley es sujeto de calificación de 2 clasificadoras de riesgo.

En el 2015, las agencias de rating Apoyo & Asociados Internacionales y Class & Asociados, otorgaron un upgrade en la clasificación de riesgo de los instrumentos de corto plazo de banco Ripley con cifras a diciembre de 2015.

Desde enero de 2018, Banco Ripley obtuvo de manera oficial la calificación de Fortaleza Financiera de A- por las clasificadoras Class & Asociados y Moody's Local PE.

Con cifras al cierre de Diciembre de 2019, las clasificaciones de riesgo son las siguientes (última calificación publicada vigente):

	Moody's Local (Ex Equilibrium)	Class & Asociados
Rating de Institución	A-	A-
Depósitos de Corto Plazo	ML 1.pe	CLA- 1
Cuarto Programa de Certificados de Depósitos	ML 1.pe	CLA- 1
Quinto Programa de Certificados de Depósitos	ML 1 .pe	CLA- 1
Cuarto Programa de Bonos Corporativos	ML 1 .pe	AA-

Cotizaciones

Las cotizaciones mensuales (máxima, mínima, de apertura y cierre) correspondiente al ejercicio 2019 de los valores representativos de deuda de Banco Ripley son los siguientes:

BANCO RIPLEY PERÚ S.A.

Renta Fija

COTIZACIONES 2019

Código ISIN	Nemónico	Año-Mes	Apertura %	Cierre %	Máxima %	Mínima %	Precio Promedio %
PEP14300M172	BRIPL4BC2B	2019-02	101.1455	101.1455	101.1455	101.1455	101.1455
PEP14300M172	BRIPL4BC2B	2019-04	100.9271	100.9271	100.9271	100.9271	100.9271
PEP14300M198	BRIPL4BC3A	2019-05	100.6115	100.6950	100.6950	100.6115	100.6533
PEP14300M214	BRIPL4BC4A	2019-03	100.6327	100.6327	100.6327	100.6327	100.6327
PEP14300Q686	BRIPL4CD1L	2019-01	96.7526	96.7526	96.7526	96.7526	96.7526
PEP14300Q686	BRIPL4CD1L	2019-02	97.2167	97.2167	97.2167	97.2167	97.2167
PEP14300Q702	BRIPL5CD1E	2019-05	96.5976	96.5976	96.5976	96.5976	96.5976

13

Capítulo **13**

Gestión **de Personas**

GESTIÓN

DE PERSONAS

Desde el año 2014, Banco Ripley ha enfocado todos sus esfuerzos en afianzar una estrategia que busca posicionarse ante el mercado como una institución enfocada en las personas, preocupado por sus colaboradores, mejorando la experiencia del cliente e innovando al crear nuevos canales de atención.

Esta preocupación hacia nuestros colaboradores se visualiza en diferentes ámbitos a través de:

- La comunicación clara y directa del Gerente General hacia todos los colaboradores, informando los avances, logros, proyectos y cambios de la organización.
- La igualdad de oportunidades de crecimiento al interior de la organización a través de plataformas de acceso público.
- Los programas de formación acordes a las necesidades inherentes a las posiciones y unidades del negocio.
- El reconocimiento a los colaboradores más representativos por su desempeño y vivencia de valores, los cuales sirven de modelos de actuación en la organización.
- La evaluación objetiva y justa sobre el cumplimiento de metas y objetivos de cada colaborador.

A fin de cumplir con los objetivos y planes estratégicos, se desarrollan una serie de programas cuya finalidad es lograr convertir a Banco Ripley en una organización centrada en el servicio al cliente a través de una experiencia simple y cercana, enmarcada en el desarrollo y bienestar de sus colaboradores.

ATRACCIÓN Y BIENVENIDA AL TALENTO

Deseamos contar con el mejor talento, por lo cual realizamos un conjunto de acciones para atraer, desarrollar y retener el talento, con la finalidad de brindar una experiencia positiva en nuestros clientes:

- **Evaluación Estratégica de las Competencias del Negocio**

Uno de los valores fundamentales que todo miembro Banco Ripley debe de tener es la simplicidad. Para ello hemos construido un instrumento de evaluación, enfocándonos en niveles tácticos y estratégicos, que cuenta con 10 preguntas, administradas bajo una metodología 360, aplicado a toda la organización. Hemos realizado 1,880 evaluaciones de 321 posiciones. De esta manera conocemos el nivel de simplicidad de cada gerencia y podemos ajustar nuestros programas de formación, desarrollo y acompañamiento a la medida de nuestras necesidades.

- **Sensibilización en Buenas Prácticas de Selección para Líderes**

Incluimos a los clientes internos en el proceso de selección, mediante un entrenamiento para que adquieran mayores habilidades de entrevista, así como de evaluación de competencias objetivas.

Ello permite un mayor compromiso y preocupación por contar con el mejor personal, ya que ellos son los expertos sobre el desempeño ideal que todo colaborador debe de tener su área de trabajo, del mismo modo determinar si el postulante tiene la posibilidad de ser elegido como candidato final.

De esta manera logramos que se respeten las normas y procedimientos de reclutamiento y selección además de los tiempos de reposición, haciendo más responsables a nuestros líderes solicitantes, evitando que sean sólo observadores, convirtiéndose así en actores principales.

- **Bienvenida R**

Nos aseguramos que el proceso de inducción sea inolvidable, haciendo que el nuevo colaborador se familiarice con sus labores del día a día. Le ofrecemos una visión global de las operaciones de nuestros negocios y, desde el primer día, nos preocupamos por la capacitación, desarrollo y satisfacción de nuestros colaboradores.

