

# UNIVERSIDAD DEL SALVADOR



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

MAESTRIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Plan de Negocios Franquicia Aloe Spa Salute Per Aloe Republica Dominicana



Aloe-Spa  
Salute per Aloe™

OMAR G. MEJIA  
SUSTENTANTE

**Tutor.:** Lic. Daniel Avaro

**INDICE**

<b>TEMA</b>	<b>Pág.</b>
<b>INTRODUCCION</b> _____	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> _____	<b>3</b>
<b>OBJETIVOS</b> _____	<b>3</b>
<b>PREGUNTAS DE LA INVESTIGACION</b> _____	<b>4</b>
<b>ANTECEDENTES</b> _____	<b>4</b>
<b>EXPLICACION QUE SUSTENTA EL PROBLEMA</b> _____	<b>5</b>
<b>1. DEFINICION DEL NEGOCIO</b> _____	<b>6</b>
1.1 Definición del negocio _____	6
1.2 Definición Producto o Servicio _____	7
1.3 Descripción formato comercial _____	17
1.4 Descripción del grupo de clientes _____	21
1.5 Necesidad que satisface Aloe Spa Salute per Aloe _____	25
1.6 Satisfacción de las necesidades _____	26
1.7 Ámbito geográfico en el que operara la empresa _____	26
1.8 Ventajas competitivas de la empresa _____	30
<b>2. ANÁLISIS DEL MERCADO</b> _____	<b>30</b>
2.1 Entorno _____	30
2.1.2 Población y Demografía _____	31
2.1.3 Situación Política y Económica _____	31
2.1.3.1 Sistema Político _____	34
2.1.3.2 Principales Fuerzas políticas de la Republica Dominicana_	34
2.2 Tamaño del Mercado Potencial _____	35
2.3 Distribución Geográfica _____	42
2.4 Segmentación del mercado _____	44
2.5 Canales de Distribución _____	46
2.6 Análisis de la Competencia _____	47

<b>TEMA</b>	<b>Pág</b>
<b>3. PLAN DE MARKETING</b>	<b>52</b>
3.1 Segmentación del mercado	52
3.2 Objetivos comerciales previstos	54
3.3 Análisis foda	55
3.4 Producto	58
3.5 Precio	63
3.6 Comunicación	64
3.7 Distribución	67
<b>4. PLAN DE OPERACIONES</b>	<b>68</b>
4.1 Procesos	68
4.2 Costos	69
4.3 Recursos Humanos Necesarios	70
4.4 Lay Out (Distribución en Planta)	70
4.5 Infraestructura Física	73
4.6 La Localización	74
4.7 Determinación de Stock	75
<b>5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b>	<b>75</b>
<b>6. PLAN FINANCIERO</b>	<b>77</b>
6.1 Criterios de la evaluación financiera	78
6.2 Evaluación del Proyecto	79
6.3 Análisis de Riesgo	79
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>81</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	<b>84</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>85</b>

## INTRODUCCION

La cultura del agua se origina en la antigüedad. No obstante, a principios de los 80 se produce el despertar a la salud. En el siglo XX, SPA era sinónimo de paz, tranquilidad, placer, autoestima y templo de belleza donde el silencio, la decoración y los servicios están completamente integrados y en armonía para promover el mundo sensorial. Hoy, el sector se encuentra en el desarrollo más fuerte de la historia y existe una tipología de los SPA's bastante amplia: SPA destino, resort SPA, cruce SPA, SPA holístico, SPA médico, SPA mineromedicinal, SPA urbano (o day SPA), SPA estructurado, club SPA, SPA aventura, etc. Es importante tener muy claro el concepto del negocio, es decir, el tipo de centro que vamos a montar y cómo se define. En nuestro caso, hablamos del SPA urbano: un establecimiento integrado en un entorno de ciudad y que se provee de agua de la red sanitaria con un fin lúdico, relajante y de puesta en forma. Sus principales tratamientos son de belleza, de relajación y terapéuticos. Sus aguas no están compuestas de sustancias mineromedicinales y tampoco tienen exigencias médicas.

### Historia de los SPA.

Desde tiempos inmemoriales, el agua ha significado para el hombre fuente de vida y salud debido a la riqueza de sus minerales, que favorecen la curación o la mejora de diferentes enfermedades. La mayoría de los spa se han transformado en establecimientos de alta calidad, en los cuales se puede disfrutar de masajes y baños termales rodeados de paz, tranquilidad y confort. El agua como agente terapéutico se remonta a las antiguas tribus que habitaban en las cavernas, cuando el hombre se dio cuenta de que los animales heridos o enfermos buscaban el agua caliente de los manantiales.

