

Memoria Anual **Banco Ripley**

2023

- 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
- 29.** Capítulo 6
Presentación del Grupo Económico
- 22.** Capítulo 7
Reseña Histórica del Grupo Ripley en el Perú
- 26.** Capítulo 8
Análisis del Entorno Económico y del Sistema Financiero
- 34.** Capítulo 9
Visión Estratégica del Negocio
- 38.** Capítulo 10
Resultados Financieros de la Empresa
- 48.** Capítulo 11
Desarrollo de los Negocios Financieros
- 57.** Capítulo 12
Gestión de Tesorería
- 63.** Capítulo 13
Gestión de Personas
- 74.** 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 de negocio de Banco Ripley Perú S.A. durante el año 2023. Sin perjuicio de la rentabilidad que compete al emisor, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables



Lázaro Calderón Volochinsky
Presidente del Directorio



Paul Fiedler Vásquez Mejía
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, les presento nuestra Memoria Anual, que contiene el ejercicio realizado en 2023, que fue un año de importantes desafíos para el país y nuestra empresa.

El año pasado, Perú se vio impactado por anomalías climatológicas, convulsión política y social; y una débil confianza empresarial que, sumados al fenómeno inflacionario global afectó el crecimiento del país, el empleo y la capacidad de gasto de las familias. Sin embargo, se volvió a mostrar la resiliencia de los peruanos para seguir adelante en un escenario desfavorable. Y en este contexto, en Banco Ripley decidimos continuar acompañando a nuestros clientes y a las personas, trabajando para mejorar su calidad de vida a través de una propuesta atractiva y simple.

Estos efectos adversos que afrontó el país también afectaron nuestros resultados que reflejaron una pérdida neta de S/ 83.2 millones, en un contexto donde se tuvo que hacer ajustes en el perfil de riesgo de la cartera de colocaciones, en línea con la coyuntura económica del país y en especial del sector consumo.

A pesar de lo anterior, se continuó afianzando la estrategia basada en digitalización y centrada en la experiencia, lo que nos permitió que en 2023 el 78% de nuestros clientes se relacionaran con el banco a través de canales digitales. En línea con esto, durante el año pasado logramos que el indicador de experiencia de clientes (NPS) creciera en 5% alcanzando un 42%, lo que refleja nuestro propósito de poner la experiencia del cliente al centro de la estrategia. Aún tenemos mucho por desarrollar, pero nos satisface ver que seguimos avanzando en entregar oportunidades de bancarización digital y una experiencia de excelencia para las personas.

Asimismo, fuimos responsables en ejecutar medidas enfocadas en eficiencia, gestión del riesgo y liquidez para enfrentar un escenario económico complejo y de menor dinamismo.

Por otro lado, en el informe de clasificación de riesgo del año 2023, Moody's mantuvo la calificación del banco en B + en fortaleza financiera, así como ML A-1- en la calificación de deuda de corto plazo y A + en la de deuda de largo plazo.

En línea con nuestra estrategia de crecimiento, durante 2023 continuamos focalizando nuestros esfuerzos en mejorar y consolidar la performance de nuestros sistemas y funcionalidades, lo que permitió continuar atrayendo nuevos clientes, especialmente a aquellos que conviven y confían en el ecosistema Ripley. Nuestro foco seguirá puesto en la eficiencia, en la rentabilización de la operación y en profundizar nuestra relación con los clientes, a través de una experiencia integral, apalancada en la excelencia tecnológica. Para todo lo anterior son fundamentales nuestros colaboradores, con quienes trabajaremos en iniciativas que generen valor para el banco y nuestros clientes.

Por todo lo expuesto, quiero expresar mi gratitud al equipo directivo y a los colaboradores del Banco Ripley por mantener su compromiso con nuestros clientes y la sociedad. Entre todos trabajamos para mejorar la calidad de vida de las personas y aportar al desarrollo de Perú.



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 de 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**

Simplificar la Vida Financiera de las Personas.

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

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

5 INNOVACIÓN:
Innovamos continuamente para sorprender a nuestros clientes.



Capítulo 4

Breve descripción **del Directorio**

Breve

Descripción Del Directorio

• Sr. Lázaro Calderón Volochinsky

Nació en 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 en 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. Hernán Uribe Gabler

Nació en 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. Sergio Roberto Barboza Beraun**

Nació en 1977. Miembro del Directorio del Banco desde agosto 2021 como Director Independiente. Abogado, con LL.M. in International Legal Studies Georgetown University Law Center, Washington, D.C. y un postgrado en Finanzas Corporativas por la Universidad ESAN, Lima, Perú. Con amplia experiencia en asesoría, habiendo pertenecido al Departamento Legal, División de Operaciones sin Garantía Soberana del Banco Interamericano de Desarrollo. Es árbitro inscrito en la Superintendencia del Mercado de Valores, Centro de Arbitraje de la Pontificia Universidad Católica del Perú y en la Cámara de Comercio de Lima.

- **Sr. Alejandro Subelman Alcalay**

Nació en 1976. Miembro del Directorio del Banco desde agosto 2022. Economista por la Universidad de Chile, con un MBA por MIT Sloan School of Management. Con amplia experiencia en gestión de entidades financieras, es actualmente el CEO de Banco Ripley en Chile, habiéndose desenvuelto previamente como Chief Channel Officer y Gerente de Planeamiento y Desarrollo en empresas del grupo Falabella.

5

Capítulo **5**

Organigrama y **Equipo Ejecutivo**

ORGANIGRAMA

Y EQUIPO EJECUTIVO

CORPORACIÓN RIPLEY

PAUL FIEDLER VÁSQUEZ MEJÍA

*Gerente General desde diciembre de 2020
Administrador de Empresas
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
MBA INCAE
Maestría en Banca y Finanzas EOI*



Ejecutivo Senior, MBA, Maestría en Banca y Finanzas, Bachiller en Administración de Empresas. Más de 20 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 del Banco.



OSCAR LIÑÁN MORALES

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

Profesional con más de 30 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 desde abril de 2012
Contadora
Universidad de Lima
Master en Dirección Estratégica de RRHH - EOL



Profesional especializada en Ciencias Contables con más de 20 años de experiencia en el área de Gestión Humana, Implementación de Procesos de Gestión de Desarrollo Humano, Administración de Compensaciones y Clima Laboral. Más de 10 años trabajando en diversas empresas del Grupo Interbank como líder de las áreas de Gestión de Personas. Actualmente además lidera la estrategia de sostenibilidad y de relacionamiento con Stakeholders.



ROBERTO PORTUGUEZ GONZALES

Gerente de Finanzas y Control de Gestión desde abril del 2021.
Administrador de Empresas
Universidad del Pacífico
MBA en INCAE

Magister en Administración de Empresas con amplia experiencia en planificación estratégica y control de gestión en empresas del sector. Lidera las unidades de Control de Gestión, planeamiento financiero, planeamiento estratégico y Finanzas. Trabajó por más de 15 años en el Grupo InterCorp en las empresas financieras y Retail; y en su actual rol, administra la cartera de proyectos de inversión y lidera la relación con inversionistas.

JOSÉ ALVA CORTEZ

Gerente Central de Riesgos y Cobranzas desde enero 2023

Economista

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Master in Business Administration (MBA) – Instituto Tecnológico y de

Estudios Superiores de Monterrey EGADE BUSINESS SCHOOL

Certificación Internacional "Certified European Financial Analyst

CEFA – Instituto Español de Analistas Financieros



Cuenta con más de 15 años experiencia en las áreas de Riesgos y Finanzas. Trabajó como Gerente de Riesgo de Crédito, Mercado y Liquidez en Banco Falabella, Gerente de Riesgos en Banco Cencosud Perú, Gerente de Estrategias de Riesgos – Banca Persona en Banco Scotiabank Perú y su última experiencia laboral antes de ingresar al Banco Ripley fue como Gerente de Estrategia e Inteligencia de Riesgos – Banca Personas en Banco Pichincha Perú.



RICARDO SOUSA ALVARADO

Gerente Legal y de Cumplimiento desde octubre 2022

Abogado

Universidad San Martín de Porres

Máster Executive Gerencia y Administración - Escuela de Organización Industrial (EOI)

Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo - Escuela de Administración de Negocios para Graduados- ESAN

Cuenta con más de 16 años de experiencia laboral en el sector bancario. Se desempeñó como Sub Gerente de Asuntos Legales y Oficial de Cumplimiento Normativo en el Banco Internacional del Perú – Interbank hasta octubre 2022, liderando por el frente legal, la asesoría a la banca retail, cumplimiento de la regulación bancaria, el programa de protección al consumidor y programa de protección de datos personales. En compliance lideró la gestión del programa de ética y programa de Cumplimiento Normativo.

NILS SUMMERS RAZURI

Gerente de Seguros desde marzo 2020
Economista
Universidad de Lima
MBA en IE



Magister en Administración de Empresas, con más de 20 años de experiencia en empresas nacionales y multinacionales del sector Banca y Seguros, especialista en gestión comercial y gerencial en empresas de Seguros.



ALAN REATEGUI ARRIAGA

Gerente de Auditoría Interna desde abril 2023
Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad
San Martín de Porres
Magister en Administración por EUDE Business School
Maestría en Administración de Riesgos por Universidad Católica
San Antonio de Murcia

Ejecutivo con más de 16 años de experiencia en administración de riesgos, auditorías de riesgo, control interno, compliance y fraude. Con trayectoria en el sector banca y seguros liderando Gerencias de Riesgos y auditoría interna en empresas como Scotiabank, Profuturo y Citibank.

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

Capítulo 6

Presentación del **Grupo Económico**

PRESENTACIÓN

DEL GRUPO ECONÓMICO

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.

En el año 2021 se constituyó la empresa Administradora Mall Aventura S.A.C., con la finalidad de centralizar y simplificar la prestación de servicios administrativos y de gestión a la empresa de centros comerciales en Perú.

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».

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.

2014

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”.

2015

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.

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.

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.

2020

En la Sesión de Directorio llevada a cabo el 07 de octubre se nombró a Paul Fiedler Vásquez Mejía como nuevo Gerente General, quien se había venido desempeñando como Gerente General Adjunto y Gerente de Negocios y Canales, y cuenta con una larga trayectoria en el Banco; este cambio se hizo efectivo a partir del mes de diciembre.

2022

En el mes de agosto se aprobó el plan estratégico para los años 2022-2024, renovando el propósito del Banco: "Simplificar la vida financiera de las personas", enfocado en experiencia y crecimiento de los clientes, principalidad, riesgos y eficiencia.

2023

Se inauguraron dos nuevas tiendas en Iquitos y San Juan de Lurigancho, representando el primer centro comercial en dichas localidades.

A large, light purple, stylized number '8' is positioned on the left side of the page, serving as a background element for the chapter title.