Nuestro programa de inducción, adecuado para cada unidad de negocio y parte de nuestra capacitación corporativa, es una de nuestras primeras oportunidades para integrar al colaborador a nuestra gran familia de Banco Ripley, conociendo nuestra cultura y valores.

Nuestras Bienvenidas se manejan por mundos, teniendo una Bienvenida para el mundo de agencias y otra para las áreas de corporativas. En el primer día, para ambos mundos, se realiza el informe sobre quiénes somos, qué deseamos, qué esperamos de cada uno de ellos y qué les ofrecemos para que su experiencia laboral sea exitosa. En el segundo día el plan se diferencia: en agencias realizan el llamado onboarding (para asegurar el entrenamiento funcional para el puesto) y en sede corporativa la visita a las agencias, a las tiendas y al centro de distribución.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

Hemos logrado establecer un modelo de desarrollo cuyo alcance va desde las posiciones de entrada hasta las primeras líneas gerenciales, a través de iniciativas internas y externas. Lo fundamental de nuestro modelo es que se apalanca en el objetivo estratégico, contribuyendo con una ruta de aprendizaje que facilita el crecimiento en la organización:

Plan de Capacitación Integral Campus R

Campus R nos acompaña desde 2013 como paraguas general dedicado al entrenamiento y desarrollo de nuestros colaboradores. Este plan enmarca y alinea todas nuestras iniciativas de manera que cumpla con las necesidades del negocio, culturales, de crecimiento, seguridad y salud en el trabajo.

El Campus R cuenta con tres tipos de programas de capacitaciones generales que hemos segmentado según las necesidades, como son nuestras capacitaciones corporativas, capacitaciones del área y capacitaciones específicas del cargo.

Capacitación Corporativa

Son conocimientos relativos a la cultura y focos estratégicos que necesitan ser compartidos de manera transversal a nuestros colaboradores, en temas que impactan en cambios importantes en nuestra empresa o son parte de requerimientos específicos del negocio.

• Cursos Regulatorios – Seguridad en el Trabajo

En cumplimiento con las disposiciones de la Superintendencia de banca, Seguros y AFP, trabajamos un plan de capacitación de cursos regulatorios para todos nuestros colaboradores de Banco Ripley, promoviendo el buen uso de nuestros servicios, procedimientos y, sobre todo, conducta ética de nuestros colaboradores en relación al Banco y hacia nuestro clientes. Asimismo, desarrollamos aquellos cursos solicitados por el Ministerio de Trabajo.

• Capacitación en Transformación Digital

La transformación digital está cambiando la forma en cómo nuestros clientes interactúan con nosotros y como nuestros colaboradores desean interactuar con su organización. En el caso de nuestros colaboradores, partimos por capacitarlos en temas sobre el consumidor digital, la transformación digital, metodologías Ágiles, cambiando a un mindset Ágil y herramientas digitales que los ayude en los proyectos que se desean desarrollar y el mercado demanda.

Capacitación del Área

Son capacitaciones requeridas según las necesidades estratégicas de las distintas áreas del negocio, así como temas emergentes del entorno que impactan directamente a sus resultados y objetivos.

• Escuela Financiera

Programa que busca reforzar de manera periódica los conocimientos de nuestros colaboradores de la Red de Agencias, siendo ellos pieza clave para lograr los objetivos del banco. Como todos los años, el contenido de la escuela se alinea a las necesidades del Banco, información levantada por la gerencia de negocios y focus group con los colaboradores.

Este año hemos añadido a la malla el tema de Transformación Digital, que dio inicio a nuestra escuela financiera en Febrero de este año y junto con ello incorporamos cursos e-learning que ayuden a nuestros colaboradores a contar con la información teórica necesaria.

• Escuela de Cobranzas

Se preparó un cronograma con la finalidad de validar con cada una de las áreas expertas los temas a desarrollar con el equipo, siendo parte del módulo I el tema de Transformación Digital el cual se desarrolló en los meses de Febrero y Abril llegando a más de 200 colaboradores en Lima y Provincias.

- **Plan de Capacitación de Gestión Integrada de Riesgos (GIR)**

Plan de Gestión Integral de Riesgos, el cual tiene como objetivo cubrir las necesidades de las unidades reguladas y supervisadas del Banco, las cuales deben velar por minimizar los riesgos operacionales, delitos o fraudes que pueden presentarse en el Banco, afectando las operaciones financieras de nuestros clientes; es por esto que el nivel de especialización de los miembros de estos equipos deben estar a la altura de lo solicitado por la SBS.

- **Liderazgo 2.0, Gestión de un Ecosistema Digital**

La Transformación Digital, proceso en el que se encuentra inmerso el Banco Ripley, requiere que contemos con líderes con nuevas capacidades y con un nuevo mindset digital. Así pues, nos propusimos guiar a nuestros líderes a asumir un nuevo rol como líderes digitales y promoviendo un efecto cascada a todos los niveles de la organización.

Capacitación Específica del Cargo

Son cursos y programas que tienen como objetivo la mejora de habilidades, conocimientos o actitudes que potencien el desempeño de nuestra gente en sus funciones y tareas diarias.

- **Cursos Externos**

Gracias a nuestras capacitaciones externas ayudamos a colaboradores de posiciones tácticas y estratégicas a desarrollar habilidades y temas que aportan un gran valor dentro de nuestra compañía. También se han dado casos específicos en que hemos ofrecido cursos externos a personal operativo, dependiendo del proyecto en el que estén vinculados. Ellos a su vez se convierten en formadores, quienes ayudarán compartiendo sus nuevos conocimientos a otros miembros del equipo.

