

Memoria Anual **Banco Ripley**

2024

03. Capítulo 1
Declaración de Responsabilidad

05. Capítulo 2
Carta del Presidente del Directorio

08. Capítulo 3
Visión, Misión y Valores

11. Capítulo 4
Breve Descripción del Directorio

14. Capítulo 5
Organigrama y Equipo Ejecutivo

21. Capítulo 6
Presentación del Grupo Económico

24. Capítulo 7
Reseña Histórica del Grupo Ripley en el Perú

28. Capítulo 8
Análisis del Entorno Macroeconómico, Sistema Financiero y Banca Retail

35. Capítulo 9
Visión Estratégica del Negocio

39. Capítulo 10
Resultados Financieros de la Empresa

48. Capítulo 11
Desarrollo de los Negocios Financieros y Producto de Seguros

56. Capítulo 12
Gestión de Tesorería

60. Capítulo 13
Gestión de Personas

74. Capítulo 14
Gestión Integral de Riesgos y Riesgo de Mercado y Liquidez

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 2024. 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 2024, que fue un año de recuperación gradual para el país y nuestra empresa.

El año pasado, Perú vio una estabilización en distintos indicadores económicos, con una mejora de la confianza empresarial que, sumados a una disminución de la inflación, y a la reducción de la tasa de referencia, permitió que el país retome la senda del crecimiento y el empleo se recupere. En este contexto, en Banco Ripley continuamos acompañando a nuestros clientes y a las personas, para mejorar su calidad de vida a través de una propuesta atractiva y simple.

Este entorno de mejora en la economía permitió ver un cambio de tendencia en el desempeño del Banco en el segundo semestre del año, que ayudó a mejorar los resultados desfavorables de los primeros meses. En el 2024 se tuvo una pérdida neta de S/ 7.4 millones y una utilidad antes de impuesto a la renta que alcanzó los S/ 8.8 millones. Esto en un escenario donde se mantuvieron, de manera prudencial, los ajustes en el perfil de riesgo de la cartera de colocaciones. Esperamos que la dinámica económica del país mantenga la estabilidad mostrada en el 2024, y junto a las medidas implementadas internamente permitan la mejora y consolidación de los resultados del Banco.

Asimismo, durante el año pasado logramos que el indicador de experiencia de clientes (NPS) alcance el 48%, una mejora de 6%, lo que refleja nuestro propósito de mantener la experiencia del cliente al centro de la estrategia. Nos satisface ver que seguimos avanzando en entregar una experiencia de atención agradable y cálida para las personas.

Asimismo, fuimos responsables en ejecutar medidas enfocadas en eficiencia operativa, gestión del riesgo y liquidez en línea con la estrategia de mejorar los márgenes del Banco.

Por otro lado, en el informe de clasificación de riesgo del año 2024, 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.

Durante 2024, en línea con nuestra estrategia de crecimiento, hemos continuado esforzándonos en mejorar y consolidar la performance de nuestros sistemas y funcionalidades de nuestras plataformas digitales, lo que permitió continuar atrayendo nuevos clientes, especialmente a aquellos que conviven y confían en el ecosistema Ripley, logrando que el 89% de nuestros clientes se relacionaran con el banco a través de canales digitales. 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. Nos complace diseñar y ofrecer servicios financieros a la medida de nuestros clientes, con un componente digital cada vez más avanzado.

Para todo lo anterior son fundamentales nuestros colaboradores, a quienes acompañaremos en su desarrollo y 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:**
Tomamos decisiones y actuamos cuidando los activos y recursos de la compañía.
- 4 SERVICIO:**
Entregamos valor a nuestros clientes brindando lo mejor de nosotros.
- 5 INNOVACIÓN:**
Innovamos continuamente para sorprender a nuestros clientes.



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 Los Angeles (UCLA).

- **Sr. Sergio Roberto Barboza Beraun**

Nació en 1977. Miembro del Directorio del Banco desde agosto 2021 como Director Independiente, y Presidentde del Comité de Auditoría. Abogado, con LL.M. in International Legal Studies por Georgetown University Law Center, Washington, D.C. y un postgrado en Finanzas Corporativas por la Universidad ESAN, Lima, Perú. Actualmente Socio Co-Director de DLA Piper Perú y Co-Líder de la práctica de Servicios Financieros de DLA Piper para América Latina. Con amplia experiencia en asesoría financiera, ha trabajado en el Departamento Legal de la División de Operaciones sin Garantía Soberana del Banco Interamericano de Desarrollo, y ejercido como miembro del directorio de diversas entidades financieras.

- **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

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.

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.

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.



JESSICA CORDOVA CONTRERAS

Gerente de Productos desde agosto 2024

Abogada Colegiada – Universidad San Martín de Porres

Master en Finanzas y Derecho Corporativo – Universidad ESAN

Certificación en Marketing con mención en Producto – Universidad UPC

Ejecutiva con más de 16 años de experiencia en el sector bancario, especialista en el frente de Estrategia Comercial y Desarrollo de productos bancarios. Se desempeñó como Gerente de Estrategia Comercial de los productos de Banca Retail en Scotiabank, liderando desde el frente de segmento la estrategia de colocación de los productos activos. Su trayectoria la ha desarrollado en Scotiabank, Financiera CrediScotia y Banco Financiero.

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.

ISSA KAHWAGI HOUDALI



Gerente de Ventas y Estrategia de Canales desde Setiembre 2024
Bachiller en Administración y Marketing – Universidad UPC
Diplomatura en Gestión de Riesgos – Universidad ESAN
MBA de la Universidad de Palermo por finalizar en Abril 2025

Profesional con 13 años de experiencia en el rubro de Seguros en el ámbito Comercial, habiendo liderado en Pacífico Seguros, los frentes de Proyectos, Productos Comerciales, y Planificación y Estrategia Comercial.

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.



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.

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.

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.

CARLOS GARRIDO GARRIDO

*Gerente de Tecnología desde febrero 2024
Licenciado en Ingeniería de Software Informático –
Universidad de Concepción*

*Técnicas de Estrategia Digital y Modelo de Negocios –
Universidad Adolfo Ibañez*

Ingeniería de Software – Universidad Técnica Federico Santa María



Profesional con más de 15 años de experiencia como experto en diseño y desarrollo de Software. Forjando su carrera en principales empresas que brindan servicio de tecnología en diversos rubros como seguros, bancario y retail; consolidando su trayectoria profesional en Banco Ripley Chile, liderando los frentes de arquitectura, proyectos de tecnología y desarrollo de software.

A large, light purple, stylized number '6' is positioned in the upper left corner of the page, partially overlapping the chapter title.

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 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.

A la fecha, Grupo Ripley cuenta con un total de 76 tiendas operativas, 45 en Chile y 31 en Perú, ubicadas en lugares céntricos de las ciudades más importantes de ambos países. Del mismo modo, la compañía cuenta con 8 centros comerciales en ubicaciones estratégicas con un total de 509k m2 de área arrendable (GLA), 3 en Chile a través de inversiones en asociadas con Inmobiliaria Viña del Mar (50%), más 5 centros comerciales de propiedad exclusiva a través de la filial Mall Aventura. S.A.

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.

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.

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

Mall Aventura inaugura dos centros comerciales: Iquitos, siendo el único mall de la ciudad con anclas líderes en el mercado peruano y meses después en San Juan de Lurigancho, el primer mall en el distrito con mayor población del país.

2024

Mall Aventura, filial de Ripley Corp, realiza exitosa emisión privada de bonos por US\$ 107 millones en mercado peruano. Esta operación representa la mayor emisión de empresas corporativas del mercado de capitales peruano desde enero 2019, consolidando la posición de Mall Aventura como líder en el sector de centros comerciales regionales en Perú.