Capítulo 8

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

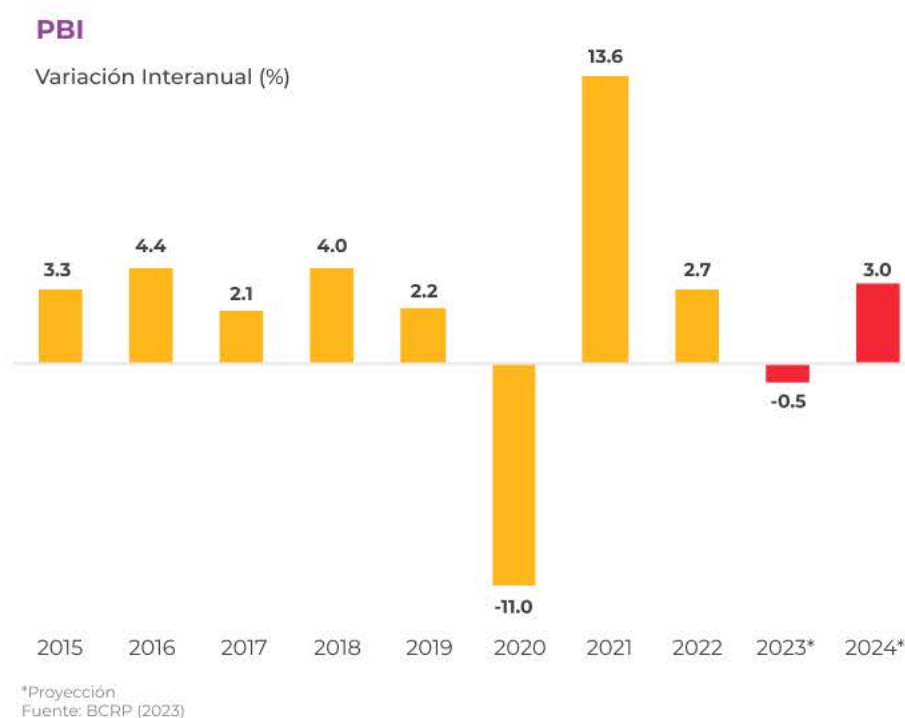
Entorno

MACROECONÓMICO

Producto Bruto Interno (PBI)¹

El Banco Central de Reserva del Perú (en adelante “BCRP”) proyectó una caída anual de -0.5% al cierre del año 2023 para el indicador, en contraste con la tasa estimada en su reporte de septiembre que indicaba un crecimiento de 0.9%. Esto en línea con la contracción de la actividad económica nacional entre enero-octubre de 0.7% dado por los conflictos sociales que iniciaron junto al periodo de contracción, las condiciones climáticas negativas que se prolongaron durante todo el año y el deterioro del presupuesto familiar ante el alza persistente de los precios de los alimentos.

Para el 2024, la proyección de la entidad se mantiene en 3.0%, donde prevé que los eventos transitorios del 2023 no se repitan dicho año y asumiendo un escenario base donde el FEN tiene una magnitud moderada de acuerdo con lo último señalado por ENFEN.



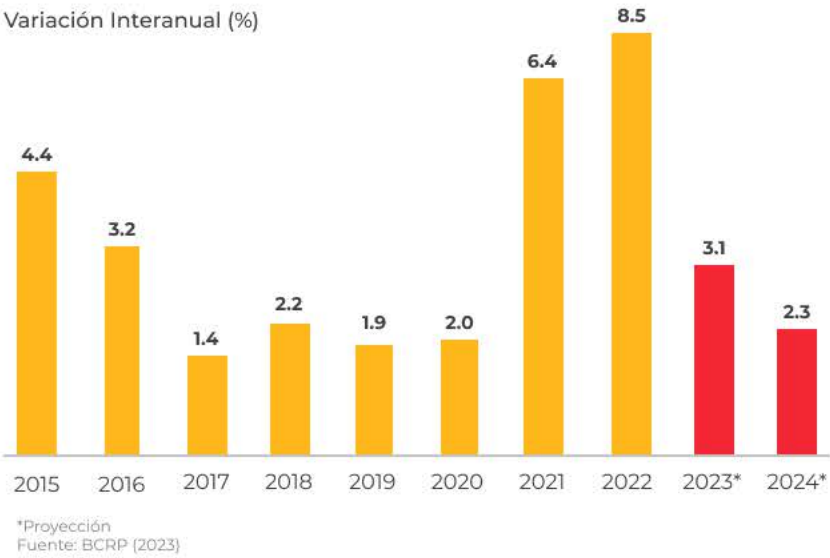
[1] Fuente: BCRP - Reporte de Inflación a Diciembre 2023.

Inflación²

A diciembre de 2023, la inflación se ubica en 3.24%, disminuyendo de forma importante a partir de junio de 2023. Por otro lado, la inflación sin alimentos y energía disminuyó de 5.59 en diciembre 2022 a 2.90% para fines de 2023. Ubicando el primero por encima del rango meta. Para el 2024 se espera una inflación de 2.3%.

INFLACIÓN

Variación Interanual (%)

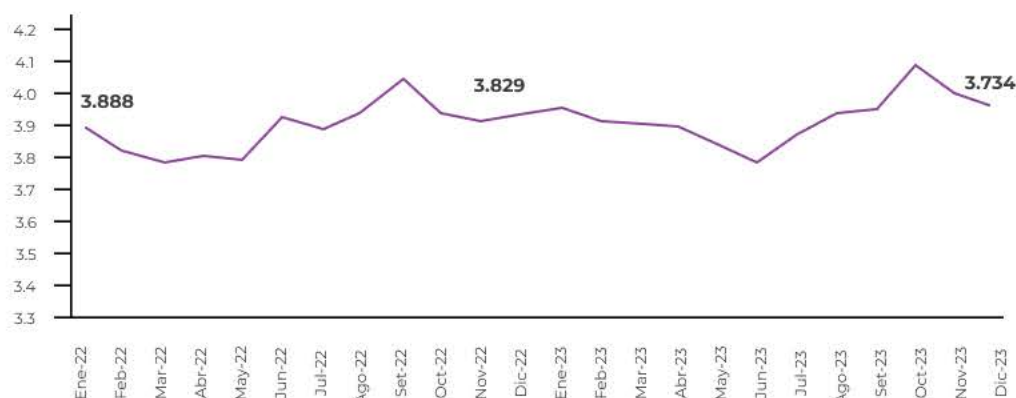


Tipo de cambio³

Entre el 30 setiembre y 15 de diciembre de 2023, el tipo de cambio peruano se apreció en 0.7%, esto ocurre en un entorno de alta sensibilidad al sentimiento al riesgo y de alta volatilidad reflejado en los “spreads” del cuarto trimestre que oscilaron entre 0.08 y 1.65 puntos básicos por encima del rango del tercer trimestre (0.00 y 1.03 pbs). Esta apreciación además refleja la disminución de la demanda de dólares durante el cuarto trimestre USD 1,586 millones vs los USD 2,829 millones presentados en el tercer trimestre.

[2 Y 3] Fuente: Reporte de Inflación a Diciembre 2023 (BCRP).

Tipo de Cambio interbancario Promedio



Fuente: BCRP (2023)

Tasas de interés y encaje⁴

Entre septiembre y diciembre de 2023, el BCRP decidió reducir la tasa de referencia en 25 puntos básicos en cada reunión, lo que llevó al indicador de 7.75% a 6.75%. Sin embargo, enfatizó que estas reducciones no necesariamente implican un ciclo de cortes sucesivos en la tasa y que futuros ajustes estarán acorde a la nueva información sobre la inflación y sus determinantes.

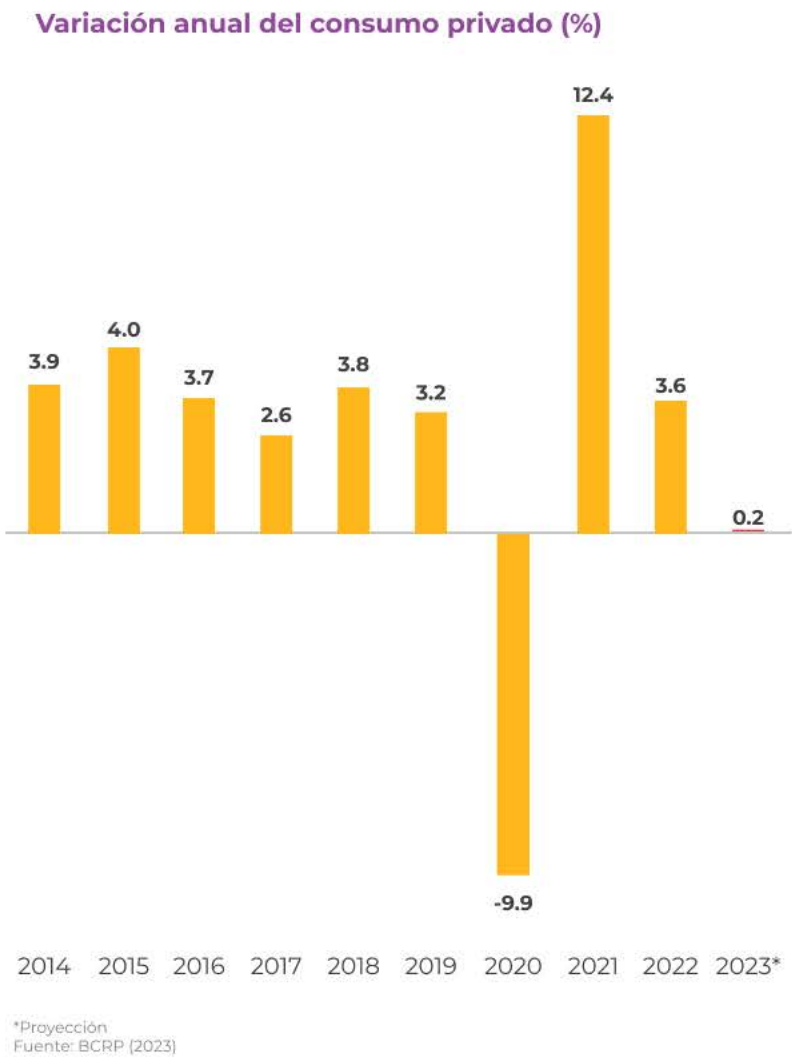
En cuanto a la tasa de encaje, el promedio mensual en el año 2023 fue de 5.61%, y al cierre del mismo año presentó un aumento de 0.30% con respecto a diciembre del 2022.

[4] Fuente: Reporte de Inflación a Diciembre 2023 (BCRP).

Negocios de consumo

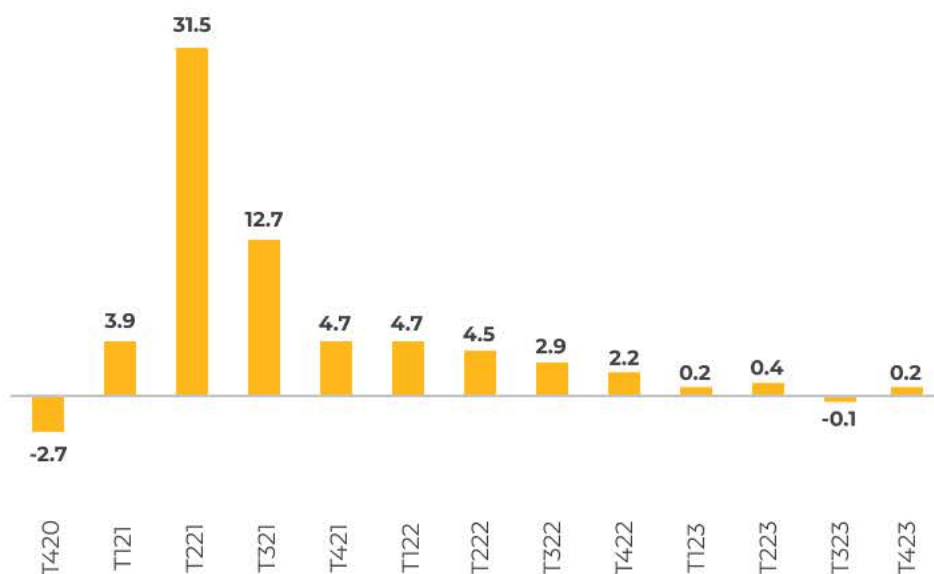
Consumo privado⁵

Por el lado del consumo, entre enero y septiembre del 2023, el indicador creció en 0.2%, la pérdida de dinamismo se debe a la baja confianza por parte de los hogares y el efecto inflacionario acumulado y sus consecuencias sobre el poder adquisitivo. Esto explica también la caída en la proyección del año 2023 entre reportes (1.2% septiembre vs 0.2 diciembre).



[5] Fuente: Reporte de Inflación a Diciembre 2023 (BCRP).

Variación anual del consumo privado (%) Cierres trimestrales



Fuente: BCRP (2023)

Sector Retail

Según lo informado por el INEI, a fines del 2023 el sector minorista evolucionó positivamente en 1.99% respecto al mismo periodo del año anterior. Los puntos que aportaron a este resultado fueron el comercio al por mayor y al por menor, y el comercio automotriz. En el caso del primero destacó la venta de combustibles y distribución de gas doméstico, la venta de maquinaria para el sector minero, servicios y salud, venta de enseres, venta de alimentos, bebida y tabaco, venta de computadoras, venta de equipos de generación de energía y dispositivos de seguridad informática, por otro lado, en el segundo caso, destaca la venta de combustibles y lubricantes, venta de productos médicos veterinarios y ópticos, venta de productos farmacéuticos y medicinales, venta de computadoras, venta en supermercados, venta de alimentos y venta por correos e internet, finalmente para el comercio automotriz el aumento vino en la venta de vehículos automotores y autopartes.

