

Modaes

Empresa

Ripley, cambio de rumbo: centrará su crecimiento en Perú mientras busca nuevas compras tras la marcha atrás de la opa de Liverpool

A su vez, el grupo chileno de tiendas departamentales pondrá en marcha dos establecimientos en su mercado local antes de fin de año, aunque asegura que el país está “saturado”.

Modaes
2 ago 2017 - 00:00

Ripley cambia de rumbo: centrará su crecimiento en Perú mientras busca nuevas compras El grupo chileno de tiendas departamentales asegura que en su mercado local el negocio “está saturado”, por lo que enfocará su estrategia de crecimiento en Perú, el único país del extranjero donde está presente, tras retirarse de Colombia.

Para lograr sus objetivos en el mercado inca, la compañía lo hará por dos canales: con crecimiento orgánico, es decir, abriendo nuevas tiendas departamentales; o con la adquisición de otras empresas peruanas, según *Diario Financiero*.

Esta nueva estrategia se llevará a cabo tras el intento fallido de la fusión con Liverpool el pasado mayo. Otro de los focos de expansión de **Ripley** será el ladrillo. La compañía tiene proyectada la ampliación de dos centros comerciales en Perú, además de nuevos proyectos inmobiliarios en el mercado inca, para los que destinará 300 millones de dólares.

Ripley opera en Perú con 29 tiendas por departamento y dos complejos comerciales

Actualmente, **Ripley** opera en Perú con 29 tiendas departamentales y dos centros

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/ripley-cambio-de-rumbo-centrara-su-crecimiento-en-peru-mientras-busca-nuevas-compras-tras-la-marcha-atras-de-la->

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

comerciales, mientras que en su mercado local cuenta con nueve complejos y 43 grandes almacenes. En los últimos tres años, el ritmo de aperturas de los gigantes chilenos ha descendido a la mitad. En 2014, se estimaba que se abrían mensualmente ocho nuevas tiendas departamentales.

Ripley finalizó el primer trimestre de su ejercicio 2017 con un incremento del 6,4% en sus ventas, hasta 374.168 millones de pesos chilenos (553,8 millones de dólares). Las utilidades de la compañía, controlada por la familia Calderón, se mantuvieron estables entre enero y marzo. El beneficio del grupo se situó en 6.132 millones de pesos (9,07 millones de dólares), un 0,29% más que el mismo periodo del año anterior.