
Modaes

Empresa

La británica Next apuesta por Latinoamérica: el grupo se alía con Ripley para crecer en la región

F. Marín-Camp/ M. Bertero
27 nov 2015 - 00:00

Next apuesta por Latinoamérica. La compañía británica ha trazado una alianza con el grupo chileno **Ripley** para impulsar su presencia en el país. El *retailer* amplía así su cartera de marcas, que incluye compañías como la danesa **Bestseller**, la española **Sfera** o la estadounidense **Estée Lauder**.

Propiedad de **Next Retail**, la compañía cuenta con más de 200 tiendas a nivel internacional y está presente en más de cuarenta países. La compañía está especializada en moda femenina, masculina, infantil, calzado y decoración. La actividad del grupo británico en Latinoamérica se centrará en países como Argentina, Brasil, México, Perú y Venezuela.

El desarrollo de **Next** con **Ripley** en la región tendrá lugar en pleno acercamiento de **Liverpool** al *retailer* chileno. El gigante mexicano de las tiendas departamentales negocia la adquisición del 50% de **Ripley** para, de esta forma, ganar peso en otros países de Latinoamérica.

Ripley incluye la firma británica a su cartera de marcas en pleno proceso de compra por parte del gigante mexicano Liverpool

Modaes

Ripley, que también está presente en Perú y Colombia, basa su principal negocio en la venta al detalle de vestuario y accesorios a través de distintos formatos de establecimiento. Esta actividad se acompaña de un negocio financiero a través del crédito directo a sus clientes mediante la Tarjeta Ripley.

En el tercer trimestre de 2015, **Ripley** multiplicó por cuatro su beneficio, hasta alcanzar 807 millones de pesos chilenos (1,13 millones de dólares). Las ventas de la compañía para el mismo periodo se incrementaron un 3,3%, alcanzando 370.185 millones de pesos chilenos (518,7 millones de dólares). Por divisiones de negocio, los ingresos en retail descendieron un 0,6% debido a la remodelación de las tiendas de Alto Las Condes, Jockey Plaza, Miraflores y Primavera.

Para incrementar el crecimiento en los próximos años, **Ripley** se centrará en textil y calzado. El grupo de tiendas por departamentos ya ha implementado cambios en sus nuevos locales. Una de las causas de este cambio de estrategia es la llegada de nuevos operadores como **H&M** o **Forever 21**.

Ripley tiene su sede en Chile, una de las cunas del retail en Latinoamérica. La compañía compite directamente con otros gigantes chilenos como **Falabella** o **Cencosud**, que también actúan como socios para los grupos internacionales de moda. Producto, tiendas y gestión. Estos son los tres pilares en los que se centrará la chilena **Ripley** para redefinir su plan estratégico hasta 2018.