Sistema Financiero, Banca Múltiple y Banca Retail

Sistema Financiero

A diciembre 2023, el sistema financiero experimentó una caída de -12.1% 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/ 405,888 millones, representando una contracción de -0.8%, esto se debe a la contracción en los créditos para grandes empresas en -10.8% y medianas empresas en -12.9%, a causa del declive de la actividad económica y de la inversión privada, sin embargo, esta caída ha sido suavizada por los créditos de consumo cuyo crecimiento fue 6.6% y los créditos hipotecarios 5.0%. Este escenario fue acompañado por un ratio de morosidad de 4.6%, y un ratio de cobertura de 144.5% al cierre de 2023. Por otra parte, la rentabilidad del sistema financiero alcanzó un ROE de 13.0% y un ROA de 1.7% al cierre de diciembre.

Banca Múltiple

Al cierre del 2023, la utilidad neta de la banca múltiple tuvo un retroceso anual de -8.8%, alcanzando los S/ 9,226 millones. En cuanto al stock de colocaciones, este presentó una variación anual de -1.60%, resultando en un saldo de S/ 350,864 millones. A diciembre 2023, la banca múltiple experimentó una rentabilidad sobre el patrimonio de 14.3%, y un retorno sobre los activos de 1.8%. Por último, la morosidad fue alrededor de 4.31%, 36 puntos básicos por encima del resultado del mismo mes en el 2022.

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 22% del portafolio de colocaciones de la banca, cerrando en diciembre 2023 con un saldo de S/. 90,002 millones aproximadamente. Esto implicó un crecimiento de 6.6% con relación al año pasado. Dentro de los créditos de consumo, el producto tarjetas de crédito presentó un aumento en su volumen, pues durante el 2023 el monto llegó a 21,897 millones de soles, mientras que, en diciembre 2022 era de 19,901 millones de soles, por otro lado, los préstamos (a personas naturales) aumentaron en 5.6% anual.



Capítulo 9

Visión Estratégica **del Negocio**

VISIÓN ESTRATÉGICA

DEL NEGOCIO

La estrategia de Transformación desarrollada por Banco Ripley se enfoca en ofrecer de manera sostenida una experiencia extraordinaria a nuestros clientes, asociada a un mejor servicio y productos diseñados pensando en sus necesidades, siendo éstos el motor de todas las acciones que priorizamos y desarrollamos en nuestro Plan estratégico. Nuestro renovado propósito “Simplificar la vida financiera de las personas” y los cinco Focos Estratégicos que se desprenden de él nos vienen sirviendo de guía en la Transformación emprendida por el Banco desde hace algunos años.

Los Focos Estratégicos que soportan nuestro propósito son:

1. Clientes felices

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.

La movilidad y la digitalización se han convertido en un estándar para las organizaciones actuales. 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.

3. Principalidad

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 y nos permita ir ganando principalidad en sus diferentes decisiones financieras. Este abanico de posibilidades nos ha llevado a ir complementando y mejorando el conjunto de productos que poseemos en el Banco buscando extenderlo e integrarlo con todo el ecosistema que posee Ripley.

3. Crecimiento

Es sobre la base de la oferta de valor integral que el Banco viene desarrollando que se logrará una base de crecimiento sostenible a largo plazo. La excelencia para buscar la mejor experiencia de nuestros clientes, el contar con una amplia gama de productos y servicios facilita el establecimiento de sólidas relaciones con ellos, a través del cruce de productos resuelven sus necesidades y aspiraciones y este proceso se va convirtiendo en un círculo virtuoso que permite a su vez atraer y mantener nuevos clientes.

4. Sustentabilidad

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.

Estas nuevas tecnologías se han venido incorporando a los procesos core del negocio financiero permitiendo aprovechar la información disponible para generar ofertas más precisas y adaptadas a los perfiles de riesgos de nuestros clientes. Esto garantiza que el Banco vaya tomando decisiones de crecimiento basadas en su apetito de riesgo y haciéndolas más predecibles mediante la incorporación de tecnología de punta e información.

5. Rentabilidad

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

El entorno cambiante hace necesario el desarrollo de 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 de manera transversal en todo el Banco.

Asimismo, es necesario disponer de personal de primer nivel para ser capaces de cumplir el Propósito y los Focos Estratégicos, por ello buscamos generar una excelente experiencia para nuestros colaboradores en cada una de sus interacciones con el Banco. A la par hemos impulsado el desarrollo de habilidades y la adopción de una cultura de trabajo que nos está permitiendo asegurar la entrega de valor temprana al cliente incorporando prácticas ágiles en toda la organización.

10

Capítulo **10**

Resultados **Financieros de la Empresa**

Resultados **FINANCIEROS**

DE LA EMPRESA

A diciembre del 2023, Banco Ripley registró una pérdida neta de S/. 83.2MM, que representó un deterioro comparado con la pérdida de S/.18.2MM en el mismo período del año anterior, esto debido al mayor riesgo presentado en el sistema y factores exógenos como el incremento de la tasa de referencia y el deterioro del consumo privado.

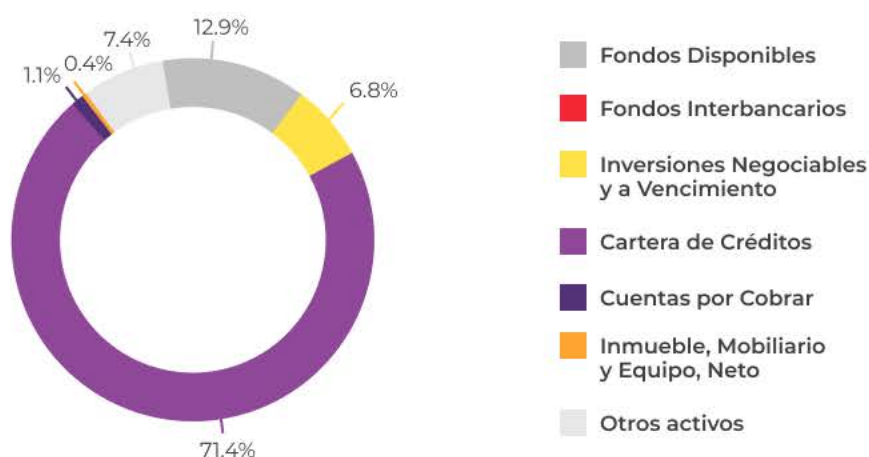
En términos de actividad, la cartera de créditos neta de provisiones de Banco Ripley a diciembre 2023 alcanzó el monto de S/. 1,503.8MM, que representó una reducción de -7.9% con relación a diciembre 2022. Esta evolución se debe a las acciones generadas durante los últimos meses para apelar a niveles más conservadores de riesgo. El ratio de mora alcanzó 5.76% al cierre de diciembre 2023 acompañado por un ratio de cobertura de 121.0% , comparados con un ratio de mora 2.92% y un ratio de cobertura de 122.9% al término del mismo mes del 2022. Este incremento en el ratio de mora es generalizado, viendo en la banca un crecimiento entre diciembre de 2022 y 2023 de 36 puntos básicos, al pasar de 3.95% a 4.31% en dicho periodo.

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

En millones de S/.	Dic. 2022	Dic. 2023	Var. %
Margen Financiero Bruto	345.8	387.7	12.1%
Margen Financiero Neto	165.6	54.7	-67.0%
Margen Operacional	268.7	173.0	-35.6%
Margen Operacional Neto	-42.3	-128.3	203.2%
Resultados antes de impuestos	-25.6	-110.3	330.1%
Pérdida Neta	-18.2	-83.2	357.5%

Gestión de Activos

Estructura del Activo - Diciembre 2023



Al cierre del 2023, los activos de Banco Ripley sumaron S/. 2,106.6MM, menor en 17.9% al monto presentado a diciembre 2022. La estructura de activos del Banco está concentrada en la cartera de créditos, que representó el 71.4% de los activos totales, seguida por los fondos disponibles que describen el 12.9% del activo total, e inmediatamente después otros activos, con un peso de 7.4% en el activo total.

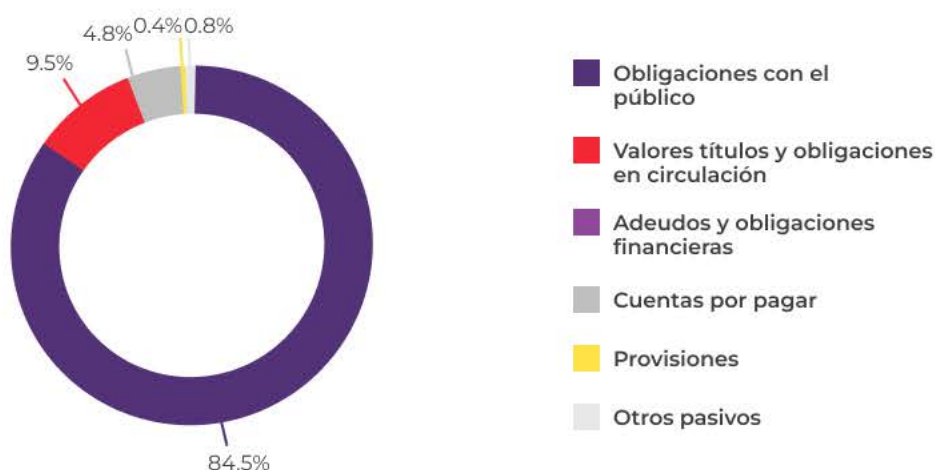
Saldo puntual en Millones de S/	Dic. 2022	Dic. 2023	Var. %
Cartera Vigente	1,653.7	1,531.2	-7.4%
Refinanciados y Reestructurados	39.0	35.8	-8.2%
Cartera Atrasada	50.1	93.9	87.5%
Provisiones	-109.5	-157.1	43.4%
Cartera de Créditos Neta	1,633.2	1,503.8	-7.9%

La cartera de créditos neta al cierre de diciembre 2023 alcanzó S/. 1,503.8MM, que significó una caída de 7.9% con respecto a dicho mes del 2022. La cartera vigente presentó una reducción de 7.4%, alcanzado un saldo de S/. 1,531.2MM en línea con la caída de la cartera neta total.

Gestión de Pasivos

Los pasivos de Banco Ripley a diciembre 2023 registraron un saldo de S/. 1,719.4MM, 20.3% por abajo del mismo período del año anterior. Como puede observarse en el gráfico, al cierre del presente año, el 84.5% de estos pasivos estuvo conformado por Obligaciones con el público, mientras que el peso de Valores, títulos y obligaciones en circulación fue de 9.5%.

Estructura del Pasivo - Diciembre 2023

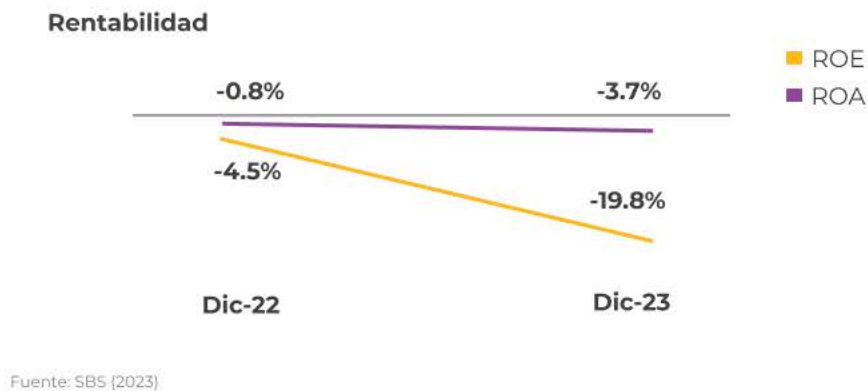


Las obligaciones con el público sumaron S/. 1,453.4MM al cierre de diciembre 2023 y estuvieron constituidas principalmente por depósitos a plazo y ahorros. Con relación a diciembre 2022, las obligaciones con el público disminuyeron en 19.4% en línea con la caída de la cartera.