- **Prepa**

Es un proceso de capacitación, para agencias nuevas, que tiene como finalidad brindar al colaborador nuevo un espacio de bienvenida, inducción, capacitación y posterior acompañamiento al equipo, a través de un plan ordenado y minucioso que incluye eventos motivacionales, así como un programa especial dirigido a los líderes del grupo. De esta manera, el colaborador adquiere los conocimientos técnicos y habilidades blandas que le permitan desempeñarse frente a nuestros clientes.

Ciclo de Desarrollo

El ciclo de desarrollo evalúa de manera integral, sistemática y continua el conjunto de actitudes, rendimiento y comportamiento laboral de todos nuestros colaboradores. Incluye la comunicación de cómo se está desempeñando el colaborador, una definición de planes de mejora y sobre todo busca potenciar su desarrollo personal y profesional. En este programa fomentamos la participación, responsabilidad y compromiso entre el jefe inmediato y el evaluado.

Fomentamos así un espacio de diálogo formal y periódico, de manera que jefe inmediato y colaborador puedan encontrar soluciones a los problemas que surgen y afectan el trabajo diario. También utilizamos este espacio para reconocer las tareas y proyectos bien hechos, así como definir planes de acción que ayuden al desarrollo continuo del colaborador.

Fortalecimiento de Líderes – Programas de Coaching y Mentoring

Como parte del Programa de Desarrollo Individual de algunos líderes a nivel estratégico (Gerentes de primera línea y subgerentes) se identifican algunos puntos de mejora y otros que potenciar que son trabajados a través de un proceso de coaching que Ripley cubre al 100% con un coach externo.

Por otro lado, los colaboradores con mucho potencial para desarrollarse profesionalmente en nuestra organización y que, además, desempeñan bien su función, necesitan un acompañamiento que les permita moldear su conocimiento dentro de un área o posición crítica de la empresa. Es por eso que los incluimos en el programa de Mentoring.

Satisfacción Laboral

En Banco Ripley tenemos la finalidad de atraer, desarrollar y retener a los colaboradores mediante la oferta de un ambiente adecuado de trabajo. Cada año realizamos diversas mediciones para asegurar que en todos los niveles de la organización el respeto, la comunicación, la equidad, la celebración y el orgullo de pertenecer a Banco Ripley se esté logrando.

• Encuesta Great Place to Work 2019

Trabajar por la satisfacción laboral de nuestros colaboradores es una prioridad para Banco Ripley; por ello por cuarto año consecutivo participamos de la encuesta anual de las Mejores Empresas para Trabajar en el Perú a cargo del instituto GPTW.

En esta edición 2019, ocupamos la posición 23 entre las mejores organizaciones con más de 1,000 colaboradores. Este reconocimiento reafirma el compromiso que mantienen los líderes a seguir trabajando de la mano de sus colaboradores y apostando cada día por buenas y mejores prácticas de gestión de personas.

- **Encuesta Interna de Satisfacción Laboral – Termómetro**

En busca de fomentar, dar seguimiento y medir la satisfacción laboral de nuestra organización, la gerencia de Gestión de Personas realiza una encuesta interna denominada Termómetro.

Esta herramienta de medición desarrollada dos veces al año nos permite trabajar planes de mejora e identificar oportunidades y fortalezas que nos ayuden a continuar gestionando la satisfacción laboral.

Beneficios Corporativos

Comprometidos en el cuidado de la salud física y emocional de nuestros colaboradores y de sus familias, brindamos un conjunto de beneficios y actividades con la finalidad de promover el balance adecuado entre su vida laboral, personal y familiar.

- **Campañas de Salud**

Las campañas de salud se realizan dos veces en el año a nivel nacional, con la finalidad que los colaboradores reciban atención especializada en temas de nutrición, oftalmología, dermatología, oncología, ergonomía, entre otros.

Además, contamos con eventos especiales donde atendemos a los hijos de colaboradores (Chequeo ripley kids), ferias de salud, campañas de vacunación (que incluyen a sus colaboradores y familias), consultorios nutricionales y chequeos preventivos laborales.

- **Programas de Salud Financiera**

Preocupados por promover el balance entre la vida laboral, personal y familiar de nuestro colaborador, brindamos diversos beneficios relacionados con el cuidado de la salud emocional y financiera.

Brindamos a nuestros colaboradores el Seguro Vida Ley desde el primer día de labores, un seguro EPS a un precio competitivo (para cuidar a sí mismo y a su familia), planes EPS para padres de familia e hijos mayores de los colaboradores, Seguros oncológicos, Bonificaciones familiares por encima de la ley, Préstamos personales a tasas preferenciales y diversas bonificaciones que le permitan atender sus necesidades más apremiantes.

- **Tiempo en Familia**

Deseamos que el tiempo entre el trabajo y la familia sea equilibrado, por lo que promovemos un conjunto de acciones que procuren ello. Es así que ofrecemos tiempo para trámites personales, día libre por cumpleaños, licencias por paternidad y maternidad (siendo el primero superior a ley), licencias por adopción, entre otros similares.

Así mismo, preocupados porque nuestros colaboradores estén con sus familias en los tiempos más difíciles, otorgamos licencias por enfermedades graves de familiares (directos), así como por fallecimiento.

