



# Lima Camino a Ser una Metrópolis de Ligas Mayores

*Mensualmente hay 800 nuevas empresas que obtienen su licencia para operar en la capital, que también es turismo y encanto.*

Lima estuvo otra vez de aniversario. El 18 de enero nuestra capital cumplió 477 años de fundada, y tiene motivos de sobra para celebrar. Un balance ponderado de los avances alcanzados en los campos económico, comercial y turístico demuestra que Lima apunta a ser una metrópoli de envergadura. Este fenómeno ha dado lugar a que la Lima tradicional le ceda el paso a una nueva ciudad: la Lima provincial, que es su principal motor y empuje. Repasemos, pues, sus logros.

El crecimiento económico de Lima se ha acelerado a ritmos impensados en estos años. Esta tendencia se sostiene en el bienestar que vive un gran sector de su población, reflejado en su nivel del consumo. Las distintas cadenas comerciales foráneas, los supermercados y las tiendas por departamento que se han instalado masivamente en la ciudad dan cuenta de ello. Además, el ingreso de capitales extranjeros se extiende a otros rubros, como *malls*, casinos, hotelería y franquicias de todo tipo. Pero también hay capitales peruanos involucrados, como los que están tras Plaza Vea, Vivanda y Oeschle, que tienen una presencia importante. Así, el mercado limeño posee una economía diversificada y en constante ebullición.

Ciertamente, esta expansión viene de la mano de un crecimiento demográfico y urbano que ha significado un cambio paulatino en la geografía de la capital y en su dinámica. Hace ya medio siglo, Lima dejó de ser la ciudad ordenada y con estilo afrancesado para dar paso a una explosión demográfica producto de olas inmigratorias que trajeron el surgimiento de los llamados conos. Luego de pasar una etapa de difícil afincamiento, actualmente estos se han convertido en polos de desarrollo, que han fortalecido y amplificado la economía de la ciudad. Distintos estudios dan cuenta de la autosuficiencia de estos distritos populares o periféricos, que, a diferencia de los tradicionales, no necesitan desplazar a sus habitantes para realizar sus actividades económicas o cubrir sus necesidades, ya que su mercado local presenta ofertas en todo rubro y a todo nivel: desde *malls* a bazares, pasando por universidades y clínicas.

Pero este proceso de cambios sorprendentes también se refleja en el Cercado de Lima, que es sin duda el mejor ejemplo del apogeo actual que vive la ciudad. Así, aunque el panorama del centro limeño en los setenta y ochenta se volvió caótico y desolador, hasta perder importancia como núcleo de actividades, hoy, de a pocos, ha recuperado su estilo y relevancia gracias a la bonanza económica. Aunque es evidente que en la mayoría de distritos existe un gran dinamismo, el Cercado de Lima lidera el ranking de crecimiento no solo por poseer grandes capitales económicos, sino sobre todo porque alberga emporios como Las Malvinas, Polvos Azules, Mesa Redonda y el mismo Centro Histórico, que en conjunto facturan más de US\$ 20 millones al día. Si sumamos Gamarra (La Victoria) por su cercanía, la cifra puede superar los US\$ 24 millones.

Lo mejor de todo es que el 60% de estos negocios que comenzaron como informales se han transformado hoy en asociaciones organizadas y formales, en beneficio de una economía cada vez más sana y ordenada, que apunta a tener a dos tercios (67%) de la capital en la clase media a 2013. Por eso, la imagen del Centro va cambiando, hasta convertirse no solo en un foco ideal para la inversión pública y privada, sino en un verdadero centro histórico y cultural para la ciudad.

### El Auge Comercial de Lima

Se estima que mensualmente hay 800 nuevas empresas que logran su licencia para operar en Lima, la mayoría de ellas vinculadas al comercio. Muchos de estos negocios que se alzan en edificios o locales amplios forman los famosos centros o galerías comerciales. Aunque hay muchos casos de éxito, sin duda que es el emporio de Gamarra (La Victoria) el caso más emblemático, de acuerdo a cálculos más específicos. Se estima que este centro comercial y textil llega a superar los US\$ 1,000 millones en ventas anuales, y recibe un promedio de entre

**ATSA**  
AERO TRANSPORTE S.A.

Desde 1980

EXCLUSIVIDAD,  
RAPIDEZ Y  
SEGURIDAD

Disfrute de los beneficios de un vuelo charter en cualquiera de nuestras 18 aeronaves.

