

## Sector mejoramiento del hogar recuperará dinamismo en el 2017

Carlos Asmat: [carlos.asmat@scotiabank.com.pe](mailto:carlos.asmat@scotiabank.com.pe)

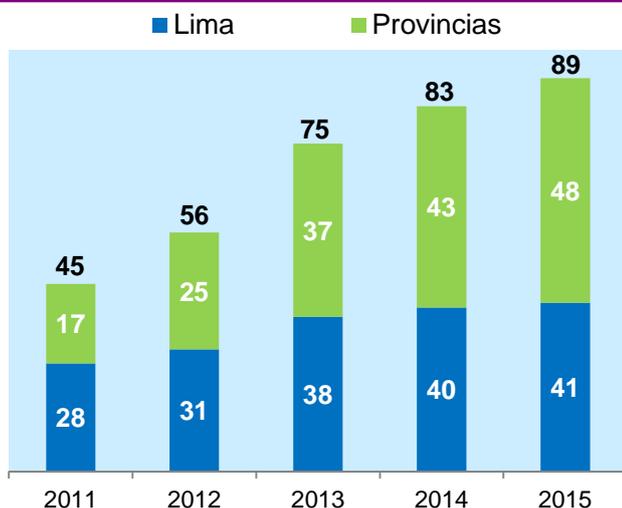
Durante el primer semestre del año (1S16) la ventas al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en almacenes especializados ascendieron a S/. 2,355 millones (US\$696 millones), lo cual representó un crecimiento de 3.6% en soles respecto al 1S15, según cifras del Ministerio de la Producción. Cabe anotar que este monto incluye las ventas de los cuatro principales operadores: Maestro Perú, Sodimac, Promart y Cassinelli.

La evolución positiva de las ventas estuvo sustentada en: el incremento de la superficie de ventas –tres nuevas tiendas inauguradas en el último trimestre del 2015-, en la tendencia positiva del crédito de consumo –aumentó 10.9% al 1S16-, y en la gradual recuperación del sector construcción –creció 1.5% entre enero y junio-. Si bien este crecimiento fue similar al del 2015, el resultado estuvo por debajo de lo registrado en años anteriores, en parte debido a la desaceleración del consumo privado, y por el menor dinamismo del sector inmobiliario –crédito hipotecario creció 7.8% en el 1S16 versus 9.9% en el 1S15-

El mercado de ferretería y productos para el mejoramiento del hogar (materiales de construcción, acabados y decoración) factura alrededor de US\$ 6,000 millones anuales, según fuentes especializadas del sector. No obstante, esta es una cifra bastante referencial debido en parte a la importante presencia de comercio informal.

El canal de tiendas de mejoramiento del hogar o *home center* está conformado por cuatro competidores principales: Maestro Perú y Sodimac –ambas firmas propiedad del Grupo Falabella-; Promart -del grupo Interacorp- y Cassinelli. Es importante mencionar que en el 2014 el grupo chileno Falabella adquirió la firma Maestro Perú y con ello se hizo de una participación de poco más 70% del canal moderno de mejoramiento del hogar, tomando en cuenta las cuatro principales firmas del sector.

### HOME CENTERS: EN LIMA Y PROVINCIAS (Número de tiendas)



Fuente: Empresas

Elab.: Estudios Económicos Scotiabank

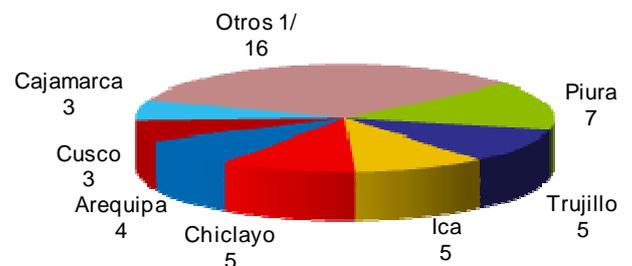
Durante el 2015 el número de tiendas de las cuatro principales cadenas ascendió a 89, 41 de ellos en Lima y 48 en provincias: Piura (7), Ica (6), Trujillo (5), Chiclayo (5), Arequipa (4), Cusco (3), Cajamarca (3), Pucallpa (3), Huacho (2), Huancayo (2), Tacna, Puno, Chimbote, Huánuco, Cañete, Moquegua, Jaén y Talara (ver gráficos). Cabe mencionar que se registró un menor ritmo en la inauguración de locales durante el 2015 (6 nuevas tiendas), respecto al número de locales inaugurados en el 2014 (8 tiendas) y 2013 (19 nuevas tiendas).

