



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Centro Universitario UAEM Texcoco

Licenciatura en Turismo

Estudio de factibilidad para la creación de un Spa para hombres
de negocios en el municipio de Tepetzotlán, Estado de México

T E S I S

Como requisito para obtener el Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentada por:

HERRERA MALDONADO ARIADNA SARAI

VELASCO CHAVEZ JUAN ROMAN

Director:

M. EN A. MERCEDES MIREYA MOCTEZÚMA MEDINA

Revisores: L. EN M. ADELFO SÁNCHEZ LEMUS GALINDO
M. EN S. MARÍA JOAQUINA SÁNCHEZ CARRASCO
L. A. T. MA. DEL PILAR PERALTA BUENDÍA

Texcoco, Estado de México

Septiembre 2009

Texcoco, México a 20 de junio de 2009

DR. EN E. JOSE HERNÁNDEZ RAMÍREZ
SUBDIRECTOR ACADÉMICO DEL
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
PRESENTE

AT'N M. en Fin. GUADALUPE LIZETH ARCE CHÁVEZ
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACION

Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "**Estudio de factibilidad para la creación de un Spa para hombres de negocios en el municipio de Tepetzotlán estado de México**" que para obtener el título de Licenciado en Turismo presentan los sustentantes Anadna Sarai Herrera Maldonado y Juan Roman Velasco Chávez, con número de cuenta 0322800 y 0323021 respectivamente, se concluye que cumple con los requisitos teórico – metodológicos necesarios para su aprobación, pudiendo continuar con la etapa de impresión del trabajo escrito.

ATENTAMENTE



M. EN S. MARÍA JOAQUINA
SÁNCHEZ CARRASCO
REVISOR



L. EN M. ALFREDO SÁNCHEZ
LEMUS GALINDO
REVISOR



L. A. T. M. DEL PILAR
PERALTA BUENDÍA
REVISOR



M. EN A. MERCEDES MIREYA MOCTEZUMA MEDINA
DIRECTORA DEL TRABAJO ESCRITO

c. c. p. Sustentantes - Anadna Sarai Herrera Maldonado y Juan Roman Velasco Chávez
c. c. p. Directora - M. en A. Mercedes Mireya Moctezuma Medina
c. c. p. Titulación - M. en Fin. Guadalupe Lizeth Arce Chávez





Agradecimiento

Gracias a todos quienes hicieron posible que este proyecto culminara y con ello cerrar una etapa de mi vida. Definitivamente, quiero agradecer a Dios por permitirme disfrutar este momento, por no olvidarse de mí y por darme fuerza para continuar luchando.

A mis padres, que siempre han creído en mí, quienes me han brindado su apoyo incondicional, a quienes debo, ser la persona que soy y que gracias a sus esfuerzos he llegado hasta aquí.

A los profesores que aceptaron ayudarnos durante este período de trabajo, gracias por su disposición y por compartir sus conocimientos.

A mi compañero, confidente y amigo, quien ha enriquecido mi vida con su cariño y alegría, y que gracias a su confianza, entendimiento, comprensión y paciencia hemos logrado concluir este trabajo. Gracias amor por ser parte de mi vida.

Finalmente, gracias a mis hermanos y demás personas que demostraron interés y dedicaron parte de su tiempo en realizar aportaciones valiosas.

¡Gracias!

Ariadna



Agradecimiento

Con el logro de esta meta se cierra una etapa mas en mi vida, sin embargo, yo solo no hubiera podido realizarla, gracias a dios por otorgarme la dicha de tener a mi lado personas llenas de amor con virtudes y defectos, personas que me han enseñado a lo largo de la vida a aprender de mis errores, con el fin de hacer de mi un ser humano responsable y humilde.

Gracias Papá por tu esfuerzo y constancia, tu eres sin duda el mejor ejemplo a seguir en mi vida, sin ti, jamás hubiera cumplido este, uno de mis mejores sueños. Mama con tu amor y comprensión he aprendido a superar las vicisitudes de la vida, gracias por estar siempre conmigo, tenerlos como padres ha sido la mejor experiencia de mi vida, siempre serán los mejores padres para mí. También gracias a mis hermanitos por su paciencia, respeto y amor hacia conmigo, siempre estaré a su lado para cuidarlos y protegerlos. Ariadna, gracias por creer en mi, por tu amor y lealtad, la culminación de éste trabajo sólo es el principio de una vida juntos llena de triunfos, TD+QD+. Abuelo, tu ayudaste a que este sueño se hiciera realidad, gracias por la responsabilidad con la que actuaste alguna vez sin haber sido tu deber. Cristian, hoy se que puedo contar contigo, gracias por tu apoyo, en mi tienes a un hermano. Se que soy afortunado porque nunca me he sentido solo pues siempre han estado ustedes a mi lado apoyándome y dándome fuerzas para continuar el arduo camino de la vida GRACIAS POR SER MI FAMILIA.

A mis profesores no me queda más que agradecer el tiempo e interés que dedicaron a esta investigación, sin ustedes la UAEM seria nada.



