

Fecha: 19-04-2024
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero
 Tipo: Noticia general
 Título: Perú: el retail se prepara para una recuperación gradual, luego de un año económico complejo

Pág.: 22
 Cm2: 492,7
 VPE: \$ 4.365.380

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Perú: el retail se prepara para una recuperación gradual, luego de un año económico complejo

■ Al menos siete nuevos centros comerciales están previstos para abrir puertas durante 2024, a medida que el consumo comienza a reactivarse.



POR J. ANTONIO ALBUQUERQUE

La economía peruana tuvo un complejo 2023: el PIB cayó 0,6% anual, siendo la segunda peor contracción económica en 33 años, después de la ocasionada por la pandemia.

La situación afectó el consumo y se hizo notar en los bolsillos de los ciudadanos. Y es que “el aumento de la inflación le restó poder adquisitivo a los consumidores, reduciendo las ventas de tiendas por departamento, y la caída de la confianza de los hogares”, según señaló a DFSUD Paul Caro, director de Análisis de Pacific Credit Rating.

Con él coincidió el CEO del banco de inversión CAPIA, Carlos Rojas, quien dijo que ha habido un deterioro importante a nivel del consumo que ha afectado a toda la cadena, a lo que se sumó que las empresas entraron en un período de ahorro

de costos –a su juicio– “brutal”.

De acuerdo con datos entregados por la Cámara de Comercio de Lima (CCL), la expansión del sector retail en 2023 fue de un 2,3%, menor al crecimiento de 3,3% del año anterior. Sin embargo, para este ejercicio se proyecta una recuperación que vuelva a los niveles de 2022.

“El 2023 fue un año difícil debido a los shocks que enfrentó la economía peruana (...) Esto afectó a algunas actividades dentro del retail, por ejemplo las ventas de las tiendas por departamentos, las cadenas de farmacias y de ferreterías”, detalló también Oscar Chávez, jefe del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la CCL.

Oportunidades

Pese a este traspie, los analistas siguen viendo a Perú como uno de los países con mayores oportunidades para crecer en el retail.

De hecho, a fines de marzo, una comitiva de empresarios chilenos y latinoamericanos estuvo en Lima,

abordando los desafíos del sector en la dinámica regional.

Los máximos representantes de Mercado Libre, Cencosud, Falabella Retail y AXO Sudamérica coincidieron en la importancia de fomentar la confianza en los consumidores y el apoyo de empresas grandes a pequeñas, en un ambiente de incertidumbre y cambio.

En paralelo, y en conversación con este medio, Jorge Lizan, director gerente en Lizan Retail Advisors, apuntó a que este año se ven “aperturas de tiendas, crecimiento de todas las cadenas, entrada de nuevas marcas y retailers, y apertura de centros comerciales. En fin, hay una industria muy dinámica y en constante crecimiento”.

“Comparado a otros países de América Latina, como Chile, México o Brasil, Perú cuenta con una baja penetración de centros comerciales en relación a su PIB y tamaño de población”, mencionó Alejandro Camino, gerente general de Parque Arauco División Perú.

US\$ 192 MILLONES
 SERÍA LA INVERSIÓN PARA LA OPERACIÓN DE SIETE NUEVOS MALLS EN PERÚ.

De acuerdo con información de la CCL, para el período 2024-2025 se estima la apertura de siete centros comerciales en el país, con una inversión total de US\$ 192 millones.

Expectativas 2024

Tras un 2023 al debe para la economía peruana, se espera que este pueda ser un año de recuperación, con tasas de interés a la baja y una inflación en torno a la meta del Banco Central. Respecto al crecimiento del PIB, el Banco Mundial prevé una expansión del 2,7%, la

tercera mejor en Sudamérica.

“Las proyecciones para este año sugieren una recuperación gradual del sector retail, en línea con la mejora de las condiciones económicas y las nuevas tendencias que flexibilizan los canales de venta”, comentó Caro.

Por su parte, Chávez señaló que en la CCL esperan un crecimiento del PIB de 2,6% y del consumo en 2,9%, mientras que en el retail estiman una expansión en 3,3%.

Desde Parque Arauco, Camino comentó que “los retailers en general tienen una visión más optimista para este año. En el caso de Parque Arauco, los cambios que hemos hecho y venimos realizando en algunos malls, en relación a mix y mejoras en espacio físico (...) nos ponen en una situación sólida para enfrentar el año”.

La empresa tiene en sus planes la apertura de Parque La Molina hacia fin de año.

Lee la nota completa en DFSUD.com.