El formato de *home center* en Perú tiene un bajo nivel de penetración respecto a otros países, pues en Perú existen 89 locales con una población de poco más de 31 millones de habitantes, comparado con Chile que cuenta con más de 155 locales con una población aproximada de 18 millones de habitantes, según nuestros estimados en base a fuentes especializadas.

De otro lado, es importante mencionar que las tiendas de mejoramiento del hogar se ubican predominantemente en centros comerciales, para así aprovechar sinergias positivas (flujo de público, seguridad, estacionamientos, etc). En ese sentido, al menos ocho tiendas de Sodimac forman parte de los malls Open Plaza y Mall Aventura Plaza, ya que el Grupo Falabella tiene participación en estos centros comerciales. Asimismo, al menos 16 tiendas Promart están instaladas en los centros comerciales Real Plaza al ser parte del Grupo Interacorp. Por su parte, la mayoría de tiendas de Maestro y Cassinelli, están ubicadas en locales con puerta a la calle -stand alone-.

Es importante resaltar que la mayor participación que viene ganando el canal moderno en el sector se debe tanto a los servicios de asesoría especializada como a la amplia variedad de su oferta. En este último caso, el canal moderno ofrece no sólo materiales de construcción -línea en que se concentran las ventas de las ferreterías- sino también productos de electricidad e iluminación, griferías y sanitarios, muebles y decoración, pinturas, pisos (azulejos), revestimientos cerámicos (mayólicas), maderas, entre otros. A ello se suma la incursión de algunas empresas en la venta de productos vía internet (comercio electrónico).

### HOME CENTERS: TIENDAS EN PROVINCIAS 2015 (Número de tiendas)



1/: Pucallpa (3), Huacho (2), Huancayo (2), Tacna, Puno, Chimbote, Huánuco, Cañete, Pisco, Moquegua, Jaén y Talara.

Fuente: Empresas Elab.: Estudios Económicos-Scotiabank

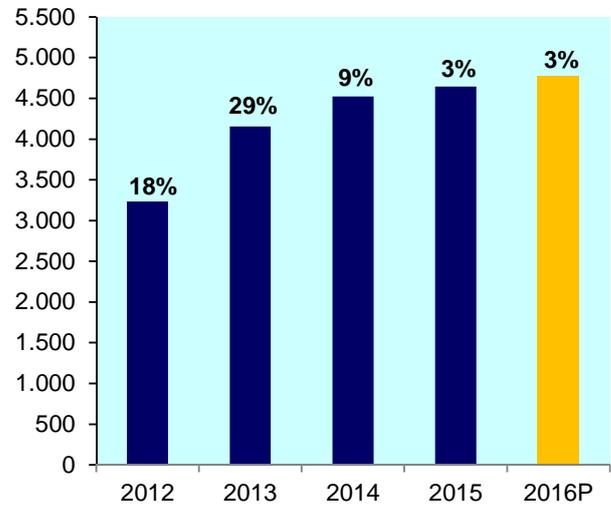
**Perspectivas**

Durante el 2016 la venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en almacenes especializados -incluyéndose las ventas de Maestro Perú, Sodimac, Cassinelli y Promart- bordearían los S/.4,780 millones (US\$1,427 millones), mostrando un crecimiento cercano al 3% en moneda local respecto al 2015, tasa de crecimiento similar al del año previo, según nuestros estimados. Este resultado es superior al crecimiento proyectado de 0.6% del sector construcción para el presente año.

Entre los factores que contribuirían a la evolución positiva de las ventas de los home center estarían: la mejora de la confianza del consumidor, lo cual incentivaría la adquisición de productos en la línea de decoración. A ello se sumaría la continua adquisición de nuevas viviendas -aunque a un menor ritmo que años anteriores- y la apertura de nuevos locales durante el presente año -se inaugurarían al menos dos nuevos locales durante el 2016-

Para el 2017 el sector tendría mayor dinamismo debido a que esperamos un mayor crecimiento del sector construcción -creciendo 3.9%-, en especial del segmento inmobiliario -mayor venta de nuevas viviendas-. A ello se sumaría el impulso del consumo privado, debido al esperado incremento del empleo formal -ante la recuperación de la inversión privada-, dando paso a una mejora en los ingresos de la población.

**VENTAS ANUALES EN HOME CENTERS  
(Millones de soles y variación porcentual)**



Fuente: Produce Proyección: Estudios Económicos Scotiabank