

Modaes

Empresa

Ripley refuerza su negocio de marcas propias para ganar rentabilidad

La compañía chilena de grandes almacenes prepara un plan estratégico que incluye cambios tanto en el negocio del retail como en el inmobiliario.

Modaes
29 mar 2018 - 00:00

Ripley refuerza su negocio de marcas propias para ganar rentabilidad

Ripley da un golpe en la mesa. La compañía chilena de tiendas departamentales potenciará sus marcas propias como Index y Marquis con el objeto de mejorar la rentabilidad de su negocio de retail.

La nueva política comercial que se aplicará a las marcas propias pretende mejorar la rentabilidad en tienda, ya que se reducirán las ventas con descuentos y se optimizarán inventarios gracias a un proceso logístico que conecte eficazmente los canales offline y online.

Directivos de la compañía han revelado los detalles de esta estrategia durante la última reunión mantenida con los inversionistas, según *Pulso*.

La compañía pretende reducir los descuentos y mejorar la rentabilidad de cada metro cuadrado de las tiendas

Modaes

El negocio inmobiliario también entra dentro de esta estrategia, ya que Ripley prepara la ampliación del Mall Marina Arauco en Viña del Mar, la cual se concretará en el segundo trimestre de 2018. A este movimiento se sumará la puesta en marcha del Mall Plaza Arica, prevista también para este año.

En lo que respecta a sus negocios en Perú, Ripley construirá los malls Iquitos y San Juan de Lurigancho, además de que ampliará los centros comerciales que tiene en Arequipa y Santa Anita.

El grupo chileno de grandes almacenes cerró los nueve primeros meses de su ejercicio fiscal con una caída del 44% de su beneficio neto, mientras que la facturación del grupo creció un 5,3%, hasta 1.174.035 millones de pesos (1.577,3 millones de euros).