Índice General

	Página
INTRODUCCIÓN	13
Capítulo I. Fundamento teórico y conceptual	18
1.1 Modelo Fenomenológico	19
1.2 Sistema Turístico	20
1.3 Tiempo libre, ocio y recreación	24
1.4 Turismo	26
1.5 Turismo de salud	30
1.6 Spa	32
1.7 Estudio de factibilidad	34
1.8 Estudio de mercado	35
1.9 Estudio técnico-administrativo	38
1.10 Estudio financiero	42
Capítulo II. Antecedentes históricos	50
2.1 Antecedentes históricos del Spa	51
2.1.1 Edad Antigua	52
2.1.2 Edad Media	54
2.1.3 Edad Moderna	54
2.1.4 Edad Contemporánea	55
2.2 El Temazcal en México	56
2.2.1 El Ritual del Temazcal	57
2.2.2 Beneficios del Temazcal	57
2.3 Spa en la actualidad	58
2.4 El Estrés	58
2.5 Hombres de Negocios	62



Capítulo III. Estudio de mercado del Spa	65
3.1 Análisis de la demanda	66
3.1.1 Análisis e interpretación de datos	68
3.1.2 Proyección de la demanda	81
3.2 Análisis de la oferta	82
3.3 Análisis y descripción del servicio Spa	82
3.3.1 Masajes	83
3.3.2 Tratamientos corporales	84
3.3.3 Tratamientos faciales	85
3.3.4 Circuitos de baño	87
3.3.5 Disciplinas	89
3.3.6 Servicios Complementarios	90
3.4 Comercialización	91
3.5 Conclusiones del estudio de mercado	92
Capítulo IV. Estudio técnico-administrativo del Spa	94
4.1 Localización del Spa	95
4.1.1 Macrolocalización	95
4.1.2 Microlocalización	98
4.1.3 Factores que condicionan la ubicación del Spa	100
4.2 Ingeniería de proyecto	101
4.2.1 Tamaño y capacidad del Spa	101
4.2.2 Proceso del servicio Spa	102
4.2.3 Distribución y diseño de instalaciones del Spa	103
4.2.4 Determinación de mobiliario, equipo y artículos de oficina	104
4.2.5 Determinación de mobiliario, equipo e insumos de operación	108
4.3 Organización del Spa	115
4.3.1 Organigrama del Spa	115
4.3.2 Determinación de honorarios y salarios	117
4.4 Aspectos legales del Spa	119
4.4.1 Sociedad Anónima	119



4.4.2 Trámites para la constitución del Spa	119
4.5 Conclusiones del estudio técnico-administrativo	122
Capítulo V. Estudio Financiero del Spa	123
5.1 Proyección de ingresos por venta de servicios	124
5.2 Determinación de costos	125
5.2.1 Costos de operación	125
5.2.2 Costos de administración	127
5.2.3 Costos de promoción y publicidad	128
5.3 Inversión inicial	129
5.3.1 Activo fijo o tangible	129
5.3.2 Activo diferido o intangible	130
5.4 Depreciación y amortización	132
5.5 Capital de trabajo	132
5.5.1 Activo circulante	132
5.5.2 Pasivo circulante	133
5.6 Financiamiento	134
5.7 Punto de equilibrio	135
5.8 Estado de resultados pro forma	137
5.9 Evaluación financiera	139
5.9.1 Valor Presente Neto	139
5.9.2 Tasa Interna de Retorno	140
5.9.3 Relación Costo Beneficio	141
5.10 Posibles impactos en el ambiental	142
5.11 Conclusiones del estudio financiero	144
CONCLUSIONES	146
RECOMENDACIONES	150
BIBLIOGRAFÍA	152
WEBGRAFÍA	154
ANEXOS	156



Índice de Cuadros

Cuadro	Página
1. Características de la población	66
2. Proyección de la demanda y uso del servicio	81
3. Paquetes	88
4. Distribución de las instalaciones del Spa	104
5. Inversión inicial en mobiliario y equipo de oficina	106
6. Gasto de operación (administración)	107
7. Inversión inicial en equipo y mobiliario de masajes y circuitos de baño	108
8. Gastos de venta (insumos)	110
9. Gastos de venta en otros	111
10. Costo de venta en material desechable	111
11. Inversión inicial en mobiliario y equipo de hospedaje	112
12. Inversión inicial en mobiliario y equipo de estética	112
13. Inversión inicial en mobiliario y equipo de barra de alimentos	113
14. Inversión inicial en mobiliario y equipo de acondicionamiento físico	114
15. Inversión inicial en señalamientos	114
16. Personal que se requerirá para el funcionamiento del Spa	116
17. Salarios	118
18. Honorarios	118
19. Trámites para la constitución del Spa	121
20. Proyección de ingresos	124
21. Gastos de venta	125
22. Salarios mano de obra directa	126
23. Costo de servicios básicos	126
24. Presupuesto de costo de operación	127
25. Salario personal administrativo	127
26. Honorarios personal externo	127



27. Gastos de administración	128
28. Costo total	129
29. Inversión inicial	129
30. Costo de terreno y obra civil	130
31. Gastos preoperatorios	131
32. Inversión total en activo fijo y diferido	131
33. Depreciación y amortización	132
34. Pasivo circulante	133
35. Pago de deuda	135
36. Clasificación de costos	135
37. Punto de equilibrio	136
38. Estimación de inflación por método de extrapolación	138
39. Estado de resultados pro forma	138