Capítulo 8

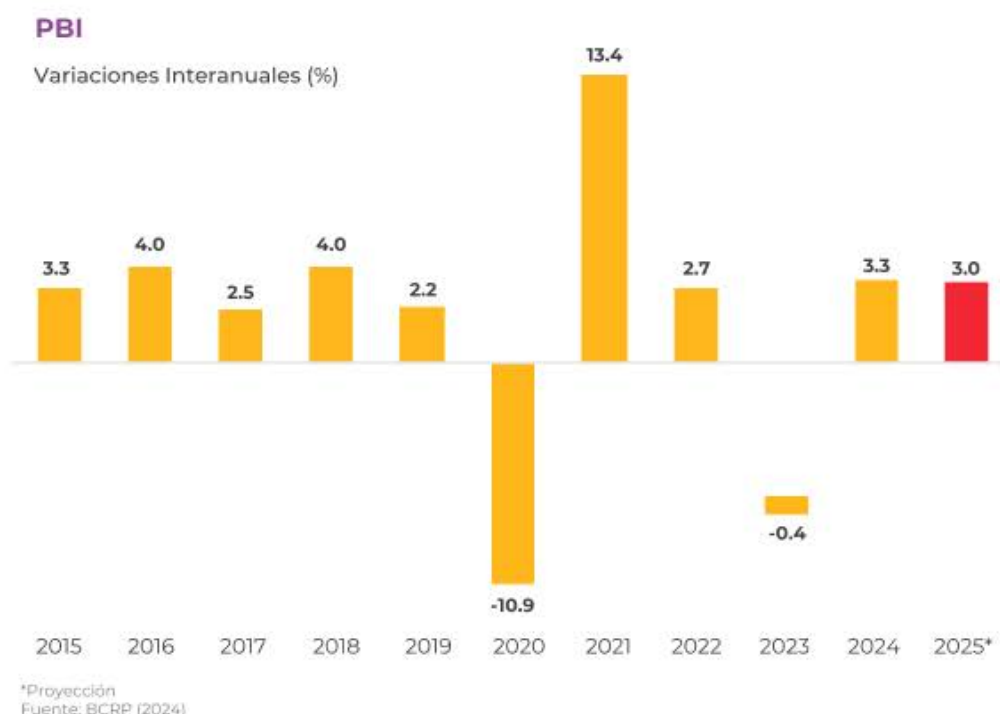
Análisis del Entorno **Económico, Sistema Financiero y Banca Retail**

Entorno

MACROECONÓMICO

Producto Bruto Interno (PBI)¹

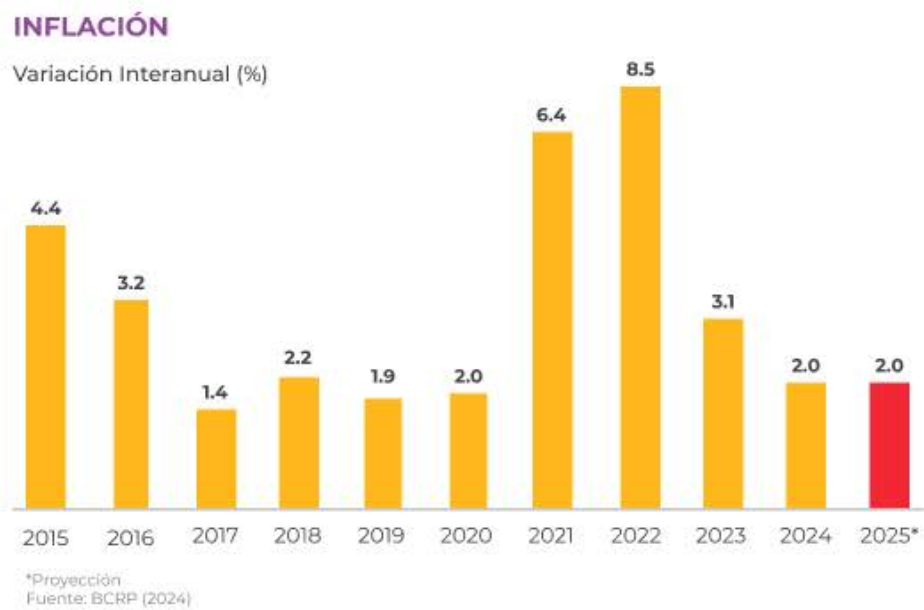
En el 2024 el PBI alcanzó un crecimiento de 3.3%, una recuperación con respecto a la caída de -0.4% del 2023. Según datos sectoriales del INEI, se infiere que este avance se debe al rebote de los sectores primarios (agro, pesca y manufactura); así como, a la disminución de tensiones políticas y sociales, liberación de fondos previsionales y CTS, política monetaria expansiva, cumplimiento con el rango meta de inflación por parte del Banco Central, la mejora de la confianza empresarial por el lado de la inversión y, por último, al impulso fiscal. Para el 2025, la proyección del BCRP se ha establecido en 3.0%, donde se consideran condiciones climáticas normales y la ejecución de nuevos proyectos mineros y de infraestructura, los que seguirán dinamizando el gasto privado.



[1] Fuente: BCRP - Reporte de Inflación a Diciembre 2024.

Inflación²

Para el 2024, la inflación se ubicó en 1.97%, la cual se mantiene dentro del rango meta establecido por el ente emisor. Por otro lado, la inflación sin alimentos y energía disminuyó de 2.9% en diciembre 2023 a 2.6% para fines de 2024. Para el 2025 se espera una inflación de 2.0%.



Tipo de cambio³

Al cierre de 2024 el tipo de cambio SBS USDPEN se ubicó en 3.764, 1.5% mayor al nivel cierre del 2023 (3.709). Este desempeño se dio en un contexto de sólidos fundamentos para nuestra moneda como el superávit en la cuenta corriente, soportado por favorables términos de intercambio. No obstante, se tuvo un impacto negativo hacia finales del año por las tensiones comerciales entre EE. UU. y sus principales socios comerciales; así como, nuevos eventos geopolíticos que incrementaron la aversión al riesgo.

[2 Y 3] Fuente: Reporte de Inflación a Diciembre 2024 (BCRP).

Tipo de Cambio Interbancario Promedio



Fuente: Reporte de Inflación a Diciembre 2024 (BCRP)

Tasas de interés y encaje⁴

Durante el 2024, el BCRP decidió reducir la tasa de referencia en siete oportunidades, llevándola de 6.75% a 5.0% al cierre de 2024. La última reducción del año fue en noviembre, y se enfatizó que dicha reducción no implicaba necesariamente reducciones sucesivas de la tasa de interés y que futuros ajustes estarán relacionados a la nueva información sobre la inflación y sus determinantes.

En cuanto a la tasa de encaje, el promedio mensual en el año 2024 fue de 5.16%, y al cierre del año presentó una reducción de 0.45% con respecto a diciembre del 2023.

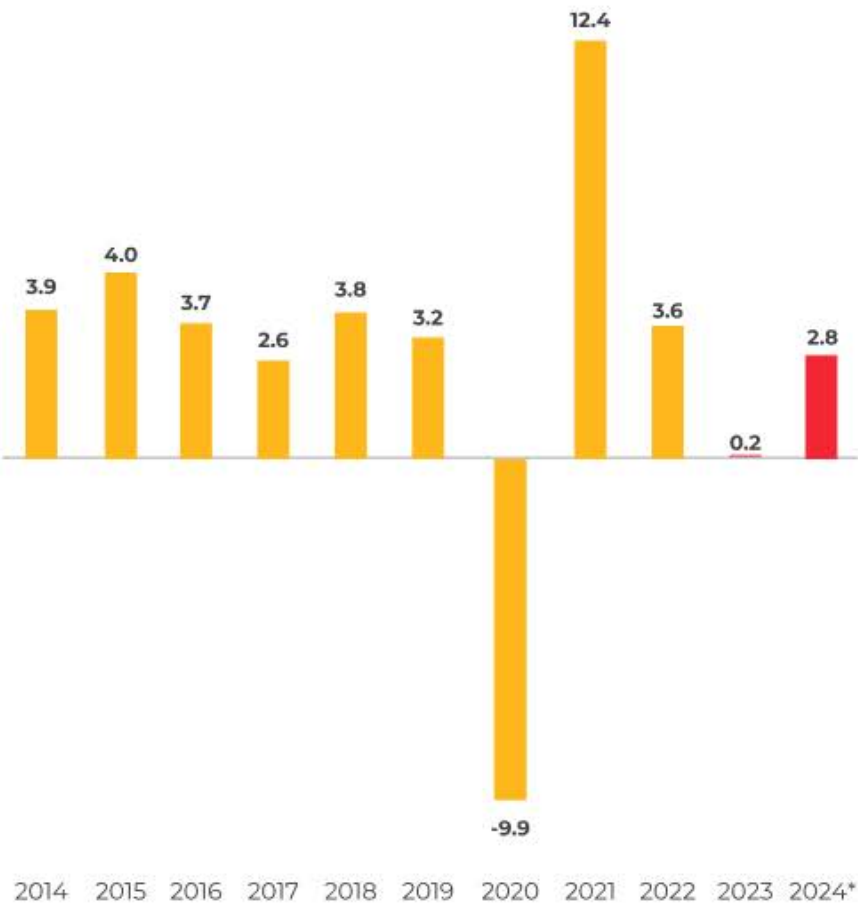
Negocios de consumo

Consumo privado⁵

Por el lado del consumo, entre enero y septiembre del 2024, el indicador creció en 2.4%, esto explicado por el crecimiento del mercado laboral y la sostenida reducción de la inflación, lo que se reflejó en el incremento de los ingresos reales.

