

EN DESTAQUE



Las inversiones en nuevos proyectos de centros comerciales en Lima y provincias ascenderán a los US\$500 millones en los próximos dos años.

Centros comerciales crecerán del tamaño de 11 estadios nacionales

RETAIL

Se estima que más de 621,000 m² se incorporarán en los próximos dos años a esta industria a nivel nacional, el grueso de ello (alrededor del 90%) se sumaría en este 2010.

LESLIE SALAS OBLITAS

Una de las cábala preferidas de los operadores y desarrolladores de centros comerciales, para recibir este 2010, parece haber sido la de llenar sus bolsillos de lentejitas, como símbolo de abundancia y prosperidad.

Y es que, sin duda, a esta industria le acompañará la carta de la estrella este año, pues se estima que su superficie aumentará en más de 621,000 m² hasta el año 2011 a nivel nacional, aunque el grueso de ello (alrededor del 90%) se sumaría en el presente ejercicio, ni siquiera una mínima parte de lo que se adicionará en Chile (1.3 millones de m²).

para recordar

✖ Un strip center está conformado por tiendas de conveniencia como abarrotes o de servicios, que se ubican en una superficie superior de una manzana y en las cercanías de una zona residencial.

✖ Se entiende como power center a un centro comercial que posee dos tiendas ancla y locatarios de menor tamaño; su dimensión puede ir de 23,000 a 70,000 m².

✖ Se estima que el 52% de las compras en el Perú se dan por distancia, es decir gana el mall que esté más cerca de la masa consumidora.

✖ En Chile, hay construidos más de 2.3 millones de metros cuadrados.

Esto equivaldría, según estimaciones, a un área de once veces el Estadio Nacional (56,000 m²), aproximadamente, que será canalizada por trece nuevos proyectos, entre centros comerciales -propiamente di-

Próximos centros comerciales que abrirán entre el 2010 y 2011

| Grupo | Proyecto | Lugar | Inversión | Área (m ²) | Inauguración(*) |
|--|----------------------------------|------------|---------------|------------------------|--------------------|
| Parque Arauco | Parque Lambramani | Arequipa | US\$40 mlls. | 35,000 | Noviembre 2010 |
| Grupo Wiese-Parque Arauco | Megaexpress Villa Parque El Golf | Chorrillos | US\$7 mlls. | 10,000 | Enero 2010 |
| Parque Arauco - Inversiones Centenario | | San Isidro | US\$150 mlls. | ----- | 2010-2011 |
| Real Plaza (Interbank) | Real Plaza Piura | Piura | US\$30 mlls. | 120,000 | IV trimestre 2010 |
| | Real Plaza Arequipa | Arequipa | US\$18 mlls. | 16,000 | Abril 2010 |
| | Real Plaza Juliaca | Puno | US\$16 mlls. | 40,000 | Julio 2010 |
| | Real Plaza Chimbote | Abancay | US\$22 mlls. | 10,000(**) | III trimestre 2010 |
| Malls Perú (Falabella) | Real Plaza Salaverry | Lima (J.M) | US\$50 mlls. | 45,000 | I semestre 2011 |
| | Open Plaza Piura | Piura | US\$30 mlls. | 50,000 | IV trimestre 2010 |
| | Open Plaza Surquillo | Lima | US\$100 mlls. | 120,000 | III trimestre 2010 |
| Sociedad Falabella-Ripley | Mall Aventura Plaza | Arequipa | US\$40 mlls. | 100,000 | IV trimestre 2010 |
| Parque Arauco-Grupo Wiese | Sigsac | La Unión | US\$40 mlls. | 80,000 | I trimestre 2010 |
| Los Portales | Plaza Fundación Faucett | Callao | US\$2.5 mlls. | 5,000 | |

(*) Fechas previstas según lo anunciado por las propias empresas.

(**) Área comercial solo en su primera etapa, pues el terreno total es de 100,000 m².

Fuente: Gestión-Empresas

chos-, strip centers y power centers.

Para ello, las empresas inversoras en este negocio (como Real Plaza, Parque Arauco, Malls Perú, los grupos Falabella y Ripley, entre otros) invertirán una cifra superior

número primo

2,400

mlls. de dólares fueron las ventas de los malls en el 2009.

a los US\$ 500 millones, sin considerar los desembolsos en ampliaciones de los malls ya existentes, que a la fecha suman 29.

Cifra que según Ernesto Aramburú, gerente general de Inversiones Araval, se du-

plicará en los próximos dos años, llegando a contar con 58 a 60 malls.

Potencial

Aun con todas estas expansiones, afirma el ejecutivo, el potencial de crecimiento en el Perú para este tipo de formatos es enorme y por ende sumamente atractivo para inversionistas locales y extranjeros, que ahora apuestan a pisar más fuerte el acelerador y borrar la sombra que les trajo la desaceleración económica del 2009.

Solo las ventas del comercio minorista realizadas en centros comerciales en nuestro país son cercanas al 9% en Lima y 5% en provincias, porcentaje que se considera bajo respecto a otros países como Chile (alrededor del 21%) y de Estados Unidos (25%), comentó.

El cual se espera que se incremente en los siguientes años, considerando la ola de inversión en las ciudades del interior y la maduración de los malls ya presentes; así como la incursión de nuevos grupos económicos a este mercado como los grupos Oviedo, Torvisco y la empresa Magensa, entre otros.