



LIMA Y CUSCO ENCABEZAN LA LISTA

CINCO REGIONES CONCENTRAN EL 77% DE LAS INVERSIONES DE CENTROS COMERCIALES

Empero, en algunas regiones estas inversiones se han detenido como es el caso de Lambayeque y Puno.



Dr. César Peñaranda Castañeda
 Director ejecutivo
 Instituto de Economía y Desarrollo
 Empresarial
 Cámara de Comercio
cpenaranda@camaralima.org.pe

E

l sector comercio retail en América Latina tuvo un magro crecimiento en los años 2015 y 2016 registrando tasas mínimas de 0,3% y -0,2%, respectivamente. Se estima para el presente año el inicio de una fase expansiva con tasas mayores de crecimiento a partir del 2018 en adelante.

En ese contexto, el Instituto

de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima menciona que entre los países de la Alianza del Pacífico, México mantendría para los años 2017 y 2018 tasas de crecimiento superiores al 4%, mientras Colombia, Chile y Perú alcanzarán tasas de crecimiento menor del 2% durante el presente año y bordearían tasas



automotores y motocicletas durante el segundo trimestre del presente año (3,5%) impulsado por un mayor crédito vehicular el cual creció en el reciente mes de julio a 7,2%.

**CENTROS COMERCIALES
2016-2017**

UNA DE LAS CAUSAS QUE ALETARGAN LAS INVERSIONES EN PROVINCIAS ES LA ESCASA DISPONIBILIDAD DE TERRENOS SANEADOS

El sector retail consolidó a los centros comerciales (CC) como símbolo de modernidad en las ciudades, empleo aceptable para los jóvenes y un cambio radical en los patrones de consumo de la clase media. El IEDEP señala que en los últimos cinco años y primer semestre del 2017 la inversión en nueva infraestructura comercial movió un total de US\$1.489 millones, acompañada por la expansión de la clase media en ese mismo periodo.

Pese a este importante dinamismo, existe una marcada concentración del destino en cuanto a montos y proyectos de nuevos CC. Actualmente se ha identificado a cinco regiones que concentran el 77,1% del total de flujos de inversión analizado, siendo la región Lima la protagonista pues representa prácticamente la mitad del total de inversiones en CC. Las principales regiones que han recibido dichas inversiones son Lima Metropolitana (US\$695,6 millones), Cusco (US\$121,7 millones), Ucayali (US\$110,0 millones), Huánuco (US\$87,6 millones) y Arequipa (US\$84,0 millones).

Es importante indicar que hay regiones en donde se ha detenido la inversión en nuevos CC. Lambayeque no recibe ninguna inversión desde el 2007, Puno desde el 2011, y San Martín y Áncash desde el 2012. Pueden existir distintas razones, como la mencionada

principales causas que aletargan las inversiones en provincias está la escasa disponibilidad de terrenos saneados. Esto, sumado a las trabas municipales por cambios en zonificación, se ha convertido en uno de los principales obstáculos para impulsar el comercio moderno tanto en principales como en secundarias ciudades. Esto demostraría que el problema no es el banco de terrenos sino la falta de trabajo coordinado entre los gobiernos locales e inversores en retail. Muchos de los inversores ven cada vez más difícil abrir un CC, por lo que han optado por reducir sus aperturas a uno por año.

Iniciativas de inversión a cargo del consorcio integrado por Gemma Negocios y el grupo Quimera para la construcción de un CC en la ciudad del Cusco, con una inversión de US\$60 millones, han enfrentado trabas por parte de la Municipalidad de Wanchaq por cambios en zonificación, aun cuando el Ministerio de Transportes y el Ministerio de Cultura se pronunciaran a favor

desaceleración de la demanda interna o que el tamaño del mercado no incentiva un mayor número de CC, pero también existen otros problemas o dificultades para que las inversiones se hagan efectivas.

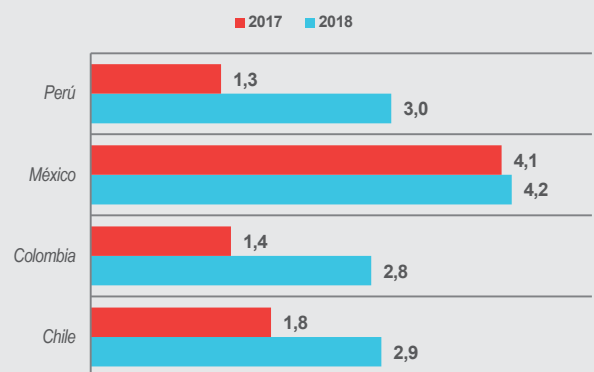
TRABAS BUROCRÁTICAS

En ese sentido, el IEDEP ha identificado que entre las

de crecimiento de alrededor del 3,0% en el 2018. Cabe señalar que el sector comercio responde a la evolución de la demanda interna, concretamente consumo e inversión privada, por ello su desaceleración en los últimos cinco años. Como tal, la recuperación de estas dos variables impulsará dicho sector, pero es necesario también superar restricciones que enfrentan los inversionistas.

En el caso peruano el sector comercio creció apenas 0,5% en el primer semestre del año, siendo afectado el comercio mayorista y minorista por la contracción del crédito de consumo y de tarjetas de crédito, los cuales pasaron de tasas de crecimiento de 13,6% y 23,0%, respectivamente, en julio del 2015 a 7,6% y 3,4% en julio del 2017. En cambio se observó una recuperación del subsector venta, mantenimiento y reparación de vehículos

**ALIANZA DEL PACÍFICO:
CRECIMIENTO DE LAS VENTAS DEL SECTOR RETAIL**



Nota: Variación porcentual real anual. Los datos para Chile y Perú se refieren a ventas de supermercados y al sector comercio respectivamente.

