

El Derecho y el Retail como socios estratégicos para el crecimiento económico del Perú

Por Annalucía Fasson, Publicado en el blog Conexión. Universidad ESAN, Perú el 9 de noviembre de 2015.

Después del sector construcción, el retail es la segunda actividad más dinámica en la economía nacional. Pese a la actual desaceleración, se proyecta que se inaugurarán más centros comerciales en el 2016 y los ya existentes se consolidarán y repotenciarán. En este contexto, la asesoría legal juega un rol fundamental en el desarrollo del retail peruano. Aquí, las razones.

Sumario. 1. ¿Cómo nacen los centros comerciales en el Perú? 2. ¿Qué es es Retail? ¿Qué es un centro comercial? 3. Las ramas del Derecho que intervienen.

1. ¿Cómo nacen los centros comerciales en el Perú?

Tenemos como primer antecedente del retail en el Perú a las Galerías Boza, ubicadas en el Jr. de La Unión, en donde se instaló la primera escalera mecánica de Lima. Posteriormente, en los años sesenta aparecieron los centros comerciales San Isidro y Risso (llamado "Todos") y luego se inauguraron los establecimientos de Higuiereta, Plaza San Miguel, Arenales, Camino Real, Plaza Camacho, Molicentro, Caminos del Inca y El Polo.

Paralelamente, surgió el Emporium Gamarra en La Victoria pero no fue hasta 1997 cuando se revolucionó el concepto del negocio con la inauguración del Centro Comercial Jockey Plaza, el cual supuso un cambio en el modelo, surgiendo el esquema de arrendamiento en vez del esquema de ventas de locales. Así, se pasó de un modelo en el que los propietarios tenían el control (podían abrir y cerrar las tiendas, o dejar de pagar el mantenimiento, los servicios públicos, los impuestos, etc.) a una figura de administración controlada que lograba desalojar o reemplazar a un arrendatario si este no cumplía con sus obligaciones.

Tras el éxito del Jockey Plaza, hicieron su aparición Larcomar en Miraflores y el Centro Comercial Mega Plaza en Lima Norte, en 1998 y 2002 respectivamente. Con éste último establecimiento se consolidó la primera gran etapa del sector, dado que se apostó por invertir en una zona emergente.

La segunda etapa, la que vivimos actualmente, arrancó con la inversión en provincias y la inauguración del centro comercial Real Plaza en Huancayo en el 2008; lo demás es historia.

2. ¿Qué es Retail? ¿Qué es un Centro Comercial?

La palabra retail o venta al detal (venta al detalle) se refiere a la venta de productos y/o servicios al público en locales comerciales. Se asocia al marketing dado que se planifican actividades para generar consumo y, por lo tanto, la satisfacción de sus consumidores, actuando como un nexo entre el distribuidor y los clientes finales.

El [Consejo Internacional de Centros Comerciales \(ICSC](#) por las siglas en inglés de International Council of Shopping Centers) establece que un centro comercial es un grupo de establecimientos comerciales minoristas que se planifican, desarrollan y que cuentan con una sola administración. Cabe precisar que los centros comerciales tienen varios formatos, dependiendo de su tamaño y orientación, entre los que se encuentran, de acuerdo a la clasificación americana: suprarregional, regional, comunitario, vecinal y strip center. Asimismo, también pueden segmentarse por su especialización: *power center*, *lifestyle*, *fashion mall* y *outlet*.

3. Las ramas del Derecho que intervienen

Cabe indicar que existen varios factores que contribuyen al éxito de los centros comerciales tales como la ubicación, vías de acceso, el rol de las tiendas ancla¹, mix de tiendas/marcas (tenant mix), administración centralizada, diseño exterior e interior, infraestructura, etc. No obstante, la asesoría legal ha cobrado un rol fundamental para el desarrollo del sector debido a que hay diversas ramas del derecho que se hacen presentes al momento de constituir y/o desarrollar un centro comercial:

- **Derecho Inmobiliario (Real Estate):** Implica la celebración de contratos de compraventas de inmuebles para desarrollar o ampliar centros comerciales. Asimismo, hay que considerar que se celebran contratos de locación de servicios con diferentes proyectistas tales como con el arquitecto, el ingeniero eléctrico o sanitario, entre otros, así como el contrato de obra propiamente dicho.
- **Derecho Corporativo:** Se hace presente desde la constitución de la empresa, pasando por la celebración de contratos de arrendamiento para locales menores y contratos de usufructo para las tiendas anclas. Es por ello que se celebran contratos con plazos más largos, de entre 20 a 30 años. Por otro lado, contempla una serie de contratos como los de publicidad (medios escritos, televisivos y de radio), con artistas, , de impresión de revista y cesión de uso de imágenes, entre otros.
- **Derecho Administrativo:** Involucra a la obtención de licencias de construcción, acondicionamiento, remodelación, funcionamiento, para exhibir publicidad, así como para la compra de terrenos sin habilitar.

¹ Tiendas ancla es un establecimiento capaz de atraer a los clientes hacia un centro comercial; suelen ser construidas en un extremo de la edificación, separadas o alejadas de otras tiendas departamentales, lo que permite al cliente recorrer el máximo del espacio del centro comercial.

También, considera el trámite de habilitación urbana ante las autoridades correspondientes.