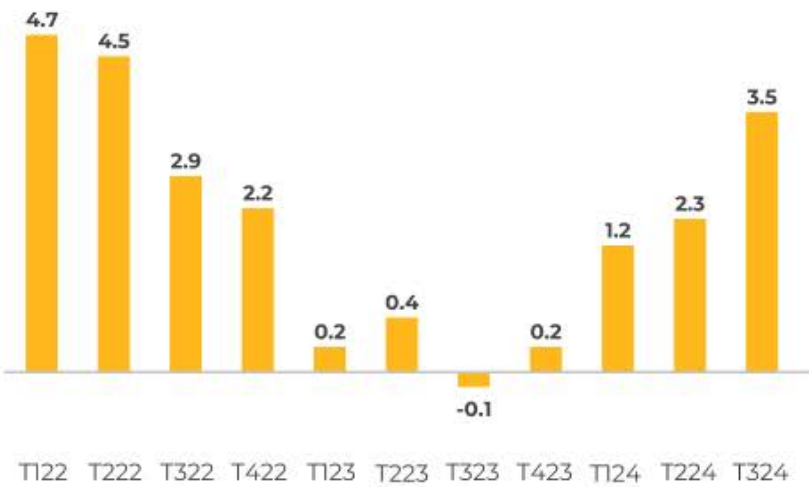
[4 y 5] Fuente: Reporte de Inflación a Diciembre 2024 (BCRP).

Variación anual del consumo privado (%)



*Proyección
Fuente: BCRP (2024)

Consumo Privado - Trimestral
Variación porcentual (%)



Fuente: BCRP (2024)

Sector Retail

Según lo informado por el INEI, a diciembre del 2024 el sector minorista evolucionó positivamente en 3.64% 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, lubricantes y grasas, la venta de computadoras y programas informáticos por procesos de renovación corporativos, así como productos nutricionales, productos avícolas y seguridad informática. Por otro lado, en el segundo caso, destaca la venta en supermercados y mini markets, a causa de la campaña navideña, computadoras y equipos de software, 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 2024, el sistema financiero experimentó un crecimiento de 14.6% 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/ 406,530 millones, representando una expansión de 0.16%, esto se debe al crecimiento en los créditos hipotecario 4.96% y créditos corporativos en 28.3%, a causa de la recuperación de la actividad económica y de la inversión privada. Sin embargo, este crecimiento ha sido suavizado por los créditos de consumo cuya desaceleración fue de 3.1% y los créditos a gran y mediana empresa se redujeron en 26% y 64% respectivamente. Este escenario fue acompañado por un ratio de morosidad de 4.05%, y un ratio de cobertura de 153% a diciembre 2024. Por otra parte, la rentabilidad del sistema financiero alcanzó un ROE de 14.4% y un ROA de 1.8% al cierre de diciembre.

Banca Múltiple

Al cierre de 2024, la utilidad neta de la banca múltiple tuvo un incremento anual de 11.9%, alcanzando los S/ 10,325 millones. En cuanto al stock de colocaciones, este presentó una variación anual de 0.2%, resultando en un saldo de S/ 351,491 millones. En línea con lo anterior, la banca múltiple experimentó una rentabilidad sobre el patrimonio de 15.32%, y un retorno sobre los activos de 1.94%. Por último, la morosidad fue alrededor de 3.75%, 56 puntos básicos por debajo del resultado del mismo mes en el 2023.

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 21.5% del portafolio de colocaciones de la banca, cerrando en diciembre 2024 con un saldo de S/. 87,231 millones aproximadamente. Esto implicó un retroceso de -3.1% con relación al mismo periodo del año pasado. Dentro de los créditos de consumo, el producto tarjetas de crédito presentó una reducción en su volumen, pues durante el 2024 el monto llegó a 20,366 millones de soles, mientras que, en diciembre 2023 era de 21,898 millones de soles.



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.

2. 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.

4. 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 y más eficiente.

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 enfoque en el 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.

Capítulo 10

Resultados **Financieros de la Empresa**

Resultados FINANCIEROS

DE LA EMPRESA

En el 2024, Banco Ripley registró una pérdida neta de S/ 7.4MM, que representó una mejora en los resultados comparado con la pérdida de S/ 83.2MM en el mismo período del año anterior. Esta mejora en los resultados viene dada a raíz de una serie de factores tanto exógenos como endógenos, dentro del primer grupo la reducción de la tasa de referencia (6.75% en diciembre 2023 a 5.00% diciembre 2024) y una mejora en los indicadores macroeconómicos. Por otro lado, una mejor política en el otorgamiento de créditos y la optimización de gastos por parte de la empresa han tenido un efecto favorable en el resultado.

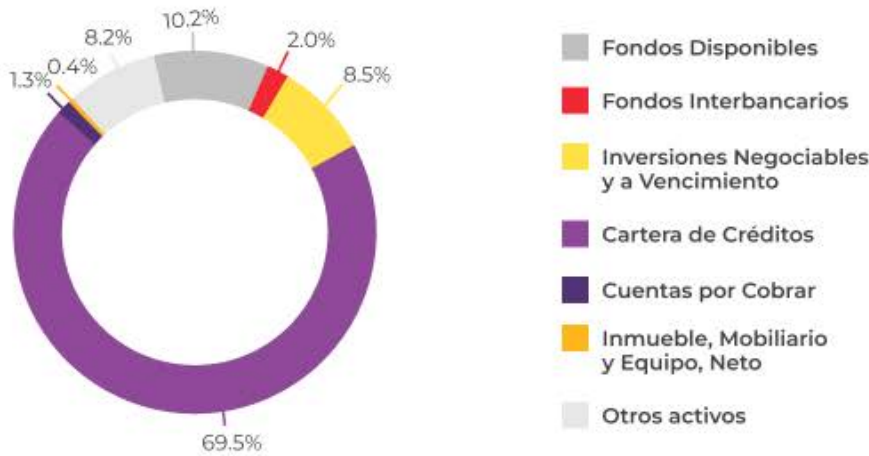
En términos de actividad, la cartera de créditos neta de provisiones de Banco Ripley a diciembre 2024 alcanzó el monto de S/ 1,281.8MM, que representó una disminución de 14.8% con relación a diciembre 2023. La disminución se debe a una política crediticia más conservadora en la venta de crédito para poder disminuir el riesgo. A consecuencia de ello, el ratio de mora pasó de 5.76% en el 2023 a 3.67% en el 2024.

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

En millones de S/.	Dic. 2023	Dic. 2024	Var. %
Margen Financiero Bruto	387.7	359.6	-7.2%
Margen Financiero Neto	54.7	115.4	110.9%
Margen Operacional	173.0	225.9	30.6%
Margen Operacional Neto	-128.3	-23.0	-82.0%
Resultados antes de impuestos	-110.3	8.8	-108.0%
Pérdida Neta	-83.2	-7.4	-91.2%

Gestión de Activos

Estructura del Activo - Diciembre 2024



Al cierre del 2024, los activos de Banco Ripley sumaron S/ 1,845.2MM, menor en 12.4% al monto presentado a diciembre 2023. La estructura de activos del Banco está concentrada en la cartera de créditos, que representó el 69.5% de los activos totales, seguida por la cartera de fondos disponibles que describen el 10.2% del activo total, e inmediatamente después se encuentran inversiones negociables y a vencimiento, con un peso de 8.5% en el activo total.

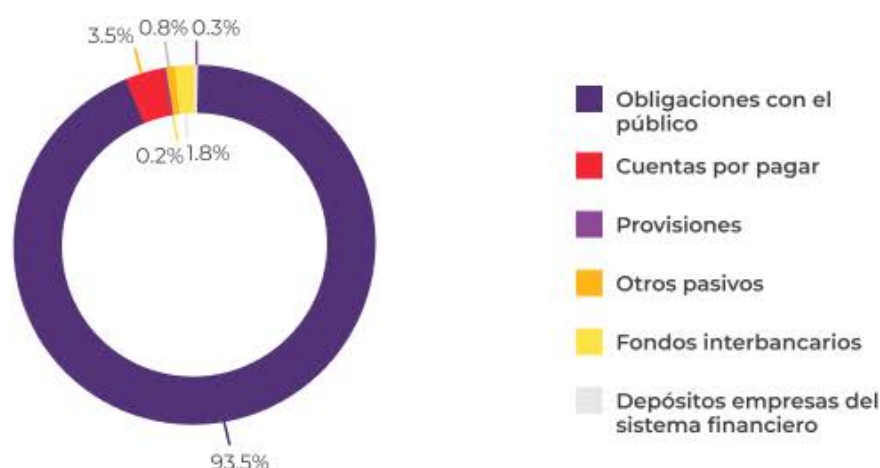
Saldo puntual en Millones de S/	Dic. 2023	Dic. 2024	Var. %
Cartera Vigente	1,531.2	1,307.8	-14.6%
Refinanciados y Reestructurados	35.8	26.1	-27.0%
Cartera Atrasada	93.9	49.8	-47.0%
Provisiones	-157.1	-102.0	-35.1%
Cartera de Créditos Neta	1,503.8	1,281.8	-14.8%

La cartera de créditos neta al cierre de diciembre 2024 alcanzó S/ 1,281.8MM, que significó una disminución de 14.8% con respecto a dicho mes del 2023. La cartera vigente alcanzó un saldo de S/ 1,307.8MM en línea con la caída de la cartera neta total.

