

V. DEFINICIÓN DE LA IDEA DE PROYECTO

V.1 Misión

Mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, a través del agua, mediante la combinación de técnicas innovadoras y tradicionales que les proporcionen satisfacción física y mental.

Se está hablando, de una oferta de servicios, prestados en unas instalaciones de alta calidad y con un personal cualificado, dirigidos a un cada vez mayor segmento de mercado que se caracteriza porque encuentra en estos servicios una relajación que le sirve para aislarse de la rutina diaria, a la vez que le permite encontrar una mejora físico-psíquica que aumenta su calidad de vida y bienestar general mediante tratamientos derivados del agua y componentes naturales, como algas, hierbas o sales, y de otros dirigidos directamente al tratamiento corporal, como masajes.

El spa provee de los servicios necesarios y crea el clima adecuado con el fin de que sea un lugar para rejuvenecer y mejorar la salud, la belleza y el bienestar de los clientes que a él acudan, donde la paz y la armonía sea nuestra principal bandera. Se promocionará un estilo de vida sano con un gran espacio lleno de actividades. Todos estos servicios serán realizados y supervisados por personal cualificado.

V.2 Visión

Ser el lugar de referencia para la dedicación del tiempo de ocio, relacionado con la salud y belleza, de los habitantes y visitantes de la provincia de Sevilla.

Se quiere ser la empresa vanguardista en la incorporación de nuevos servicios relativos a la belleza y salud, y utilización de técnicas de hidroterapia para paliar estados negativos del cuerpo derivados del nuevo estilo de vida.

V.3 Clientes

Nuestros clientes son aquellas personas de la provincia de Sevilla y aquellos visitantes que necesiten un paréntesis en su rutinaria y estresante vida, y deseen relajación y nueva vitalidad, es decir, “ponerse las pilas de nuevo”. Así nuestro público, en principio, son todos los segmentos de la población con este tipo de necesidades, aquellos que necesiten sentirse bien.

Concretamente, nos dirigiremos a un público comprendido en segmentos de edad entre los 30 y 65 años, con una renta media, media/alta. Esta segmentación se debe a que en estas edades hay un mayor nivel de demanda de estos servicios, debiendo tener al menos un nivel económico medio para plantearse el pago de este tipo de servicios.

	Estudio de viabilidad para la creación de una empresa, cuyos procesos se fundamentan en la hidroterapia.	
---	---	---

V.4 Ámbito geográfico

El ámbito geográfico que abarcaría la oferta de estos servicios sería, por una parte, el núcleo urbano de Sevilla, y por otra parte, todas las poblaciones¹ de la provincia dentro de un radio de 40 Km. aproximadamente. Igualmente, intentaremos captar los visitantes que pernoctan en la provincia de Sevilla.

V.5 Ventajas Competitivas

Las principales ventajas competitivas del negocio son:

- Innovación del servicio.
- Buena ubicación, en la Av. de la Raza.
- Calidad de las instalaciones para la prestación del servicio.
- Fase de lanzamiento del producto, en su ciclo de vida.

¹ Tabla adjunta en Anexo 1