Índice de Figuras

Figura	Página
1. Sistema Turístico	23
2. Proceso de producción/operación del servicio	40
3. Localización del municipio de Tepetzotlán	95
4. Localización del terreno	99
5. Blue Print del Spa	102
6. Plano de la distribución de instalaciones del Spa	105
7. Organigrama general de la empresa	115
8. Flujo Neto de Efectivo	139



Índice de Gráficos

Gráfico	Página
1. Concepto de Spa	68
2. Uso del servicio Spa	69
3. Servicios utilizados	70
4. Frecuencia de uso	71
5. Rango de edad	72
6. ¿Asistiría a un Spa en Tepetzotlán?	73
7. Frecuencia de asistencia	74
8. Motivo de asistencia	75
9. Preferencia de servicio	76
10. Inversión	77
11. Ingreso mensual	78
12. Medio de promoción	79
13. Residencia habitual	80
14. Punto de equilibrio	137



Índice de Anexos

Anexo	Página
1. Cuestionario	156
2. Análisis y descripción de puestos	158
3. Tabla de Salarios Mínimos	164
4. Escritura Constitutiva	165
5. Solicitud de Permiso de Constitución de Sociedad	166
6. Forma Precodificada del Registro Público de Comercio	167
7. Formato Único de solicitud	168
8. Formato de Solicitud Múltiple	169
9. Solicitud de expedición de Licencia de Funcionamiento	170
10. Formato Aviso de Funcionamiento COFEPRIS	171
11. Plano arquitectónico del Spa	173



Introducción

En México, el turismo de salud ha tenido un fuerte impacto dentro de la sociedad contemporánea, pues se presenta como una alternativa que ofrece disfrutar del tiempo libre mediante servicios de salud y actividades recreativas que mejoren la calidad de vida del ser humano, ya que en la actualidad, su ritmo de vida le ha generado patologías y trastornos tales como: estrés, ansiedad, depresión, fatiga, violencia, inseguridad y angustia. Por tanto, esta nueva modalidad se concibe como aquel turismo que se origina con el objetivo de generar un estado de bienestar físico, mental y espiritual en el ser humano.

Uno de los destinos de turismo de salud es el Spa, el cual se ha considerado como una alternativa para combatir aquellos problemas, debido a que ofrece servicios para mejorar la salud que utiliza como elemento primordial el agua; que desde la antigüedad ha sido utilizada con fines curativos para diversas afecciones. Aunque hoy en día, no todos los Spa se localizan en zonas con agua termal, existen diversas técnicas de hidroterapia que provocan efectos positivos en el organismo y que complementadas con tratamientos estéticos, masajes, medidas preventivas para la salud y bienestar, entre otros servicios profesionales, ayudan a mejorar el bienestar físico y mental.

Actualmente, la mujer con más frecuencia que el hombre, ha enfocado su interés en los servicios que tiene un Spa, no obstante, el hombre (género masculino) comienza a interesarse por estos lugares, debido a su estilo de vida, pues se encuentra sometido a presiones de tipo social, comunitario y laboral, provocando estrés o agotamiento físico y mental, producto de largas y/o extenuantes jornadas de trabajo.

Por ello, se propone realizar un estudio de factibilidad de un Spa dirigido a hombres de negocios en el municipio de Tepotzotlán, porque se consideran un nicho de mercado que hasta ahora ha sido poco explorado, además de que hoy



en día los hombres están interesados en cuidar su salud y bienestar físico. El estudio garantizará la factibilidad de la ejecución y operación de la empresa, demostrando la rentabilidad económica que éste podría generar, de acuerdo con el capital invertido y los recursos económicos del proyecto.

Se eligió Tepetzotlán, porque además de ser una zona industrial, es considerado un pueblo mágico, lo que permite tener una visión más amplia respecto al mercado que se pretende abarcar, y por ende, ofrecer servicios y productos orientados a satisfacer las necesidades y exigencias del hombre de negocios, así como las de aquellos turistas que seducidos por conocer legendarias costumbres, hagan uso de este servicio permitiéndoles recrear cuerpo y alma, mediante el cuidado de su salud y bienestar físico.

Entonces, la pregunta de investigación es: ¿Qué características se deben considerar para determinar la factibilidad de un Spa para hombres de negocios en el municipio de Tepetzotlán?

Para dar respuesta a esta pregunta y conocer lo que se pretende hacer durante la investigación, se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar la factibilidad de un Spa para hombres de negocios en el municipio de Tepetzotlán, estableciendo los parámetros para su organización y operatividad, con el fin de garantizar la satisfacción de sus deseos, gustos, necesidades y expectativas.

Considerando el objetivo general se redactaron ocho objetivos específicos:

1. Elaborar un estudio de mercado que permita conocer el perfil del hombre de negocios e identificar y determinar las características del Spa.



2. Identificar los productos y servicios (características y tipos) que se ofrecerán en dicho Spa.
3. Establecer mediante un estudio técnico los requerimientos de mobiliario y equipo, instalaciones e insumos necesarios para brindar el servicio.
4. Elaborar el proceso de operación del servicio que brindará el Spa, con la finalidad de conocer su funcionamiento.
5. Determinar los aspectos legales y la organización del Spa, mediante el diseño de un organigrama general y del análisis de puestos.
6. Elaborar un análisis de la competencia que ayude a establecer precios y estrategias de comercialización.
7. Calcular el monto de la inversión y los recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto, y su correspondiente evaluación para conocer la utilidad y rentabilidad que tendrá el proyecto.
8. Proponer un sistema para contrarrestar los posibles efectos ambientales que se originen de la operación y funcionamiento de la empresa.

