

# Ejecutivas

Sugerencias y comentarios: ejecutivas@comercio.com.pe

## Yolanda Benavides Spa

Con una inversión de US\$400, Yolanda empezó en 1972 brindando servicios de tratamiento de la piel en uno de los cuartos de su departamento.

## Saludable siempre

En el 2007 facturó S/. 180.000. Este año prevé crecer 10%. Hoy tiene 15 cosmiatras, ha multiplicado sus tratamientos faciales y corporales.

### Entrevista

## YOLANDA BENAVIDES

Se declara una de las pioneras de la cosmiatría en el país, hoy lidera un rankeado spa. Empezó en su departamento a fines de los 80, con apagones. Las clientes tenían que subir 14 pisos

# “Mi primer local fue ‘gracias’ a Alan”

ANTONIO ORJEDA

Yolanda Manrique tenía 17 años cuando partió a Buenos Aires. Allí se hizo cosmiatra. Regresó, se casó. Desde entonces es Yolanda Benavides. Desde siempre quiso dedicarse a esta profesión.

Sus clientas saben que ama lo que hace. Prueba de ello es la llamada que le hiciera una de ellas cuatro años atrás. Camino a la zona industrial de Villa El Salvador, había visto a una ambulante que ofrecía caramelos. Su rostro era presa del más brutal acné. “¡Así nadie le va a comprar a esa chica! Yo le he dicho que te vaya a ver”, le informó. La chica llegó. “¡Todas nos pusimos a trabajar! No sabes cómo quedó”. Semanas atrás llegó un correo a la página web de Yolanda Benavides Spa. Era esa chica, que le contó que se está haciendo cosmiatra. Yolanda no sabía de ella hace cuatro años. No le cobró. “Uno tiene que dar”, manifiesta. Ella ama lo que hace.

### ¿A qué jugaba de niña?

¡A la peluquería! Peinaba a mis muñecas, a mis hermanas; siempre trataba de arreglarles la cara... Mi mami me dice: “¡Siempre ibas al colegio con un peinado diferente! Yo agarraba sus cremas, me las echaba...”

### Por eso, cuando le planteó a sus padres irse a Buenos Aires para estudiar cosmiatría, no hubo ningún reparo.

Mi papá quería que estudiara Administración de Enfermería. Él decía: “¡Qué vas a ser peluquera!”. Pero allá la cosmiatría era otra cosa, no bastaba con que te gustara, había que especializarse.

### Allá tenía trabajo. ¿Por qué regresó?

Porque me casé (con un peruano que conoció en Buenos Aires). Además, nunca pensé en quedarme, acá era donde yo quería estar: quiero mi país, extrañaba mucho a mi familia. Deseaba hacer algo acá. ¡Era un reto!

### Así fue que un cuarto de su departamento en el Conjunto Residencial San Felipe se convirtió en su centro de operaciones. Sí.

### ¿Quiénes fueron sus primeras clientas? ¿Sus vecinas?

No. Estando en Argentina yo comencé a ganar clientes. ¡Mira desde dónde los traigo! Empecé ganando clientes peruanos. Yo he atendido a los Belmont, a los dueños de Unique –Janine, la actual gerenta general, tenía 7 años cuando allá yo atendía a sus papás—. Pero antes, yo acá trabajé en Helena Rubinstein. Estuve año y medio, pero la familia es importante, y mis hijos estaban chiquitos. Tres años, uno; y el otro, meses.



**GOLPE ENSEÑA.** Estudiaba en Buenos Aires cuando la dictadura de Velasco le alteró la vida. No le llegaba el dinero que le enviaba papá. Tuvo que trabajar. Yolanda se pagó los estudios, aprendió a valerse por su cuenta.

“Las clientas tenían que subir ¡14 pisos! Las esperaba con agua, con caramelos... era angustiante. ‘¡Solo porque eres tú vengo!’, decían”

### ¿Ya en su casa, cómo hacía para cuidarlos mientras a la vez atendía a sus clientas?

Fue difícil, aunque siempre tuve una empleada. Me levantaba muy temprano y trataba de darles todo. Todo lo dejaba ordenado. Soy muy disciplinada, y sabía

que tenía que darles ese apoyo, pues siempre he creído que un niño bien criado será de grande una buena persona... Salía siempre a verlos mientras dejaba a la clienta con la mascarilla o con el vaporizador. Yo siento que ellos han crecido conmigo. Mi esposo también me apoyó mucho. Él es ingeniero electrónico, y reparaba mis equipos cuando se malograban. Aquí todo ha sido muy familiar.