Capítulo 14

Gestión Integral **de Riesgos**

GESTIÓN

INTEGRAL DE RIESGOS

Una adecuada Gestión Integral de Riesgos permite detectar, medir y evaluar de manera confiable el verdadero valor del negocio dados los riesgos a los que está expuesto. Con esto se busca poder tomar decisiones oportunas y asegurar el cumplimiento de los objetivos y metas estratégicas definidas por la Alta Dirección.

Es por ello que la Gestión Integral de Riesgos en Banco Ripley Perú es un proceso efectuado por el Directorio, la Gerencia General y el personal adecuado en toda la organización, diseñado para identificar potenciales eventos que puedan afectar el correcto desempeño del Banco y con el objetivo de gestionarlos adecuadamente y de acuerdo al nivel de apetito por el riesgo establecido. Además, se busca proveer una seguridad razonable en el logro de los objetivos de estrategia, operaciones, información y cumplimiento definidos por el Directorio.

A continuación se muestra la estructura organizacional de la Gestión Integral de Riesgos en Banco Ripley Perú.



COMITÉ DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

El Banco ha constituido a través del Directorio, el Comité de Gestión Integral de Riesgos como un órgano colegiado, responsable de aprobar las políticas y la organización para la gestión integral de riesgos, así como las modificaciones que puedan realizarse. Es el Comité Integral de Riesgos quien define el nivel de tolerancia y el grado de exposición al riesgo que el Banco está dispuesto a asumir en el desarrollo del negocio y decide además las acciones necesarias para la implementación de las acciones correctivas requeridas, en caso existan desviaciones con respecto a los niveles de tolerancia al riesgo y a los grados de exposición asumidos.

Asimismo, el Banco ha constituido comités especializados para la gestión del Riesgo Crediticio, Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio y Seguridad de la Información, Riesgo de Mercado y de Activos y Pasivos, que sesionan de manera periódica e independiente y que son responsables de la aprobación de normas y políticas propias de la gestión de cada riesgo, así como medidas correctivas para desviaciones importantes, que luego serán ratificados por el Comité Integral de Riesgos.

Durante el 2019 se celebraron 02 sesiones del Comité Integral de Riesgos, en los que se expusieron los aspectos relevantes de la gestión del Riesgo de Crédito, Mercado, Liquidez, Operacional, entre otros.

En el último comité de gestión integral de riesgo se presentó el seguimiento de indicadores de apetito, el cual se encuentra alineado a los requerimientos regulatorios aplicables y donde se detalla el análisis y métricas que incluyen indicadores establecidos por la Gerencia del Banco.

Las tablas presentadas a continuación incluyen todos los indicadores requeridos por el regulador y adicionalmente recoge indicadores del Banco para la gestión del apetito por riesgo.

Los KRI Globales:

Banco Ripley debe mantener un nivel de solvencia que le permita cumplir con los límites regulatorios y a su vez sostener su crecimiento en el largo plazo. Por ello, conserva niveles de solvencia por encima de los definidos contractualmente y los exigidos por el regulador.

Indicador definido por la SBS	Fórmula	Requerimiento	Alerta Temprana (Trigger Amarillo)	Alerta Capacidad (Trigger Rojo)	Comentarios
1. Ratio de Capital Global	Patrimonio efectivo/ Activos y contingentes ponderados por riesgo	El Patrimonio debe ser mayor o igual al 10% de la suma de: Activos y Contingentes ponderados por el riesgo de crédito, y 10% multiplicado por requerimiento de patrimonio efectivo por riesgo de mercado y 10% multiplicado por requerimiento de patrimonio efectivo por riesgo operacional.	<=13%	<10%	
Indicador Interno	Descripción		Alerta Temprana	Alerta Capacidad	Comentarios
2. Ratio de Core Capital	Tier 1 / Activos Ponderados por Riesgo		<=11%	<8.5%	Tiene como objetivo velar un nivel razonable de capital de mayor calidad. Alerta de capacidad a partir de la proporción de Tier 1 vs Tier 2 (81%) recomendada en Basilea III, alerta temprana es el 80% de alerta temprana de Ratio de Capital Global.

Indicadores de Riesgo de Crédito:

Banco Ripley gestiona el riesgo de crédito y busca crecer en colocaciones manteniendo sus niveles de morosidad dentro de un rango razonable.

Indicador	Alerta Temprana	Alerta Capacidad
ROE	15%	14%
Resultado Neto (en millones)	60.13	56.07
Gasto en provisions Neto / Cartera promedio	11.72%	12.06%
Pérdida esperada / Stock Provisiones (*)	Por definir	Por definir

Indicadores de Riesgo Operacional:

Banco Ripley busca mitigar el riesgo operacional de manera efectiva, optimizando al máximo la eficiencia y calidad de sus operaciones.

Indicador	Descripción	Alerta Temprana	Alerta de Capacidad	Método
1. Ratio de pérdidas / Margen Financiero Bruto	Total de monto anual vs Estado de Ganancias y Pérdidas	>1.0% Margen Financiero Bruto	>1.2% Margen Financiero Bruto	Histórico / Series Estadísticas
1. Ratio de pérdidas / Patrimonio efectivo por Riesgo Operacional	Total de monto anual vs patrimonio efectivo por riesgo operacional sin requerimiento de capital adicional	>35% Patrimonio Efectivo por Rop	>50% Patrimonio Efectivo por Rop	Histórico / Series Estadísticas considerando pérdidas máximas registradas en los últimos 5 años
3. Exposición individual al riesgo operacional		< S/ 225 000	< S/ 1 000 000	Series Estadísticas

Indicadores de Riesgo de Mercado

El Banco Ripley analiza los componentes de riesgo de mercado y plantea ejercicios de estrés para la determinación de umbrales de gestión del riesgo.

