

Los negocios del verano: esperando la llegada del sol

Estos negocios pueden verse alterados, ya que la demanda en esta época gira alrededor del sol, la playa y la arena.

Pedro le pregunta a su enamorada María qué hacer durante el verano. La respuesta de ella es obvia: "Vamos a la playa, pero no una vez, para luego ir y volver a la siguiente semana, qué cansancio: vamos una pequeña temporada al Sur". "Sale", dice él, mientras comienza a calcular los gastos. "Uy, pero necesitare pedicure, siquiera", dice ella. Él comenta: "Yo creo que me meteré al gimnasio, estoy medio tela".

Así, comienzan los planes de verano para Pedro y María. Casa de playa, gimnasio, salón de pies y manos son lugares donde acudirán, seguramente, sin descartar otros más. Es en estas épocas que los negocios como los mencionados dan sus frutos. Y no solo los inmuebles, los gimnasios y salones especializados tienen demanda. También ciertos productos aumentan sus ventas como consecuencia del calor, tal es el caso de las bebidas y los helados.

En condiciones normales, Pedro y María estarían disfrutando del verano; sin embargo, este año, probablemente se han topado con los mismos problemas que todos: un verano anómalo, afectado por los vientos fríos del anti-

clón del Pacífico Sur, el aumento de la temperatura del mar por el Fenómeno de El Niño y las lluvias por el trasvase de nubes de la Sierra.

Pedro y María tendrán que cancelar sus vacaciones o modificar su itinerario. Los negocios del verano pueden verse alterados si la demanda gira alrededor del sol, la playa y la arena, como esta vez en que las primeras semanas de enero, el sol ha brillado por su ausencia. Por eso, la actividad comercial aún no despunta y espera perspectivas de crecimiento para cuando el verano comience de verdad.

ALQUILANDO LA CASA DE VERANO

En los últimos años, la demanda de alquiler de casas de veraneo ha aumentado enormemente, especialmente en playas al sur de Lima. Muchas personas, como Pedro y María, deciden alquilar toda una temporada. Tanto es así que la demanda se ha extendido

a otras zonas del litoral, como Piura y Tumbes, muy concurridos para veranear toda una temporada.

El negocio ha crecido tanto que, según el Reporte de Playas 2008 de la compañía de bienes raíces, Colliers International-Perú, los alquileres de casas de playa llegaron a 8 mil dólares mensuales, según el balneario y la ubicación respecto del mar. Sin embargo, luego de la crisis, estas cifras bajaron para suerte de muchos. Pese a ello, no dejan de ser caras. El promedio de alquiler mensual actual por una casa de playa fluctúa entre mil y 4 mil dólares. Frente a esto, la creatividad y la organización son el secreto para veranear, como alquilar la casa en grupo y dividir los gastos de estadía. Lo hace la mayoría: un grupo





mínimo de 10 personas, y lo imposible se hace realidad, la suma de cuotas permite el pago. Los encargados de las casas saben que los inquilinos vienen principalmente en grupo.

Algunos exclusivos balnearios no vieron pasar la crisis, pues la altísima cotización de sus inmuebles siguió elevándose. Es el caso de Punta Sal (Tumbes) o Asia (Sur de Lima). Asia es de lejos el balneario más caro y está muy por encima del precio promedio. Alquilar una casa de playa durante la temporada 2009 costaba 15 mil dólares y este verano se elevó hasta 20 mil.

Pero no todas son buenas noticias en el Sur. Si bien la crisis no afectó, el Fenómeno de El Niño se ha hecho sentir, y los alquileres han caído sobre todo por el clima. Los agentes y propietarios en este negocio saben que es muy rentable, aunque situaciones como estas puedan jugarles una mala pasada. De hecho es el rubro más afectado por este verano anómalo, aunque esperan remontar la situación en febrero.

CUIDADO DE MANOS, PIES Y LA ESTÉTICA FEMENINA

Otros negocios que son un boom reciente en Lima, y tienen crecimiento sostenido en esta temporada, son



Foto: Maggy Producciones

los dedicados a cuidar el cuerpo. La estación del verano es una oportunidad obligada para cuidar la piel y utilizar servicios de pies y manos para mejorar la estética y la imagen, tan cotizadas hoy.