### Fruto de ello: en los 80 usted ya era una cosmiatra solicitada.

Toma en cuenta que una clienta te toma una hora y cuarto, y llegó un momento en que tuve a diez al día, doce, ¡hasta quince! Yo trabajaba 12 horas.

### Y todas iban a su departamento. Sí.

### ¿Podemos decir, entonces, que si no fuera por Sendero Luminoso, usted no habría abierto su primer local?

Mi primer local fue ‘gracias’ a Alan García (ríe)... Yo vivía en el decimocuarto piso ¡y empezaron los apagones! En esa época no eran tanto por Sendero, sino porque había problemas con la energía eléctrica... Las clientas tenían que subir ¡14 pisos! Yo las esperaba con agua, con caramelos... era angustiante. Y cuando llegaban, me decían: “¡Solo porque eres tú vengo!”. Cuando la cosa se agudizó, en el 89, busqué un local.

### Desde que abrió su primer local se ha mudado unas cinco veces; siempre para crecer.

Siempre. Al principio nos fuimos a San Isidro, con una amiga

### LA FICHA

**Nombre:** Yolanda Manrique Casapía, “pero comercialmente soy Yolanda Benavides. Tomé el apellido de mi esposo”.

**Colegio:** San Vicente de Paul de Arequipa.

**Estudios:** Tras cinco ciclos de Administración de Enfermería en el Instituto Cosmética Científica, en Buenos Aires, Argentina, se pasó a Cosmiatría. También allá, en el Hospital de Clínicas José de San Martín, se especializó en peeling e hidratación de piel.

**Edad:** 59 años.

**Cargo:** Propietaria y gerenta general de Yolanda Benavides Spa.

compartimos la casa. Ahí tenía dos habitaciones donde atender, pero crecí más y me fui a San Borja, era el distrito más céntrico tanto para mis clientas de La Molina y de San Isidro.

### Si se habían dado el trabajo de subir a pie 14 pisos, cómo no iban a ir por usted a San Borja. Siempre me he preocupado por ellas.

### En paralelo, eso debe haber potenciado su autoestima.

Esa confianza que tienen en ti te obliga a ser más responsable. Siempre les he dado lo mejor de mí.

### Sus hijos fueron creciendo y, en un principio, ninguno quería saber nada de su empresa.

Los entendía porque eran chiquillos, estaban en otra onda.

### Claro, pero se hicieron profesionales y el sueño de muchos padres es que sus hijos continúen su empresa.

También tengo una niña.

### Ellas se convirtió en su esperanza.

De niña le encantaba, agarraba las máquinas, un día quiso sacarle las espinillas a alguien. Ahora le gusta más el diseño.

### Se han revertido las cosas: ahora son sus hijos hombres quienes están asumiendo la empresa.

Sí, ahora trabajan conmigo y estoy feliz... Es que crecí tanto, ¡que no me daba el tiempo! Y he aprendido que la única forma de crecer es aprendiendo a delegar. Yo les tengo confianza, y ahora les puedo dar la oportunidad para que se puedan desarrollar.

### Sus pacientes vienen en busca de terapias de rejuvenecimiento. ¿Cómo entender esa demanda? ¿Es un no querer asumir la edad que uno tiene?

No creo que la gente no quiera

aceptar su edad. Yo pienso que lo que la gente quiere es verse bien ¡siempre! Yo tengo clientas de ochenta y pico años que vienen, se ponen cómodas y me dicen: “Este es un día para mí”. Es su día, y el hecho de que acudan a ti hace que sientas una satisfacción muy grande; y te buscan no porque no quieran envejecer, sino porque se quieren sentir bien, lo que a la vez te ayuda a no envejecer.

### ¿Y cuál es en su caso? Este año cumple 60.

El otro día mi hermana me dijo: “¡Oye, qué vas a hacer por tus 60!”. Es que yo me siento de 45 (ríe)... Todo depende de cómo te sientas. Hay gente de 30 que se siente de 40. La energía hace el estado anímico.

### Usted a sus clientes les brinda tranquilidad.

Ellos quieren descansar, relajarse...

### Sin embargo, uno de sus vecinos está remodelando su casa y el ruido de los taladros nos ha interrumpido toda la entrevista.

### ¿Eso no rompe su tranquilidad? ¿No hace que le provoque ‘darle vuelta’ a quien causa esto?

No. Yo también construí, también hice ruido. Así que trasladamos al cliente a un sitio opuesto a este. Cerramos las habitaciones, ponemos la música y los aislamos del ruido.

