

ROLLYREYNA

ÍCONO. EL MEGAPLAZA ABRIÓ EL CAMINO PARA EL 'RETAIL' EN ZONAS NO EXPLORADAS.

para superar esta ola de crecimiento. "En el Perú sí hay marcas fuertes, pero estas vienen de fuera", afirmó. Para él, los agresivos minoristas chilenos y sus marcas han copado prácticamente todo el espectro del 'retail' peruano. Para muestra, otro botón. Mall Aventura Plaza, de la chilena Mall Plaza, fue el primer operador de centros comerciales que ubicó un puesto para promocionar sus proyectos en el congreso de 'retail'. Y este año fue el único, el innovador. En posicionamiento, ya ganó.

PROVEEDORES

Pero quizá la más importante de las restricciones viene por el lado de quienes acompañan al crecimiento de los centros comerciales: las empresas constructoras y los proveedores de materiales de construcción.

"Nunca me había pasado que en una licitación para la construcción de un centro comercial invitaras a cinco constructoras y dos te dijeran que no, que están copadas", señala Aramburú. Con un sector construcción creciendo a tasas superiores al 20% estos limitantes se pueden comenzar a sentir pronto. De hecho, anticipándose a esa ola, empresas como



Cementos Lima y Aceros Arequipa han anunciado sendas ampliaciones de la capacidad de producción de sus plantas para hacer frente a este crecimiento, que no solo proviene del 'retail' local.

De hecho, a fines del año pasado, la restricción se sintió, "pero más que

en materiales de construcción, se sintió en la mano de obra", apunta Vigil. El ejecutivo refiere que en esos meses se generaron retrasos en algunas obras por la carencia de mano de obra especializada, en tareas como colocación de estructuras de acero y aluminio, toldos, 'drywall'

y pisos. "Los contratistas estaban en problemas. La mano de obra desapareció de Lima. Los operarios estaban en Trujillo, viendo dos centros comerciales a la vez. Fue una locura", resalta Vigil. Con varios proyectos anunciados para finales de este año en Lima, Huancayo, Trujillo y

Arequipa, la situación podría repetirse.

¿Y AHORA?

Finalmente, lo positivo de este V Congreso Internacional de Retail fue haber puesto sobre el tapete estos temas, que encierran riesgos, pero también oportunidades. Solo con

eso en mente podríamos aprovechar dos atributos que destaca Aramburú en los 'retailers' peruanos: "capacidad e inteligencia".

Y es que ante un panorama de feroz competencia y crecimiento, qué mejor que esas dos armas para sentirse libres. ▲

Imprime a Color al mismo precio que en blanco y negro



Color al precio de blanco y negro
Cartuchos de fácil instalación
Protege el medio ambiente
Tinta Sólida exclusiva de Xerox



Nueva Xerox Phaser 8860
Tinta Sólida



www.xerox.com.pe Adquiéralo en el distribuidor de su preferencia
©2008 XEROX CORPORATION. Todos los Derechos Reservados Xerox®, símbolo de la esfera, son marcas registradas de XEROX CORPORATION en los Estados Unidos y/u otros países