Gestión de Pasivos

Los pasivos de Banco Ripley a diciembre 2024 registraron un saldo de S/ 1,465.4MM, 14.8% por debajo del mismo período del año anterior. Como puede observarse en el gráfico, al cierre del presente año, el 93.3% de estos pasivos estuvo conformado por Obligaciones con el público, mientras que el peso de cuentas por pagar fue de 3.5%.

Estructura del Pasivo - Diciembre 2024

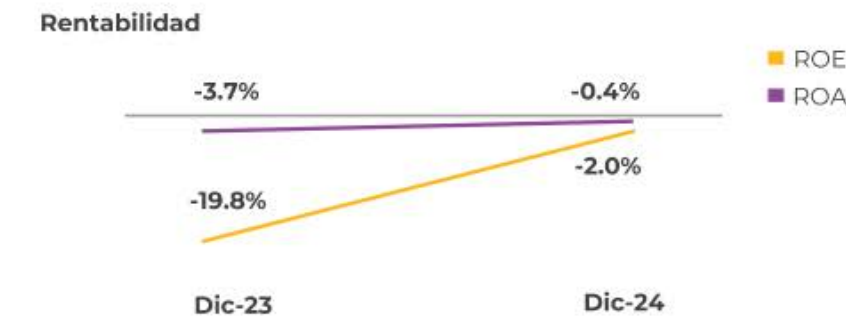


Las obligaciones con el público sumaron S/ 1,367.7MM al cierre de diciembre 2024 y estuvieron constituidas principalmente por depósitos a plazo y ahorros. Con relación a diciembre 2023, las obligaciones con el público disminuyeron en -5.9%.

Saldo en millones de S/	Dic. 2023	Dic. 2024	Var. %
Vista	22.7	22.9	1.1%
Ahorro	355.3	598.6	68.5%
Plazo	1,073.6	744.4	-30.7%
Otras obligaciones	1.8	1.7	-6.0%
Obligaciones con el público	1,453.4	1,367.7	-5.9%
Fondos Interbancarios	0.0	25.7	-
Depósitos del sistema financiero	0.0	4.2	-
Adeudos y Obligaciones financieras	0.0	0.0	-
Valores títulos y obligaciones en circulación	163.5	0.0	-100.0%
Otros pasivos	102.4	65.6	-36.0%
Pasivo total	1719.4	1463.1	-14.9%

Ratio de rentabilidad

En cuanto a la rentabilidad, Banco Ripley en diciembre 2024 registró un ROE de -1.98% y un ROA de -0.39% (calculados sobre Patrimonio y Activo total promedio de los últimos 12 meses).

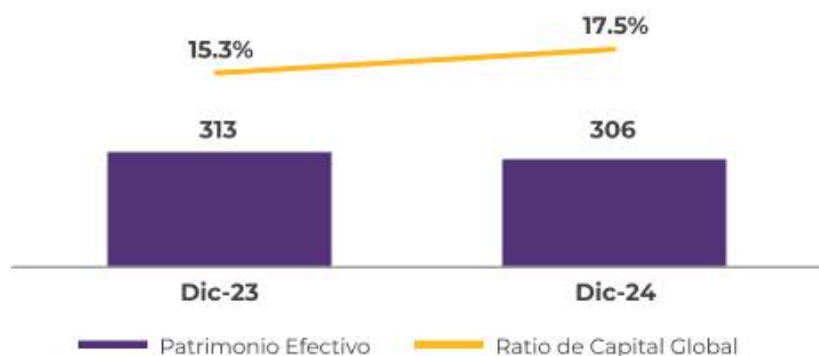


Fuente: SBS (2024)

Patrimonio y Solvencia

Patrimonio Efectivo y Ratio de Capital

Millones de S/ y Porcentaje (%)



Fuente: SBS (2024)

El Ratio de Capital Global de Banco Ripley al cierre de diciembre 2024 alcanzó 17.5%, el mismo que presenta holgura sobre los requerimientos mínimos regulatorios vigentes.

Si bien al cierre de año hay una reducción del Patrimonio Efectivo vs. el cierre del año 2023. Es importante mencionar que el mismo se viene recuperando progresivamente desde Julio del año 2024 de la mano de los resultados positivos generados por el Banco que han contribuido a disminuir el nivel de pérdidas acumuladas que el Banco tenía al cierre del primer semestre. Además, se puede observar una reducción en la palanca global que viene relacionado a una mejor gestión del riesgo crediticio.

En millones de S/	Dic-23	Dic-24
Requerimiento de patrimonio efectivo	187.5	168.1
Riesgo Crediticio	149.7	134.1
Riesgo de Mercado	0.4	0.4
Riesgo Operacional	37.5	33.6
Patrimonio Efectivo Total	312.9	306.1
Palanca Global (nro. de veces)	6.53	5.72

BANCO RIPLEY PERÚ S.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

al 31 de diciembre de 2024*
En millones de S/

Activo	Dic-23	Dic-24	Var.%
Fondos disponibles	272.5	188.7	-30.8%
Caja y BCR	130.0	132.5	1.9%
Otras insituciones financieras y otras disponibilidades	142.5	56.2	-60.6%
Fondos Interbancarios	0.0	37.1	0%
Inversiones negociables y a vencimiento	143.4	156.8	9.3%
Cartera de créditos	1,503.8	1,281.8	-14.8%
Créditos vigentes	1,531.2	1,307.8	-14.6%
Créditos refinanciados y reestructurados	35.8	26.1	-27.0%
Créditos vencidos y en cobranza judicial	93.9	49.8	-47.0%
Proisión para incobrabilidad de créditos	-157.1	-102.0	-35.1%
Cuentas por cobrar	22.8	23.2	2.0%
Inmueble, mobiliario y equipo, neto	7.7	6.8	-11.3%
Activo Impuesto Diferido	79.6	63.4	-20.3%
Otros activos	76.9	85.1	10.9%
Activo total	2,106.6	1842.9	-12.5%

*Se presenta la información del 2023 para fines comparativos.

PASIVO Y PATRIMONIO

	Dic-23	Dic-24	Var.%
Obligaciones con el público	1,453.4	1,367.7	-5.9%
Obligaciones a la vista	22.7	22.9	1.1%
Obligaciones por cuentas de ahorro	355.3	598.6	68.5%
Obligaciones por cuentas a plazo	1,073.6	744.4	-30.7%
Otras obligaciones	1.8	1.7	-6.0%
Fondos Interbancarios	0.0	25.7	0.0%
Depósitos del sistema financiero	0.0	4.2	0.0%
Adeudos y obligaciones financieras	0.0	0.0	0.0%
Cuentas por pagar	81.8	51.3	-37.2%
Provisiones	6.2	2.6	-58.4%
Valores títulos y obligaciones en circulación	163.5	0.0	0.0%
Otros pasivos	14.4	11.7	-19.0%
Pasivo total	1,719.4	1,463.1	-14.9%
Patrimonio neto	387.2	379.8	-1.9%
Capital social	413.1	413.1	0.0%
Reservas	57.3	0.0	-100.0%
Ajustes al patrimonio	0.1	0.0	-67.3%
Resultados acumulados	0.0	-25.9	0.0%
Resultado neto del ejercicio	-83.2	-7.4	-91.2%
Total del Pasivo y Patrimonio Neto	2,106.6	1,842.9	-12.5%

BANCO RIPLEY PERÚ S.A.