Saldo en millones de S/	Dic. 2022	Dic. 2023	Var. %
Vista	20.1	22.7	13.1%
Ahorro	207.3	355.3	71.4%
Plazo	1,575.1	1,073.6	-31.8%
Otras obligaciones	1.9	1.8	-2.3%
Obligaciones con el público	1,804.3	1,453.4	-19.4%
Fondos Interbancarios	0.0	0.0	-
Depósitos del sistema financiero	0.0	0.0	-
Adeudos y Obligaciones financieras	54.0	0.0	-100%
Valores títulos y obligaciones en circulación	204.7	163.5	-20.1%
Otros pasivos	93.7	102.4	9.2%
Pasivo total	2,156.7	1719.4	-20.3%

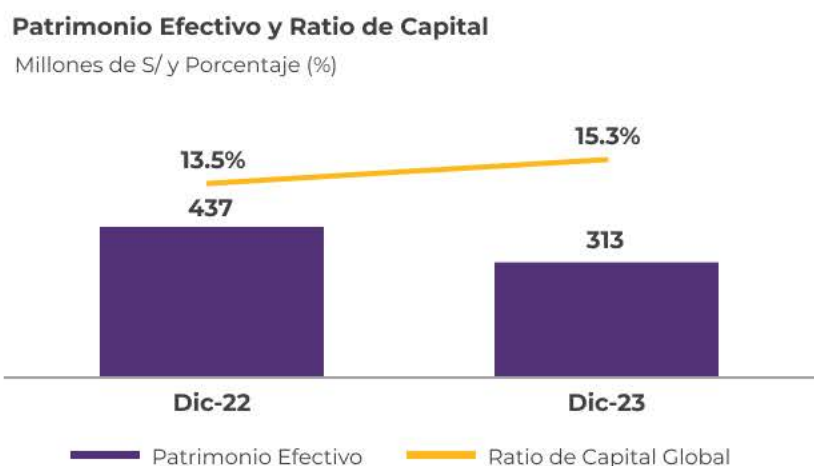
Ratio de rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad del Banco alcanzaron los niveles de -3.7% en ROA y -19.8% en ROE al cierre del 2023, ratios menores a los obtenidos el año anterior.



Patrimonio y Capitalización

El Ratio de Capital Global de Banco Ripley al cierre del 2023 alcanzó 15.3%, el mismo que representa holgura sobre los requerimientos mínimos regulatorios vigentes y significa el compromiso de mantener una adecuada solvencia patrimonial por el lado de los accionistas.



Fuente: SBS (2023)

En millones de S/	Dic-22	Dic-23
Requerimiento de patrimonio efectivo	280.1	187.5
Riesgo Crediticio	243.8	149.7
Riesgo de Mercado	0.9	0.4
Riesgo Operacional	35.5	37.5
Patrimonio Efectivo Total	437.3	312.9
Palanca Global (nro. de veces)	7.39	6.53

BANCO RIPLEY PERÚ S.A. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

al 31 de diciembre de 2023*
En millones de S/

Activo	Dic-22	Dic-23	Var.%
Fondos disponibles	350.2	272.5	-22.2%
Caja y BCR	140.1	130.0	-7.2%
Otras insituciones financieras y otras disponibilidades	210.1	142.5	-32.2%
Fondos Interbancarios	30.0	0.0	-100.0
Inversiones negociables y a vencimiento	382.7	143.4	-62.5%
Cartera de créditos	1,633.2	1,503.8	-7.9%
Créditos vigentes	1,653.7	1,531.2	-7.4%
Créditos refinanciados y reestructurados	39.0	35.8	-8.2%
Créditos vencidos y en cobranza judicial	50.1	93.9	87.5%
Proisión para incobrabilidad de créditos	-109.5	-157.1	43.4%
Cuentas por cobrar	26.1	22.8	-12.6%
Inmueble, mobiliario y equipo, neto	7.1	7.7	8.5%
Activo Impuesto Diferido	52.5	79.6	51.5%
Otros activos	85.0	76.9	-9.6%
Activo total	2,566.8	2,106.6	-17.9%

*Se presenta la información del 2022 para fines comparativos.

PASIVO Y PATRIMONIO	Dic-22	Dic-23	Var.%
Obligaciones con el público	1,804.3	1,453.4	-19.4%
Obligaciones a la vista	20.1	22.7	13.1%
Obligaciones por cuentas de ahorro	207.3	355.3	71.4%
Obligaciones por cuentas a plazo	1,575.1	1,073.6	-31.8%
Otras obligaciones	1.9	1.8	-2.3%
Fondos Interbancarios	0.0	0.0	0.0%
Depósitos del sistema financiero	0.0	0.0	0.0%
Adeudos y obligaciones financieras	54.0	0.0	-100.0%
Cuentas por pagar	74.3	81.8	10.1%
Provisiones	8.0	6.2	-22.0%
Valores títulos y obligaciones en circulación	204.7	163.5	-20.1%
Otros pasivos	11.4	14.4	25.6%
Pasivo total	2,156.7	1,719.4	-20.3%
Patrimonio neto	410.1	387.2	-5.6%
Capital social	413.1	413.1	0.0%
Capital adicional	0.0	0.0	0.0%
Reservas	144.8	57.3	-60.4%
Ajustes al patrimonio	-0.3	0.1	-140.8%
Resultados acumulados	-129.3	0.0	-100.0%
Resultado neto del ejercicio	-18.2	-83.2	357.5%
Total del Pasivo y Patrimonio Neto	2,566.8	2,106.6	-17.9%

BANCO RIPLEY PERÚ S.A.

ESTADO DE RESULTADO INTEGRALES

Acumulado

En millones de S/	Dic-22	Dic-23	Var.%
Ingresos por intereses	442.3	511.5	15.7%
Gastos por intereses	96.5	123.8	28.3%
Margen financiero bruto	345.8	387.7	12.1%
Provisiones para créditos	180.2	333.0	84.8%
Margen financiero neto	165.6	54.7	-67.0%
Ingresos por servicios financieros	104.5	123.5	18.1%
Gastos por servicios financieros	8.0	10.2	27.4%
Margen financiero neto de servicios financieros	262.1	168.0	-35.9%
Resultados por operaciones financieras	6.6	5.1	-22.9%
Margen operacional	268.7	173.0	-35.6%
Gastos de administración	278.0	273.0	-1.8%
Gastos de personal y directorio	116.7	122.1	4.6%
Gastos por servicios recibidos de terceros	159.9	149.6	-6.4%
Impuestos y contribuciones	1.4	1.2	-10.9%
Depreciación y amortización	33.0	28.4	-13.9%
Margen operacional neto	-42.3	-128.3	203.2%
Valuación de activos y provisiones	5.7	6.2	9.1%
Resultado de operación	-48.0	-134.6	180.2%
Otros ingresos y gastos	22.4	24.3	8.5%
Resultados antes de impuestos	-25.6	-110.3	330.1%
Impuesto a la renta	7.4	27.0	263.1%
Pérdida Neta	-18.2	-83.2	357.5%

Capítulo 11

Desarrollo de los **Negocios Financieros**

DESARROLLO

DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS

CANALES PRESENCIALES

En Banco Ripley tenemos 33 agencias a nivel nacional y 1 agencia temporal que opera entre los meses de diciembre a marzo ubicada en el distrito de Asia en la Provincia de Cañete. Del total de agencias a nivel nacional, 32 de ellas se encuentran ubicadas dentro de las Tiendas Ripley y 1 en locación externas ubicada en Trujillo. En el 2023, contamos con 2 nuevas agencias ubicadas en Iquitos y San Juan de Lurigancho.

En Lima se tienen 18 agencias y en Provincia 15 agencias (Trujillo, Arequipa, Piura, Chiclayo, Chimbote, Huancayo, Ica, Cajamarca, Pucallpa, Iquitos y Juliaca).

CANALES DIGITALES Y DE AUTOSERVICIO

En Banco Ripley, los clientes pueden auto atenderse a través de los canales digitales disponibles como Sitio Web y App donde podrán realizar pagos, consultas, revisar sus movimientos de sus tarjetas y solicitar productos por medio de la App. Además, está disponible para los clientes el canal de Whatsapp Banco Ripley, donde podrán resolver cualquier duda relacionada a sus productos y servicios.

En la App y Banca por Internet navegan más de 320,000 clientes mensualmente, lo que representa más del 70% de las consultas de los canales de Banco Ripley, donde pueden realizar diversas consultas y transacciones, tales como:

- Ver saldos y movimientos de su Tarjeta de crédito y débito Banco Ripley

- Visualizar el Estado de Cuenta de la Tarjeta de Crédito, Débito Banco Ripley y Súper Efectivo.
- Pagar deuda de la Tarjeta de Crédito Ripley y préstamo Súper Efectivo.
- Desembolsar Efectivo Express o Súper Efectivo.
- Realizar transferencias entre cuentas propias, a terceros y otros bancos.
- Ver Ripley Puntos GO acumulados.
- Realizar canjes de productos mediante el programa de fidelización de Ripley Puntos GO.
- Activar y desactivar las compras por internet de su Tarjeta de Crédito Banco Ripley.

LOGROS 2023

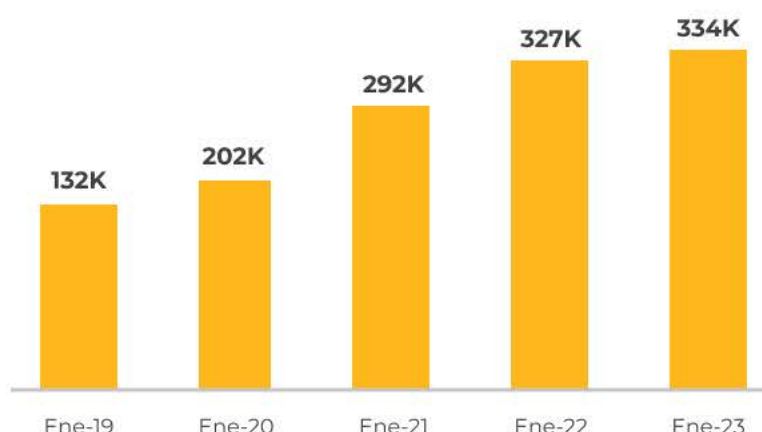
- Despliegue 100% de flujos end to end de préstamos en febrero 2023.
- Lanzamiento de flujo digital de Tarjeta de Crédito Banco Ripley y visualización para su utilización inmediata mayo 2023.
- Implementación de mecanismo de seguridad con Biometría en mayo 2023.
- Transferencias inmediatas a terceros de otros bancos.

OBJETIVOS 2024

- Asegurar tendencia de indicadores de estabilidad y performance de nuestro canal.
- Masificar método de autenticación de clientes más robusto tanto para nuestros flujos de captación como transaccionales.
- Poder transferir vía número de telefónico de cliente (interoperabilidad).
- Liberar a nuestros clientes funcionalidades relevantes como: pagar de manera adelantada, reenganche, pago directo con productos propios.
- Entregar una experiencia más personalizada al cliente para que pueda ver y/o obtener los productos que mas le interesan (Implementación de Synerise).

- I 50
- Aplicar una estrategia de tasas segmentadas o Pricing para los clientes con oferta de EFEX/SEF.

Cientes únicos digitales



CALL CENTER

Nuestro call center “Ripleyfono” atiende a más de 100 mil clientes por mes todos los días del año, facilitando a nuestros clientes:

- Atención de Consulta de nuestros productos pasivos, activos y servicio.
- Atención de solicitudes como Incrementar la línea de la Tarjeta Ripley.
- Oferta de préstamos.
- Atención de reclamos de nuestros productos pasivos, activos y servicio.