Para el 2018 el sector retail de México mantendría un crecimiento superior de 4,2%. Entretanto Colombia, Chile y Perú bordearían tasas de crecimiento de alrededor del 3,0%.

Fuente: LatinFocus, IEDEP

Elaboración: IEDEP

DATOS ESTILIZADOS POR REGIONES

	N° Centros Comerciales	Inversión 2012-2017* (En millones de US\$)	Año de incursión	Primer operador en ingresar
Áncash	2	26,8	2011	Real Plaza Chimbote
Arequipa	6	84,0	2010	Open Plaza Arequipa
Cajamarca	5	80,0	2006	El Quinde Shopping Plaza
Cusco	2	121,7	2013	Real Plaza Cusco
Huánuco	3	87,6	2011	Real Plaza Huánuco
Ica	4	67,0	2008	Plaza del Sol Ica
Junín	2	82,0	2008	Real Plaza Huancayo
La Libertad	4	4,0	2007	Real Plaza Trujillo
Lambayeque	2	0,0	2005	Real Plaza Chiclayo
Lima	49	695,6	1960	Centro Comercial Risco
Lima provincias	5	48,0	1998	Sur Plaza Boulevard
Piura	5	45,0	2004	Plaza del Sol
Puno	1	0,0	2011	Real Plaza Juliaca
San Martín	1	5,0	2012	Cinerama Plaza Tarapoto
Tumbes	1	33,0	2017	Costa Mar Plaza
Ucayali	2	110,0	2013	Open Plaza Pucallpa

94 1.489,6

* La información del año 2017, al mes de setiembre

A la fecha hay 94 centros comerciales en 15 regiones del país. Del total, 49 se ubican en Lima y 45 en el resto del país.

Fuente: IEDEP, diarios y revistas especializadas en retail

Elaboración: IEDEP

del proyecto. Asimismo, los retrasos en los permisos son otras de las variantes que este año acompañan los proyectos de inversión. Un claro ejemplo es la paralización del Life Style Center de La Molina a cargo de Parque Arauco por falta de permisos de la Municipalidad de Lima.

A la fecha se tiene un total de 94 CC presentes en 15 regiones del país. De dicho total 49 se ubican en Lima y 45 en el resto

del país. En el presente año se destaca la apertura del primer mall en la ciudad de Tumbes, Costa Mar Plaza a cargo de Corporación Costa del Sol. En total son tres CC los que se sumaron en lo que va del año, incrementando estos núcleos de comercio para las ciudades de Huaral, Tumbes y Arequipa.

CLASE MEDIA

La clase media representa el mercado potencial para

impulsar el sector comercio por su capacidad de gasto y de acceso al crédito. El IEDEP viene elaborando el reporte "Características del consumidor de clase media - Perú 2017" tomando como base la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y presenta información socioeconómica de la clase media peruana, además de sus perfiles de consumo y gastos para diversos productos

y servicios tanto a nivel nacional como por regiones. De dicho reporte en elaboración se ha extraído la información de los hogares de clase media y sus posibles necesidades por renovar productos de línea marrón y línea blanca de acuerdo a la antigüedad de dichos productos. Para el presente artículo se han considerado las cinco principales regiones del Perú según su aporte al PBI global, Lima, Arequipa, La Libertad, Cusco y Piura, además de tres productos de línea marrón: computadora, equipo de sonido y TV a colores, y tres de línea blanca: lavadora, refrigeradora y cocina a gas.

Los resultados obtenidos muestran que entre las cinco regiones mencionadas existen 421 mil hogares de clase media que cuentan con una computadora de cinco o más años de antigüedad. En el caso de refrigeradoras se identificaron 332 mil hogares que cuentan con una refrigeradora de 15 o más años de antigüedad. Estos hogares son compradores potenciales pues cuentan con la necesidad de renovar su producto y con un ingreso adecuado para acceder a crédito. Tomando un precio promedio de mercado para cada artefacto evaluado podemos estimar unas ventas potenciales de S/1.006 millones para el caso de computadoras y de S/626 millones para el caso de refrigeradoras. El IEDEP concluye de lo expresado que se necesita recuperar el dinamismo de años anteriores del crédito, simplificar procesos y eliminar barreras burocráticas para una mayor inversión, a la par de recuperar la confianza del consumidor de Lima Metropolitana y del resto del país. Existe una demanda potencial importante proveniente de la clase media del Perú.

DEMANDA POTENCIAL DE ELECTRODOMÉSTICOS EN HOGARES DE CLASE MEDIA (UNIDADES)

	LÍNEA MARRÓN			LÍNEA BLANCA		
	Computadora	Equipo de sonido	TV a color	Lavadora	Refrigeradora	Cocina a gas
Arequipa	29.308	20.293	57.059	9.653	25.646	48.864
Cusco	14.164	9.598	26.369	6.152	7.386	16.858
La Libertad	18.124	18.905	43.847	4.776	18.444	34.602
Lima	234.321	166.612	434.785	115.359	198.499	358.207
Piura	7.060	10.915	30.651	710	6.531	15.964
Total general	420.893	332.051	902.735	163.984	331.763	653.368

* Se consideró 5 años en el caso de computadora y TV a colores, 10 años para equipos de sonido, lavadoras y cocina a gas. Y en el caso de refrigeradoras se consideró 15 años de antigüedad.

Entre las cinco principales regiones del país existen 421 mil hogares de clase media que cuentan con una computadora de cinco o más años de uso. En el caso de refrigeradoras hay 332 mil hogares que cuentan con una refrigeradora de 15 o más años de antigüedad.

Fuente: ENAHO - INEI

Elaboración: IEDEP