

# Modaes

Empresa

## Ripley, imparable en el tercer trimestre: el grupo chileno multiplica por 61 sus ganancias

El beneficio de la compañía de tiendas departamentales se disparó un 6.097,7% entre julio y septiembre, hasta 37.549 millones de pesos chilenos.

Modaes  
30 nov 2016 - 00:00



**Ripley, a toda marcha.** La compañía chilena de tiendas departamentales engrosó su beneficio un 6.097,7% en el tercer trimestre, hasta 37.549 millones de pesos chilenos (55,3 millones de dólares). La cifra contrasta con los 606 millones de pesos (893.643 dólares) que el grupo ganó el mismo periodo del año anterior.

La empresa de la familia Calderón atribuye estos resultados al reconocimiento del valor económico de **Ripley Aventura**, producto de la escisión de **Aventura Plaza**. A principios de año, **Ripley** y **Falabella** dividieron sus activos inmobiliarios en Perú para operar de manera independiente. **Ripley** controlaba el 40% de **Aventura Plaza** a través de su filial **Padebest Perú**.

---

# Modaes

---

Entre julio y septiembre, la cifra de negocio de **Ripley** también se elevó. Las ventas de la compañía alcanzaron los 258.685 millones de pesos (258.685 millones de dólares), lo que representó un crecimiento del 1,4% respecto al tercer trimestre de 2015.

## **Ripley opera con setenta tiendas y once centros comerciales en Chile y Perú**

El grupo opera en Chile y Perú. Su mercado local fue el motor de crecimiento en el tercer trimestre, con ingresos hasta 165.071 millones de pesos (243,4 millones de dólares), un 4,5% más que el año anterior. Sin embargo, **Ripley** redujo sus ventas en Perú un 3,7%, hasta 94.544 millones de pesos chilenos (139,4 millones de dólares).

A la espera de que se concrete la oferta pública de adquisición (OPA) de parte de **Liverpool**, **Ripley** finalizó el tercer trimestre de su ejercicio con setenta tiendas, 42 de ellas en Chile y las 28 restantes en Perú. En agosto de este año, la compañía chilena subió la persiana de un nuevo establecimiento en el mercado peruano, en la ciudad de Lima, con una superficie de 8.925 metros cuadrados.

El negocio inmobiliario del grupo chileno se extiende a nueve centros comerciales en su mercado local y dos en el mercado inca, sumando un total de 559.046 metros cuadrados de superficie arrendable.