Los spa y centros especializados de belleza brindan una variedad de servicios focalizados en mejorar la apariencia de la mujer, y lograr que se sienta bien. Ciertamente, no hace mucho tiempo, la mujer no se preocupaba tanto de proyectar una imagen sofisticada. Actualmente, esta búsqueda hace crecer a pasos gigantescos estos rubros.

¿Pero qué ofrecen estos centros o spa? Brindan servicios para satisfacer diversas demandas, tanto pequeñas como integrales. Por ejemplo, básicos como los tradicionales manicure, pedicure o depilación con cera, o los nuevos programas anticelulitis, baños de parafina, masajes reductores y de relajación, depilación láser, que sin duda son el plato fuerte que ofrece la tecnología.

La variedad de la oferta depende del tamaño e inversión del spa, de los instrumentos y el personal.

Hay centros grandes y pequeños. Hay locales muy completos que poseen tecnología de punta y máquinas especializadas. Cuando tienen equipamiento especial y tratamientos de última generación, el cliente puede escoger paquetes integrales que llegan hasta mil soles. Otros centros especializados más peque-

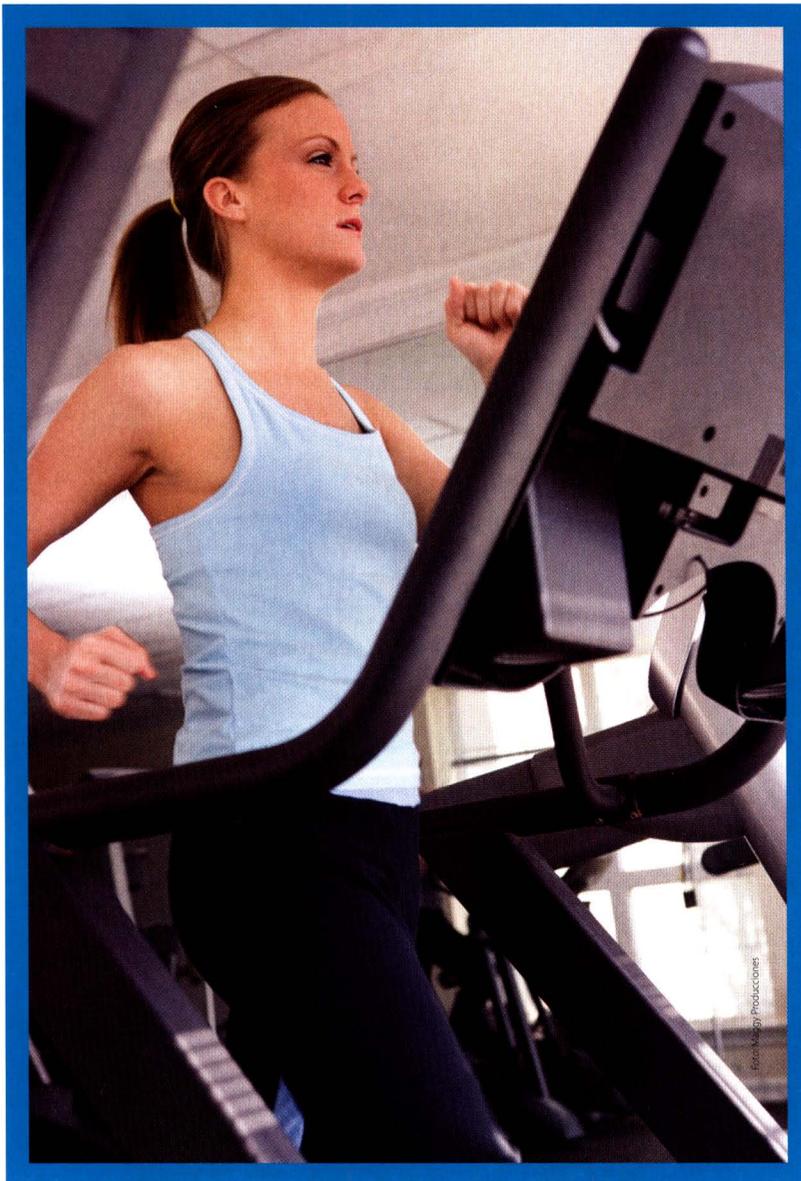


Foto: Maggy Producciones

ños también logran captar clientes, como los dedicados a pies y manos, con tarifas por sesión de 50 soles en promedio.