ESTADO DE RESULTADO INTEGRALES

Acumulado

En millones de S/	Dic-23	Dic-24	Var.%
Ingresos por intereses	511.5	448.9	-12.2%
Gastos por intereses	123.8	89.3	-27.9%
Margen financiero bruto	387.7	359.6	-7.2%
Provisiones para créditos	333.0	244.3	-26.7%
Margen financiero neto	54.7	115.4	110.9%
Ingresos por servicios financieros	123.5	117.5	-4.9%
Gastos por servicios financieros	10.2	11.2	9.6%
Margen financiero neto de servicios financieros	168.0	221.6	31.9%
Resultados por operaciones financieras	5.1	4.3	-15.3%
Margen operacional	173.0	225.9	30.6%
Gastos de administración	273.0	228.7	-16.2%
Gastos de personal y directorio	122.1	95.2	-22.0%
Gastos por servicios recibidos de terceros	149.6	132.1	-11.8%
Impuestos y contribuciones	1.2	1.4	11.3%
Depreciación y amortización	28.4	20.3	-28.4%
Margen operacional neto	-128.3	-23.0%	-82.0%
Valuación de activos y provisiones	6.2	5.4	-12.9%
Resultado de operación	-134.6	-28.5	-78.8%
Otros ingresos y gastos	24.3	37.2	53.4%
Resultados antes de impuestos	-110.3	8.8	-108.0%
Impuesto a la renta	27.0	16.1	-159.7%
Utilidad Neta	-83.2	-7.4	-91.2%

Capítulo 11

Desarrollo de los **Negocios Financieros**

DESARROLLO

DE LOS NEGOCIOS FINANCIEROS

CANALES PRESENCIALES

Banco Ripley cuenta con 30 agencias a nivel nacional, de las cuales 17 operan en el departamento de Lima y 13 en Provincia (Trujillo, Arequipa, Piura, Chiclayo, Chimbote, Huancayo, Ica, Cajamarca, Pucallpa, Iquitos y Juliaca). Las 30 agencias se encuentran ubicadas dentro de las Tiendas Ripley. En los últimos años, hemos transformado nuestros formatos de atención enfocados en la mejora de la experiencia de nuestros clientes y colaboradores.

Nuestros clientes pueden auto atenderse a través de los canales digitales disponibles como Sitio Web y App, donde podrán revisar sus movimientos o realizar transacciones de forma simple, segura y directamente desde tu celular.

En la App y Web de Banco Ripley navegan más de 320,000 clientes mensualmente, donde continuamente estamos desarrollando soluciones digitales para entregar una experiencia digital simple a nuestros clientes, donde destacan las siguientes consultas y transacciones:

- Ver saldos y movimientos de tarjetas de crédito y débito Banco Ripley.
- Visualizar el Estado de Cuenta de la Tarjeta de Crédito.
- Pagar la deuda de la Tarjeta de Crédito Banco Ripley y préstamo Súper Efectivo.
- Desembolsar Efectivo Express o Súper Efectivo.
- Realizar transferencias entre cuentas propias, a terceros y otros bancos.
- Conocer los descuentos y beneficios asociados a las tarjetas de crédito y débito.
- 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.

Además, frente a consultas, siempre podrán recurrir al asistente virtual de Whatsapp, donde podrán resolver cualquier duda relacionada a sus productos y servicios de Banco Ripley.

Nuestro call center "Ripleyfono" atiende a más de 100 mil clientes por mes todos los días del año, facilitando a nuestros clientes la vinculación y gestión de sus requerimientos.

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
- 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 en diversas categorías en establecimientos afiliados.
- Beneficio de exoneración de membresía por un consumo mínimo mensual o según categoría del cliente.

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 2024

- Se colocaron más de 197 mil tarjetas nuevas.
- Se logró consolidar el uso llegando a 92% de clientes con primera transacción en el mes de activación.
- Consolidación del proceso de captación 100% digital con autenticación biométrica, logrando 6,500 tarjetas nuevas en el proceso end to end (+120% vs 2023).
- Se logró un ratio de 23% de vinculación de clientes con cuenta de ahorros (cuenta Ripley Max).

OBJETIVOS 2025

- Crecimiento de 32% de Captación.
- Ratio de vinculación 40% generando una mejor ODV al cliente.
- Nueva ODV segmentada según perfil del cliente.
- Desarrollo y mejora de funcionalidades desde el App.
- Crecimiento de 11.4% 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/ 75,000 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 (PEF) 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/ 26,000, 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 de Banco Ripley

PRINCIPALES LOGROS 2024

- Crecimiento del share de venta del canal digital de 15% a 20%, logrando 20 millones en venta.
- Lanzamiento de SEF-Reenganche a través de canal digital generando 1.3 Millones en producción.
- Crecimiento en 60% de la venta en SEF alcanzando 77 millones al cierre de dic-24
- El taken de SEF se incrementó de 57% a 65%.
- Relanzamiento de PEF, alcanzando 5.3 Millones de ventas al cierre de dic-24.
- En el último Q del 2024 logramos una venta promedio mensual de 100 millones.

OBJETIVOS 2025

- Lograr colocaciones por 1,376 millones en todo el 2025.
- Lograr 1,112 millones de saldo en PPFF al cierre de Dic-25.
- Alcanzar 122 millones en venta de PPFF al cierre de Dic-25.

- Lograr 5 millones en compra de deuda al cierre de Dic-25.
- Superar los 10 millones de venta en PEF al cierre de Dic-25.
- Incrementar el taken de 65% a 75%, con foco en New Money.

PRODUCTOS PASIVOS

OFERTA DE VALOR AL 2024

- Contamos con dos cuentas de ahorro principales, cada una con múltiples beneficios para nuestros clientes:
 - Ahorro Plus, es la cuenta ideal para rentabilizar los ahorros, ofreciendo una de las mejores tasas de interés en soles del mercado.
 - Cuenta Ripley Max, es la cuenta que permite realizar múltiples operaciones sin costo y acceder a exclusivas promociones con la Tarjeta de Débito Banco Ripley.
- 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 5.75% en soles y 1% en dólares sin monto mínimo de apertura.

PRINCIPALES LOGROS 2024

- Crecimiento interanual del saldo de ahorros en 236MM, equivalente a un aumento del 67% respecto al 2023.
- Se captaron 153,472 cuentas de ahorro, lo que representa un incremento del 14 % respecto a 2023.
- Implementamos la interoperabilidad de directorios en nuestros canales digitales, permitiendo a nuestros clientes enviar dinero fácilmente a través de su número de celular.

OBJETIVOS 2025

- Posicionar a Ripley Max como la cuenta ideal para realizar transacciones sin costo.

- Mantener el crecimiento de saldos de Ahorros y Depósitos a Plazo Fijo.
- Implementación de captación digital de clientes.

TARJETA DE DÉBITO

En Banco Ripley tenemos como principal aliado financiero a Tiendas Ripley, al cierre del año 2024, en Banco Ripley contamos con 164 mil tarjetas de débito.

PRINCIPALES LOGROS 2024

- Se colocaron más de 120,000 tarjetas débito nuevas que representa un crecimiento total de +73% vs 2023.
- Crecimiento de facturación de tarjeta de Débito presentó un incremento +26% vs 2023.

PRODUCTO DE SEGUROS

Durante el 2024, Seguros Banco Ripley ha consolidado su participación dentro de la cartera de productos del Banco, con mejoras importantes en su línea de productos de Seguros, que resultaron en un incremento de los ingresos en los ramos de Seguros como desgravamen de consumo, robo, vida y salud. También se buscó posicionar la participación dentro de los canales como telemarketing con el ingreso de nuevos operadores, y la consolidación del call center de retenciones Seguros.

Durante 2024 tuvimos el reto de continuar con proyectos importantes como la automatización de la venta de seguros asociados a créditos, hito que logramos cumplir en el 4to trimestre, así como mejoras en servicios ya lanzados que ayudaron en la experiencia de nuestros clientes con los productos de seguros embebidos dentro del fujo del producto financiero facilitando la contratación tanto de cara al cliente final como al asesor.

Estas mejoras no hubieran sido posible de no contar con el apoyo de la gerencia de Tecnología, y el Value Stream de seguros, donde cada proyecto se realiza teniendo al cliente como punto central de nuestra operación.

En cuanto a nuestra oferta de seguros optativos no asociados, a principio del 2024 se mejoraron las coberturas y los productos pensando siempre en ofrecer alternativas ad hoc a las necesidades de nuestros clientes. Estas mejoras nos permitieron incrementar nuestros niveles de vinculación con nuestros tarjetahabientes.

Seguros Banco Ripley tiene un plan ambicioso para el 2025, continuando con la digitalización de los Productos y sus flujos de venta, con incorporación de nuevas alianzas comerciales, que potencien las sinergias para mejorar nuestros beneficios hacia el cliente. Continuaremos con nuestro plan de venta en las agencias, campañas y push comercial.

12

Capítulo **12**

Gestión **de la Tesorería**

GESTIÓN

DE LA TESORERÍA

La Tesorería está a cargo de la estrategia de gestión de liquidez y definición de la estructura de fondeo óptima para el Banco. Durante el 2024, se fijó una estructura donde la principal fuente de fondeo fueron las captaciones de personas naturales, alcanzando el 95% del total de fondeo. La participación del fondeo mayorista fue de 3% y la de otras fuentes fue de 2%.

