

Modaes

Entorno

La incertidumbre política llega a Perú, el bastión de la moda de los retailers chilenos

El territorio natural de expansión para gigantes como Falabella o Parque Arauco titubea tras la renuncia de su presidente. Mientras Perú decide quién seguirá en el poder, la moda queda en vilo.

María Bertero
22 mar 2018 - 00:00

La incertidumbre política llega a Perú, el bastión de la moda de los retailers chilenos

Otro caso de corrupción que deja a un país latinoamericano descabezado. Con la renuncia de Pedro Pablo Kuczynski (PPK), Perú podría sumarse al listado de economías de la región que enfrentarán elecciones este año, como Brasil, Colombia o México. La dimisión del presidente del país inca sacudió a las empresas chilenas, que tienen en Perú su natural territorio de expansión.

Kuczynski, del partido Peruanos por el Cambio, llegó al poder el 28 de julio de 2016, tras cuatro años de presidencia del nacionalista Ollanta Humala. Desde la asunción de PPK, la economía peruana se tambaleó en varias ocasiones. **En agosto de 2016, el primer mes del mandato de Kuczynski, el Producto Interior Bruto (PIB) de Perú se disparó un 5,68%.**

Sin embargo, en febrero de 2017, la economía inca creció sólo un 0,74%. **El PIB peruano cerró el último año con un incremento del 2,5%, tras expandirse un 4% en 2016**. La economía peruana se debilitó en el cuarto trimestre de 2017, cuando anotó su crecimiento más débil, hasta situarse en el 2,2%.

El PIB de Perú se elevó un 2,5% en 2017, mientras que en 2016 el crecimiento de la economía peruana fue del 4%

Modaes

La renuncia de PPK del pasado miércoles volvió a sembrar la incertidumbre política en el país. Tras varios intentos de mantenerse en el poder, el presidente de Perú dimitió su cargo, que podría ser ocupado por el actual vicepresidente, Martín Vizcarra. Sin embargo, el sillón del Palacio de Miraflores estará vacante hasta que el vicepresidente decida finalizar el mandato de Kuczynski hasta 2021 o convocar a elecciones (inmediatas o en los próximos meses).

La incertidumbre política golpeó no sólo a la economía peruana, con una caída del 0,46% del dólar frente al sol, sino también al sector empresarial. **En los últimos años, Perú ha ganado atractivo para gigantes europeos de la moda, pero también latinoamericanos**, especialmente para los retailers chilenos.

En el último año, las exportaciones peruanas de moda crecieron un 5,1%, hasta 990,7 millones de dólares, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (Inei) de Perú. En 2017, las ventas de moda fuera del país cayeron sólo en cuatro oportunidades, mientras que en septiembre el sector anotó su pico en el extranjero con un disparo del 25,7% de sus exportaciones.

El alto nivel de inversiones chilenas en Perú sacudió a los empresarios del país vecino. De hecho, Felipe Larraín, ministro de hacienda de Chile, aseguró que la renuncia de PPK es “una mala noticia para el país” por los lazos comerciales que los unen.

Los vaivenes de la economía peruana en 2017 sacudieron los resultados de los retailers chilenos, además del fenómeno de *El Niño* que azotó al país en el primer trimestre del año pasado. **Las tiendas departamentales de Falabella contrajeron un 1,6% sus ventas en Perú durante el último ejercicio**, siendo el único mercado donde la compañía redujo sus ingresos. El grupo de la familia Solari opera en el mercado inca con 29 tiendas por departamento.

Otro de los retailers chilenos que concentra gran parte de sus ventas en Perú es Cencosud. La compañía de Horst Paulmann está presente en el país inca con **las tiendas departamentales Paris, que en 2017 facturaron 79.480 millones de pesos chilenos (133,9 millones de dólares), un 16,7% más que en el ejercicio anterior.**

Falabella redujo un 1,6% sus ventas en Perú durante

Modaes

2017, mientras que Paris las disparó un 16,7%

El crecimiento de los centros comerciales de Cencosud en Perú anotó un alza menor durante el año pasado, con un avance del 1,8% de sus ventas, hasta 20.370 millones de pesos (34,3 millones de dólares). El país inca es el tercer mercado para la compañía chilena por número de *malls*.

El tercer mayor retailer chileno, Ripley, ha encontrado en Perú un filón de crecimiento, tras retirarse del mercado colombiano en 2016. En los nueve primeros meses de su ejercicio, la compañía de tiendas por departamento estancó sus ventas en el país, hasta anotar una cifra de negocio de 284.957 millones de pesos (468,5 millones de dólares). El negocio de centros comerciales de Ripley es operado bajo la sociedad Mall Aventura, que tiene en Perú dos complejos.

Para la chilena Parque Arauco, Perú es su principal mercado por número de *malls*, con 17 complejos a cierre del ejercicio 2017, frente a los nueve que concentra en su mercado doméstico. En el último año, el grupo de centros comerciales facturó un 28,3% más en el país inca.

La moda internacional toma posiciones en los Andes

Además de los grupo chilenos, gigantes internacionales de moda como Inditex, H&M o L Brands también centraron su expansión en Perú. En 2017, Victoria's Secret, Rosa Clará, The Children's Place o la portuguesa Parfois fueron algunas de las compañías que desembarcaron en el mercado peruano. Además, la italiana Boggi Milano eligió Perú para abrir su primera tienda en Latinoamérica, donde opera de la mano de Grupo Yes.

El país se ha convertido también en un territorio atractivo para empresa estadounidenses que están reordenando su red de tiendas, como el caso de Banana Republic, Crocs o Payless, que pusieron marcha nuevos establecimientos en Perú en los últimos meses, mientras se repliegan en otros mercados.

En paralelo, la estadounidense Skechers comenzó a operar de manera directa en el país andino, donde prevé abrir ocho tiendas hasta 2020. Su competidor Asics abrió filial en Perú, igual que la española Mayoral.

Por el lado de los grupos latinoamericanos, la argentina Blue Star Group superó la barrera de los cien establecimientos en el mercado peruano y puso en marcha un centro logístico el pasado febrero. Su compatriota Mercado Libre abrió nuevas oficinas en Lima y comenzó a operar con su sistema de *market place*. Rapsodia también ha puesto sus ojos en Perú, donde prevé desembarcar este año, tal y como adelantó Modaes

Modaes

| .