

# Modaes

Empresa

## 2017, el año en que Ripley dejó de seducir a Liverpool

El pasado mayo, ambas compañías de tiendas por departamento cancelaron el acuerdo de compra. Los tipos de cambio y el *no* de los socios minoritarios frenaron la operación.

María Bertero  
8 dic 2017 - 00:00

### 2017, el año en que Ripley dejó de seducir a Liverpool

Ripley se quedó sin Liverpool pero sigue creciendo. Si 2016 fue el año en que Liverpool pujó por la empresa chilena, 2017 fue el año en que ambas compañías cancelaron la operación, tras atrasar dos veces la fecha tope de la Oferta Pública de Adquisición (opa).

**En julio de 2016, Liverpool sacudió el negocio de la moda al anunciar su interés por hacerse con Ripley**, lo que lo convertiría en un gigante mundial de tiendas departamentales. Sin embargo, la operación se quedó en el aire y Liverpool se quedó finalmente con 122 tiendas de Suburbia.

**La transacción no se concretó por diversos factores: la negativa de los socios minoritarios del grupo chileno, las trabas de entidades bancarias y la victoria de Donald Trump en Estados Unidos.** Para cerrarse la operación, Liverpool hubiera necesitado el *sí* de las hermanas Calderón Kohon, propietarias del 12% de los títulos del grupo chileno.

Las socias minoritarias de Ripley consideraron desde primera instancia que la oferta de Liverpool estaba por debajo de lo esperado. La familia Calderón Volochinsky, propietarios del 52,98% de los títulos de la empresa chilena, eran los únicos que estaban a favor de la venta de la compañía de tiendas departamentales.

---

# Modaes

---

## Ripley disparó sus acciones un 20% desde que Liverpool anunció la posible compra, por lo que el valor de la transacción no fue suficiente

Finalmente, y **tras diez meses de negociaciones, Ripley comunicó en mayo la cancelación de la opa debido a “cambios en el entorno geopolítico y económico de los países y mercados en que ambos operan”**. Desde que se anunció el acuerdo en 2016, las acciones de Ripley se dispararon un 20%, por lo que la oferta inicial que había lanzado Liverpool ya no era suficiente.

Además, la debilidad del peso mexicano frente al peso chileno hizo que el monto final de la transacción (valuada en primera instancia en 420 pesos chilenos por acción), aumentara debido a la devaluación de la divisa mexicana.

Sin embargo, la cancelación de la compra por parte de Liverpool no detuvo a Ripley. **En 2017, el grupo chileno retomó su plan de aperturas**, tras haberse retirado del mercado colombiano en 2016.

---

# Modaes

---

2017, el año en que Ripley dejó de seducir a Liverpool

Image not found or type unknown

Al enfocar sus esfuerzos únicamente en Chile y Perú, Ripley tuvo un mejor desempeño en sus resultados financieros, aunque con altibajos. La compañía inició el año estancando su beneficio en 6.132 millones de pesos (9,07 millones de dólares) en el periodo comprendido entre enero y marzo.

La mejora se percibió de manera notable en el segundo trimestre, cuando Ripley catapultó sus utilidades un 55%, hasta 18.230 millones de pesos chilenos (28 millones de dólares). En el segundo trimestre, la compañía subió la persiana de una sola tienda departamental en su mercado local, ubicada en San Fernando, con una superficie comercial de 3.127 metros cuadrados.

---

# Modaes

---

## En los nueve primeros meses de 2017, las utilidades de Ripely cayeron un 44%

En el tercer trimestre, al igual que su compatriota Falabella, Ripley tropezó. El beneficio del grupo se vio reducido un 82,1%, hasta 6.709 millones de pesos chilenos (10,6 millones de dólares), un 82,1% menos que en el mismo periodo del año anterior.

**En el acumulado del año, el resultado de Ripley se redujo un 44% entre enero y septiembre**, hasta situarse en 31.071 millones de pesos (49 millones de dólares). Mientras que las ventas de la compañía en los nueve primeros meses fueron de 1.174.035 millones de pesos (1.857,4 millones de dólares), un 5,3% más que en el mismo periodo de 2016.

**En el tercer trimestre de su ejercicio, la empresa abrió las puertas de dos nuevas tiendas por departamento en Chile**, ubicadas en los centros comerciales Mall Plaza los Dominicos y Mall Vivo Coquimbo. Con estas aperturas, Ripley suma 45 tiendas en su mercado local y 29 en Perú.