Esta estructura permitió cumplir exhaustivamente con los indicadores regulatorios, nuevas exigencias, y sugerencias de liquidez de parte del Regulador.

Composición del Pasivo Costeable Dic 24



Con respecto a las emisiones de deuda, durante el año hubo vencimientos de Certificados de Depósito Negociables por S/ 169 millones. No se realizaron nuevas emisiones durante el 2024.

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 los indicadores en niveles saludables y sin tener la necesidad de incrementar notablemente el gasto financiero. Al cierre del 2024 el Ratio de Cobertura de Liquidez (RCL) en moneda nacional fue de 144.4% y el RCL total fue de 150.2%, ambos por encima de los límites regulatorios.



Asimismo, la estrategia que el Banco ha mantenido en términos de fondeo ha permitido tener una baja concentración en los depósitos. Los 10 principales depositantes representaron el 5% de los depósitos totales a fines del 2024.

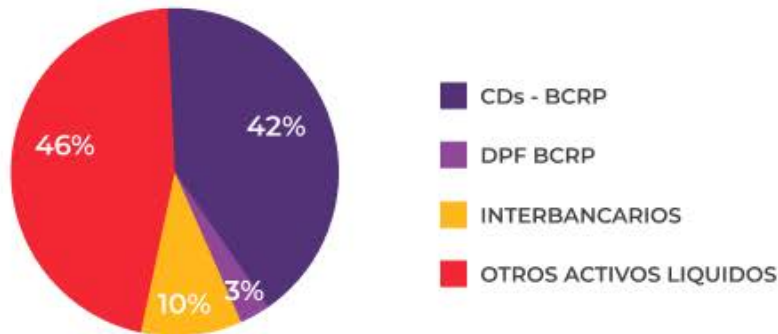
Concentración de Depósitos

Concentración	10 Principales	20 Principales
2021	33%	48%
2022	29%	38%
2023	4%	5%
2024	5%	5%

Portafolio de Inversiones 2024

Adicionalmente a su papel de área de soporte al negocio, la Tesorería rentabiliza los excedentes de liquidez a través de las posiciones que se toman en distintos instrumentos financieros; tales como, Certificados de Depósito del BCR, depósitos a plazo con instituciones financieras, préstamos interbancarios, entre otros.

Total de Activos Líquidos S/ 376MM



El activo líquido del Banco tuvo una composición balanceada entre los Certificados de Depósitos del Banco Central, Depósitos en BCRP, Interbancarios y otros activos líquidos, logrando rentabilizar adecuadamente el excedente de liquidez y preservar la holgura en la liquidez necesaria para hacer frente a cualquier evento adverso.

Clasificación de Riesgo

Al cierre de diciembre de 2024, 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-
Depósitos de Mediano y Largo Plazo	A+.pe	PE A-
Sexto Programa de Certificados de Depósitos	ML A-1-.pe	PE 1-

**Informes con cifras a Junio 2024*

Cotizaciones de instrumentos de deuda

Durante el 2024 no se registraron negociaciones en los instrumentos de deuda que el Banco mantuvo en circulación.

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 1300 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 2024 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

El área de Aprendizaje y Formación está enfocada en promover una cultura de aprendizaje continuo y autónomo, aplicando un modelo que permite a las personas potenciar y desarrollarse laboral y personalmente. Este foco está al servicio de la estrategia del negocio y del constante

esfuerzo por lograr que los equipos adquieran conocimientos y habilidades con los cuales hacer frente de a los nuevos desafíos que se van presentando.

Para esto, se combinan estrategias de capacitación presenciales, virtuales e híbridas.

La ejecución de esta materia se desarrolla principalmente en torno a 3 programas que son: programas de acompañamiento al negocio, programas que impulsan la autoformación y los programas que promueven el buen gobierno corporativo y el cumplimiento de los aspectos normativos.

• 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 canales y plataformas como Conectados, Portal de Personas, 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 presenciales como el PIT de Banco, Rumbo Ripley y otros que nos ayudan a compartir información del negocio, dar exposición a nuestros principales líderes y mantener enterados a nuestros colaboradores sobre los últimos acontecimientos del negocio.

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 cumpliendo con nuestro propósito, así como contribuir 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. Asimismo, se encarga de velar por el cumplimiento de las normas legales laborales vigentes en nuestro país.

Esta área tiene a su cargo el relacionamiento, así como la negociación colectiva con la organización sindical de Banco Ripley, buscando siempre lograr convenios colectivos de larga duración. Asimismo, coordina la defensa de Banco Ripley en el plano judicial (procesos judiciales) y administrativo (inspecciones laborales por SUNAFIL).

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 2024 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. Participamos en 33 ferias laborales, potenciando a Ripley como un gran empleador, con foco en la diversidad. También fuimos parte de eventos universitarios y especializados de empleabilidad con nuestros partners de educación y nos posicionamos como gran empleador en las distintas Municipalidades. Además, participamos en diversas charlas especializadas de

empleabilidad para colectivos específicos y firmamos 11 nuevas alianzas de colaboración para la empleabilidad con universidades y municipalidades de zonas de influencia, destacando el convenio con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Movilidad Interna

Con el objetivo de seguir promoviendo el crecimiento interno de nuestros colaboradores, durante el 2024 hemos trabajado para cubrir nuevas vacantes con talento interno. En tal sentido, el 2024 se logró que el 37% de nuestros procesos fueran cubiertas de manera interna, siendo 44 los colaboradores que han crecido profesionalmente gracias a este programa.

2. Desarrollo Organizacional

BR-Works

Durante el 2024 continuamos promoviendo nuestra metodología de trabajo híbrido en la sede central, impulsando mediante actividades y remodelación de nuestras instalaciones que los equipos trabajen en conjunto y de manera colaborativa. Mediante activaciones trimestrales reforzamos nuestros lineamientos de convivencia y uso del edificio corporativo, adicionalmente impulsamos el uso de nuestros dispensadores de agua y Tomatodos personales reforzando nuestra cultura de reciclaje.

Rumbo Ripley

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. Logramos reconocer a más de 100 colaboradores de todas nuestras agencias y sede corporativa.

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 2024 tuvimos 3 promociones del programa PDAA, donde pudieron participar 18 nuevos líderes promovidos y tuvieron más de 72 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. Como resultados se ha obtenido que la percepción y el nivel de recomendación de nuestros colaboradores sobre sus líderes ha incrementado de 81% en el 2023 a 88% en el 2024 (7 puntos porcentuales).

Todos al Piso

Los meses de mayo y diciembre se llevan a cabo las campañas comerciales más importantes del año Día de la Madre y Navidad respectivamente. Aquí nuestros colaboradores de las agencias, 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. Logrando que 369 colaboradores de nuestra sede central acudan a las agencias y apoyen en las labores de atención a nuestros clientes, lo cual representa el 92% de nuestra sede central que se encontraba habilitada para acudir a Todos al Piso.

Reconocimiento

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. Logrando reconocer a más de 120 colaboradores de todas nuestras agencias.

Cantera

Desde el mes de octubre llevamos a cabo el programa Cantera, que tiene como principal foco contar con colaboradores preparados para cubrir posiciones de liderazgo estratégico ante cualquier posible rotación. En esta primera versión buscamos formar colaboradores para el puesto de Gerente o Líder de Agencia. Esta primera promoción 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. En la etapa de certificación lograron aprobar 3 de los 5 colaboradores participantes, actualmente el 100%

de los colaboradores certificados ya se encuentran cubriendo la posición de Gerente de Agencia.

Medición de Desempeño

Nuestro sistema de evaluación de desempeño tiene como objetivo identificar el desenvolvimiento de nuestros colaboradores en sus puestos de trabajo en base a dos variables: Logro de Objetivos y Desarrollo de Competencias. Durante el 2024 se logró una cobertura de evaluación de 91%, logrando que la mayor cantidad de colaboradores reciban feedback por parte de su líder, la cobertura lograda sobre esto último es de 78%.

Movilidad Interna

Con el objetivo de seguir promoviendo el crecimiento interno de nuestros colaboradores, durante el 2024 hemos trabajado para cubrir nuevas vacantes con talento interno. En tal sentido, el 2024 se logró que 44 colaboradores sean promovidos a nuevas posiciones, 7 cubriendo posición es estratégicas, 19 posiciones tácticas y 18 posiciones operativas. Se logró que el 4% de colaboradores de todo Banco Ripley tenga nuevos retos profesionales generando su movilidad interna.

Bienvenida Banco Ripley

Con el objetivo de que nuestros nuevos colaboradores se adapten óptimamente a nuestra cultura, participan de 1 día de inducción cultural. Durante el 2024 logramos la participación de más de 700 nuevos colaboradores obteniendo un nivel de recomendación de la bienvenida del 90%. Adicionalmente, se ejecutaron más de 2000 horas de inducciones presenciales.