		Global		
Indicador	Límite regulatorio	Alerta Temprana (Trigger Amarillo)	Alerta Capacidad (Trigger Rojo)	Método
Portafolio de inversiones	No existe límite regulatorio	-	100% de Patrimonio Efectivo	Full Valuation
VAR a 4 días del portafolio de inversiones	No existe límite regulatorio	-	Max 0.42% del portafolio de inversiones	Valor en Riesgo (Var)

Indicadores de Riesgo de Liquidez

El Banco Ripley analiza los drivers de riesgo de liquidez y analiza escenarios de estrés para determinar umbrales de gestión del riesgo.

Global				
Indicador	Límite regulatorio	Alerta Temprana	Alerta Capacidad	Método
Ratio de cobertura y Liquidez (MN/ME)	Desde 2017: <=80%	Min 104%	Min 102%	Límite regulatorio/ Series Estadísticas
	Desde 2018: <=90%			
	Desde 2019: <=100%			
Principales depositantes sobre el total de depósitos	No existe límite regulatorio	Top 20/ Total Max 46% Top 10/ Total Max 37%	Top 20/ Total Max 50% Top 10/ Total Max 40%	Histórico/ Series Estadísticas

Comité de Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio y Seguridad de la Información

El comité de Riesgo Operacional, Continuidad de Negocio y Seguridad de la Información, está conformado por funcionarios de nivel gerencial. Está compuesto por siete (7) miembros, correspondiendo al Directorio, renovarlos o ratificarlos anualmente. Las funciones principales del comité sobre Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio y Seguridad de la Información son:

- Velar por la independencia de la Gestión de Riesgo Operacional, Continuidad de Negocio y Seguridad de Información revisando las dificultades importantes, desacuerdos con la administración o restricciones al alcance encontrados en el cumplimiento de sus funciones.
- Aprobar el plan anual de trabajo de Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio y Seguridad de la Información, las actividades a realizar y asignar recursos suficientes para la gestión de dichos ámbitos, así como lograr un entendimiento general de la función de Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio y Seguridad de la Información a nivel de todo el Banco.
- Revisar el desempeño de las funciones de Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio y Seguridad de Información que comprenden el cumplimiento de los estándares internacionales.
- Revisar las actividades y la estructura organizacional de la función de Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio y Seguridad de la Información en el Banco.

Comité de Nombramiento y Remuneraciones

El comité de Nombramientos y Remuneraciones está conformado como máximo por cinco miembros, uno de los cuales es miembro del directorio que no desempeña cargo ejecutivo en el Banco. Los cargos de Gerente General, Gerente de Planeamiento y Control de Gestión, y Gerente de Gestión de Personas, formarán parte del comité. Los integrantes tienen el conocimiento, capacidad y experiencia necesaria en la gestión del negocio y de los riesgos al que el Banco está expuesto.

Entre las principales funciones del comité tenemos:

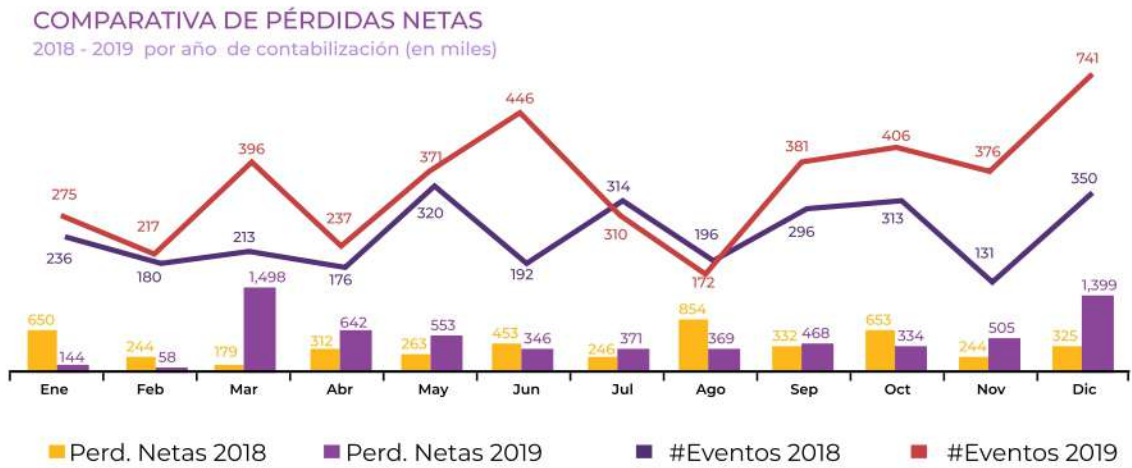
- Proponer al directorio el sistema de remuneraciones y sus modificaciones.
- Analizar las propuestas de modificación del sistema de remuneraciones y designar al personal encargado de verificar el cumplimiento de la aplicación de este sistema.
- Evaluar los potenciales conflictos de intereses del sistema de remuneraciones y proponer medidas de solución.
- Proponer las metas y los indicadores considerados en el sistema de remuneraciones.