MOLDEANDO EL CUERPO: GIMNASIO Y OTROS MÉTODOS

La necesidad de verse en forma es parte de la imagen contemporánea. No basta no sufrir de sobrepeso o tener el cutis limpio: hay que moldear la figura. La meta es proyectar una imagen ideal. Por eso, tanto hombres como mujeres, desean ir a la playa y mostrar un cuerpo esbelto y bien formado.

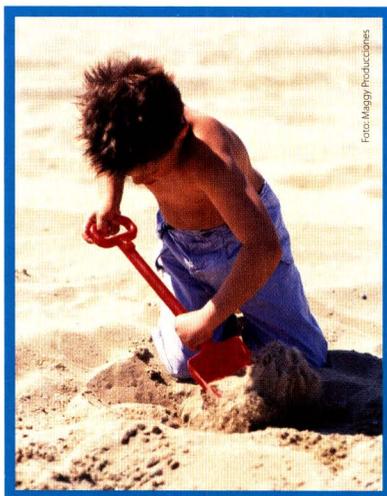
El negocio de los gimnasios ha crecido enormemente en la última década en varias ciudades del país. Cada vez hay más locales ante la creciente demanda. En verano, es más intensiva, pues es cuando la gente quiere lucir mejor.

Hay gimnasios de distintos costos, algunos incluyen servicios complementarios. La mensualidad fluctúa entre 100 y 200 soles en promedio, dependiendo de la empresa y el local. Las cuotas más elevadas se dan en las cadenas de gimnasios que ofrecen paquetes integrales y servicios complementarios. Muchas de estas cadenas cuentan con un cen-

tro especializado en nutrición, que complementa el trabajo físico con una dieta adecuada y balanceada.

El gimnasio no es el único método para perder peso y verse en forma; también hay centros para reducir medidas y tonificar los músculos sin hacer ejercicio, cuya demanda crece en verano. Las empresas especializadas en tratamientos corporales muchas veces brindan servicios, utilizando máquinas especializadas en la reducción de los niveles de grasa focalizada en partes del cuerpo con métodos no invasivos.

La inversión del cliente dependerá del tipo de tratamiento que elija. Los



paquetes están entre 1,000 y 1,500 soles. Algunos centros reductores combaten la grasa focalizada, otros incluso cuentan con métodos de última generación con equipos que realizan una liposucción sin necesidad de cirugía.

MALOS RESULTADOS EN EL MERCADO DE ROPAS DE VERANO

Otro rubro que va mal es el dedicado a la ropa de verano, cuyas ventas decayeron un 40% hasta la primera quincena de enero, debido a la ausencia de sol, las lluvias y el mal tiempo para ir a la playa. Así lo informaron los comerciantes de las galerías de Gamarra, el mayor emporio comercial limeño. Ropas de baño, toallas, pareos, bermudas, shorts, polos, gorros y los lentes de sol están a la espera de un mejor tiempo, literalmente. "Si el calor no aumenta, vamos a perder mucho dinero", señaló un vendedor. En algunos casos, las prendas son ofertadas a menores precios.

"Si bien las ventas están bajas, los empresarios de Gamarra tenemos confianza en que estas aumenten en las próximas semanas, conforme vaya aumentando el calor", señala el presidente de la Coordinadora de Empresarios de Gamarra, Diógenes Alva Alvarado. ■

Los helados esperan mejor suerte

Aunque en verano la cereza de la torta son los helados, quizá esta temporada no sea tan buena. Las heladerías saben que el verano marca la diferencia en el consumo, normalmente bajo en otras temporadas, y lo deben aprovechar al máximo. La marca de helados más famosa del país, D'Onofrio, lo sabe. Por eso, Nestlé, actualmente dueña de D'Onofrio, impulsó un crecimiento sostenido de la venta de helados promoviendo el lanzamiento de productos más económicos. Este tipo de estrategias y proyección, supone, pues, una fuerte inversión de parte de Nestlé, que, en los últimos dos veranos, ha lanzado 20 nuevos productos D'Onofrio. De otro lado, Helados San Francisco, de fabricación chilena y de reciente ingreso al mercado peruano, se enfoca con fuerza en este verano 2010. Sin embargo, el panorama y el clima no son propicios este verano para que los helados puedan marcar la diferencia con respecto del resto del año. Acá también el sol se espera con ansias.