Los griegos, llamaban a los balnearios Asclepios, (de la palabra Asclepio, que es el dios helénico de la medicina), y en ellos utilizaban distintas técnicas hidroterápicas para la cura de enfermedades. Seguidamente, la época romana, se caracterizaba por las termas públicas en casi todas las grandes ciudades. La cultura termal fue extendiéndose por toda Europa, llegando hasta España.

Las aplicaciones más comunes de entonces eran para los dolores reumáticos, aguas que curaban los ojos, o que limpiaban las vísceras. En Grecia y Roma el baño se convertía a menudo en un complicado ritual de cuidados corporales, que incluía la práctica de ejercicio, masajes con aceites especiales, una sucesión de baños a diferentes temperaturas, limpieza a fondo del aceite y el sudor de la piel y al final un nuevo ungimiento con cremas u otros aceites. Más tarde, el Islam comenzó a dar mucha importancia a la higiene y a los cuidados corporales, y desarrollaron la hidroterapia como técnica de aplicación en forma de baños, bebidas y aplicaciones locales en quemaduras, viruela y hemorragias.

Pero ellos no permitieron los baños públicos, sino que añadieron a las razones higiénicas y sociales otras de tipo religioso. Durante la Edad Media se produce un declive en el culto al cuerpo y en el uso del agua, ya que para entonces la iglesia cristiana consideraba la limpieza espiritual un hecho más importante que la limpieza corporal, e incluso generó el mito de que las termas romanas fueran un lugar de perversión. De hecho, aunque las ciudades medievales contaban con baños públicos, la iglesia siempre los consideró como lugares de mala reputación. Si a lo anterior le sumamos que los constructores medievales prestaban más atención a la experimentación sobre fortificaciones o sobre los sistemas de evacuación de humos mientras en la mayoría de ciudades medievales no tenían agua corriente ni alcantarillado, el aseo personal se convirtió en algo poco frecuente para la mayor parte de la población.

UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## Planteamiento del problema

La República Dominicana es un país dotado de bellezas naturales que pocas naciones pueden ofrecer. Es así que la industria del turismo se ha expandido rápidamente a lo largo de los últimos 20 años, creándose nuevos polos turísticos y sus consecuentes inversiones millonarias para desarrollos de infraestructura y servicios, a los fines de ofrecer a los turistas -mayoritariamente extranjeros- servicios de clase mundial.

En líneas generales los turistas siempre han buscado conocer hermosos parajes de pura naturaleza y playas, entretenimiento, diversión, deportes (golf y acuáticos entre otros) buena comida y mucho sol. En los últimos años, van apareciendo nuevos segmentos de turistas interesados en otras opciones, entre las que se encuentran la prestación de servicios de salud y belleza. Algunos hoteles y resorts se han animado a ofrecer servicios de manera tímida con el establecimiento de pequeños spa dentro de sus instalaciones.

Pero aun no existen servicios de alta gama destinados a satisfacer las necesidades de un mercado creciente que busca combinar una estancia placentera en playas del Caribe con servicios de salud, belleza y relajación. Para ello, pretendemos desarrollar un Plan de Negocios para el establecimiento de una cadena de spa que ofrezca tales servicios.

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## Objetivos

### Objetivo General:

El objetivo del trabajo de tesis es desarrollar un Plan de Negocios para evaluar y demostrar la viabilidad de la instalación y puesta en marcha de un local de spa en un área exclusiva de Santo Domingo, basado en productos y tratamientos con uso intensivo de aloe vera.

**Objetivos Específicos:**

- Analizar las Fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas para el plan de negocios del Spa.
- Definir el Mercado Meta
- Analizar la Competencia

**Preguntas de la investigación**

1 ¿Cuales Factores serian determinantes para la de viabilidad de la instalación del Spa?

2 ¿Cuales Factores serian determinantes para la ubicación del Spa en la etapa inicial?

**Antecedentes**

El principal antecedente es que la Rep. Dominicana es un destino turístico por excelencia, con 4.428.005 millones de visitantes que buscan esparcimiento y un segmento creciente que busca servicios de salud, belleza y bienestar, y por otra parte, tiene la mayor extensión mundial de cultivo de aloe vera.

Por ello, la tesis desarrollara un Plan de Negocios para evaluar y demostrar la viabilidad de la instalación y puesta en marcha de un local de spa en un área exclusiva de Santo Domingo de la cadena Aloe-Spa Salute Per Aloe (TM) en la Rep. Dominicana.

Dicha empresa ha desarrollado toda una línea de tratamientos basados en el uso exclusivo de aloe vera. Los productos utilizados en sus tratamientos poseen un alto porcentaje de aloe vera y utilizan materia prima de aloe y hojas de aloe. Siendo que la Rep. Dominicana es el primer país productor mundial de aloe, existe una excelente sinergia entre la producción local de aloe y la introducción de una empresa que ofrece servicios y tratamientos para la salud, belleza y bienestar basados en dicha planta.