Gestión de Riesgo Operacional

Es la probabilidad de ocurrencia de pérdidas debido a los procesos inadecuados, fallas del personal, tecnología de información o eventos externos. Esta definición incluye el riesgo legal pero excluye el riesgo estratégico y el de reputación. Por ello, Banco Ripley ha establecido políticas y prácticas internas para la adecuada gestión de riesgo operacional. Entre estas tenemos:

- Todos los miembros de la organización tienen la responsabilidad de gestionar el riesgo operacional dentro de los límites, normas y procedimientos establecidos por la institución.
- El Directorio y la Alta Gerencia del Banco aprueban políticas, normas y procedimientos para la gestión de riesgo operacional de la Organización.
- La Organización revisa y actualiza de forma anual o cuando se presenten cambios significativos, los niveles de apetito al riesgo operacional de acuerdo al perfil de riesgo de la organización.
- Identificación, análisis y evaluación del riesgo; del cual se ejecuta evaluaciones periódicas a los procesos del banco como a las nuevas iniciativas alineadas con el plan estratégico del Banco. Parte de las evaluaciones de riesgo operacional se desarrollan en diversas etapas, desde el entendimiento de los procesos hasta la definición de planes de acción para el respectivo tratamiento de los riesgos basados en el apetito y tolerancia definidos por el Banco.
- Establecimiento de medidas de acción y tratamientos para aquellos riesgos que cuenten con controles débiles o sin control. Los planes de acción a implementar deben ser aprobados por la Gerencia dueña del proceso de negocio y soporte. Para aquellos riesgos que no pueden ser controlados, la Alta Gerencia, Comité Integral de Riesgo y/o el Comité de Riesgo Operacional decidirán si aceptan estos riesgos o se reduce el nivel de actividad implicado.

- Gestión de riesgos asociados a la subcontratación significativa, considerando normas y procedimientos relacionados a la evaluación de proveedores, mecanismos de subcontratación y procedimientos para la validación del nivel de prestación del servicio.
- Identificación y gestión de los incidentes y eventos de pérdida por riesgo operacional, considerando la definición e implementación de las medidas de control relacionadas a las principales pérdidas presentadas.
- A continuación se muestra en el gráfico el comparativo de las pérdidas netas que se presentaron en el 2018 y el 2019.



- El siguiente gráfico muestra las pérdidas netas que se han presentado en el año 2018 y 2019 según su tipología.

Pérdidas netas por Tipología
y año de contabilización (miles)



- Ejecución y actualización periódica del sistema de incentivos de gestión de riesgo operacional implementado. Además de programas de capacitación con el objetivo de asegurar que el personal cuente con las habilidades y experiencia apropiadas y optimizar las actividades de gestión de riesgos operacionales de la institución.
- Definición de indicadores de alerta temprana que buscan reflejar fuentes potenciales de riesgos de operación tales como rápidos crecimientos, introducción de nuevos productos, rotación de empleados, tiempos de cierre de sistemas, etc.

Toda la gestión de riesgo operacional, viene soportada por las herramientas Accelerate y Módulo SBS- Aplicativo de Cálculo de Requerimiento de Capital.

Finalmente, parte de nuestra gestión es monitorear permanentemente los riesgos, debiendo elaborar reportes periódicos a la Gerencia General, a las Unidades de Negocio y soporte a la gestión.

GESTIÓN DE CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

Banco Ripley cuenta con un sistema de gestión de continuidad cuyo objetivo es dotar a la organización de respuestas efectivas ante la ocurrencia de eventos graves que pueden interrumpir sus operaciones, con ello busca mantener de manera razonable la entrega continua de sus productos y servicios fundamentales que garanticen salvaguardar los intereses de sus Stakeholders.

Es por ello que la gestión de continuidad del negocio en el Banco, ha constituido un programa de gestión con un enfoque de mejora continua que adopta los estándares internacionales, las buenas prácticas y el cumplimiento del marco regulatorio local que es supervisado periódicamente por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs.

El desarrollo del programa considera un plan anual de trabajo el cual es definido por la unidad especializada de continuidad del negocio de la Gerencia de Riesgo Operacional y aprobado por el Comité de Riesgo Operacional, Continuidad del Directorio y la Alta Gerencia.

Este plan de trabajo es desarrollado y soportado bajo la estructura orgánica establecida para esta gestión donde participa toda la organización tanto en los niveles estratégicos, tácticos y operativos con roles, funciones y responsabilidades específicos liderados por la unidad especializado de continuidad del negocio del Banco.

Este plan cubre todos los componentes y fases para diseñar, evaluar, implementar, probar, concientizar y capacitar sobre la gestión y los planes de continuidad necesarios para mantener actualizado el Programa de Gestión de Continuidad del Negocio –PGCN y enfrentar de manera satisfactoria los eventos de interrupción que puedan presentarse.

Durante el 2019 se llevó a cabo una revisión y actualización de toda la base normativa interna, manuales, como también se incorporan mejoras al marco metodológico y a los planes de continuidad del negocio que soportan toda nuestra Gestión de Continuidad del Negocio (GCN) en el Banco.

Se tuvo como enfoque actualizar y realizar las mejoras necesarias que refuercen nuestra gestión, alineados a los objetivos del negocio, la estructura organizacional vigente así como atender las recomendaciones de auditoría y acciones requeridas exigidas por nuestro regulador la Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs.

Cabe destacar que durante el 2019 se llevó a cabo el plan de pruebas y ejercicios de los planes de continuidad del negocio y de gestión de crisis del Banco, contemplando en este último el escenario de Ciberataque, aspecto clave para reforzar las respuestas sobre esta amenaza latente en la industria. Así también se realizaron las pruebas en agencias de las operativas alternas para atención de nuestros procesos críticos en contingencia, las cuales se encuentran difundidas y probadas de forma satisfactoria durante este periodo.

Así mismo a nivel tecnológico se destaca la mudanza de nuestro centro de cómputo principal hacia un proveedor especializado que cuenta con la certificación Tier III, por lo cual el Banco fortalece la confiabilidad y seguridad de las instalaciones de procesamiento de datos.