Medición de Clima Laboral

Buscando conocer la percepción de nuestros colaboradores sobre nuestro clima laboral, durante el 2024 aplicamos nuestra encuesta de CLIMA, logrando obtener una cobertura de 89% a nivel nacional. Adicionalmente, para gestionar lo encontrado en los resultados de las encuestas, se instauró el comité de clima laboral en el 100% de nuestras agencias.

3. Formación

I. Programas de Acompañamiento al Negocio

Inducción al puesto

A través de una metodología teórico-práctica, buscamos que los colaboradores conozcan al negocio desde sus focos estratégicos y nuestros productos y servicios más importantes. Esto facilita su incorporación y proceso de adopción.

Este programa es 100% presencial, y durante el 2024 hemos acompañado a más de 1000 colaboradores en su proceso de inducción obteniendo un nivel de satisfacción del 86%.

Programa de Experiencia al Cliente y Productividad

El NPS es un indicador de alto valor en la organización, ya que mide el nivel de recomendación de los clientes que nos visitan. Por ello, trabajamos para que nuestros colaboradores reconozcan la importancia de su actitud hacia el cliente y así movilizar este indicador.

En el 2024 hemos reforzamos el modelo de servicio ATRAE. Los pilares de este programa son: Amabilidad, Transparencia, Resolutividad, Actitud y Empatía, con el objetivo de estandarizar la forma de atención de nuestros colaboradores hacia nuestros clientes, fidelizando y atrayendo para que sigan prefiriendo nuestros productos y servicios.

Nuestro programa de capacitación de ATRAE, tuvo la participación de todo el equipo de las agencias, más de 500 colaboradores, que pudieron reforzar sus conocimientos a través de curso e-learning y acciones presenciales que contempla entrenamiento conductual en piso de ventas.

Las capacitaciones en piso de venta estuvieron a cargo del equipo interno de formadores Talent Team, con dinámicas cortas para interiorizar el modelo.

Para conocer el nivel de adopción del modelo, se realizó una evaluación a los líderes donde participaron el 98%, que calificaron a los equipos con 4 en una escala de 1 a 5, en la adquisición de las conductas.

II. Autoformación

Como una forma de incentivar la autogestión de aprendizaje, continuamos potenciando nuestra plataforma de aprendizaje corporativa AcademiaR con contenido de valor y de conocimiento del negocio. Esta plataforma de aprendizaje online disponible las 24 horas del día los siete días de la semana, permite acceder a cursos, videos, instructivos y capacitaciones que les

permitirán desempeñarse con éxito en sus funciones y, a la vez, desarrollar nuevas habilidades y competencias. Durante el 2024 Academia R recibió la visita de más de 2000 personas durante el año con un promedio de satisfacción de 9.2/10.

Por otra parte, pusimos a disposición de nuestros equipos licencias de LinkedIn Learning y Udemy, fomentando el autoaprendizaje en base a los temas y habilidades que cada uno considere más relevante para su desarrollo.

En base a ese uso hemos reconocido a los TOP Learners, teniendo un promedio de 26 cursos entre los destacados.

En el caso de LinkedIn Learning los cursos más realizados fueron Fundamentos del liderazgo, Agilidad estratégica, Concienciación en ciberseguridad, Técnicas avanzadas de negociación y Cómo delegar tareas en la empresa.

III. Normativos y Buen Gobierno

Impulsamos una cultura de cumplimiento, una adecuada gestión de riesgos y claridad de las acciones que implican un buen gobierno. Existe una gestión rigurosa y disciplinada para desplegar cursos con exigencia normativa o regulada; es decir que responden al cumplimiento de normas y leyes a los que estamos sujetos.

En base a esto, hemos desarrollado un cronograma de capacitación anual con 18 cursos que cubren los diferentes frentes normativos que nos regulan como Superintendencia de Banca y Seguros y AFP, INDECOPI, el Ministerio de Justicia, etc.

El contenido elaborado asegura nuestra continuidad operacional, mitigación de riesgos de incumplimiento, seguridad a los clientes e impulsa una cultura ética de cumplimiento y buen gobierno.

Estos cursos se han puesto a disposición a todos nuestros colaboradores, logrando un cumplimiento del 97% y un NPS de 91%.

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: 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

Banco 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 soporte psicológico 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 y Seguro Oncológico 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.

Planes solidarios

Apoyo económico que se brinda ante cualquier situación de emergencia relacionada con la salud de un familiar directo o del mismo colaborador. Banco Ripley actúa como un ente recaudador.

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, éxito académico, 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.

Programas de Bienestar

Banco Ripley promueve el balance entre la vida laboral, personal y familiar de nuestros colaboradores, a través del cuidado de su salud emocional y

financiera, es por ello que lleva a cabo diversas acciones para dicho fin tales como: celebraciones por fechas especiales, ferias in house con precios promocionales, descuentos en cines, teatros y espectáculos diversos, vacaciones útiles, entre otros.

Cuidado de la salud

Llevamos a cabo anualmente la Semana de la Salud, fomentando la realización de chequeos médicos preventivos en los colaboradores, con el apoyo de la Clínica Sanna que incluye: consulta médica, oftalmológica, nutrición, radiografía de tórax, exámenes ginecológicos y exámenes de laboratorio.

Así mismo, contamos con convenios y alianzas en beneficio de la salud de nuestros colaboradores y sus familiares.

Lactarios institucionales

Banco Ripley cuenta con ambientes adecuadamente implementados para que nuestras madres colaboradoras puedan extraer su leche materna con comodidad y privacidad y conservarla hasta el término de su jornada laboral.

Aguinaldo navideño

Otorgamos un aguinaldo navideño a todos nuestros colaboradores el cual consiste en un vale de pavo de 10 kilos y un panetón de una marca reconocida.

Capítulo 14

Gestión Integral de **Riesgos y Riesgo de Mercado y Liquidez**

GESTIÓN

INTEGRAL DE RIESGOS

Como parte del plan estratégico, Banco Ripley busca seguir creciendo de forma orgánica, apuntando a segmentos menos riesgosos y más rentables. Por tanto, ha enfocado los esfuerzos en retomar la senda de crecimiento con una cultura de riesgos robusta, avanzando en materia de digitalización y desarrollo de plataformas móviles, aportando una mirada de eficiencia permanente.

Para esto nos basamos en una adecuada Gestión Integral de Riesgos que 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.

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 con el 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 correcciones requeridas, en caso existan desviaciones con respecto a los niveles de tolerancia al riesgo y a los grados de exposición asumidos.

El Comité de Gestión Integral de Riesgos abarca diversas áreas, incluyendo la gestión de Riesgo Crediticio, Modelo y Analytics, Cobranzas, Riesgo de Mercado y Liquidez, así como Riesgo Operacional, Continuidad del Negocio, Seguridad de la Información y Prevención de Fraudes. Este comité se reúne de manera periódica e independiente y es responsable de aprobar las normas y políticas específicas para la gestión de cada tipo de riesgo, así como de implementar medidas correctivas para desviaciones significativas.

Durante el 2024 se celebraron 12 sesiones del Comité de Gestión Integral de Riesgos, en los que se expusieron los aspectos relevantes de la gestión de Riesgo Crediticio, Modelo y Analytics, Cobranzas, Riesgo de Mercado y Liquidez y Gestión de Operacional, Seguridad de la Información, Continuidad del Negocio y Prevención de Fraudes, entre otros.

En cada sesión de Comité de Gestión Integral de Riesgos se presentan y discuten los resultados de los principales indicadores de gestión. A continuación, presentamos los indicadores más importantes con resultados a diciembre 2024:

Indicadores de Solvencia:

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	Dic. 2024
Ratio de Capital Global (límite regulatorio mínimo 10%)	17.48%

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	Dic. 2024
% Cargo Neto	17.6%
% Mora30	6.3%

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.

Indicador	Dic. 2024
Portafolio de Inversiones (máximo 100% del Patrimonio Efectivo)	53.4% de patrimonio efectivo
VaR a 4 días del portafolio de inversiones (máximo 0.42% de portafolio de inversiones)	Max 0.03% del portafolio de inversiones

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.