### Entiende porque en su crecimiento usted también hizo ruido. Para usted, ante todo está el respeto.

Así es. Todos tenemos que crecer, y para eso uno debe tener consideración, respeto. Claro, si se hace necesario, hablo con los señores de la construcción y les explico que tengo un paciente.

### ¿Y le hacen caso?

Algunas veces (ríe)... Según el maestro de obras que me toque.

### Empezó en un cuarto de su departamento, ahora tiene este spa. ¿Cómo se siente?

Muy satisfecha, y con muchas metas por delante; porque si no tienes metas y proyectos, empiezas a agonizar... Eso significaría que te está llegando la hora de descansar, y no. Aunque ahora yo ya estoy un poco más relajada: tengo a mi hijo en la parte administrativa, tengo un muy buen equipo de trabajadoras.

### ¿Por qué le puso su nombre al spa? ¿No es demasiado ego?

¡Nunca le puse nombre! (en el frente de su local no hay letrero alguno). Resulta que cuando atendía a una paciente y la llamaban, decían: “Estoy donde Yolanda Benavides”... De pronto, el nombre se hizo solo. ■

## puntodevista

# Hazte fama y ...

## Inés Temple

Administradora \*



contratamos profesionales o servicios. Buscamos a los que nos refieren como a los mejores, a quienes vienen anteceditos por su buena reputación.

Sabemos que la imagen y la reputación son generalmente muy subjetivas –y no siempre justas– ya que dependen tanto de hechos reales como de la percepción que otros tienen de nosotros. Pero no está de más recordar que, al final del día, los demás siempre nos medirán con la vara de los valores y de nuestra contribución real. Nuestra ética, profesionalismo e integridad en todos los campos de

nuestra vida, tanto profesional como personal, serán los que hagan la diferencia en términos del valor de nuestro nombre, reputación y marca profesional.

Obviamente, nadie puede pretender parecer un buen profesional sin serlo: no se puede engañar a todos mucho tiempo. Sin embargo, en mercados laborales que se vienen tornando tan competitivos como el nuestro, no solo hay que ser bueno, sino también demostrarlo y hacerlo día a día, de manera consistente. Eso no significa alardear de éxitos o logros, ni mucho menos repartirlos por calles y plazas con arrogancia, pero sí nos comprometemos a aceptar que nuestra reputación e imagen están definidas por nuestro talento, conducta y actitudes, y estas serán

determinantes en nuestro futuro profesional.

Para muchos, la reputación, buena o mala, justa o injusta, ya está ganada, y prefieren no saber lo que se dice de ellos. Actúan como si nada se pudiera cambiar, dándole así la espalda al impacto que la mirada de otros tiene en su vida profesional. Resignarse a caminar por la vida con mala fama, sin hacer nada al respecto, equivale a hacerse ‘harakiri’ profesional. De igual modo, cuando nos equivocamos es importante preocuparnos por aceptar y enmendar nuestros errores y tratar de aprender de ellos. En esta época de acceso inmediato a la información, la impunidad no existe por mucho tiempo y la buena fama se puede perder muy rápidamente.

Debemos reconocer, sin embargo, que es difícil cambiar una reputación establecida, más aun cuando las personas no creen más del 50% de lo bueno que decimos sobre nosotros, ¡aunque sí el 100% de lo malo que nos atribuimos!

Nuestra imagen personal, es decir, lo que los demás piensan de nosotros, nace de la imagen que tratamos de comunicar, de lo que pensamos y sentimos de nosotros mismos. ¡Cuántas veces he escuchado a personas expresarse dura o negativamente de sí mismas sin razón aparente, creándose gratuitamente malas imágenes que luego son muy difíciles de cambiar!

Entonces, vale la pena preguntarse: ¿Cómo nos perciben? ¿Nos ven como profesionales capaces, serios y dedicados o como perso-

nas informales e incumplidas? ¿Nos reconocen como personas comprometidas que agregan valor real o como aquellos que sobreprometen su promesa de valor y actúan con soberbia y arrogancia? ¿Tenemos fama de ser éticos, confiables y positivos, o de ser negativos y conflictivos? ¿Nos reconocen como correctos y transparentes o como sinuosos y poco claros? ¿Nos ven como a alguien con quien se puede hacer negocios o alguien a quien se puede contratar?

Nuestra reputación es una llave que puede abrirnos o cerrarnos puertas. Está en nosotros convertirla en la clave de nuestra empleabilidad. ■

\* PRESIDENTA DE DBM PERÚ Y DBM CHILE.