En síntesis, la gestión de continuidad del negocio del banco en este periodo mantiene reflejada de manera satisfactoria su enfoque de mejora continua cumpliendo sus objetivos específicos, y en particular el marco regulatorio establecido en los requisitos para mantener el uso del Método Estándar Alternativo (ASA) para el cálculo del requerimiento de patrimonio efectivo por riesgo operacional el cual se mantiene vigente.

GESTIÓN DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

El Banco Ripley cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) implementado, cuyo propósito es asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información en todas sus presentaciones y plataformas. Se encuentra alineado a los estándares internacionales (ISO 27001, PCI DSS), y a las exigencias regulatorias establecidas por la SBS (Circular G-140-2009, Reglamento de Tarjetas) y MINJUS (Ley 29733 – Protección de Datos Personales), quienes fiscalizan periódicamente su nivel de cumplimiento.

Con respecto al gobierno, el SGSI es administrado por la unidad de Seguridad de la Información que reporta a la Gerencia de Riesgo Operacional, que a su vez forma parte de Gerencia Central de Riesgos.

Con respecto a su metodología, el SGSI de Banco Ripley se basa su modelo en los siguientes puntos:

- Mantenimiento, autoevaluación y mejora continua del SGSI.
- Identificación y clasificación de los activos de información.
- Evaluación y tratamiento de los riesgos identificados.
- Monitoreo de controles y efectividad de su plataforma de seguridad lógica.
- Concientización y capacitación a los colaboradores.

Con respecto a su ejecución, durante el año 2019 el SGSI de Banco Ripley ha basado la ejecución de su plan de trabajo en los siguientes ámbitos:

Cumplimiento:

- El Estándar PCI DSS 3.2, alcanzó un nivel de cumplimiento de 59%.
- La Protección de Datos Personales (Ley 29733), alcanzó un nivel de cumplimiento de 80%.
- El SGSI (G-140, ISO 27001), alcanzó un nivel de cumplimiento global de 70%.
- Se ha establecido un programa de Ciberseguridad, que tiene como finalidad de fortalecer el SGSI por medio del alineamiento a los estándares internacionales (NIST, ISO 27032).

Gestión de Activos y Riesgos:

- Se llevó a cabo una mejora en la metodología de clasificación de activos, y se procedió a la actualización del inventario de activos de información.
- Se evaluaron los proyectos definidos en las priorizaciones trimestrales y se establecieron planes de tratamiento para los riesgos que exponen activos de información.
- Se monitorearon los eventos y se trataron todos los incidentes de seguridad de la información, sin presentar impactos relevantes en la operación.

Renovación de la Certificación ASA:

- Se llevó a cabo la Auditoría Interna al SGSI del Banco.
- Se inició la Auditoría Externa Especializada al SGSI del Banco.
- Se implementaron las acciones requeridas del proceso de certificación ASA 2018.
- Se inició la Auditoría Regulatoria correspondiente al proceso de certificación ASA 2020.

Control y Monitoreo:

- Se llevó a cabo la actualización de las políticas y procedimientos de Seguridad de la Información.
- Se reforzaron los controles de seguridad de la Información.

Capacitación y Concientización:

- Se llevaron a cabo las inducciones y capacitaciones especializadas al nuevo personal y a las áreas de negocio, incluida la red de agencias.
- Se llevaron a cabo campañas de concientización, como el Congreso ROP, donde se expusieron temas como la Seguridad de Datos de Tarjeta y la Ciberseguridad.

En conclusión, el Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) durante el año 2019 se ha mantenido estable en el desarrollo de marco metodológico y ejecución de su plan de trabajo.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

La gestión de Cumplimiento Normativo tiene como propósito el cumplimiento oportuno y adecuado de la normativa interna y externa; teniendo como uno de sus principales lineamientos crear y difundir una cultura de cumplimiento entre los colaboradores del Banco, elemento que resulta fundamental para mitigar los riesgos propios de la organización y establecer los más altos estándares de integridad y ética profesional, procurando, de esta manera, conservar nuestra imagen y reputación empresarial.

La Oficialía de Cumplimiento Normativo se encarga de velar por el adecuado cumplimiento de las disposiciones aplicables al Banco de manera tangible, difundiendo dentro la organización la importancia de cumplir con las obligaciones vinculadas al Compliance y encargándose que las áreas correspondientes asuman las responsabilidades necesarias para su adecuada ejecución. Para asegurarse de eso, se ha implementado un sistema integral de Cumplimiento Normativo que permite realizar un seguimiento y control adecuado del cumplimiento de las exigencias regulatorias existentes. Dentro de este sistema destacan procesos sólidos y un equipo humano especializado que nos permite tanto, identificar las oportunidades que se nos presentan, como detectar los riesgos a los que nos encontramos expuestos, y de esta manera tomar decisiones acertadas y actuar de forma oportuna.

RIESGO CREDITICIO

Es la posibilidad de que una entidad incurra en pérdidas y disminuya el valor de sus activos, como consecuencia de que sus deudores o contraparte fallen en el cumplimiento oportuno o cumplan imperfectamente los términos acordados en los contratos de crédito.

El Banco, para el control del riesgo crediticio, tiene implementados los sistemas de "Application Scoring" y "Behavior Scoring", los cuales permiten analizar tanto la evaluación inicial de los solicitantes de tarjetas y préstamos, como el seguimiento de los clientes a través del uso de variables predictivas y el comportamiento crediticio. Asimismo, y en apoyo a la cobranza se viene trabajando con un Modelo Scoring de desarrollo propio. Con ello, el Banco puede formular de manera más precisa sus políticas de crédito, preparar campañas comerciales y de riesgos, indicadores de alertas tempranas, control de sobreendeudamiento, políticas de cobranza, etc.