TARJETA DE CRÉDITO

OFERTA DE VALOR

Nuestra “Tarjeta Ripley” ofrece:

- Eventos, descuentos y campañas exclusivas en Tienda Ripley como promociones “Ahora o Nunca”, Campañas de Meses Sin Intereses, “Cierra Puertas”, “Días R”, “48 horas”, “Desayunos Belleza”, y mucho más. Todos estos beneficios tanto en Tiendas como en el Ripley.com y Marketplace.

- Beneficios a través de “RipleyPuntos GO”, programa de fidelización corporativo que permite acumular “Ripleypuntos GO” por compras con la Tarjeta Ripley.
- “RipleyPuntos GO” pueden ser canjeados por Experiencias de consumo, Gift Cards en 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.

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

() Sujeto a evaluación crediticia.*

PRINCIPALES LOGROS 2023

- Se colocaron más de 194 mil tarjetas nuevas.
- Lanzamiento del proceso de venta digital asistida en el canal presencial.
- Lanzamiento de nuevos mercados: Iquitos (Octubre) y SJL (Diciembre)
- Lanzamiento de proceso de captación 100% digital, con autenticación biométrica.

OBJETIVOS 2024

- Crecimiento de 24% de Captación.
- Crecimiento de 25% de facturación con la Tarjeta de Crédito.

PRODUCTOS DE PRÉSTAMOS

OFERTA DE VALOR

- El producto Súper Efectivo (SEF) permite a nuestros clientes (aquellos que ya cuentan con tarjeta de crédito) acceder a un préstamo desde S/ 1,000 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 de interés que van desde 15.94% hasta 83.40% (tasa efectiva anual).
- El producto Efectivo Express (EFEX) permite a nuestros clientes disponer de efectivo en cualquier caja de nuestras Tiendas o Agencias de Banco Ripley, Ripleyfono, Agentes Corresponsales Kasnet, Cajeros Automáticos y a través de nuestros APP/Home Banking, accediendo a tasas promocionales para determinados montos y plazos de financiamiento. Este préstamo utiliza la línea de la Tarjeta de Crédito Ripley.
- El producto Préstamo Efectivo (Préstamo Ya!) permite a aquellos clientes que no cuenten aún con tarjeta de crédito Ripley poder acceder a un préstamo de libre disponibilidad desde S/ 1,000 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 83.40% (tasa efectiva anual). Actualmente el desembolso se realiza a través de las Agencias Banco Ripley y Ripleyfono.

PRINCIPALES LOGROS 2023

- Crecimiento de +30% de facturación de Efectivo Express vs el 2022.
- Incremento del share digital de Efectivo Express en 13% vs el 2022.
- Incremento del margen neto de Préstamos en +50% vs el 2022.

- Incremento de tasa pactada en Súper Efectivo en más de 600 pbs vs el 2022
- Incremento de la tasa pactada en Efectivo Express en más de 610 pbs vs el 2022.

OBJETIVOS 2024

- Incremento de la facturación en +20% vs el 2023.
- Incremento del margen neto de nuestros productos financieros.
- Lanzamiento de Súper Efectivo Reenganche en el canal digital.
- Implementar la venta de Efectivo Express en el piso de ventas de la Tienda Ripley.
- Mejorar la productividad de nuestros canales Banco, Tienda, Call Center y Digital.

PRODUCTOS PASIVOS

OFERTA DE VALOR AL 2023

- Tenemos 4 Cuentas de Ahorro con múltiples beneficios para nuestros clientes, siendo nuestro principal producto: Cuenta de Ahorro Plus, que ofrece una de las mejores tasas de interés en soles del mercado.
- El producto Depósitos a Plazo Fijo con plazos desde 1 hasta 36 meses con tasas competitivas en el mercado.
- El producto CTS con una tasa fija de 6.5% en soles y 1% en dólares sin monto mínimo de apertura.

PRINCIPALES LOGROS 2023

- Crecimiento interanual de saldo personas en 358MM que representan +36% vs 2022:
 - Crecimiento interanual de +73% en los saldos de Ahorros.
 - Crecimiento interanual de +42% en saldos de Depósitos a Plazo Fijo.

- Implementamos la funcionalidad de transferencias interbancarias inmediatas a través de los canales digitales.

OBJETIVOS 2024

- Crecimiento anual en saldos de ahorro fin de periodo: S/164 MM (+47%).
- Implementación de captación digital no clientes.
- Lanzamiento de la cuenta transaccional.
- Habilitación de Transferencias con contacto (Interoperabilidad).

TARJETA DE DÉBITO

En Banco Ripley tenemos como principal aliado financiero a Tiendas Ripley, al cierre del año 2023, en Banco Ripley contamos con 200 mil tarjetas de débito.

PRINCIPALES LOGROS 2023

- Se colocaron más de 69,470 tarjetas débito nuevas que representa un crecimiento total de +45% vs 2022.
- Crecimiento de facturación de tarjeta de Débito presentó un incremento +38% vs 2022.

PRODUCTO DE SEGUROS

Seguros Banco Ripley, se ha consolidado como una línea de Productos importante para el Banco, mejorando procesos, y creando productos con mayores beneficios para nuestros clientes, participando en nuevos canales de venta como digital y call center, manteniendo el foco en el seguimiento y control de Siniestros, así como la agilización de los pagos para el alivio de nuestros clientes.

Durante 2023 tuvimos el reto de abrir nuevos canales acompañando a los productos financieros, en las plataformas digitales del Banco y Call Center, buscando siempre la calidad de venta y la permanencia de los clientes mejorando los procesos de anulaciones y retención para los clientes.

Adicionalmente y con una constante búsqueda de eficiencias en todos los procesos, se empezó con la ambiciosa tarea de incorporar la comercialización de nuestros seguros asociados a un producto financiero dentro del flujo de venta del mismo, facilitando la tarea de nuestros asesores y permitiendo alinear la oferta de canales comerciales.

Estas mejoras no hubieran sido posible de no contar con el apoyo de la gerencia de Tecnología, logrando importantes desarrollos para mejorar la experiencia del cliente al momento de contratar un Seguro, así como generar un mejor impacto en la reducción de papelería. Esto ha generado una mejora importante en el Journey del cliente de Seguros del Banco.

Seguros Banco Ripley tiene un plan ambicioso para el 2024, con aperturas de Productos con flujos de venta 100% digital, completar la incorporación dentro de los flujos de la venta conjunta de los seguros asociados a productos financieros, empezar con la comercialización de seguro vehicular con herramientas propias, así como continuar con mejoras al control y seguimiento de la calidad de venta.

12

Capítulo **12**

Gestión **de la Tesorería**

GESTIÓN

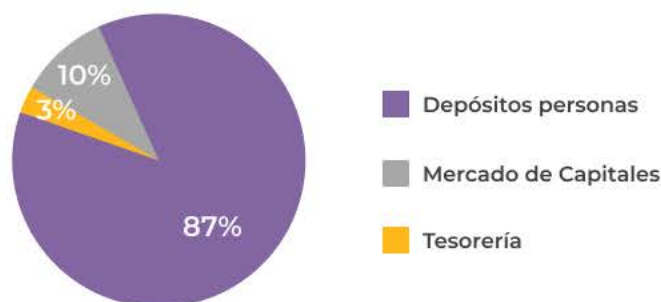
DE LA TESORERÍA

Durante el 2023, la gestión de la Tesorería tuvo entre sus objetivos más importantes:

- Cambiar la estructura de fondeo, garantizando una mayor eficiencia en el gasto financiero.
- Consolidar el crecimiento del producto pasivos personas como fuente principal de financiamiento.
- Mantener la presencia del Banco en el Mercado de Capitales, siendo una fuente relevante de financiamiento.
- Cumplir exhaustivamente con los indicadores regulatorios, nuevas exigencias, y sugerencias de liquidez de parte del Regulador.

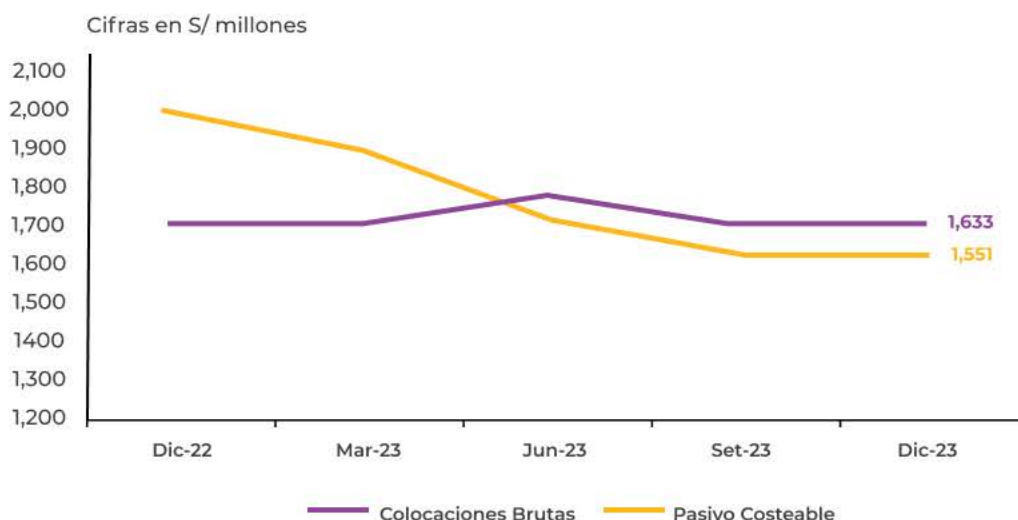
A continuación, se muestra la composición de pasivos costeables al cierre del año:

Composición del Pasivo Costeable Dic 23



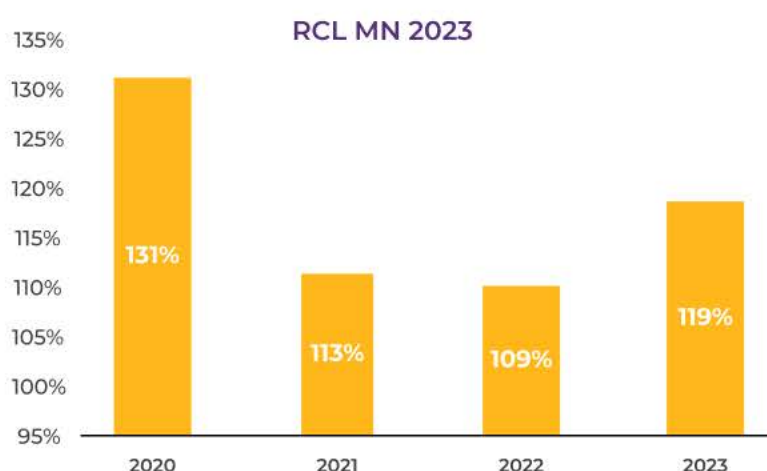
Los pasivos costeables se ubicaron en S/ 1,551 Millones al cierre del 2023, lo que representó el 95.5% de la cartera bruta aproximadamente. Durante este año, la cartera bruta se redujo en 4.9%, mientras que los pasivos costeables cayeron en 22.4%.

Cartera Bruta vs Pasivo Costeable 2023 (S/ millones)



En cuanto a la participación en el mercado de capitales, ésta se redujo en términos de saldo pasando de S/ 212 Millones al cierre de 2022 a S/ 169 Millones al cierre del 2023. Durante el año, se registraron vencimientos de S/ 212 Millones de Certificados de Depósito Negociables (CDs); asimismo, en el año las emisiones alcanzaron los S/ 169 Millones en CDs, los cuales fueron emitidos bajo el Sexto Programa de Certificados de Depósito Negociables. Esto nos ha permitido seguir siendo un emisor recurrente en el Mercado de Capitales.

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. Al cierre del 2023 el RCL en moneda nacional fue de 118.6%.



El cambio en la estructura del pasivo ha permitido una reducción importante en la concentración de los principales depositantes. La concentración de los 10 principales depositantes sobre los depósitos totales pasó de 29% a fines del 2022 a 4% al cierre del 2023. Así mismo, respecto de los 20 principales depositantes pasó de 38% a 5% para el mismo periodo.