El plan de negocios demostrará la viabilidad del establecimiento de esta franquicia a través de la apertura de locales de spa en hoteles, resorts y localizaciones urbanas dentro del país.

### **Explicación teórica que sustenta el problema**

Existe una cantidad relevante de personas de altos ingresos cuya cuantificación exacta será demostrada en el trabajo que habitan en Sto. Domingo y una cantidad importante también de turistas que llegan de visita por unos pocos días a dicha capital, usualmente de paso para alguna playa o Resort dentro del país. Ello define una masa crítica de potenciales usuarios de cualquier servicio.

En el caso particular del negocio del spa, el mismo ha sido desarrollado bajo patrones de excelencia pero en localizaciones específicas dentro de las principales ciudades costeras o áreas de playa. No obstante, la oferta de servicios de spa dentro de Sto. Domingo es aun escasa y poco diversificada, donde queda espacio para el crecimiento y la oferta de nuevos servicios.

Hay pocos spa y de escasa diversificación en cuanto a los servicios. Por ello, este trabajo intenta evaluar y definir las bases de un negocio que se perfila altamente atractivo, dada la potencialidad de la demanda y la escasez de la oferta de nivel de servicios de spa.

## 1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

### 1.1. Definición del negocio.

De acuerdo a la definición de la “International Spa Association” un spa es un lugar con el propósito primario de guiar a los visitantes individuales a desarrollar hábitos saludables de vida. La transformación del estilo de vida puede ser lograda a través de la provisión de un completo programa que incluye servicios de spa, actividades físicas, educación para el bienestar, comida saludable y programas de interés especial”.

La Propuesta implica la creación de un Aloe Spa Salute per Aloe, no es solamente un servicio de spa de alta categoría con productos Premium de aloe usados en sus tratamientos. Es mucho más que eso. Implica una invitación a un estilo de vida diferente, una experiencia única, un beneficio tanto físico como emocional para el usuario de spa. Nosotros no ofrecemos los típicos servicios de spa. Ofrecemos servicios de spa de autor, hechos a medida de las necesidades de los usuarios del spa, llevando las propiedades de una planta usada por siglos en todas las civilizaciones.

Nuestros tratamientos de spa están basados en un concepto multicultural, dado que nuestras diversas técnicas provienen de diferentes regiones del mundo. Nuestros servicios de spa ofrecen lo mejor del aloe de diferentes culturas. El aloe vera es nuestro principal ingrediente, absolutamente natural y amigable del medio ambiente. No usamos máquinas ni aparatos. Sólo el aloe y las manos. Por ello no somos un spa común. Lo nuestro es una forma diferente de ofrecer salud, belleza y bienestar.

## 1.2. Definición del producto o servicio a ofertar

Para estos servicios, Aloe trade America ha desarrollado un completo kit de productos de aloe para spa. Estos productos y servicios son ofrecidos a nivel mundial y de manera exclusiva bajo nuestro formato de franquicia de aloe-spa a: balnearios, spas, spas urbanos, centros termales, spas de hoteles de lujo, resorts spa, spas de cruceros y otros centros de hospitalidad.

Nuestros productos de aloe fueron cuidadosamente diseñados y desarrollados en centros de diseño y laboratorios de los Estados Unidos y Argentina, y fabricados principalmente en nuestra planta industrial de aloe en Argentina. Allí son manufacturados una gran parte de nuestros productos para uso profesional en los Aloe-Spa Salute per Aloe. Nuestros productos para tratamientos faciales y corporales, el gel de aloe, las cremas de aloe, los productos para tratamiento capilar y varios otros productos de aloe son manufacturados bajo BMP - Buenas Prácticas de Manufactura (GMP guidelines).

Todos nuestros productos de aloe destinados a la prestación de tratamientos de Aloe-Spa Salute son fabricados con un mínimo de 60% de contenido de aloe mientras que en diversos productos el contenido de aloe alcanza al 95% del producto final. Ello implica que nuestros productos para tratamientos de Aloe-Spa Salute per Aloe son altamente efectivos y con efectos reales sobre los usuarios de un spa. Nuestros productos de aloe garantizan todos los beneficios del aloe para el ser humano.

Nuestra línea de productos de aloe para tratamiento de Aloe-Spa Salute per Aloe incluye:

- ◆ Productos limpiadores de aloe,
- ◆ Cremas de exfoliación de aloe,
- ◆ Gel de exfoliación de aloe,
- ◆ Productos faciales de aloe,
- ◆ Productos corporales de aloe,
- ◆ Productos de aloe para pies,
- ◆ Gel puro de aloe,