Indicador	Dic. 2024
Ratio de Cobertura de Liquidez en Moneda Nacional (límite $\geq 100\%$)	144.4%
Principales 20 Depositantes sobre el Total de Depósitos (máximo 30%)	5.3%

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	Apetito
Ratio de Pérdidas / Margen Financiero Bruto (máximo 1.4% de Margen Financiero Bruto)	0.82% del Margen Financiero Bruto

GESTIÓN DE RIESGO DE CRÉDITO Y COBRANZAS

En el proceso de gestión de Riesgo de Crédito y Cobranzas, se trabajaron los siguientes aspectos:

Riesgo Crediticio

- Se incorporó el score transaccional y nuevos criterios de segmentación para las campañas de tarjeta de crédito al perfil “No Bancarizados”.
- Se desarrolló nueva política para el producto Préstamo de Libre Disponibilidad para no clientes, empleando un nuevo score de buró ad hoc para este producto y una nueva estrategia de asignación de cupos.
- Se actualizó la política crediticia considerando el nuevo score de comportamiento, que permite una mejor selección de clientes existentes para el Cross Selling.
- Se incrementó el monto máximo de oferta para Préstamos a clientes existentes (SEF) para los mejores perfiles, pasando de S/ 50 mil hasta S/ 75 mil.
- Se desarrollaron estrategias crediticias diferencias para el canal digital, permitiendo mejorar los niveles de venta en 10% con una disminución del riesgo de 15%.
- Se continuó con la identificación de clientes de alto riesgo a los cuales se les realizó reducción de la línea de crédito manteniéndolos excluidos de las campañas masivas.

- Se profundizó en el seguimiento de cartera por producto / segmento, añadiendo la perspectiva de rentabilidad / riesgo para una adecuada toma de decisiones.

Cobranzas

- Se utilizó tres modelos estadísticos para priorizar la gestión de cobranza:
 - Con el modelo de gestión preventiva se enfocó en incrementar el % de pagos de clientes al día. Así mismo se optimizó las comunicaciones en cada perfil de cliente usando el hábito de pago.
 - Con respecto al modelo de cobranza mora temprana se enfocó en incrementar el nivel de contacto y efectividad de las promesas de pago por perfil de cliente.
 - Con respecto al modelo de cobranza tardía se enfocó en especializar la gestión de campo en los segmentos de mayor impacto en provisión.
- Se incrementó el uso de comunicaciones digitales enfocadas en incrementar la recaudación a través del APP Banco Ripley.
- Se implementó mejoras en la estrategia de cobranza telefónica incrementando la productividad y eficiencia en la mora temprana.
- Se especializó el uso de información para identificar patrones de comportamiento de pago y canal más frecuente de contacto.

GESTIÓN DE RIESGO DE MODELO

La Gestión de Riesgos de Modelo, tiene como objetivo mitigar la posibilidad de afrontar pérdidas ocasionadas por debilidades en el desarrollo, validación, implementación, uso y seguimiento de modelos que pueden conllevar a decisiones erróneas en el negocio de la empresa.

Durante el año 2024 se avanzaron en los siguientes temas:

- Se fortaleció el frente de Datos e Inteligencia Artificial creando la unidad encargada de la administración óptima de los recursos informáticos para operar bajo los esquemas de Big Data y Cloud.

- En el ámbito de Data, se culminó la primera fase del proyecto de Migración a la nube AWS, logrando incrementar las capacidades en el frente de Data generando agilidad, governance y flexibilidad analítica.
- Se profundizó en la creación de activos de información para modelos, pasando de analizar 160 a 6,000 características de las personas, lo cual permitió incrementar significativamente la presión en las herramientas analíticas.
- Se desarrolló e implementó el nuevo Modelo de Inferencia de Ingreso, aplicando metodologías avanzadas de Machine learning y desarrollo cloud, lo que resultó en una mejora significativa en los niveles de precisión, con un aumento de más del 30% en comparación con el modelo anterior.
- Se creó el Modelo de Cobranza Recovery, nuevo en la gestión, diseñado para optimizar la administración de la cartera de créditos castigados.
- Se desplegó el nuevo modelo Buró utilizando infraestructura en la nube AWS, lo que agilizó los tiempos de entrega y permitió tomar decisiones anticipadas en la admisión.
- Se implementó el modelo de No clientes, basado en información no tradicional, lo que facilita la creación de perfiles de riesgo para no bancarizados, representando un 15% de la venta de tarjetas.
- Se implementó el nuevo Modelo de Comportamiento enfocado en las altas de los productos de cross selling, logrando una mejora significativa en los niveles de precisión en comparación con la versión anterior, con un aumento de más del 32% en precisión.
- Se implementó el nuevo Modelo de Cobranza Preventivo, lo que resultó en una reducción superior al 12% en la migración de morosidad durante el segundo semestre de 2024.
- Se potenciaron los despliegues de modelos utilizando herramientas avanzadas y metodología MLOps, que permiten el autoaprendizaje de los modelos de ML y el seguimiento de estos.

GESTIÓN DE 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 Gestión Integral de Riesgos y Comité de Activos y Pasivos (ALCO).

La Gestión de Riesgo de Liquidez en el 2024, dado 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 realizó la adecuación y preparación al nuevo Ratio de Financiamiento Neto Estable (RFNE) que entró en vigor en diciembre del 2024, estableciéndose un límite y alerta interna de 90% y 95% respectivamente; a diciembre 2024 el RFNE se ubicó en 129%.
- 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° 32027 que permitía la disposición del 100% de fondos correspondientes a la Compensación por Tiempo de Servicio (CTS) de los trabajadores.
- Seguimiento del crecimiento de pasivos de Personas Naturales, que representan más del 90% de la estructura de fondeo del Banco.

GESTIÓN DEL RIESGO OPERACIONAL

La estrategia para la gestión del riesgo operacional de Banco Ripley se enfocó en 2024 en la optimización de metodologías desplegadas en la organización, el fortalecimiento del programa de seguimiento y mejora continua de los controles que mitigan riesgos, y la ampliación de fuentes de captura de eventos de pérdida e incidentes.

Durante 2024, el Banco implementó mejoras en la metodología de evaluación de riesgos, para asegurar la consistencia en la valoración de la exposición al riesgo y la efectividad de los controles; asimismo, se actualizaron los criterios para priorización, garantizando que los macroprocesos más críticos para el Banco sean evaluados de forma permanente. Adicionalmente, como parte de la mejora continua, se efectuaron revisiones detalladas de las operaciones y controles ejecutados en la Red de Agencias del Banco.

Al cierre de 2024, las pérdidas operacionales disminuyeron en 24% con respecto al año anterior; ello, como consecuencia de la incorporación de nuevas fuentes de información que emiten alertas tempranas de incidentes y eventos, y que permiten robustecer los controles que mitigan riesgos.

Finalmente, para fortalecer los procesos de gestión de riesgos operacionales de terceros, el Banco diseñó un nuevo esquema de identificación de servicios significativos, a partir del cual se podrá asegurar la implementación de controles de manera integral a través de todo el ciclo de vida del servicio.

GESTIÓN DE CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

Como parte de las acciones para asegurar que el Banco cuente con respuestas efectivas ante la ocurrencia de eventos que interrumpan sus operaciones, durante 2024 se ejecutaron pruebas de activación de procedimientos manuales en la Red de Agencias. De igual forma, en el último trimestre del año se ejecutó la prueba integral de continuidad, a través de la cual se logró activar exitosamente la infraestructura tecnológica de contingencia, bajo un esquema de operación controlado; dicho ejercicio permitió también validar la operatividad de los diecisiete (17) planes de recuperación de las diversas unidades del Banco, las cuales tienen a su cargo la provisión de los productos y servicios priorizados.

Por otro lado, en el marco del programa de revisión y mejora de las estrategias de continuidad del Banco, se completó el proceso de actualización del Análisis de Impacto al Negocio (BIA) a través del cual se identificaron nueve (09) productos y servicios priorizados, así como los

cuarenta y cinco (45) procesos críticos que los soportan, y los recursos necesarios para el restablecimiento de las operaciones ante eventos de interrupción.

GESTIÓN DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Durante el 2024, Banco Ripley enfocó sus esfuerzos en la implementación y mejora de los controles de seguridad de la información y ciberseguridad. En esa línea, se implementó el Programa de Ciberseguridad basado en el framework de NIST-CSF, identificando la postura actual del Banco, y definiendo un plan de trabajo para alcanzar la postura objetivo en un periodo de tres (03) años. Asimismo, se completó el diagnóstico sobre los controles para protección de datos de tarjeta según el estándar PCI DSS v4.0, y se inició con la implementación del plan de trabajo para el cierre de las brechas identificadas.

Como parte de las funciones de identificación, evaluación y tratamiento de los riesgos de seguridad de información y ciberseguridad, el Banco actualizó el inventario de activos de información del SGSI-C, e implementó el Programa de Monitoreo de la Efectividad de Controles (PG-MEC) alineado al estándar ISO 27002:2022.

Respecto a los controles para prevención de fuga de información, en 2024 se completó el despliegue de la plataforma DLP, que permitió identificar y dimensionar posibles vectores, para luego ejecutar planes de remediación.

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