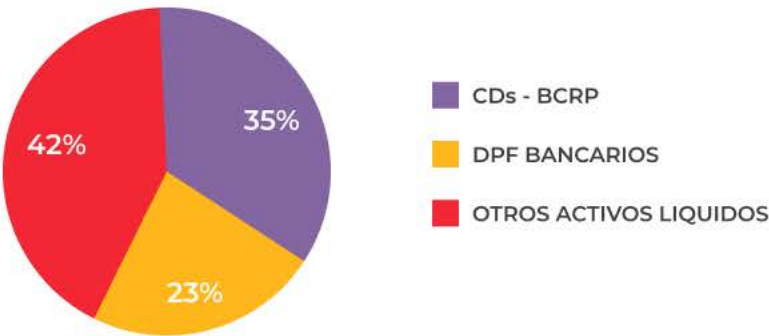
Concentración de Depósitos

Concentración	10 Principales	20 Principales
2020	26%	35%
2021	33%	48%
2022	29%	38%
2023	4%	5%

Portafolio de Inversiones 2023

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, depósitos a plazo con instituciones financieras y préstamos interbancarios.

Total de Activos Líquidos S/ 412MM



El activo líquido del Banco tuvo una composición balanceada entre los Certificados de Depósitos del Banco Central (CDs-BCRP) y los Depósitos a Plazo Fijo bancarios (DPF BANCARIOS), concentrando entre ambos el 58% de las inversiones, logrando rentabilizar adecuadamente los activos líquidos y preservar la holgura en la liquidez necesaria para hacer frente a cualquier evento adverso.

Clasificación de Riesgo

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

A Marzo 2022, Moody's mejoró la perspectiva de clasificación de Banco Ripley, pasando de Negativa a Estable por primera vez desde que se realizó la rebaja en 2020.

A Julio 2022, Banco Ripley comienza a trabajar con la empresa Clasificadora de Riesgo Pacific Credit Rating (PCR), a raíz de la absorción de la Clasificadora de Riesgos Class & Asociados por parte de Moody's Local PE, obteniendo de esta forma una clasificación de Fortaleza Financiera de B+.

Al cierre de diciembre de 2023, las clasificaciones de riesgo vigentes son las siguientes (última calificación publicada):

Clasificadora de Riesgo	Moody's Local	Pacific Credit Rating (PCR)
Rating de Institución	B+	B+
Depósitos de Corto Plazo	ML A-1-.pe	PE Categoría I-
Quinto Programa de Certificados de Depósitos	ML A-1-.pe	PE 1-
Sexto Programa de Certificados de Depósitos	ML A-1-.pe	PE 1-

**Informes con cifras a Junio 2023*

Cotizaciones

Las cotizaciones mensuales (máxima, mínima, de apertura y cierre) correspondiente al ejercicio 2023 de los valores representativos de deuda de Banco Ripley son los siguientes:

Código ISIN	Nemónico	Año - Mes	Apertura %	Cotizaciones 2023			Precio Promedio
				Cierre %	Máxima %	Mínima %	
BONOS CORPORATIVOS							
PEP14300Q785	BRIPL6CD1B	2023-01	93.2961	93.2961	93.2961	93.2961	93.2961
PEP14300Q793	BRIPL6CD1C	2023-01	92.8112	92.8112	92.8112	92.8112	92.8112

*Fuente Bolsa de Valores de Lima

13

Capítulo **13**

Gestión **de Personas**

GESTIÓN

DE PERSONAS

En Banco Ripley, contamos con un modelo de gestión de personas que brinda soporte a la estrategia del negocio, vela por el bienestar y calidad de vida de nuestros colaboradores y asegura un proceso continuo de aprendizaje, con planes claros de desarrollo y crecimiento.

Nuestra cultura organizacional está basada en valores, contando con una comunicación cercana, simple y transparente. Promovemos prácticas e iniciativas que constantemente buscan cumplir con nuestro propósito: "Simplificamos la vida financiera de las personas"

Para atender a nuestros más de 1500 colaboradores contamos con un equipo de profesionales, distribuidos en 6 ámbitos de trabajo que nos permiten asegurar la planificación, diseño y ejecución de este modelo.

• **Compensación y Beneficios**

La gestión de nuestros procesos de remuneraciones y compensaciones están basadas en pilares de orden, transparencia y confianza, los cuales están validados por nuestras métricas reputacionales y de satisfacción laboral. Asimismo, velamos por el correcto, oportuno y puntual pago a todos nuestros colaboradores, basándonos en un cronograma de pago, definido y comunicado a inicios de año.

Hemos implementado un plan integral de beneficios corporativos, programas de salud y cuidado, además de los requeridos por ley.

• **Atracción del Talento**

La innovación en la atracción y reclutamiento del talento es una ventaja diferencial en el mundo laboral actual, algo que hemos comprendido y aplicado en Banco Ripley.

Nuestros procesos son dinámicos y modernos y permiten al candidato una experiencia satisfactoria tanto en el proceso de reclutamiento como en el proceso de onboarding.

Además, el acompañamiento constante al cliente interno y la transparencia de los procesos de ascenso en la organización, han permitido que alcancemos una gran credibilidad en nuestras acciones, de acuerdo con las mediciones internas de satisfacción laboral y de entidades evaluadoras externas.

• Desarrollo Organizacional

Enfocados en el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores, contamos con programas y acciones que impactan positivamente en el desempeño de sus funciones, en la promoción de un óptimo clima laboral y en el desarrollo de líderes.

Tenemos como principal objetivo asegurar la sostenibilidad del negocio mediante la óptima gestión del talento y promoviendo un modelo de liderazgo alineado a nuestra cultura organizacional. Para lograr dicho fin, durante el 2023 hemos puesto en práctica programas que identifican los principales talentos de la organización para formarlos y seguir impulsando su crecimiento en puestos claves.

Asimismo, hemos implementado programas de acompañamiento a nuestros líderes y equipos para que puedan superar los desafíos y obstáculos que puedan atravesar en su gestión, y también para que puedan lograr los objetivos del negocio.

Por último, contamos con programas de reconocimiento que buscan valorar y premiar el esfuerzo, compromiso, dedicación y logros en nuestra organización.

• Formación

Como principal palanca para el crecimiento profesional de nuestros colaboradores tenemos diversos programas de capacitación, mediante los cuales buscamos fortalecer y adquirir nuevos conocimientos, generar una rápida adaptación a la organización y a sus nuevos puestos de trabajo; y desarrollar habilidades que requiere nuestra operación.

Adicionalmente impartimos con nuestros colaboradores todos los aspectos regulatorios y normativos bajo los que se rige Banco Ripley.

• Comunicaciones Internas y Sostenibilidad

Responsables de consolidar la cultura, fortalecer el liderazgo, conectar con los colaboradores y lograr un alineamiento a los objetivos desde la comunicación interna y externa a través de innovadores canales y plataformas como Workplace, Conectados, pantallas digitales, murales informativos y entre otros que nos ayudan a mantener actualizados a los distintos públicos de la organización. Desde este frente, además de trasladar importante información, ofrecemos soporte a los diferentes equipos, dando a conocer sus proyectos e iniciativas con campañas y comunicaciones atractivas que potencien el impacto de sus solicitudes.

Además, lideramos la organización y ejecución de espacios de comunicación como el PIT de banco y tienda, Rumbo Ripley y otros que nos ayudan a compartir importante información del negocio, dar exposición a nuestros principales líderes y mantener enterados nuestros colaboradores sobre los últimos acontecimientos de la empresa.

Por otro lado, administramos las cuentas de LinkedIn de ambos negocios, nutriendo cada perfil con comunicaciones alineadas a la cultura y propósito con los eventos, actividades, programas e iniciativas que se desarrollan diariamente, trasladando y mostrándonos como una empresa atractiva para potenciales talentos.

Desde el frente de Sostenibilidad velamos por el cumplimiento de nuestra estrategia corporativa, poniendo en valor las iniciativas de Ripley en los tres frentes de impacto: negocio, medio ambiente y sociedad, así como nuestro desempeño respecto a los desafíos que nos hemos trazado con el fin de continuar contribuyendo al desarrollo sostenible del país y la sociedad en general.

• Relaciones Laborales

Área encargada de asegurar el cumplimiento de nuestra cultura basada en principios éticos y del cumplimiento de las normas de disciplina interna, atributos requeridos para el correcto funcionamiento de nuestra organización; así como del estricto cumplimiento del marco regulatorio vigente en nuestro país.

Contamos con unidades de soporte que acompañan el cumplimiento y mejora de nuestros procesos, así como la atención de las necesidades del negocio en materia de gestión de personas.

RELACIÓN DE PRINCIPALES PROGRAMAS Y PROCESOS EN BANCO RIPLEY

A continuación, detallamos nuestros principales procesos y actividades que desarrollamos en Banco Ripley:

1. Atracción del Talento

Ferias Laborales

Para nosotros es importante incorporar al mejor talento y ser la primera opción de empleo para muchos jóvenes profesionales, por tal motivo, durante el 2023 estuvimos presentes en las ferias laborales de las más importantes instituciones educativas del país, realizamos convenios con municipalidades y afianzamos vínculos con el ministerio del trabajo y promoción del empleo.

Movilidad Interna

Con el objetivo de seguir promoviendo el crecimiento interno de nuestros colaboradores, durante el 2023 hemos trabajado para cubrir nuevas vacantes con talento interno. En tal sentido, el 2023 se logró que el 25% de nuestros procesos fueran cubiertas de manera interna, siendo 74 los colaboradores que han crecido profesionalmente gracias a este programa.

2. Desarrollo Organizacional

BR-Works

En abril del presente año, iniciamos con mucho entusiasmo el retorno gradual a nuestras oficinas, bajo el sistema de trabajo híbrido R-Works. Para ello preparamos nuestras instalaciones en la sede central de San Isidro y cuidamos cada detalle con el fin de recibir a nuestros colaboradores con la alegría de siempre, poniendo en prioridad su salud y la de su familia.

Rumbo Ripley

Tras la pandemia, reactivamos nuestro principal espacio de conexión presencial para Banco Ripley, conocido como Rumbo Ripley que es liderado por nuestro gerente general. Este espacio permite que nuestros colaboradores conozcan, de primera mano, el desempeño del negocio y alinearnos con los próximos desafíos, además de reconocer el tiempo de servicio y el desempeño destacado de nuestros equipos.

Tributo

Reconocimos a nuestros colaboradores que cumplieron 5, 10, 15, 20 y 25 años en la compañía, tiempo en el que nos brindaron sus conocimientos, experiencias y, sobre todo, compromiso por lograr que Banco Ripley sea un lugar donde cumplimos los sueños de nuestros clientes y, principalmente, de nuestros colaboradores y familiares. En cada una de las agencias a nivel nacional, los colaboradores recibieron sus reconocimientos, diferenciados por el tiempo laboral.

Programa de Desarrollo y Acompañamiento a Ascensos (PDAA)

Enfocados en seguir brindando herramientas a nuestros nuevos líderes con el principal objetivo de que logren una óptima adaptación en su nuevo rol, durante el 2023 tuvimos 3 promociones del programa PDAA, donde pudieron participar 15 nuevos líderes promovidos y tuvieron más de 60 horas de capacitación y de coaching grupal. Este programa de acompañamiento ha permitido un óptimo despliegue de nuestro modelo de liderazgo y ha logrado mejorar el nivel de recomendación de nuestros líderes en las agencias.

Todos al Piso

El mes de diciembre es el más importante para el negocio, donde nuestros colaboradores de frontline, que atienden directamente al cliente, demuestran su compromiso y dedicación para brindarles una gran experiencia de servicio. Para que ello sea así, convocamos a nuestros equipos de sede corporativa, a apoyar en cada una de nuestras agencias, mediante la colocación de productos financieros.

