
Modaes

Empresa

Perú gana una nueva zona comercial con la puesta en marcha de El Bosque de San Isidro

Modaes
25 may 2015 - 00:00

Nueva milla de lujo dentro de la capital peruana. El **Grupo Yes**, especializado en la comercialización de marcas premium como **Esprit**, **Adolfo Domínguez** o **Hugo Boss**, desarrolla el proyecto de **El Bosque de San Isidro**, una calle de lujo en la avenida con el mismo nombre, en el distrito de San Isidro dentro de la capital peruana. Marcas como **Louis Vuitton**, **Burberry**, **Hugo Boss** o **Armani**, proyectan desembarcar en el desarrollo de esta milla del lujo que prevé un crecimiento hasta 2017.

Las primeras tiendas están por abrir en la calle del lujo. El próximo 28 de mayo levantará la persiana la tienda **Hugo Boss**, según mencionó **Tomas Vega**, gerente general de **Grupo Yes a Gestión**. El directivo asegura que cuatro marcas, sin mencionar los nombres, han dado el sí para desembarcar en el proyecto, que en extensión contempla más de 8.000 metros cuadrados de espacio arrendable.

La inversión para instalar un punto de venta alcanza la cifra de 5.000 dólares por metro cuadrado, como en el caso de la firma **Hugo Boss** que inaugura los próximos días. Vega asegura que este costo puede ascender hasta los 12.000 dólares por metro cuadrado. El proyecto de la calle del lujo puede alcanzar en totalidad una inversión por encima de los 400 millones de dólares.

El proyecto de **El Bosque San Isidro** contempla que para finales de este 2015 sean diez marcas en total las que hayan desembarcado en la avenida, y para finales de 2016 sean otras diez firmas más las que se encuentren en la calle del lujo de la capital peruana.

No se espera la entrada de empresas de *fast fashion* dentro del proyecto, ya que el plan

Modaes

principal de **El Bosque de San Isidro** es que sea exclusivamente una calle que albergue marcas de lujo. Por otro lado, Vega asegura que este proyecto nace de la necesidad de tener en un solo espacio las marcas de prestigio que los consumidores peruanos demandan. Al mismo tiempo, el directivo de **Grupo Yes** aseguró que en Perú se hacen más compras de accesorios que de ropa de marcas premium.