Para el logro de los objetivos se diseñó una metodología, la cual tuvo como base una investigación de tipo descriptiva, debido a que se analizó el contexto físico en donde se pretende implementar el Spa, así como una encuesta dirigida a los hombres, a fin de determinar las características del mercado potencial y concretar la propuesta del establecimiento de la empresa. Además se utilizó un método deductivo porque es una forma de razonamiento que conduce a descubrir las partes de un fenómeno, estableciendo causas y propiedades, para distinguir lo particular de la propuesta de comercialización y construcción del Spa, se tomó como referencia general, los antecedentes históricos de los Spa, así como las características generales del turismo.



Del mismo modo, se utilizó el método inductivo por qué es un razonamiento que parte de lo particular a lo general, retomando datos particulares de las encuestas para inducir a la factibilidad del proyecto, es decir, que los resultados obtenidos de una muestra de la población, ayudaron a determinar que los hombres de negocios estarían interesados en asistir al Spa.

Como técnica de investigación se utilizó la encuesta que es una técnica que consiste en obtener información acerca de la población investigada, mediante la aplicación de un cuestionario (Ver anexo 1); dicho instrumento fue redactado con preguntas abiertas y cerradas, a fin de obtener información acerca de las variables a investigar.

Para definir la muestra representativa del segmento de mercado al que está dirigido el Spa, fue necesario identificar la población a la que se aplicó la encuesta, en donde las unidades poseen características en común (hombres), lo que permitió cuantificar y analizar los datos, para determinar la pertinencia del proyecto.

Finalmente, en un estudio de naturaleza aplicada primeramente se revisa el marco teórico que busca el conocimiento para posteriormente ponerlo en práctica. Se efectuó en un periodo determinado y aunque se utilizaron fuentes secundarias (informes, tesis de licenciatura, libros sobre temas específicos, revistas científicas, ponencias en congresos y seminarios, reseñas de investigaciones, entre otros), el principal esfuerzo radicó en identificar los elementos del estudio desde el lugar donde se pretende desarrollar el proyecto.

Después de haber descrito la metodología utilizada, se estructura la investigación en cinco capítulos desarrollados de la siguiente manera:

El capítulo I contiene el fundamento teórico y conceptual de la investigación, se explica cuál es el modelo del turismo que más se apega al tema, así como los



elementos del Sistur para conceptualizar al turismo, además del concepto de Spa y su clasificación. Se concluye con un análisis de la estructura del estudio de factibilidad, que incluye el mercadeo, el estudio técnico-administrativo y el estudio financiero.

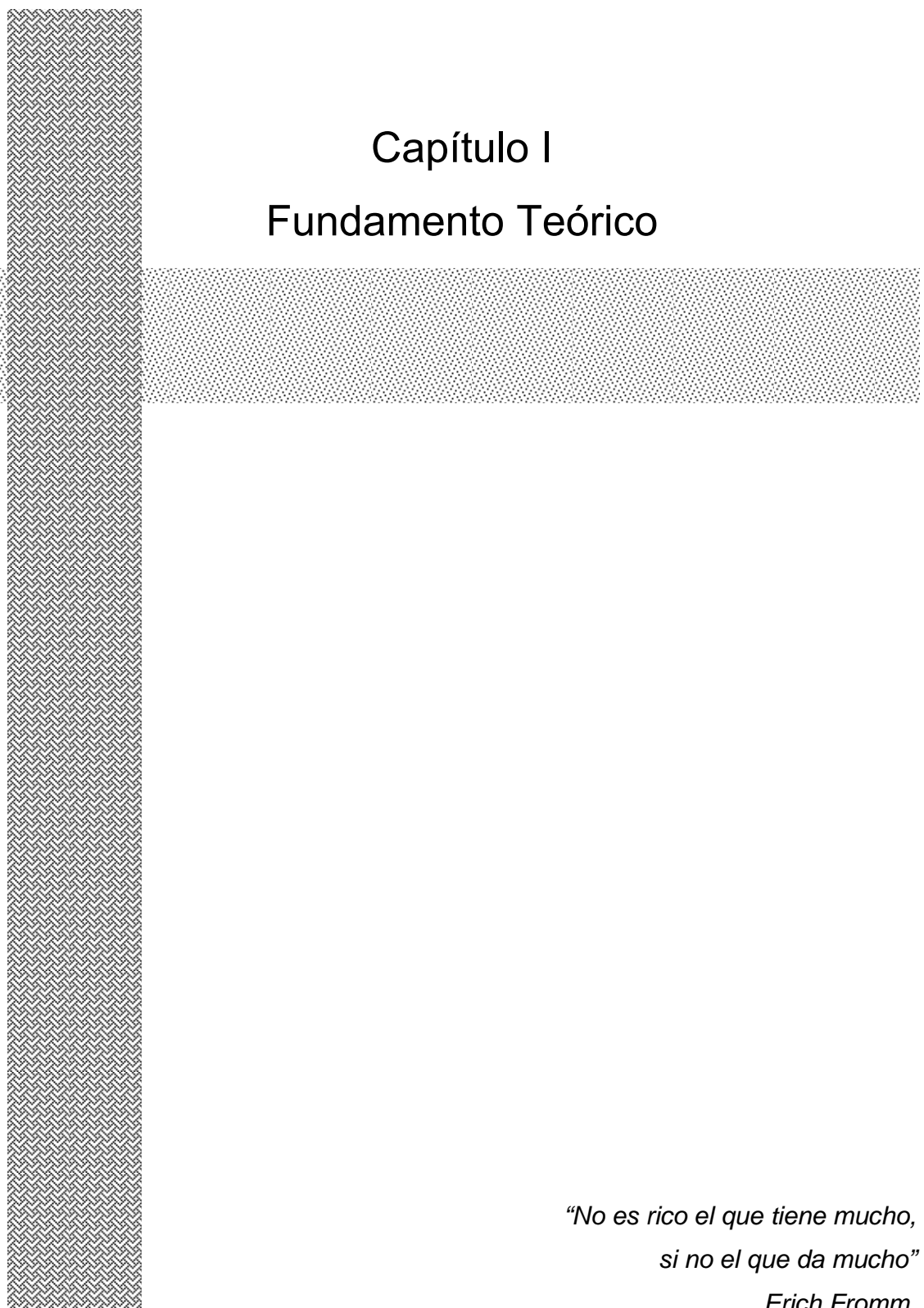
En el capítulo II se hace una reseña histórica del Spa, desde sus inicios en la Grecia y Roma antigua hasta la época actual, y como parte de la historia en México, se considera al temazcal y sus propiedades curativas, debido a la importancia que éste tenía para nuestros ancestros.

