

# Modaes

Empresa

## 2016, el año en que la gran distribución apostó por Perú

Gigantes como H&M, Gap y Forever21 retomaron su apuesta por el mercado inca, mientras que grupos latinoamericanos como Cencosud y Falabella expandieron su negocio en el país.

María Bertero  
23 dic 2016 - 00:00



Una nueva tienda de **Zara**, tres aperturas de **H&M** y un establecimiento de **Banana Republic** el próximo año: en los últimos doce meses, la moda internacional ha puesto sus ojos en Perú. El mercado inca ha seducido también a grupos latinoamericanos que en el último año han reforzado su apuesta por el país.

La Comisión Económica para América Latina y El Caribe (Cepal) predijo un crecimiento del 3,9% para la economía peruana en 2016, mientras que para el próximo año, la entidad estima que la actividad económica del país aumente un 4% y será así el mercado que más crezca en Sudamérica, por encima de Bolivia, Paraguay, Colombia y Argentina.

Según los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (Inei) de Perú, el Producto Bruto Interno (PBI) del país se situó en el

---

# Modaes

---

acumulado de enero a noviembre en un 4,2%. Sin embargo, el aporte de la moda al PBI se mantuvo todo el año a la baja y acumuló en los nueve primeros meses del año un descenso del 6,8%.

Por otro lado, la Asociación de Centros Comerciales de Perú prevé que a cierre de 2016, el sector del retail podría alcanzar los 25.043 millones de soles (7.334 millones de dólares), lo que supondrá un crecimiento del 9% en comparación con los ingresos del año anterior.

En los últimos meses, los retailers internacionales han encontrado en Perú un mercado estratégico para su expansión. Este año, el gigante sueco **H&M** puso en marcha su primera tienda fuera de Lima, con la apertura de un establecimiento en la ciudad de Arequipa, en el centro comercial **Real Plaza**. Con esta tienda, la compañía cerró el año con cinco puntos de venta en el mercado peruano, superando así a Chile por número de establecimientos.

El próximo año, **H&M** seguirá apostando por Perú, ya que el grupo se ha marcado el objetivo de abrir doce tiendas hasta 2017. La compañía sueca pondrá en marcha nuevos establecimientos en las localidades de Trujillo, Cusco y Huancayo. La expansión seguirá también por la capital peruana con tiendas en los barrios limeños de Puruchuco, San Isidro y Primavera. Si bien aún no están confirmadas las localizaciones, todas las aperturas estarán ubicadas en centros comerciales.

## **Agatha Ruiz de la Prada, Junarose y Women'secret fueron algunas de las compañías que desembarcaron en Perú este año**

**Inditex**, por su parte, reforzó su cadena **Zara** con una tienda en el centro comercial **MegaPlaza** en Lima. El gigante español alcanzó de esta manera los cinco puntos de venta en el mercado peruano, donde cuenta con dos tiendas **Zara** y otras dos de **Zara Home**.

**Gap** fue otro gigante que este año subió una marcha en el mercado peruano. La compañía, que opera en el país de la mano de la chilena **Komax**, pondrá en marcha una nueva tienda de **Banana Republic** en Lima el próximo año, tal y como avanzó **Modaes**

---

# Modaes

---

En su ofensiva por el mercado latinoamericano, **Forever21** también extendió su presencia en Perú. La compañía estadounidense anunció en agosto que abrirá dos nuevas tiendas en el país para finales de año en los centros comerciales **Plaza Norte** y **Mall del Sur** de la capital peruana.

## Victoria's Secret ultima su desembarco en Perú de la mano de Grupo David

Perú también fue un mercado atractivo para **Victoria's Secret** en el último año. La compañía de lencería y cosmética tenía previsto su desembarco en el país este año, y tras posponer dos veces la apertura de su tienda en Jockey Plaza, ha decidido comenzar a operar en el mercado inca el próximo año. El grupo estadounidense también prevé extenderse en otras ciudades de Perú como Trujillo, Piura, Arequipa y Chiclayo.

Otro gigante de la gran distribución que apostó por Perú el último año fue la danesa **Bestseller**. El grupo, que ha trazado una ofensiva en Latinoamérica con nuevas oficinas en Chile, puso en marcha sus primeros puntos de venta de Junarose en el mercado peruano. La cadena de tallas grandes del grupo danés se encontrará en las tiendas departamentales **Ripley**.

Una de las grandes noticias del año fue la llegada de **Agatha Ruiz de la Prada** a Latinoamérica. La diseñadora española ha puesto en marcha dos puntos de venta en la región: uno en Colombia y otro en Perú. El establecimiento del mercado inca se encuentra en el centro comercial Larcomar de Lima. Otro grupo español que desembarcó en Perú este año fue **Women'secret**. La cadena de lencería de **Grupo Cortefiel** puso en marcha sus primeros puntos de venta en la tienda departamental Paris, propiedad de la chilena **Cencosud**.

## Tras retirarse de Colombia, Ripley espera cerrar el año con dos nuevas tiendas en Perú

En lo que se refiere a las compañías latinoamericanas, las chilenas **Falabella**, **Ripley** y **Cencosud** retomaron su apuesta por el mercado peruano en los últimos doce meses. A principios de octubre, Falabella se hizo con el control total de su negocio en Perú. La compañía de tiendas por departamento compró 155,6 millones de acciones por 173 millones de dólares. Tras esta operación, **Juan Xavier Roca**, gerente general de **Falabella**

---

# Modaes

---

en Perú, dejó su cargo tras 34 años en la compañía.

**Ripley**, por su parte, centró todas sus fuerzas en el mercado peruano tras retirarse de Colombia a principios de año. El grupo chileno anunció recientemente que aumentará la superficie comercial de sus marcas propias **Index** y **Marquis** y seguirá ampliando su red de distribución con nuevos establecimientos. A pesar de que la compañía ya comunicó que no realizará ninguna apertura en el país el próximo año, se espera que antes de cierre del 2016 **Ripley** abra las puertas de un nuevo establecimiento en Perú, en el centro comercial **Mall Aventura Cayma**. También este año, el grupo chileno puso en marcha un punto de venta en **Mall del Sur** en Atocongo.

**Cencosud**, por su parte, confirmó su desarrollo en el mercado peruano este año con la apertura de una *macrotienda* de **Paris** en **Jockey Plaza**, el centro comercial más grande del país. La apertura se enmarca en los planes de expansión del grupo chileno en Perú, ya que el grupo se ha marcado el objetivo de abrir diez tiendas Paris en el país. Para el primer semestre del próximo año, la compañía pondrá en marcha nuevos establecimientos en los centros comerciales **Mall del Sur**, **Plaza San Miguel** y **La Molina**.

#### **La cosmética ‘maquilla’ el mercado peruano**

En los últimos doce meses, varias compañías de cosmética impulsaron su desarrollo en Perú. **Urban Decay**, propiedad de **L’Oréal**, puso en marcha su primero punto de venta en la tienda que **Falabella** tiene en el centro comercial **Jockey Plaza** de la capital peruana.

Otro gigante que desembarcó en Perú este año fue **Bobbi Brown**. La compañía de cosmética, propiedad de **Estée Lauder**, abrió dos puntos de venta en Lima. A su vez, el gigante estadounidense impulsó **Mac** en el mercado peruano con una *macrotienda* en el centro comercial **Plaza Norte** de la capital del país y espera además duplicar su presencia en Perú para 2018.