[www.atsaperu.com](http://www.atsaperu.com)

AV. FAUCETT S/N AEROPUERTO INTERNACIONAL  
JORGE CHÁVEZ LIMA - PERÚ  
CENTRAL 24 HORAS: 575-1702. 575-0885  
VENTAS: 575-5032 FAX: 575-3641  
E-mail: [marriola@atsaperu.com](mailto:marriola@atsaperu.com)

100,000 y 200,000 clientes por día. Su proyección es tal, que existe un plan inicial para poner en marcha la construcción de un subterráneo con la cooperación de distintas líneas de buses interprovinciales, de modo que generen una red de conexión amplísima para el distrito. Así, el valor del metro cuadrado en dicha zona comercial alcanza nada menos que los US\$ 14,000.

No es el único caso de cifras astronómicas. Otro conglomerado importante es el de Grau-Montevideo (Lima), que reúne a 37 galerías, y cuyas ventas diarias ascienden a S/. 25 millones. El movimiento en la zona es tan intenso que, en los últimos tres años, el precio de los stands aumentó en 300%, hasta fijarse actualmente en US\$ 500 el alquiler mensual y en US\$ 40,000 la venta. Otros centros comerciales, como los de los jirones Ica y Ucayali (Lima) o Caquetá (San Martín), también manejados por los mismos comerciantes, generan varios millones de ingreso.

También tenemos el caso del Jirón de la Unión, que es la calle de comercio más cara de Lima, cuyos precios de renta mensual por metro cuadrado se ubican en US\$ 60, seguidos en cotización por la calle Dasso en San Isidro y la avenida Larco en Miraflores, fijados en US\$ 30. En el caso del Jirón de la Unión, se estima que sus ventas pueden llegar a US\$ 150 millones al año. La zona, una de las arterias principales y más concurridas de toda Lima, tiene sus siete cuadras prácticamente sin disponibilidad alguna. Junto con ella, lugares como la avenida Wilson, enfocada en el rubro informático, generan los mayores focos comerciales no solo del centro, sino de toda la ciudad.

Mención especial merecen Las Malvinas, pues su crecimiento y proyección siguen dando que hablar. El conglomerado mueve US\$ 3 millones diarios y reúne a alrededor de 100,000 comerciantes,

## El Caos Vehicular

Junto con todo lo avanzado, hay puntos negativos que debemos atacar para poder seguir creciendo, si no nuestro desarrollo quedará trunco. Y la congestión vehicular es el principal problema, pues genera graves riesgos, así como sobrecostos en los aspectos económico, ambiental y social. Si no fuera porque surgió el Metropolitano, se estima que el sistema de transporte público capitalino habría colapsado. Pero el problema solo ha sido postergado. Actualmente existen más de 30,000 vehículos dedicados al transporte, con 600 líneas de carros superpuestos, que tienen casi 4,000 buses antiguos y, por ende, contaminadores. Por eso, la Municipalidad de Lima tiene toda una estrategia que ya ha puesto en marcha. Así, lanzará el plan del bus patrón, a través del cual se licitarán rutas solo a aquellas empresas de transporte formales y que puedan adquirir buses patrón, es decir, ecológicos. De esta forma, se busca reducir a la mitad las rutas existentes (300) y limitar a un número de 60 las empresas de transporte. Ya no más combis. Igualmente, con los taxis habrá una limitación importante –existen más de 200,000–, y se restringirá su ingreso al Centro Histórico. Lo explica la alcaldesa Susana Villarán: “Se implementarán paraderos exclusivos y una troncal de servicio de radio. Hay que hacer que el pasajero busque el taxi a través de radio o paraderos, para que no tengamos el 72% de la vía ocupada solo para un 10% de demanda”

y sigue presentando continuos proyectos de ampliación. El año que pasó se dieron dos. Para comenzar, se remodeló uno de sus sectores: Unicentro, que paso de albergar 400 locales a 1,500, destinado a rubros como ferretería, calzado y productos de bazar. Igualmente se empezó a construir el nuevo centro comercial El Reloj-Las Malvinas, con 16 galerías y 500 tiendas, y una inversión de US\$ 10 millones. Como vemos, este es el movimiento frenético de los negocios en Lima, sin contar los nuevos *malls*.

### El Potencial Turístico de la Ciudad

Pero Lima también es turismo y encanto. La hotelería en la ciudad ha encontrado un buen nicho para desarrollarse, con grandes hoteles instalados y otros medianamente atractivos y confortables. Hay variedad de ofertas, desde hoteles clásicos, como el Sheraton, hasta posmodernos como el Marriot o el Winston, entre los más renombrados. Se estima que de 700,000 a

800,000 visitantes extranjeros llegan a la capital por año para pasar al menos una noche y recorrer la ciudad. Los lugares limeños más visitados se ubican en el Centro de Lima (el Centro Histórico, el Circuito Mágico de Aguas) y en Barranco, junto, por supuesto, por el paso por un buen restaurante limeño. Así, en Lima existe un turismo histórico y gastronómico.

