

Entretelones

Ripley redobla apuesta por las jugueterías, trae a Chile icónica marca Toys“R”Us

Con tasas de natalidad a la baja, pareciera que los negocios orientados a niños han ido perdiendo su atractivo. Contrario a esa tendencia, la marca global de juguetería Toys“R”Us aterrizará en Chile este año de la mano de Ripley.

Fundada en Estados Unidos en 1957, la empresa tiene ventas anuales por más de US\$ 2.000 millones, y explora por primera vez su entrada a Sudamérica en casi 70 años. Opera más de 1.400 tiendas en 35 países —además de plataformas de comercio electrónico— y hoy es propiedad de WHP Global, compañía de inversiones especializada en gestión de marcas de consumo, y que controla otras marcas como Vera Wang, Bonobos, Rag&Bone o Lotto.

Su entrada a la región en asociación con Ripley —al mercado chileno y peruano— será a través del formato de venta física *shop in shop*, vale decir, una tienda propia montada dentro de los locales Ripley, y se concretará durante el último trimestre de este año. Igualmente se complementará con una presencia en los canales digitales de la tienda.

Y es que las ventas presenciales del *retailer* chileno han mostrado un repunte importante. Ripley cerró el 2024 con ganancias de más de \$54.000 millones, en gran medida impulsadas por las compras físicas.

De hecho, la importación de la juguetería se enmarcará en la estrategia anunciada para 2025, que implica des-



Toys“R”Us opera más de 1.400 tiendas en 35 países a nivel global. Maqueta de cómo quedarán en las tiendas Ripley.



Lázaro Calderón, CEO de Ripley Corp

tinar un 51% de la inversión anual en la remodelación de tiendas y ampliación de centros comerciales, según el CEO Lázaro Calderón.

Toys“R”Us tendrá un espacio pensado para niños en cada tienda, diseñados con zonas interactivas, donde los menores podrán probar los juguetes antes de comprarlos, explican desde la multitienda.

“Estamos encantados de asociarnos con Ripley, un minorista sólido que comparte nuestra visión de crear ex-

periencias memorables para las familias”, dijo Jamie Uitdenhoven, Vicepresidente Ejecutivo de Toys“R”Us en WHP Global, empresa propietaria de la marca.

Agrega que “esta asociación nos permitirá llevar nuestra experiencia de compra única a las familias de ambos países, continuando con nuestro compromiso de celebrar la magia del juego con niños de todas las edades”.

Y es que este paso marca un hito en su plan de resurgimiento. Tras cerrar

sus tiendas en Estados Unidos en 2017 y declararse en bancarota, han experimentado un regreso a las ventas a través de su alianza con las tiendas Macy’s, además han reavivado su presencia en línea.

A su vez, el gerente de negocios corporativos de Ripley Corp, Jacko Alvo, aseguró que “es un gran momento para Ripley y para las familias de Chile y Perú. Nos llena de orgullo ser elegidos como socios por una marca tan querida como Toys“R”Us”.