

Esencia Estética celebra su 5º aniversario presentando las nuevas líneas de negocio para sus centros asociados

[Multimedia](#)

La reputada red de centros médicos estéticos anuncia nuevas líneas de negocio como parte de su estrategia de crecimiento y diversificación en un exclusivo evento el 7 de noviembre en Bilbao

Esencia Estética se ha convertido en un icono de innovación, solvencia empresarial y compromiso en el campo de la medicina estética que le ha llevado a crear un modelo de negocio sin precedentes. Su Director General, Javier Losada, ha plasmado su experiencia profesional y su pasión por la estética bajo el modelo de [centros asociados Esencia Estética](#). Esto ha permitido a la marca crecer de forma sostenida hasta posicionarse como una de las oportunidades de inversión más prometedoras para inversores.

Es porque ello que, el próximo 7 de noviembre a las 18:30, Esencia Estética presentará el balance de los resultados obtenidos durante su trayectoria, y anunciará el lanzamiento de sus nuevas líneas de negocio. Una acción que forma parte de su nueva estrategia de crecimiento y diversificación, y que se será comunicada oficialmente en un ambiente festivo rodeado de inversores, proveedores, directores y personal de la marca.

Implicación con los centros asociados: secreto del éxito de Esencia Estética
Con las dos últimas aperturas en Gexto y Santurce, Esencia Estética reafirma la viabilidad de su modelo médico-estético, y el compromiso de acompañar a sus centros asociados en todas las fases del negocio: desde la preparación inicial con la selección estratégica de la ubicación, hasta el lanzamiento de cada nueva clínica y el acompañamiento en la gestión.

Innovación, entre otros, como guía hacia nuevas líneas competitivas
La continua búsqueda por la excelencia de Esencia Estética ha propiciado que su modelo de negocio tenga múltiples ventajas competitivas frente a otras marcas del sector. La central aporta el médico y el servicio de nutrición propio, evitando estos costes para el centro asociado y, sobre todo, asegurando una calidad de servicio excepcional.

Además, Esencia Estética ha centralizado la gestión de la marca para no depender de terceros. Gracias a ello, los centros asociados cuentan con soporte en marketing, comunicación, software, operativa y atención al cliente. Los costes de estructura son mínimos y los márgenes de maniobra permiten que la marca estime unas proyecciones de crecimiento del 20% para el próximo año.

Todavía no se han hecho públicas cuáles van a ser las novedades que se anunciarán en el evento. Sin embargo, Tomo Franquicias ha sabido, en exclusiva, que entre sus planes se encuentra el lanzamiento de una aplicación móvil propia. Se espera que esta mejora ofrezca un servicio más personalizado a los clientes y un mayor valor añadido a los centros asociados. Gracias a ella, se diversifican los canales de entrada de clientes, permitiendo a las clínicas recibir una mayor afluencia de pacientes y por tanto, mayores cuotas de ingresos. Esta herramienta es un paso más hacia la consolidación de la clínica y refleja su enfoque en la mejora continua y la innovación.

Los clientes como parte del crecimiento empresarial

Una parte esencial de su crecimiento ha sido el trato y servicio a sus clientes, que ha permitido que la tasa de fidelidad supere la media de marcas competidoras. Eso explica que sea uno de las clínicas de medicina estética mejor valoradas allí donde tienen presencia. Como agradecimiento en su 5º Aniversario, Esencia Estética ha lanzado un paquete especial de promociones orientado al cuidado a largo plazo de sus pacientes, en línea con su recién actualizada política de marca.

Esencia Estética invita a inversores y profesionales a su evento aniversario el 7 de noviembre para explorar oportunidades de negocio prometedoras y ser parte de una vanguardia en medicina estética que prioriza innovación, calidad y crecimiento sostenido.