En 2013 como resultado de la implementación de los modelos que complementaban las políticas crediticias se obtuvo una reducción de los niveles de morosidad de las nuevas camadas de efectivo, para el corto y largo plazo. Dicha tendencia a la baja se mantuvo a lo largo del 2013, 2014, 2015 y 2016 en dichos periodos el ratio de morosidad de la cartera mayor a 30 días pasó de 10.3% a 8.1%, 6.2% y 6.8% respectivamente; en 2017, tuvimos incremento en los niveles de morosidad 8.0%; en 2018, logramos mejorar de forma significativa, llegando a tener un ratio de morosidad de 6.4% (-1.6 pp), por debajo de los resultados del 2017; en 2019 la mora fue de 7.4%. Cabe mencionar que el año 2015 fue un año excepcionalmente bueno en términos de crecimiento y calidad de cartera.

La cartera de Alto Riesgo (atrasada + refinanciada) fue de S/ 88 Millones; en el 2018, el resultado fue de S/ 63 Millones; por otro lado, la cobertura de cartera de alto riesgo fue de 135.7%

En el 2016, se han realizado ajustes en las políticas crediticias que han permitido la reducción de los niveles de morosidad de las nuevas camadas, en el 2017, el desarrollo y la implementación de nuevos modelos de riesgos y para el 2019 se ha implementado el nuevo modelo de score de buró.

Cabe resaltar que, no obstante que el año 2016 y 2017 ha sido un año de cambios por el contexto económico mundial y nacional, con un sistema financiero que presentó niveles de sobreendeudamiento y deterioro de la calidad de créditos. El Banco ha logrado mantener mejores indicadores en términos relativos a los competidores. En 2019, se tuvo un incremento en la morosidad por efecto de los créditos condonados.

En el tema de cobranzas, se ha venido profundizando en mayor soporte tecnológico con la actualización y mejora del sistema de gestión. De esta manera, se redunda en mejoras de productividad, de forma especial en los primeros tramos de atraso, para poder soportar cualquier escenario de crecimiento de cartera. Además, la cobranza ha focalizado las acciones de multi-canales de gestión en base a la propia segmentación de la probabilidad de no pago. En este escenario, la sinergia entre el equipo de Riesgos y de Cobranzas es de alta importancia.

De esta forma el área de Riesgos se focalizó en cinco grandes tareas:

- 1.** Procesos de "originación" eficientes y con adecuado control.
- 2.** Labor focalizada en seguimiento de cartera para minimizar riesgos.
- 3.** Labor focalizada en gestión del portafolio para apoyar el crecimiento y la cobranza con adecuada segmentación, coordinada con las áreas comerciales y de cobranzas.
- 4.** Mantener labor permanente en revisión y construcción de modelos estadísticos dentro del área para todas las etapas del ciclo del cliente.
- 5.** Ser el socio estratégico en la labor de atender nuevos segmentos de mercado.

Riesgo de Mercado y Liquidez

La Gestión de Riesgo de Mercado y Liquidez en Banco Ripley se basa en la identificación, medición y control de los potenciales riesgos de mercado y liquidez a los cuales está expuesto el Banco. Esta gestión se encuentra respaldada por un buen Gobierno Corporativo a través del Directorio y los comités de Riesgo de Mercado y de Activos y Pasivos.

La Gestión de Riesgo de Liquidez en el 2019 se caracterizó por el reforzamiento de los procesos, metodologías y controles relacionados con los temas de concentración, ratios y brechas de liquidez normales y estresadas, así como el Plan de Contingencia de Liquidez. Lo anterior contribuyó a mantener un Ratio de Cobertura de Liquidez (RCL) promedio de 110% durante el 2019 con tan solo tres eventos en los cuales el RCL se redujo por debajo de la alerta interna de 104% y que rápidamente fueron corregidos. Adicionalmente la gestión de liquidez de largo plazo permitió mantener brechas holgadas en escenarios normales y en el análisis de estrés solo se hace uso de recursos propios y emisiones de mercado de capitales desde el segundo semestre del año, para hacer frente a la salida de activos y el incremento de pasivos en escenarios altamente adversos. En esa línea, también aportó a la buena gestión de la liquidez el reperfilamiento de las emisiones de Certificados de Depósito Negociables y Bonos Corporativos. Con todas estas acciones se continuó fortaleciendo y garantizando la sostenibilidad del fondeo del Banco.

La Gestión de Riesgo de Mercado durante el 2019 se caracterizó por el seguimiento de los activos expuestos a riesgo de mercado y a los factores de riesgo a los que están asociados. Asimismo se utilizó como herramientas de medición para toda la cartera expuesta al riesgo de mercado el VaR (valor en riesgo), el VaR en estrés, el VaR condicional y el VaR condicional en estrés tanto para la posición expuesta a riesgo de tasa de interés como a la posición expuesta a riesgo cambiario. Periódicamente, se realizan pruebas de estrés y backtesting para confirmar o recalibrar la eficiencia de los parámetros utilizados en las medidas de riesgo.

banco ripley

A horizontal bar composed of three colored segments: red, yellow, and purple.

Contáctanos

Lima (01) 611 - 5757 opción 4-3-2 / Provincias 0-800-12668
bancoripley.com.pe