



Spa Sol Dorado

Un relajó en medio de la naturaleza

Cecilia y Marco conversan sentados en una mesa del restaurante Sol Dorado, entusiasmados por el nuevo proyecto de spa que pretenden instalar en el mismo lugar. Ellos han partido del supuesto de que, si los clientes del restaurante tienen una buena situación económica, tendrán el poder adquisitivo y el interés de usar las instalaciones del spa, aunque no han realizado ningún estudio de mercado. Por ello cabe preguntarse ¿existirán usuarios para el spa de Cecilia y Marco?

“Dentro de los factores que los motivó a emprender este proyecto de negocio, se puede mencionar que la población de la comuna ha aumentado significativamente en las últimas décadas, lo que se debe tanto al crecimiento natural, como a personas que se vinieron a vivir desde Santiago u otros lugares”.

De profesores a emprendedores

Cecilia y Marco viven en Melipilla, ambos son profesores con varios años de experiencia laboral en colegios. Gracias a esta experiencia han comprendido que, a pesar de tener una gran vocación por su profesión, ésta implica demasiado trabajo y muchas veces les impide llevar una vida personal relajada, puesto que el volumen de trabajo es tan grande que diariamente deben terminar su trabajo en casa. Esta situación les ha llevado a pensar en posibilidades de negocios que les permitan dejar la docencia y convertirse en trabajadores independientes en el mediano plazo.

Luego de analizar varias ideas, Cecilia decidió instalar un spa en la comuna en que viven. Se lo comentó a Marco, quien de inmediato se entusiasmó muchísimo con la posibilidad. Empezaron a pensar dónde podrían instalar el spa y llegaron a la conclusión de que comprar un

terreno era muy caro, por tanto, decidieron hablar con el dueño de un restaurante llamado Sol Dorado, ubicado en un sector rural cercano a Melipilla. Este establecimiento funciona en una casona antigua y ofrece comidas típicas, pero tiene un gran terreno que está subutilizado: allí Cecilia y Marco pretenden habilitar las instalaciones del spa. Ambos acordaron con el dueño del restaurante trabajar en alianza: creando programas y promociones que incluyan los menús del restaurante y el servicio del spa.

La elección del lugar: un restaurante tradicional

La elección de instalar el spa en los terrenos del restaurante Sol Dorado se explica, entre otros factores, por los clientes que allí acuden, en especial los fines de semana. Estos son económicamente acomodados y estarían dispuestos a pagar por el servicio que ellos pretenden ofrecer. Estos profesores piensan que es una buena opción para posicionar el spa en un grupo socioeconómico con posibilidades ciertas de pagar por la experiencia que ellos pretenden ofrecer. Sin embargo, el restaurante no cuenta con las instalaciones requeridas para un spa. Esto implica invertir en construir esas instalaciones, entre las que se hallan tinajas, saunas de madera y camarines, entre otras. Cecilia y Marco pretenden conseguir los recursos necesarios a través de créditos que pedirán individualmente. Piensan comenzar con una inversión menor y reinvertir en la medida que obtengan utilidades del spa.

Entre los factores que motivó a esta pareja de profesores a emprender este proyecto de negocio, se puede contar el que la población de la comuna de Melipilla ha aumentado de forma significativa en las últimas décadas. Esto se debe tanto al crecimiento natural de los antiguos residentes de la comuna, como a personas externas que llegaron a vivir desde Santiago u otros lugares. Este aumento demográfico ha derivado en una gran cantidad de nuevos servicios y negocios que se han instalado, como bancos y supermercados. Cecilia y Marco piensan que este aumento se presenta como una oportunidad para iniciar su negocio, dado que una parte importante de la población que ha llegado a vivir a Melipilla conoce lugares que ofrecen servicios de spa y estaría dispuesta a acudir a uno más cerca de sus hogares.

La publicidad

La promoción del servicio piensan realizarla a través de los medios de comunicación locales, en específico

las emisoras radiales y los periódicos que existen en la comuna, además de las redes sociales y la impresión de folletos donde se detallan las promociones, tarifas e instalaciones. También piensan invertir en el hermoseamiento de la fachada del local, que se encuentra un tanto descuidada; se pretende instalar un letrero de grandes dimensiones, el que sería visto por gran cantidad de potenciales clientes, dada la ubicación del restaurante. Además, visitarán diversas empresas e instituciones de las comunas cercanas, donde ofrecerán programas colectivos para empleados. Cecilia y Marco planean comenzar a trabajar en la limpieza del lugar y las primeras instalaciones a mediados de julio de 2013.

El Problema

Sin duda Melipilla es una ciudad en vías de crecimiento y que puede ser una buena oportunidad para emprender algún negocio. Sin embargo, para arriesgarse con un servicio de spa se requiere de un estudio profundo del poder adquisitivo del público objetivo, punto que estos emprendedores no han marcado como prioridad. A pesar de que conocen el perfil de la clientela que con frecuencia acude al restaurante, esto no guarda relación directa con el público al cual va dirigido el proyecto de Cecilia y Marco. Entonces, ¿será viable llevarlo a cabo?

Anexos

Tabla 1: Cotización de Materiales para la habilitación del SPA

Materiales	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Tinajas de madera	500000	3	1500000
Saunas	350000	3	1050000
Cañerías (por tira)	3540	17	60180
Pegamento (por tarro)	2500	3	7500
Cable eléctrico (por metro)	490	100	49000
Ampolletas	430	20	8600
Cañería eléctrica (por metro)	230	100	23000
Pintura (por galón)	6990	5	34950
Clavos (por kilo)	3990	5	19950
Duchas	15990	4	63960
Juegos de baño	45990	4	183960
Cerámica (por caja)	9990	10	99900
Luminarias (por unidad)	11000	2	22000
Totales	3123000		