

## CONTEXTO SECTORIAL

Spa, Balneario, Hammam, Wellness Center, City Spa, Centro de Talasoterapia, Termas, etc., son distintas denominaciones para definir instalaciones que prestan servicios en los que primordialmente se utiliza el agua para el cuidado de la salud y la belleza.

La preocupación de la sociedad española por el cuidado del aspecto personal ha generado en los últimos años la aparición de una gran variedad de negocios relacionados con la imagen: centros de masaje, de belleza, de bronceado, Spas, etc.

El turismo termal presenta una oferta a nivel nacional de 116 balnearios o estaciones termales legalmente constituidas, reuniendo una oferta global propia de 130 establecimientos hoteleros, con capacidad para unos 19.010 huéspedes.

### GRÁFICA DE LA DISTRIBUCIÓN DE BALNEARIOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS, ESPAÑA, 2014 (%)

Galicia	17,24%
Cataluña	17,24%
Aragón	10,34%
Andalucía	9,48%
Castilla La Mancha	8,62%
Castilla y León	6,90%
Comunidad Valenciana	6,90%
Extremadura	6,03%
Cantabria	5,17%
País Vasco	3,46%
La Rioja	2,59%
Navarra	1,72%
Murcia	1,72%
Asturias	0,86%
Baleares	0,86%
Canarias	0,86%
Melilla	0,00%
Ceuta	0,00%
Madrid	0,00%

## DAFO

### AMENAZAS

- Dependencia de la coyuntura económica
- Inexistencia de normativa específica
- Presencia de productos sustitutivos (centros de belleza con Spa y balnearios)
- Proceso de modernización de los balnearios

### PUNTOS FUERTES

- Alta fidelidad de los clientes
- Importancia del trato personalizado a cada cliente
- Productos y técnicas cada vez más avanzados
- Posibilidad de diferenciación/especialización
- Cercanía del establecimiento para los clientes
- Precio en función de los servicios utilizados

### OPORTUNIDADES

- Alianzas o colaboraciones con médicos (dietistas, dermatólogos y otros)
- Promoción de los balnearios como centros de estética y salud
- Desestabilización de la demanda e independiente de la climatología
- Amplio número de usuarios potenciales y nuevo segmento de mercado: las empresas
- Aparición de gran número de webs, portales de compras colectivas y cajas regalo que comercializan experiencias

### PUNTOS DÉBILES

- Escasez de personal con formación y experiencia
- Visión elitista del servicio
- Desconocimiento de los tratamientos basados en la hidroterapia

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### TAMAÑO DE MERCADO

La población de la Comunidad Valenciana entre 25 y 60 años asciende a 2.638.897 personas, y un 18,1% percibe unos ingresos dentro del segmento de renta media-alta, por lo que el público objetivo asciende a 477.641 personas.

El gasto medio por persona en peluquería y estética (incluye todos los servicios de peluquería y estética en los que se encuentra los servicios de SPA) asciende a 99,26 euros.

### CLIENTES

Indistintamente hombres y mujeres (aunque sensiblemente son estas últimas quienes usan más este servicio), con edades entre los 25 y los 60 años, de nivel económico medio-alto; preocupados por la salud y la estética.

Los aspectos más valorados son la calidad y amplitud de las instalaciones, la higiene, la indicación detallada de sus programas y el trato personal.

## ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

La mayor parte de spas se sitúan en la provincia de Valencia (10), seguido de Alicante (7) y en Castellón tan solo se localiza 1. La Comunidad Valenciana cuenta con 8 balnearios y esta oferta se completa con 3 centros de talasoterapia y tratamientos marinos, así como 32 alojamientos turísticos especializados.

Casi las tres cuartas partes de las empresas se han constituido como Sociedad Limitada debido a la gran inversión necesaria para comenzar esta actividad.

### ¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

#### SERVICIOS BÁSICOS

Circuito termal por las instalaciones ubicadas en zona colectiva compuestas por: Pediluvio, Chorro jet, Duchas bitérmicas, Baño turco, Jacuzzi, Piscinas de hidroterapia, Sauna húmeda (finlandesa o sueca), Pozos / piletas.

Masajes y envolturas

#### SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Programas de belleza: reafirmantes, hidratantes, exfoliantes, anticelulíticos, etc., programas faciales, depilaciones y programas autobronceantes entre otros

Venta de productos: cremas, geles, mascarillas, etc.

### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL SPA TIPO

CNAE/SIC	96.04/72.31
IAE	942.2
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Facturación anual	357.771,43 euros
Localización	Grandes núcleos urbanos
Personal y estructura organizativa	1 emprendedor y 6 empleados
Instalaciones	Establecimiento entre 250 y 350 m <sup>2</sup>
Clientes	Particulares (hombres y mujeres) con unos ingresos medio-altos y edades comprendidas entre 25 y 60 años. En menor proporción, asistentes a reuniones, congresos, convenciones
Herramientas promocionales	Boca-oído, anuncios en prensa y revistas especializadas, directorios comerciales, página web, imagen corporativa, redes sociales, portales de compras colectivas
Valor de lo inmovilizado/Inversión	321.100 euros
Importe gastos anuales	332.879,32 euros
Resultado bruto (%)	6,96%

### RECOMENDACIONES

Elige un buen sitio para ubicar el local, a pie de calle y situado en una zona que sea de paso y bien comunicada.

Averigua la situación de saturación de los negocios que constituyen tu competencia; por ejemplo, si estás en una ciudad en la que existen otros Spas o bien centros de belleza y estética innovadores que puedan ofrecer servicios similares a los que tú ofreces.

Para atraer y fidelizar a la clientela hay que ofrecer calidad en servicio, una buena atención al público y una amplia variedad de servicios.

Buen servicio, confianza en el profesional, buen precio y rapidez, son los requisitos imprescindibles que demanda el público actual, junto a la experiencia demostrada, la capacidad de gestión, la innovación y una imagen actualizada.

En este sector es importante estar en constante formación y evolución; de forma constante van surgiendo nuevas técnicas de tratamientos, nuevas modas, etc., y, por lo tanto, debes ser un profesional con ganas de aprender y formarte día a día, con iniciativa, creativo y con sentido de la orientación estratégica del negocio.

### ENLACES DE INTERÉS

[www.cosmobelleza.com](http://www.cosmobelleza.com) · [www.vidaestetica.es](http://www.vidaestetica.es) · [www.esteticahidrotermal.net](http://www.esteticahidrotermal.net) · [www.balnearios.org](http://www.balnearios.org) · [www.termasworld.com](http://www.termasworld.com) · [www.hidroterapia.todopiscinas.es](http://www.hidroterapia.todopiscinas.es) · [www.dormirenbalnearios.com](http://www.dormirenbalnearios.com) · [www.balneariosurbanos.es](http://www.balneariosurbanos.es) · [www.qualityspa.es](http://www.qualityspa.es) · [www.expertosenspa.com](http://www.expertosenspa.com) · [www.tribunatermal.com](http://www.tribunatermal.com) · [www.wellness-spain.com](http://www.wellness-spain.com) · [www.beautymarket.es](http://www.beautymarket.es)