Reconocimiento PIT

En Banco Ripley valoramos el esfuerzo personal y los logros del equipo, es por ello que se ha creado este reconocimiento para aquellos colaboradores que Propulsan, Innovan y Transforman el negocio a través de propuestas de mejora que impacten, más allá de lo esperado, en los objetivos estratégicos del Banco. Este espacio de reconocimiento se realiza dentro de la reunión mensual que lidera nuestro gerente general.

Cantera

Desde el mes de octubre llevamos a cabo el programa Cantera, que tiene como principal foco contar con colaboradores preparados para cubrir posiciones claves ante cualquier posible rotación. En esta primera versión buscamos formar colaboradores para el puesto de Gerente o Líder de Agencia. Actualmente hemos culminado la primera etapa de evaluación e iniciado la etapa formativa con aquellos colaboradores que obtuvieron óptimos resultados.

Esta primera versión de Cantera logró alcanzar el 74% de los colaboradores convocados y únicamente el 10% de ellos fue identificado como talento para iniciar la etapa formativa.

3. Formación

Academia R

Contamos con Academia R, nuestro principal medio de capacitación dirigido a todos nuestros colaboradores, por medio de formación virtual online, se puede ingresar a esta plataforma, para acceder a una variedad de cursos, las 24 horas del día, desde su PC, celular o Tablet.

Esta plataforma tiene como principales programas de formación: Bienvenida R (programa de Onboarding al puesto), Cursos Normativos, Capacitaciones de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), así como cursos libres y desarrollo de habilidades.

La Academia R ofrece certificados de participación por curso, reporte de notas, calendario de capacitaciones y gamificación; la cual genera la sensación de estar en un juego; acumulando insignias y superando niveles. Todo ello para brindar a nuestros colaboradores una mejor experiencia de aprendizaje.

Bienvenida R

Nuestro programa de onboarding busca generar una óptima incorporación de nuestros nuevos talentos a la organización y a su puesto de trabajo. Durante el 2023 hemos llevado a cabo nuestras Bienvenidas R, donde los nuevos colaboradores conocen nuestra cultura, valores y principales líderes de la organización. Así mismo, se ejecutaron la inducción al puesto que aseguran el conocimiento de los procesos y modelo operativo del banco.

Banco Ripley TOP

Este programa tiene como principal objetivo seguir fortaleciendo el conocimiento de nuestros colaboradores en nuestras agencias y reforzar aquellos aspectos técnicos y competencias que influyen en un desempeño bajo, permitiendo de esta manera que todos cuenten con herramientas para lograr sus metas mensuales. Este programa se ejecuta en conjunto con todos los líderes y está acompañado por sesiones de feedback formal que permiten que cada colaborador conozca sus fortalezas y oportunidades de mejora.

4. Comunicación y Sostenibilidad

Canales de Comunicación

En Banco Ripley buscamos generar una comunicación eficiente y permanente, por tal razón se han implementado diferentes canales internos, digitales y offline, que atiendan las necesidades de los diferentes públicos y promuevan el trabajo colaborativo y el sentido de equipo como: Workplace, Intranet - Portal de Personas, Buzón Conectados, Teams, pantallas digitales, periódicos murales, entre otros.

Así también contamos con espacios de comunicación liderados por los principales ejecutivos con el fin de informar a nuestros equipos del desempeño del negocio de primera mano y últimos acontecimientos de la organización, como el PIT de Banco Ripley, liderado por nuestro Gerente General que busca Propulsar, Informar y Transformar las acciones de los equipos para el cumplimiento de los objetivos.

Programa de Diversidad

Contamos con un programa sólido de Diversidad e Inclusión, conocido como Yo Soy Diferente Igual que Tú, que aborda cuatro ejes de acción: Ripley Premium que busca la inserción laboral para personas con discapacidad; Ripley Pro, programa de prácticas pre-profesionales para jóvenes talentos, Mujeres Imparables que fomenta liderazgo femenino y la equidad de género en todas nuestras sucursales y Ripley Pride que busca apoyar a la comunidad LGTBQ+ generando ambientes de trabajo libres de discriminación.

Dichos programas enmarcados en nuestra política de diversidad corporativa aprobada y difundida en noviembre del 2018.

Marca Empleo y Alianzas estratégicas

Tenemos el objetivo de difundir nuestra propuesta de valor para atraer y retener el talento por ello desde diferentes espacios internos y externos buscamos impulsar el engagement con nuestra marca.

Para ello, mantenemos nutrida y actualizada nuestra cuenta en LinkedIn, donde trasladamos cultura y propósito a través de las diversas comunicaciones sobre eventos, programas e iniciativas.

Así también con el fin de potenciar nuestras prácticas y mejorar nuestra gestión sostenible hemos desarrollado alianzas estratégicas con instituciones y gremios especializados.

Sostenibilidad

Velamos por el cumplimiento de la estrategia de sostenibilidad corporativa impulsando el enfoque de triple impacto en los proyectos del negocio, calibrando nuestras metas y compromisos con las diferentes áreas de manera permanente e integrando diferentes estándares que nos permitan contribuir consistentemente con el cuidado del planeta y el bienestar de la sociedad.

5. Salud y Bienestar

Vigilancia y Seguimiento de Casos Médicos

Ripley es una empresa comprometida con el bienestar de sus colaboradores y como parte de sus iniciativas mediante el Programa de Vigilancia Médica Ocupacional, realiza constante seguimiento a los problemas de salud que presentan nuestros colaboradores, apoyando de esta manera con su pronta recuperación.

Ripley Para Ti

Como parte de las medidas de prevención impulsamos la participación en nuestro programa de asesoría psicológica Ripley para Ti, cuyo propósito es brindar pautas, recomendaciones y técnicas de manejo emocional frente a una situación de crisis (ansiedad, estrés, duelo, problemas de pareja y familiares) por la que estén atravesando los colaboradores y sus familiares directos, de manera gratuita.

Seguros de Salud

En Banco Ripley ponemos a disposición de nuestros colaboradores diversos seguros de salud como EPS, Seguro Oncológico y Asistencia Médica los cuales pueden ser extensivos para familiares directos.

Convenio con Laboratorios

Siempre pensando en nuestros colaboradores y sus familiares, mantenemos convenios con laboratorios los cuales ofrecen tarifas preferenciales para exámenes de laboratorio, así como para campañas de vacunación.

Préstamos

Nuestros colaboradores pueden acceder a un préstamo por emergencia sin intereses o a un préstamo personal con Banco Ripley a una tasa preferencial.

Bonos

Otorgamos un bono en caso de nacimiento de los hijos de nuestros colaboradores y también un bono por fallecimiento por el deceso de un familiar directo o ya sea el mismo colaborador.

Horas Libres

Los colaboradores cuentan con horas libres en el año para poder acudir a trámites personales, atenciones médicas, actuaciones por el Día de la Madre o Día del Padre y el primer día de inicio de la etapa escolar de sus hijos.

Licencia por Paternidad

A los 10 días otorgados por Ley 30807, Banco Ripley otorga 5 días adicionales de licencia por paternidad.

Licencia por Adopción

Ofrecemos 30 días adicionales a lo otorgado por Ley, de esta forma el colaborador podrá gozar un total de 60 días de licencia por adopción.

Licencias

En Banco Ripley brindamos diversos tipos de licencias enfocados tanto en nuestros colaboradores como en sus familias. Contamos con Día libre por Cumpleaños, Chequeos Preventivos Oncológicos, Asistencia Médica y Terapia de un familiar directo con Discapacidad y licencias por Enfermedad Grave y Fallecimiento de un familiar directo.

Descuentos Exclusivos

En toda la cadena de Tiendas por Departamento Ripley y productos financieros de Banco Ripley.

Beneficios Corporativos Inclusivos

Con la finalidad de proteger a nuestra población perteneciente a la comunidad LGTBIQ+, establecimos la opción del registro de la pareja en el sistema laboral de Banco Ripley, con lo cual se consideraron una serie de beneficios, entre los cuales tenemos descuentos corporativos, acceso a una EPS facultativa para la protección de la pareja, licencia por enfermedad grave, bono por fallecimiento y descuentos académicos.

Campaña Escolar

Buscamos aliviar los gastos escolares de los colaboradores con hijos en etapa escolar otorgándoles un bono y la oportunidad de adquirir equipos de cómputo descontado por planilla a cuotas "0" intereses.

Acciones frente al Fenómeno del Niño

Banco Ripley llevó a cabo, ante la presencia del Fenómeno de Niño, una serie de acciones preventivas a favor de sus colaboradores que viven en las zonas afectadas:

- Prestamos "0" intereses bajo la modalidad de descuento por planilla
- Licencia para colaboradores cuyas viviendas se ven afectadas y/o que tienen dificultad para trasladarse
- Flexibilidad horaria tanto para el ingreso como salida
- Entrega de repelentes para prevenir la picadura de insectos
- Comunicación permanente que incluye recomendaciones, tips y orientación ante la posible aparición del FEN.

Capítulo **14**

Gestión Integral **de Riesgos**

GESTIÓN

INTEGRAL DE RIESGOS

Una adecuada Gestión Integral de Riesgos permite la identificación, evaluación y medición precisa de las diversas exposiciones de riesgos que impactan a la entidad a fin de 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 y el personal aplicado en toda la organización, diseñado para identificar potenciales eventos que puedan afectarla y sean gestionados de acuerdo al nivel de apetito por el riesgo y proveer una seguridad razonable en el logro de sus objetivos de estrategia, operaciones, información y cumplimiento.

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.

El Comité Integral de Riesgos es 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 de Riesgo Crediticio, Riesgo de Mercado y Liquidez y Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio y Seguridad de la Información, 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 correctiva para desviaciones importantes, que luego serán ratificados por el Comité Integral de Riesgos.

Durante el 2023 se celebraron 12 sesiones del Comité Integral de Riesgos, en los que se expusieron los aspectos relevantes de la gestión de Riesgo Crediticio, Riesgo de Mercado y Liquidez y Gestión de Operacional, Seguridad de la Información, Continuidad del Negocio, entre otros.

El cálculo de los indicadores se realiza de manera mensual y dicha información es elevada al Comité Integral del Riesgo para el conocimiento de los integrantes, a fin de tomar acciones frente a situaciones de riesgo. 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.

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 patrimononio efectivo debe ser mayor o igual al 11.5% de la suma de Activos y Contingentes Ponderados por Riesgos totales	≤13%	<11.5%	

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	Global	
	Alerta Temprana	Alerta Capacidad
ROE	15%	14%
Resultado Neto (en millones)	60.13	56.07
Gasto en Provisiones Neto / Cartera promedio	11.72%	12.06%
Pérdida Esperada / Stock Provisiones	>2.69	>2.79

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 de riesgo.

Global				
Indicador	Límite regulatorio	Alerta Temprana	Alerta Capacidad	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 componentes de riesgo de mercado y plantea ejercicios de estrés para la determinación de umbrales de gestión de riesgo.

Global				
Indicador	Límite regulatorio	Alerta Temprana	Alerta Capacidad	Método
1. Ratio de Cobertura de Liquidez	Desde 2017 $\geq 100\%$	Min 110%	Min 106%	Límite Regulatorio / Series estadísticas
2. Principales 20 Depositantes sobre el Total de Depósitos	No existe límite regulatorio	Max 34%	Max 36%	Histórico/ Series estadísticas

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	Global		Método
		Alerta Temprana	Alerta de Capacidad	
1. Ratio de Pérdidas / Margen Financiero Bruto	Total de monto anual de pérdidas y provisiones VS Margen Financiero Bruto	>1.0% Margen Financiero Bruto	>1.5% Margen Financiero Bruto	Histórico / Series Estadísticas

Riesgo Crediticio

La Gestión de Riesgo Crediticio, es la posibilidad que el Banco incurra en pérdidas y disminuya el valor de sus activos, como consecuencia de que sus deudores o contraparte incumplan con los términos acordados en los contratos de crédito.

