

SJL tiene un potencial igual o mejor que Lima Norte

21 de Marzo de 2023



“EL ‘MALL’ DE SAN JUAN DE LURIGANCHO ABRIRÁ EN NOVIEMBRE, ESTÁ A UN 50%”

“Esperamos que en la campaña del Día de la Madre las ventas crezcan 10% a 15%, frente a la del 2022”. “SJL tiene un potencial y cualidades , en cuanto a NSE y consumo, iguales o mejores que en Lima Norte”.

Entrevista a Javier Postigo, gerente general de Mall Aventura.

El Comercio - Día1, 20 de marzo de 2023

Por: Claudia Inga Martínez

Mall Aventura se prepara para sus dos próximos hitos: el primer centro comercial en San Juan de Lurigancho y el primero en Iquitos. Javier Postigo, CEO de la operadora de centros comerciales, nos cuenta los detalles de estas inversiones que rondan los US\$150 millones y la propuesta de valor que les permitirá crecer este año.

¿Cómo ha sido el arranque de año para Mall Aventura?

Viene mucho mejor de lo que esperábamos. Ya en el segundo semestre del 2022 la recuperación fue casi normal, terminando el año con ingresos similares a los de prepandemia. Los centros comerciales grandes, que pasan de los 50 mil m² de área arrendable, como los nuestros son ‘malls’ regionales y ‘suprarregionales’, formatos que históricamente han resistido mejor las crisis económicas y que han respondido muy rápido.

La semana pasada la Asociación de Centros Comerciales del Perú (Accep) mostró su

rechazo a los cierres de ‘malls’ por parte de las nuevas gestiones ediles, al considerar las medidas extremas. ¿Coincide?

Es lamentable que eso [los cierres] suceda. Siempre buscamos estar en línea con todos los permisos y lo que uno tiene que mantener al ser un ‘mall’, donde entra mucha gente. Y es parte de lo que sucede siempre cuando hay estos cambios en las municipalidades, uno busca trabajar de la mano con ellas y así evitar estas situaciones tan extremas y lamentables. Cuando se cierra un centro comercial es una decisión drástica y final.

¿Falta tener una comunicación más fluida?

Sí, una coordinación más fluida. No conozco en detalle lo que pasó en cada uno de estos ‘malls’. Pero sí es lamentable porque los puestos de trabajo y negocios se quedan en el aire.

Uno de sus ‘malls’ se encuentra en Chiclayo. ¿Se ha visto afectado por las fuertes lluvias de estas semanas?

Es una pena lo que está pasando en el norte, nos solidarizamos y tratamos de apoyar. Por suerte el ‘mall’ no ha tenido ningún contratiempo. Lo que sí hicimos algunos días fue cerrar un poco más temprano porque muchos de los colaboradores tenían la necesidad de a ver cómo estaba su casa y su familia. Se están tomando algunas acciones para ayudar.

¿Cuál es la proyección para este año con los centros comerciales de Mall Aventura?

Nuestra expectativa es bastante buena, esperamos que este año las ventas crezcan alrededor de 5%. Y alistamos la apertura de dos ‘malls’ importantes este año.

Alistan proyectos en San Juan de Lurigancho e Iquitos, ¿serán ‘malls’ regionales?

Sí, Tenemos dos proyectos, uno en Iquitos, que es un ‘mall’ de 50 mil m², que abrirá en agosto de este año, que va a contar con Ripley, Falabella y más de 100 tiendas, con espacio de restaurantes y juegos. Va a estar muy bien ubicado. Yo creo que es un ‘mall’ insignia por lo que significa. Y el de San Juan de Lurigancho (SJL) también, será el primero en el distrito más poblado del país.

¿Cómo será el ‘mall’ de San Juan de Lurigancho?

Este ‘mall’ va a tener 60 mil m² de área arrendable, tiendas como Ripley, Plaza Veja, Cineplanet, Promart y más de 200 marcas. Además de Oasis, que es nuestra ancla de entretenimiento. El ‘mall’ abrirá en noviembre del 2023 y será el más emblemático.

¿Qué potencial observan para el que será el primer ‘mall’ del distrito?

Tiene mucho potencial. Es más, de acuerdo a un estudio de Arellano, más allá de todos los números,

SJL tiene un potencial y cualidades, en cuanto a nivel socioeconómico y comportamientos de consumo, iguales o mejores que Lima Norte, donde hoy hay dos grandes 'malls'. En SJL, por ejemplo, hay una tendencia a destinar más gasto a entretenimiento.

Dentro de las 200 marcas, ¿se incluirán emprendimientos locales del distrito?

Por lo menos un 20% de las tiendas son locales de San Juan de Lurigancho.

En este momento, ¿cuál es el avance que tiene el 'mall' de SJL?

Este 'mall', que tiene inversión total de US\$85 millones, tiene un avance de la construcción al 50%. Y a nivel de avance comercial; es decir, del área arrendada, vamos al 73%. Estamos muy avanzados. Hay marcas como Plaza Vea, Ripley, Adidas, Skechers, Triathlon. Nos deben quedar unas 50 marcas por completar, ha sido sencillo llenar este 'mall'.

¿Cuáles son las expectativas en flujo de visitas?

Nosotros hemos contemplado que esto va a arrancar con 1,5 millones de visitas al mes, pero el mercado podría llegar a generar 2 millones o 2,5 millones de visitas al mes.

¿Cuáles son las proyecciones en Iquitos?

Este 'mall', que requiere una inversión de US\$65 millones, será el primero de la ciudad. Los arriendos están avanzados al 90% y la construcción tiene un 80% de avance, con una mezcla comercial muy potente. Está Ripley, Falabella, Tottus, Sodimac y más de 100 tiendas. Los números pintan bien en una ciudad que es el corazón de la selva, a la que llegarán muchas tiendas que antes no estaban. Además, cada uno de nuestros 'malls' genera 2.500 empleos en la fase de construcción y otros 2.500 en la etapa de operación.

¿Ambos proyectos estaban pensados para el 2023 o cambió por la pandemia?

Estaban destinados para el 2020, pero tuvimos que pararlos.

¿Cómo proyectan la campaña del Día de la Madre? ¿Cuánto aporta a su facturación?

El Día de la madre es la segunda campaña más importante del año. Aporta alrededor de un 4% y 5% más sobre las ventas anuales.

¿Esta será una campaña más dinámica?

Se espera que, por lo menos, crezca 10% a 15% con respecto a la campaña del 2022, en la que todavía existían restricciones.

Además, Mall Aventura cuenta con Oasis, una marca para reunir toda la oferta de entretenimiento, ¿cuánto aporta?

En Santa Anita estuvo el primero, con 15 mil m², más grande que una departamental, de puro entretenimiento con varios jugadores, cine, restaurantes y un 'rooftop'. Oasis hoy atrae más del triple de gente que una tienda por departamento.

¿Qué nuevas marcas entrarán a sus 'malls' operativos?

En Santa Anita abriremos un Compu Express, similar a Compu Palace, también llegará Siete Sopas y un MAC, con todos los servicios del Estado en un solo lugar.