

## Elementos de un Plan de Negocios exitoso!

El primer paso para el camino del éxito es crear un plan de negocios sólido. Tú plan de negocios es tu mapa, define tu destino e ilustra la manera de llegar a él. Comienza ubicando el tipo de spa que quieres crear. Imagina la recepcionista recibiendo a los clientes, el aroma fresco de toallas impecables y un grupo ocupado de terapeutas y personal profesional administrando tratamientos spa relajantes y embellecedores.

El siguiente paso es trabajar en reversa y comenzar a pensar que es lo que necesita suceder para hacer esa visión realidad. Un buen plan de negocios es un buen plan de juego; sin embargo, un mal plan puede convertirse en algo desastroso porque fallará en atraer la atención de los inversionistas a los que se requiere convencer de la visión del negocio. Ya sea que tu spa sea un nuevo negocio o la expansión de uno existente, un buen plan de negocios es esencial para progresar con el proyecto. Hay que tener en cuenta que nuestra industria está creciendo y cambiando constantemente, debes entonces hacer un plan de negocios a la medida de distintas necesidades y requisitos para tu clientela. La típica masajista europea que se contrataba con anterioridad en los spa's para atraer a los clientes con la idea que extranjera significará mejor técnica de masaje ya es un concepto anticuado. Similar, los modelos de planes de negocios que funcionaban hace 5 o 10 años ya no serán efectivos para hoy día.

El punto al que haré referencia en esta ocasión es la segmento de mercado. Definir el mercado es uno de los puntos más importantes del plan de negocios. Es importante establecer que existe realmente una cantidad importante de clientela en un mercado creciente. Comienza por definir el perfil de tu clientela. ¿Quiénes son? Identifica varios segmentos, tales como *baby boomers*, profesionistas jóvenes, hombres o adolescentes. ¿Están interesados en calidad o precio? ¿Qué los motiva a comprar?

En relación al tamaño y tendencias del mercado, por ejemplo, si vas a construir un Spa en una ubicación residencial en donde se prevé un desarrollo de negocios dada construcción de una nueva avenida, incluye periódicos y revistas que re refieran a dicho proyecto para que puedas visualizar el tamaño de tu posible mercado y soporte tu proyección.

El siguiente punto es la competencia. Realiza un listado de tu competencia directa e indirecta. Competencia directa sería otros establecimientos del mismo tipo ya sea locales o de tipo cadena de salones. Los competidores indirectos serían tiendas departamentales, farmacias dermatológicas, farmacias y otro tipo de tiendas donde se puedan adquirir productos para el cuidado de la piel. Igualmente investigar en relación con otro tipo de entidades tales como gimnasios, cirujanos plásticos y otros prestadores de servicios relacionados para poder tener promociones cruzadas.

Finalmente proyecta tus ventas estimadas en unidades y pesos, ambas para que puedas medir la cantidad de tratamientos y los costos de producto que puedas proyectar los próximos 3 años. Para el primer año detalla tus costos y gastos de operación y se realista estimando posibles factores que pudieran afectar o generar cambios en tu negocio para el

posible crecimiento de tu negocio. Es importante considerar tanto buenos como malos escenarios cuando de proyecciones se trata.

Crear un presupuesto es quizá uno de los puntos que no se realiza la mayoría de las veces y es en sí el punto crítico cuando de inversión inicial se trata. Sería penoso tener que interrumpir la apertura de un nuevo spa porque los fondos destinados para el negocio se hayan terminado. Un presupuesto asegura que tendrás suficiente dinero para completar tu proyecto y pagar las facturas en cualquier momento. Operar sin un presupuesto es riesgoso y podría terminar posiblemente en fracaso. Posteriormente planea tus presupuestos anuales, al igual que cada cuatrimestre. Cuando el deseo de comprar una necesidad (o lujo) se presente en tu negocio, es tentador tomar el riesgo y utilizar fondos que estaban destinados para otra situación. Hagas lo que hagas, resiste la tentación y sigue tu presupuesto tal y como si lo hubieras escrito sobre piedra. Los Spa's que no se alinean a un presupuesto, se encuentran posteriormente a la orilla de una barranca tambaleado y sin plan de escape.

Sí eres una persona interesada en ser propietaria (o) de un spa y tienes cierta cantidad de dinero para invertir. El siguiente porcentaje de presupuesto mensual de costos y gastos podrá darte una buena idea:

Renta: 10-12%	Teléfono: 5%
Publicidad: 5-7%	Impuestos: 5%
Nómina: 33-38%	Utilidad: 15%
Electricidad y Agua: 3%	Misceláneos:3%
Costo de productos profesionales:12-15%	

Asegúrate de no exceder el 12% en renta, ya que si la renta supera dicho porcentaje de ingresos, sería considerable cambiar de ubicación. No construyas un spa grandioso y fabuloso para ti! En dónde ubiques tu spa deberá ofrecer servicios y productos para tu tipo de clientela. Igualmente si estás enfocado a llegar a un mercado superior, no sería opción pensar en abrir instalaciones convencionales con los mismos parámetros de la competencia existente. Deberás entonces superar lo existente e ir más allá de los límites para poder impresionar a la clientela que estás estimando.

No importa que tipo de Spa estés aspirando a crear, el siguiente paso al camino del éxito es implementar estrategias que podrán convertir a tu establecimiento es un centro de negocios. Para poder lograr un spa exitoso, cada metro cuadrado deberá generar un ingreso o dar un valor agregado a tu negocio!

Disfruta de tu éxito en esta industria de belleza, bienestar y salud!

Lic. Yolanda Amador Origel  
Director General