- **Derecho Laboral:** Los contratos laborales se dividen en tres grandes grupos:
 1. Contratos de trabajo bajo distintas modalidades de contratación para el personal que labora en las oficinas administrativas del centro comercial.
 2. Contratos de tercerización (outsourcing), cuando se subcontrata toda un área específica del negocio, como por ejemplo el área contable, legal o de recursos humanos, para lo cual se debe incluir en los contratos las cláusulas típicas en aplicación de la [Ley N° 29245](#), el Decreto Legislativo N° 1038 y el Decreto Supremo N° 006-2008-TR que regulan la tercerización en Perú.
 3. Contratos de intermediación laboral, los mismos que se utilizan para contratar actividades complementarias al negocio principal de la empresa tales como limpieza y seguridad, debiendo exigir a sus proveedores el Registro de Intermediación Laboral otorgado por el [Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo](#) así como que se otorgue una carta fianza que garantice el total de un mes de remuneración más beneficios sociales a los trabajadores que se destaque, entre otros requisitos.

- **Derecho Marcario:** Todo centro comercial debe ser identificado con signo distintivo (marca). En el Perú se inscriben las marcas en [Indecopi](#), las cuales pueden ser denominativas, figurativas o mixtas. Estas tienen un plazo de vigencia de 10 años y se inscribirán de acuerdo a la clasificación de Niza. Para centros comerciales, normalmente, se inscribe en la clase 35 (gestión de CC) y en la clase 36 (negocios inmobiliarios), pero pueden registrarse en otras clases dependiendo del rubro en el que deseen incursionar. Cabe indicar que cuando el centro comercial tiene éxito, otras galerías usan la marca, es por eso que los CC pueden ejercer una denuncia por infracción marcaria, que es un proceso ante Indecopi establecido para que la otra parte deje de utilizar la marca indebidamente.

- **Derecho de Autor:** Los centros comerciales celebran contratos con las sociedades de gestión colectiva² porque transmiten música ambiental o música cuando organizan determinados eventos. Entre las principales sociedades de gestión colectiva se encuentran la [Asociación Peruana de Autores y Compositores](#) (APDAYC), [Unión Peruana de Productores Fonográficos](#) (UNIMPRO), [Sociedad Nacional de Intérpretes y Ejecutantes de la Música](#) (SONIEM), Inter Artis Perú, entre otros.

² El artículo 2° del Título Preliminar de la Ley sobre Derechos de Autor, aprobada por el Decreto Legislativo N° 822 y normas modificatorias, en su numeral 42) define a las Sociedades de Gestión Colectivas, como "Asociaciones Civiles sin Fin de Lucro" legalmente constituidas para dedicarse en nombre propio o ajeno a la gestión de derechos de autor o conexos de carácter patrimonial, por cuenta y en interés de varios autores o titulares de esos derechos, y que hayan obtenido de la Oficina de Derechos de Autor del INDECOPI- la autorización de funcionamiento que se regula en esta ley. La condición de sociedades de gestión se adquirirá en virtud a dicha autorización.

- **Derecho Financiero:** Para la construcción, expansión y/o remodelación de los centros comerciales se otorgan financiamientos tales como préstamos bancarios de un solo banco o de varios (crédito sindicado). Asimismo, se puede emitir bonos para lograr levantar más fondos a una tasa más baja que la bancaria, constituyéndose un fideicomiso en garantía en el inmueble en donde se desarrolla el centro comercial y otro en administración de los flujos, es decir, que las rentas que pagan los arrendatarios se depositen en una recaudadora supervisada por una empresa fiduciaria que permita pagar las cuotas del cronograma de deuda de la emisión de bonos, entre otras garantías colaterales.
- **Competencia Desleal y Publicidad:** Las rentas variables que se pagan a los centros comerciales se calculan en función a las ventas netas del local, motivo por el cual el CC suele hacer campañas publicitarias para incentivar la compra. Es por ello, que toda campaña publicitaria deberá cumplir con los requisitos establecidos por el Decreto Legislativo No. 1044, [Ley de Represión de la Competencia Desleal](#) así como el [Código de Protección y Defensa del Consumidor](#), Ley No. 29571, indicando en la campaña los términos y condiciones que son relevantes para la ejecución de la misma.

Cabe precisar que para efectuar sorteos y promociones se debe cumplir con los requisitos establecidos en el [Reglamento de Promociones Comerciales y Rifas con fines sociales](#), publicado mediante Decreto Supremo N° 006-2000-IN.

- **Derecho Procesal Civil:** Ante el incumplimiento en el pago de la renta se puede desalojar al arrendatario deudor. Ahora bien, La [Ley N°30201](#) que crea el Registro de Deudores Judiciales Morosos y su Reglamento, establece que si se incluye una cláusula de allanamiento futuro (la misma que tiene aplicación para contratos de arrendamiento vencidos o cuando se haya dejado de pagar la renta durante dos meses y quince días) se podrá desalojar de una manera más rápida al arrendatario precario.

Ahora bien, cabe precisar que se recurre a un proceso civil en último caso, dado que, en el negocio de centros comerciales, lo más conveniente es celebrar una resolución por mutuo disenso o transacción extrajudicial en el que se liquidan las obligaciones pendientes de pago, toda vez que más le cuesta al centro comercial tener inmovilizado un local que iniciar el proceso de desalojo con la respectiva cobranza de la renta adeudada.

- **Derecho Tributario:** El planeamiento tributario tanto en la construcción, operación y expansión de los centros comerciales es de vital importancia. El pago del impuesto a la renta así como del impuesto general a las ventas se encuentra presente en todas sus operaciones, incluyendo el pago del impuesto predial por los inmuebles en donde se

desarrolla el centro comercial y de alcabala en caso se decida adquirir un inmueble, entre otros.

Como vemos, el derecho contribuye cada vez más al desarrollo y expansión de los centros comerciales en el Perú, y es gracias a su crecimiento que grandes marcas tales como Zara, Forever 21 y recientemente H&M han apostado por invertir en nuestro país, es por ello que resulta necesario fomentar una normativa única, específica y adecuada para impulsar la inversión y el desarrollo del retail y la moda en el Perú.

¿Se debería promulgar una Ley de Derecho de la Moda y Retail en el Perú?