
Modaes

Empresa

Ripley engordará su negocio en Latinoamérica en 2015 con la incorporación de ocho marcas

Modaes
2 abr 2015 - 00:00

Ripley apuesta por nuevas marcas para engordar su negocio. El grupo de retail chileno proyecta incorporar ocho nuevas marcas a su cartera durante este año, aseguró **Jimena Graña**, gerente comercial del grupo en una entrevista a *Gestión*.

Ripley trabaja bajo el formato de licencias con grupos como **Pepe Jeans** o **Cacharel**, aunque también ha logrado desarrollar marcas propias dentro del grupo, afirma Graña. El proyecto de la empresa es elevar esta cartera de firmas integrando nuevas marcas, de las que se sabe que serán ocho las que comercializarán exclusivamente, aunque la directiva no ha dado más detalles.

El grupo chileno de moda afirma que este crecimiento forma parte del éxito en sus ventas, como ocurre en la tienda **Ripley** del centro comercial **Jockey Plaza**, la cual Graña asegura que es la tienda que más ventas refleja a la compañía.

El grupo chileno cerró el ejercicio 2014 ganando un 1,7% respecto al año anterior. La compañía de tiendas departamentales incrementó su beneficio de 43.889 millones de pesos chilenos (68,5 millones de dólares) en 2013 a 44.629 millones de pesos (69,7 millones de dólares) en 2014.