En el capítulo III se hace referencia al estudio de mercado del Spa, como el análisis de la demanda y de la oferta, ya que con la aplicación de la encuesta se determinaron las características del mercado potencial, los servicios que el Spa ofrecería y las estrategias de comercialización.

El capítulo IV corresponde a los aspectos técnicos y administrativos del proyecto, desde la localización, tamaño e ingeniería hasta la organización y aspectos legales requeridos para el establecimiento de la empresa.

Finalmente, el capítulo V se refiere al estudio financiero donde se calcula el monto total de la inversión, así como los recursos económicos necesarios para poner en marcha el Spa, es decir, el costo total de operación que contempla el área de servicio, administración y ventas. Además se determina la depreciación y amortización, capital de trabajo y punto de equilibrio, para detallar el estado de resultados pro forma y obtener los datos para conocer la utilidad y rentabilidad del proyecto en una evaluación financiera.

Por último se realizó un análisis sobre los posibles impactos que provocaría el Spa en el ambiente natural, brindando ciertas soluciones para disminuir aquellos impactos y aprovechar los recursos con que se cuenta.



Capítulo I

Fundamento Teórico

*“No es rico el que tiene mucho,
si no el que da mucho”
Erich Fromm.*



I. Fundamento Teórico

En el primer capítulo se abordarán los conceptos que dan fundamento teórico a la investigación, se comienza por explicar el modelo fenomenológico que será la base para explicar los términos de ocio, tiempo libre, recreación y turismo. Posteriormente, se analizará cada uno de los elementos que componen al sistema turístico con el fin de entender y definir al turismo de salud, para después incluir la definición de Spa y su clasificación. Finalmente, se hará referencia a la definición del estudio de factibilidad y a cada uno de los elementos necesarios para llevarlo a cabo.

1.1 Modelo Fenomenológico

Existen tres modelos que han abordado al turismo, tal es el caso del modelo industria turística, que se caracteriza por tener principal interés en la rentabilidad económica y el aprovechamiento del poder adquisitivo de los diferentes sectores de la población, es decir que “la industria turística se relaciona con el negocio del turismo” (Molina, 1997:53). Por otra parte, el modelo fenoménico considera al turismo como un fenómeno social y finalmente el modelo fenomenológico, es aquel que busca la esencia del turismo a partir de la experiencia del sujeto, logrando un desarrollo integral (Molina, 1997).

Hoy en día el turismo, se presenta como una alternativa que responde a las actuales necesidades del ser humano, las cuales, exigen la vivencia de experiencias personales y la preservación del medio que lo rodea. Por tanto, la presente investigación considera pertinente abordar al turismo desde un enfoque fenomenológico. Ya que dicho enfoque, concibe al turismo como un camino para el desarrollo humano integral, pues se basa en una concepción humanista que sintetiza las condiciones espirituales y materiales del ser humano, en una perspectiva histórica y evolutiva, con el fin de promover la reflexión constante en el ser humano y la formación de un estado de conciencia



superior, a través de su relación con el medio y con las experiencias turísticas vividas. Su esencia es el ocio, ya que lo concibe como una totalidad en sí, es decir, enfatiza la libertad en y del ser humano, la facultad de escoger y experimentar lo objetivo, a partir del mundo interno en un estado conciente.

Este modelo pretende atender a las exigencias del turista: descubrir experiencias auténticas, mantener un estrecho contacto con la naturaleza, viajar en pequeños grupos, rechazar paquetes turísticos prefabricados y vacacionar en épocas cortas en varios periodos cada año.

Por otra parte, este modelo ajusta los aspectos ecológicos, económicos, de mercados, financieros, arquitectónicos, entre otros, a concepciones de mayor amplitud, a la vez que los garantiza a mediano y largo plazo. Además, propone que las empresas deban ser manejadas por metodologías y tecnologías consecuentes con su filosofía y valores, de acuerdo a las auténticas necesidades, deseos y expectativas del ser humano, con un alcance universal situado en el presente histórico característico de su entorno social (Molina, 1997).

