

Empresa

Ripley transformará siete tiendas departamentales en pequeños centros de distribución

El grupo chileno implementará un plan piloto para potenciar su ecommerce y acelerar sus tiempos de entrega hasta noventa minutos.

Modaes
21 jun 2019 - 00:00



Ripley prosigue su transformación para ganar terreno en omnicanalidad. El grupo chileno de tiendas por departamento prepara un plan piloto en el que modificará siete establecimientos en pequeños centros de distribución con el objetivo de potenciar su canal online.

La estrategia constará de encoger el espacio de exhibición de productos para dejar terreno a servicios de *click&collect* y alcanzar un tiempo de entrega en un plazo de noventa minutos. Ripley ya ha transformado parte de sus metros cuadrados de la

Modaes

tienda departamental del centro comercial Costanera Center.

Los planes del grupo chileno pasan por implementar esta estrategia en todos sus establecimientos, según *Diario Financiero*. “Las tiendas tienen que transformarse a nivel de procesos y del espacio, porque los *hub* de despacho van creciendo”, informó Francisco Irrázaval, director de retail de la compañía.

El gerente también destacó la importancia que tienen las marcas propias de Ripley, que dan valor diferenciado a la empresa entre sus competidores. Además, el grupo chileno seguirá trabajando de la mano de *start ups* tecnológicas para mejorar en la última milla.

Ripley cerró el primer trimestre del ejercicio con un crecimiento del 5%, hasta 390.789 millones de pesos chilenos (600,4 millones de dólares). El beneficio de la compañía fue de 6.823 millones de pesos (10,4 millones de dólares), lo que supuso un descenso del 32,6% respecto al mismo periodo del año anterior.