Por eso, un factor clave en todo ello es el recuperado Cercado de Lima y su Centro Histórico. En el Centro Histórico reside gran parte del valor e identidad de Lima como símbolo de modernidad y tradición. Dicha zona es la mezcla perfecta entre auge económico y patrimonio histórico. Si consideramos que diariamente se movilizan casi un millón de personas por el Centro, y si observamos que sus ventas anuales crecen a razón de 10%, agregado al valor cultural que representa, se entiende por qué los planes de desarrollo futuro de la ciudad dependen de un buen manejo de esta zona céntrica.

## La Formalidad Hace la Diferencia

Una de las razones fundamentales por las que creció la economía fue el tesón de provincianos emprendedores que decidieron asumir el reto de la formalidad. Así es como muchos de los grandes emporios comerciales de hoy están dirigidos por sus propios comerciantes, empresarios de origen humilde o exambulantes que alcanzaron el éxito con trabajo y creatividad. Es el caso de Luis Guillén, presidente del Gran Frente Empresarial del Las Malvinas, que cuando era ambulante se mostró disconforme con que lo sacaran de las calles Lampa y Colmena.

“Ganábamos bien, trabajábamos tranquilos, pero no veíamos más allá. Tras la reubicación recién nos preocupamos por tener un puesto, comprar o alquilar un stand, y ahora agradecemos a esos gobiernos ediles que nos sacaron en el momento oportuno”, comenta. En 2003 solo había una galería formalizada en el centro de Lima, mientras que hoy, de las 300 existentes, 175 se encuentran formalizadas o en proceso de estarlo (65%). Así, estas zonas se volvieron más seguras y mejor cuidadas, además de aportar al fisco.



Actualmente existen proyectos públicos y privados para revalorizar aún más el centro. Augusto Ortiz de Zevallos, asesor de la Municipalidad de Lima, lo señala: “Hay más actividades, especialmente sábados y domingos, aunque aún hay zonas muy deprimidas y conflictivas”. Con las remodelaciones de la Plaza Mayor y la Plaza San Martín, los trabajos en el Parque Universitario y el uso de espacios aban-

donados, sumados a la puesta en marcha del Metropolitano, el incremento de la oferta nocturna y cultural de la zona se ha potenciado. Ahora, hay una tendencia a trasladar oficinas y locales comerciales al casco histórico luego de remodelar antiguos inmuebles. Pero como se observa, todavía quedan cosas por hacer. Se requiere un monto aproximado de US\$ 600 millones para renovar todo el Centro,

entre recuperación de predios, modificación de vías, regularización de tráfico, promoción de la inversión y conservación de casonas en forma conjunta con la Beneficencia y el INC. En lo que respecta al Municipio, este invertirá S/. 2,200 millones en 24 obras concretas, para lo cual se requiere financiamiento. Felizmente, se vienen logrando importantes acuerdos de crédito en EE. UU. **■**



## La Apuesta de Arte Express

El Centro es un lugar esencial para los negocios e inversiones y para la cultura. Justamente los cambios o proyectos que se vienen produciendo en la zona están vinculados a este doble concepto. Así lo propone la empresa española Arte Express, que ha comprado nueve edificios entre la Plaza San Martín y Miró Quesada, para lo que invirtió US\$ 100 millones, con el fin de rescatar su contenido cultural y prepararlos para la actividad económica. Ese es el trabajo de la compañía: adquirir, rehabilitar y alquilar edificios, produciendo joyas arquitectónicas entre modernas e históricas.

Por lo pronto, ya está listo su primer espacio, el Arte Urban Hall, ubicado en el primero piso del edificio Wiese, que alberga a San Antonio Caffé, Zeta Bookstore y otras pequeñas tiendas famosas y de modas. Se suman a él proyectos ambiciosos, como el del otrora Hotel Crillón, en proceso de conversión en edificio de oficinas comerciales sofisticadas. También se vienen trabajando los edificios Italia, Casa Coca, Telefónica, Wiese, Encarnación, Fénix, Sudamericana y San Demetrio. Incluso, está en cierre la compra del Hotel Bolívar o la concesión del antiguo Damero de Pizarro para hacerlo zona residencial. Arte Express apuesta por proyectos diferentes y solo posibles en patrimonios como el Centro Histórico.