Sin embargo, para comprender mejor el fenómeno turístico, es necesario apoyarse del sistema turístico.

1.2 Sistema turístico

De acuerdo con Molina, “la teoría general de sistemas se relaciona con el modo de pensamiento totalizador, integral u holístico” (1997:30), por tanto, un sistema integra los elementos de un todo para lograr un fin común.

El sistema turístico también llamado SISTUR es un conjunto de elementos (supraestructura, sujeto del turismo, comunidad local, atractivos, planta turística,



infraestructura y entorno) interrelacionados que proporcionarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre (Boullón, 1991).

El turismo, como fenómeno contemporáneo, se caracteriza por ser un sistema abierto (posee la capacidad de intercambiar energía, materiales e información cualitativa y cuantitativa con el medio ambiente que lo circunda), por lo que puede renovarse.

El funcionamiento del sistema turístico posee desarreglos evidentes y de magnitud, causados por fuerzas provenientes del medio ambiente y de sus propias estructuras y funciones; en determinados periodos, el desorden del medio ambiente, junto con el del sistema turístico, puede llevar al colapso.

Sin embargo, para que el sistema turístico alcance armonía, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Conocimiento de las decisiones y sucesos que tienen lugar en cada uno de los elementos que integran el sistema turístico.
- Aptitud de cada elemento para emitir y recibir mensajes, desde y hacia cualquier elemento del sistema.
- Capacidad disciplinaria, en cada elemento, para reconocer y adoptar órdenes emanadas del sistema, las cuales persiguen mantener el equilibrio dinámico, que se dará solo si hay un acatamiento individual para beneficio general.
- Armonía en el medio ambiente o entorno.

Si consideramos que la operatividad del turismo está en función del sistema turístico, es necesario aclarar que dicha operatividad será regida y regulada por su entorno social, económico, político, tecnológico y ambiental (ver figura 1).



1.2.1 Elementos que componen el sistema turístico

El sistema turístico está integrado por el siguiente conjunto de elementos que se interrelacionan e interactúan con el fin de alcanzar un objetivo común:

a) **Supraestructura.** Regula el sistema turístico de acuerdo a los intereses, expectativas y objetivos de los demás elementos, se divide en: *organizacionales* que son organismos del sector público y privado, además de organismos intergubernamentales. Y *conceptuales* que son leyes, planes y programas.

b) **Sujeto del turismo.** Persona o grupo de personas con necesidades y expectativas de viaje, las cuales requieren ser cubiertas en un núcleo receptor.

c) **Planta turística.** Conforman la estructura de producción del sector que comprende los servicios turísticos y las instalaciones y equipamiento necesarios para producirlos (*Equipamiento:* establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas, esparcimiento y otros. *Instalaciones:* de agua y playa, de montaña y generales), más los recursos básicos que motivan aquella producción (atractivos turísticos). Además, se requiere de una infraestructura que consistente en el sistema de transporte y comunicaciones (Cárdenas, 1990:85).

d) **Atractivos.** Aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores de flujo turístico. De acuerdo con Gurria Di Bella (1991), los atractivos se dividen en naturales y culturales. Los primeros son creados por la naturaleza y los segundos son elementos en los que ha intervenido la acción humana, o bien se establecen por razones comerciales o culturales.

e) **Infraestructura.** Es la que presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico, sirve en la gestión de otras actividades económicas, además de resultar imprescindible para satisfacer necesidades sociales, puede clasificarse en: *Interna* (red telefónica, alcantarillado, agua potable y vías de comunicación,

