

Empresa

Ripley se derrumba en el tercer trimestre: contrae un 82% sus utilidades

Igual que Falabella, el grupo chileno de tiendas departamentales también vio afectado su resultado entre julio y septiembre por la operación de Mall Aventura del mismo periodo del año anterior.

Modaes
17 nov 2017 - 00:00

Ripley se derrumba en el tercer trimestre: contrae un 82% sus utilidades

Ripley encara el final de año a doble velocidad. El grupo chileno de tiendas por departamento ha concluido el tercer trimestre de su ejercicio con una caída a doble dígito de sus ganancias. En cambio, los ingresos de la compañía se mantuvieron al alza, impulsados por las ventas online.

Entre julio y septiembre, Ripley anotó unas utilidades netas por 6.709 millones de pesos chilenos (10,6 millones de dólares), un 82,1% menos que en el mismo periodo del año anterior, cuando el beneficio del grupo fue de 37.549 millones de pesos (59,4 millones de dólares).

En el tercer trimestre de 2016, Ripley había contabilizado una ganancia no recurrente por los activos de la filial Mall Aventura con Falabella en Perú, lo que provocó el desplome de su resultado en el mismo periodo de este año, algo que también impactó en los resultados de Falabella.

Ripley incrementó un 5% sus ventas en el tercer trimestre, gracias al crecimiento del canal online

Modaes

Por otra parte, la compañía de tiendas por departamento mantuvo el impulso de sus ventas entre julio y septiembre. **La cifra de negocio de Ripley se situó en 384.383 millones de pesos (608 millones de dólares), un 5% más que en el tercer trimestre del año anterior.**

El crecimiento estuvo impulsado por el negocio de retail en Chile, que se elevó un 5,8% respecto al mismo periodo de 2016, gracias al aumento de la facturación en el canal online y de las marcas propias de Ripley.

En el acumulado del año, las ganancias del grupo chileno crecieron un 5,3%, hasta 1.174.035 millones de pesos (1.857,4 millones de dólares), un 5,3% más que en los nueve primeros meses de 2016. En cambio, el beneficio de Ripley se contrajo un 44% entre enero y septiembre, hasta 31.071 millones de pesos (49 millones de dólares).

Aéropostale se ha incorporado a la oferta de marcas internacionales de las tiendas departamentales Ripley

En el tercer trimestre de su ejercicio, la empresa abrió las puertas de dos nuevas tiendas por departamento en Chile, ubicadas en los centros comercial Mall Plaza los Dominicos y Mall Vivo Coquimbo. Con estas aperturas, Ripley suma 45 tiendas en su mercado local y 29 en Perú.

Entre julio y septiembre, **la compañía chilena también impulsó su negocio inmobiliario con la apertura del centro comercial Mall Plaza Los Dominicos en Santiago, que se ha convertido en el séptimo complejo con el que el grupo opera con la sociedad Nuevos Desarrollos.**

Ripley también ha ampliado su oferta de marcas internacionales. En el tercer trimestre, la compañía comenzó a distribuir en sus tiendas por departamento de Chile y Perú la marca estadounidense Aéropostale.