Para la gestión de Riesgo Crediticio y Modelos, se realizaron los siguientes puntos:

- Como parte del proceso de Seguimiento del Portafolio, se monitorearon las métricas de riesgos que permitan mantener la calidad de la cartera de colocaciones y se tomaron medidas para reducir la exposición en el portafolio acotado a los perfiles de alto riesgo.
- Se retiró de las campañas los segmentos de mayor riesgo con el objetivo de reconducir la mora de la venta.
- Se implementó mejoras en la originación de tarjetas de crédito, a partir del modelo de Buró Scoring, lo cual permitió perfilar mejor la captación de este producto.
- Se desarrolló nuevo score con mayor profundidad de datos y cantidad de variables para ser utilizado en el 2024.
- Se desarrolló un Modelo con la información transaccional de tienda para uso en el 2024.

- Se desarrolló el Modelo de Cobranza Preventiva para uso en el 2024.
- Se presentó la metodología de Categorización e Inventarios de Modelos para el cumplimiento de la Resolución SBS N°053-2023 - Gestión de Riesgos de Modelos.

Para la gestión de Cobranzas, se realizaron los siguientes puntos:

- Se utilizó modelos estadísticos en la gestión para segmentar y priorizar los distintos perfiles de riesgo en cada tramo de mora de la cartera preventiva y en cada tramo de mora hasta la cartera castigada.
- Se profundiza en las actualizaciones de herramientas tecnológicas para asegurar la adecuada gestión, mejorando la productividad, intensidad y contactabilidad. Además, se ha focalizado las acciones de multi-canales de gestión en base a la propia segmentación de la probabilidad de no pago.

Adicionalmente la gestión se focalizó en 7 grandes tareas:

- Implementación de cobranza preventiva a la cartera con alta probabilidad de incumplimiento.
- Complemento de gestión con herramientas tecnológicas de cobranzas (BOT e IVR) para ampliar y mejorar la capacidad de cobertura y gestión de cartera.
- Utilización de scores en cada tramo de atraso de la cartera con la finalidad de segmentar o agrupar a los clientes para una gestión de cobranzas diferenciada.
- Capacitación e incentivo a nuestros clientes para el uso de canales digitales de recaudación y pagos al día.
- Procesos de “originación” eficientes y con adecuado control, ajustando el apetito en función a probabilidades de default en situación de estrés.
- Implementación de una interfaz para generar ofertas en línea.
- Mantener labor permanente en revisión y construcción de modelos estadísticos dentro del área para todas las etapas del ciclo del cliente.

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; la misma que se encuentra respaldada por un buen Gobierno Corporativo a través del Directorio y sus respectivos comités: Comité de Riesgo de Mercado y Comité de Activos y Pasivos (ALCO).

La Gestión de Riesgo de Liquidez en el 2023 dado la coyuntura política, y el contexto de normalización de tasas de interés, se caracterizó por los siguientes aspectos (*):

- El reforzamiento de los procesos, metodologías y controles relacionados con los temas de concentración, ratios y brechas de liquidez normales y estresados, así como el Plan de Contingencia de Liquidez.
- Se revisó y actualizó los límites y alertas tempranas para los indicadores 10 principales depositantes y 20 principales depositantes sobre total de depósitos, 10 principales depositantes sobre activos líquidos y ratio de cobertura los cuales mejoraron respecto al 2022.
- Se realizó la adecuación y preparación al nuevo Ratio de Cobertura de Liquidez que entra en vigencia el 02 de enero del 2024.
- Evaluación y seguimiento de potenciales impactos en la liquidez del banco como consecuencia de las propuestas normativas de ampliación de la vigencia de la Ley N° 31171 que permitía la disposición del 100% de fondos correspondientes a la Compensación por Tiempo de Servicio (CTS) de los trabajadores.
- Estimación y proyección de indicadores de liquidez y concentración de acuerdo a los objetivos estratégicos del Banco y bajo escenarios normal y estresado.
- Seguimiento del crecimiento de pasivos por parte de Personas Naturales.

(*) Estas acciones contribuyeron a mantener un Ratio de Cobertura de liquidez (RCL) promedio de 119% en el 2023 y un ratio de concentración de los 10 y 20 principales depositantes de 4% y 5% al cierre del 2023.

- Durante el 2023 se reforzaron las evaluaciones en relación al riesgo de tasa de interés. En el caso de la medición de riesgo de tasa de interés del Trading Book, se realizaron pruebas retrospectivas a los modelos VaR EWMA, también se realizó pruebas de estrés y evaluación de deterioro de valor.
- Como parte de las mejoras en la gestión global de los riesgos de mercado y liquidez, en el 2023 se automatizaron procesos regulatorios e internos, los cuales permitieron mejorar la gestión logrando mayor enfoque en análisis y propuestas.

Gestión del Riesgo Operacional

Un riesgo operacional es la posibilidad de que un evento ocurra e impacte negativamente sobre los objetivos de Banco Ripley, debido a procesos inadecuados, fallas del personal, tecnología de información o eventos externos.

Banco Ripley cuenta con un marco general para la gestión del riesgo operacional acorde a su tamaño y a la complejidad de sus operaciones y servicios, y que ha sido adecuado a su estructura y necesidades. Dicho marco tiene como objetivos contribuir con el proceso de adecuación a los cambios, mitigar los riesgos hasta un nivel aceptable según el apetito, facilitar la toma de decisiones y gobierno, para finalmente alcanzar los objetivos estratégicos del Banco.

Gráfico N° 1: Marco de la Gestión del Riesgo Operacional de Banco Ripley



Banco Ripley involucra a diversas unidades para la gestión del riesgo operacional, cada una con funciones y responsabilidades que permiten un adecuado control y tratamiento de sus riesgos operacionales. Estas unidades forman parte del modelo de tres líneas de defensa implementado en el Banco, que incluye al Comité de Gestión Integral de Riesgos, como responsable de evaluar periódicamente la Gestión del Riesgo Operacional.

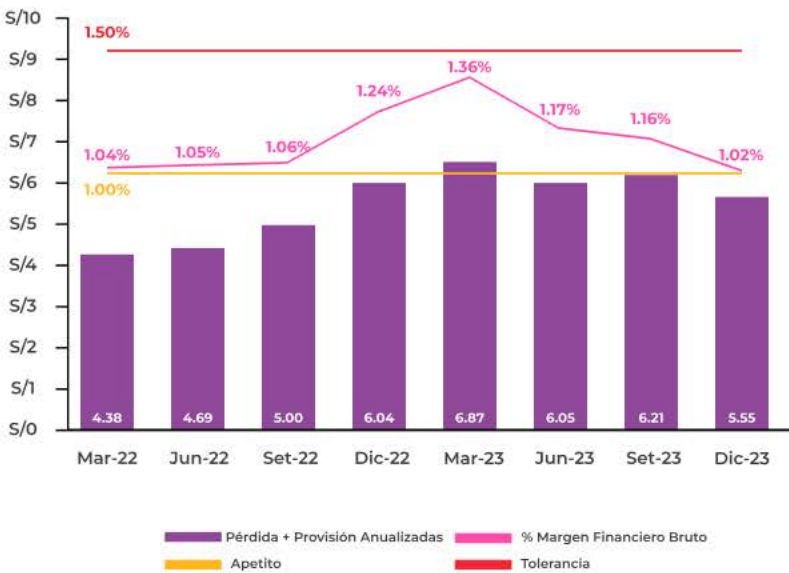
El Sistema de Apetito por Riesgo Operacional de Banco Ripley, aprobado por su Directorio, establece los niveles de riesgos y tolerancia aceptable, los límites de exposición, y las señales de alerta para una adecuada gestión de los riesgos operacionales.

La Gestión del Riesgo Operacional en Banco Ripley está enfocada en identificar, cuantificar y mitigar los riesgos operacionales más significativos a los que se enfrenta, mientras realiza sus actividades de negocio. En consecuencia, el Banco realiza:

- Evaluación de los riesgos operacionales asociados a sus líneas de negocio, procesos, iniciativas y servicios críticos, con una frecuencia de revisión en función de su criticidad.

- Recolección y cuantificación sobre los riesgos materializados que conlleven a posibles pérdidas operacionales para el Banco, e identificación de tendencias de los riesgos, a través de un análisis sistemático de la base de eventos de pérdidas.
- Gestión de indicadores de alerta temprana que permitan monitorear los riesgos y verificar que se encuentren dentro de los niveles aceptados, y que, ante desviaciones, se tomen las acciones pertinentes.
- Seguimiento a la implementación de los planes para mitigación de riesgos.
- Programas de capacitación para fortalecer la cultura de gestión de riesgos en todo el Banco, y asegurar que los colaboradores cuenten con las habilidades y experiencia necesaria para optimizar las actividades de gestión del riesgo operacional.

**Gráfico N° 2: Ratio de Pérdida + Provisiones
(Últimos 12 meses) vs Margen Financiero Bruto**



Gestión de Continuidad del Negocio

Banco Ripley tiene 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 principales grupos de interés.

El programa de gestión de continuidad del negocio implementado en el Banco tiene un enfoque de mejora continua, que adopta los estándares, las buenas prácticas y el cumplimiento del marco regulatorio vigente. Dicho programa, que es auditado y supervisado de forma periódica, se soporta en una estructura orgánica liderada por la Subgerencia de Riesgo Operacional y Continuidad del Negocio, e incluye a los niveles estratégicos, tácticos y operativos del Banco.

Gráfico N° 3: Marco de la Gestión de Continuidad del Negocio de Banco Ripley



Durante el periodo 2023, se actualizó el Análisis de Impacto al Negocio (BIA), de acuerdo con la metodología establecida, evaluando los procesos, sus dependencias y los recursos que deben ser priorizados para que permitan su recuperación ante un evento de interrupción, asegurando las prioridades de recuperación establecidas a nivel estratégico.

Finalmente, es importante mencionar que, con el fin de verificar y ejercitar las estrategias de recuperación con las distintas áreas del Banco, se ejecutó de manera satisfactoria una prueba integral de continuidad del negocio bajo un escenario de Fenómeno del Niño. Como resultado de la prueba, se confirmó que el Banco cuenta con las capacidades para continuar con sus operaciones.

Gestión de Seguridad de la Información

Banco Ripley cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información y Ciberseguridad (SGSI-C), cuyo propósito es el aseguramiento de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. Este sistema de gestión se define en base a estándares internacionales y las mejores prácticas de la industria, y se alinea a las exigencias regulatorias establecidas por la SBS, que fiscaliza periódicamente su nivel de cumplimiento.

Con respecto a su metodología, el SGSI-C de Banco Ripley se basa en la concientización de sus colaboradores, en el monitoreo de su plataforma de seguridad lógica mediante controles, así como en la evaluación y tratamiento de los riesgos identificados en los procesos de la organización y en las nuevas iniciativas.

Durante el 2023, y como parte de la mejora continua, la Subgerencia de Seguridad de la Información y las unidades de Tecnología del Banco, trabajaron en la implementación de iniciativas para reforzar controles de seguridad de la Información y Ciberseguridad.

Comité de Nombramiento y Remuneraciones

Comité creado en sesión de Directorio en el período 2017, con la finalidad de proporcionar al Directorio elementos de juicio necesarios para el establecimiento, supervisión y mejora continua de las prácticas de nombramientos y remuneraciones de Banco Ripley Perú. Entre las principales funciones del comité destacan:

- 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..
- Proponer al Directorio la contratación de los principales ejecutivos del Banco.

Cumplimiento Normativo

La Unidad de Cumplimiento Normativo es la encargada de velar por el adecuado cumplimiento de la normativa que sea aplicable al Banco, así como también de difundir la cultura de cumplimiento a todos los colaboradores de la organización. Para ello, se ha implementado un Sistema de Cumplimiento Normativo que permite realizar un seguimiento y control oportuno de los requerimientos recibidos en el Banco y exigencias regulatorias.

La línea de Gestión de Cumplimiento Normativo en el Banco apunta al cumplimiento de las exigencias regulatorias tanto externas como internas, además de inculcar en los colaboradores la importancia del Cumplimiento Normativo como herramienta sólida que permita mitigar los riesgos propios de la organización y establecer los más altos estándares de integridad y ética profesional.

banco ripley

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

Contáctanos

Lima (01) 611-5757 opción 4-3-2 / Provincias 0-801-00057
www.bancoripley.com.pe