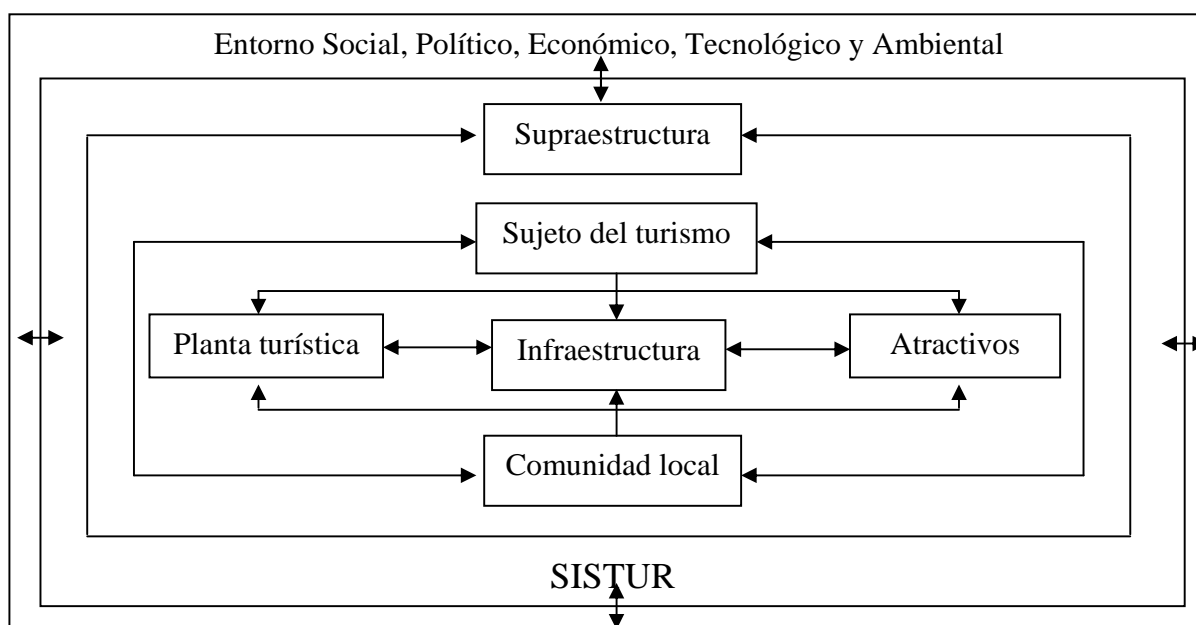


localizadas dentro de los límites de influencia de un destino turístico) y *externa* (aeropuertos, carreteras, telégrafos, es decir, los sistemas que contribuyen a enlazar un destino turístico con otro, o bien, con un centro urbano-industrial).

f) Comunidad local. Está conformada por grupos de individuos que residen de forma permanente en polos o centros turísticos, se divide en dos segmentos: los grupos que están directamente relacionados con el turismo (meseros, guías de turistas, empleados de aerolíneas, de agencias de viajes, de hoteles, otros) y los relacionados indirectamente (campesinos, agricultores, obreros y policías).

g) Entorno. Elemento del sistema turístico que mantiene una relación dinámica de cambio y desarrollo en el mismo, es decir, es el ambiente al que se somete y con el que interactúa el sistema turístico. (Molina, 1997).

Figura 1 Sistema Turístico



Fuente: Elaboración propia



De acuerdo con los principios del modelo fenomenológico y con base en el sistema turístico se delimitarán las definiciones de tiempo libre, ocio, recreación y turismo a partir de un enfoque humanista e integral.

1.3 Tiempo libre, ocio y recreación

1.3.1 Tiempo libre

El tiempo libre ha tenido diferentes interpretaciones a lo largo de la historia, por lo que se intentará llegar a una definición que permita entender más su complejidad. Por ello, como primer punto, se explicará el tiempo ocupado u obligado, entendido éste como:

“aquel durante el cual el individuo realiza actividades de carácter obligatorio o indispensable para su supervivencia” (Molina y Rodríguez, 1991: 28).

Dichas actividades responden a compromisos de tipo laboral o de estudio (obligaciones primarias); familiar, doméstico y social (obligaciones secundarias) y de tipo físico o biológicos (obligaciones fisiológicas). Por tanto, esta división permite establecer la siguiente ecuación:

$$\text{Tiempo libre} = \text{Tiempo total} - \text{Tiempo obligado}$$

De donde se deduce que tiempo libre es:

Aquel tiempo que puede ser disfrutado de manera personal, en el que el ser humano ejerce su derecho de libertad para autorrealizarse, tener vivencias trascendentales y cumplir sus objetivos individuales y de plenitud, sin generar efectos negativos en su entorno. Además, puede ser un tiempo en el que el ser humano desarrolle sus potencialidades más allá de lo que marca su trabajo, su familia y su grupo social.



Por ello, en el tiempo libre se puede manifestar una amplia gama de actividades, mediante las cuales, el ser humano pueda experimentar ocio.

1.3.2 Ocio

Cuando se habla de turismo y recreación se hace referencia a actividades de (descanso, diversión, relajación, convivencia-interacción, exploración, deporte, estéticas, contemplativas, compras, paseo, entre otras). Las cuales realizadas por el ser humano en un estado conciente, mediante el contacto con el medio y en su tiempo libre, le permitan no sólo reponer fuerzas, sino desarrollar habilidades intelectuales o manuales que faciliten fortalecer y acceder a niveles superiores de bienestar mental, emocional y espiritual, es decir, renovarse, desarrollarse, conocerse y realizarse así mismo.

Sin embargo, no está de más aclarar que en el tiempo obligado, el ser humano también puede experimentar ocio, mediante la realización de actividades como compromisos de tipo laboral, doméstico, social y fisiológico.

Por tanto, el ocio será definido como aquella actitud consciente que facilita al ser humano la autorrealización mediante su relación con el medio y la práctica de distintas actividades, generando siempre un efecto benéfico para su medio social, económico, físico y cultural, en un tiempo libre u obligado.

Además de satisfacer las necesidades individuales, el ocio enriquece como marco fenomenológico, la experiencia turística o recreativa de todos los individuos que se relacionan directamente con ella.

1.3.3 Recreación

Al igual que sucede con el tiempo libre, sobre la recreación existe una gran variedad de definiciones, para algunos especialistas la recreación es una forma



de uso del tiempo libre en periodos reducidos de tiempo, para otros son las actividades realizadas al aire libre, para realizar algún tipo de ejercicio, diversión o esparcimiento.

Para fines de la investigación, se define a la recreación como: cualquier actividad placentera (activa o pasiva), que permita modificar la forma de ser, pensar, obrar y sentir del ser humano, mediante el uso constructivo de su tiempo libre u obligado.

Finalmente y retomando lo anterior, se concluye que el modelo fenomenológico con respecto a su perspectiva humanista, mantiene estrecha relación con los términos de ocio, recreación y tiempo libre, ya que en general se interesan por el desarrollo personal, es decir, que el ser humano al desarrollar diferentes actividades en total libertad, obtenga un aprendizaje significativo que le permita modificar ciertas conductas o pensamientos, para así lograr la autorrealización personal, y por lo tanto se cumple con la esencia de la fenomenología que llevándola más allá, se puede considerar como una alternativa para el turismo, al ver a éste como un medio para el desarrollo integral, mediante las experiencias turísticas que involucren autenticidad y servicios especializados (de acuerdo a las exigencias de los sujetos del turismo).

1.4 Turismo

Turismo es un concepto con distintas interpretaciones, de ahí que exista una gran variedad de definiciones, algunas muy diferentes entre sí, según sea el enfoque que se le dé, o bien el ámbito de formación o trabajo de quien las formula, y de la época. Por ello, en esta investigación se abordará al turismo a partir del modelo fenomenológico definiéndolo como:

Un fenómeno multidisciplinario que se manifiesta cuando el sujeto del turismo realiza un desplazamiento temporal que puede ser fuera de su



residencia habitual por diferentes motivos, visitando uno o más atractivos turísticos durante su tiempo libre, generando múltiples relaciones con la comunidad local y el medio ambiente, permitiendo experiencias de ocio.

Para comprender la anterior definición, se presenta un análisis de los términos utilizados en la misma.

Fenómeno. Es aquello que el hombre pueda calificar, es fenómeno todo lo que es objeto de conocimiento humano manifestado en una dimensión espacio-tiempo (Molina, 1997).

Multidisciplinario. Se refiere a la participación de dos o más disciplinas para la provisión de servicios.

Sujeto del turismo. Persona o grupo de personas con necesidades y expectativas de viaje, las cuales requieren ser cubiertas en un núcleo receptor.

Desplazamiento temporal. Movilización de las personas a un lugar determinado. El carácter temporal del desplazamiento esta implícito en el propio origen del termino, que señala como condición regresar al lugar del cual se desplazó (Gurria Di Bella, 1991).

Residencia habitual: “lugar donde vivimos permanentemente, donde tenemos nuestro asentamiento definitivo. Lugar al cual estamos ligados por razones de orden social: la familia, el trabajo, los negocios, etc. Es el sitio donde permanecemos o pretendemos permanecer, sino para siempre, al menos por un largo periodo, y que tiene además efectos legales para terceros” (Gurria Di Bella, 1991:17).

Motivos. Promueven el desplazamiento y pueden ser de diferentes tipos, de acuerdo con lo que el ser humano desee o anhele hacer. Los motivos básicos



de los viajes pueden dividirse en cuatro categorías: *Físicos* (descanso físico, deportes, recreación en playas, entretenimiento relajante y otros relacionados con la salud), estos motivos reducen la tensión mediante actividades físicas. *Culturales*, se identifican por el deseo de conocer otros países, así como su música, arte, folclore, bailes, pintura y religión. *Interpersonales*, incluyen el deseo de conocer personas, visitar amigos o familiares, salir de la rutina, alejarse por poco tiempo de la familia y del lugar de donde se reside, o hacer nuevas amistades. Finalmente, destacan los de *status y prestigio*, que se refieren a las necesidades del ego y del desarrollo personal, como los viajes de negocios, convenciones, estudios, pasatiempos y educación (el deseo de reconocimiento, atención, apreciación y buena reputación pueden satisfacerse a través de los viajes). No obstante, estos motivos pueden variar de acuerdo al sexo, edad y nivel de escolaridad de cada persona (McIntosh, 1983: 97 y 98).

Atractivos turísticos. Aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores de flujo turístico. De acuerdo con Gurria Di Bella (1991), los atractivos se dividen en: naturales, aquellos creados por la naturaleza; culturales, aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones comerciales o culturales.

Tiempo libre. Es aquel tiempo que puede ser disfrutado de manera personal, en el que el ser humano ejerce su derecho de libertad para autorrealizarse, tener vivencias trascendentales, cumplir sus objetivos individuales y de plenitud, sin generar efectos negativos en su entorno. Además, puede ser un tiempo en el que el ser humano desarrolle sus potencialidades más allá de lo que marcan su trabajo, su familia y su grupo social.

Relaciones. El ser humano es un ser social, producto y productor de relaciones sociales. Al convivir con otros humanos adquiere un sentido de responsabilidad y solidaridad para con sus congéneres, mediante la adquisición de habilidades



que le permitan desarrollarse, comunicarse y asociarse con los demás. A su vez, este desarrollo, lo adquieren las personas, ya que su personalidad está determinada por todo aquello que le rodea: ambiente, costumbres, normas familiares, idioma, religión, etc. Así el contacto con otros individuos o grupos de individuos que pertenecen a otras regiones o países, repercutirá forzosamente en su modo de ser, pues el comportamiento social de las personas visitantes y las personas visitadas cambiará, al menos temporalmente, para que exista armonía en el trato recíproco. Estas relaciones tienen consecuencias de todo tipo, como son los cambios de costumbre, experiencias y vivencias que en algunos casos pueden ser negativas (Gurria Di Bella, 1991:18).

Comunidad local. Está conformada por grupos de individuos que residen de forma permanente en los polos o centros turísticos, se divide en dos grandes segmentos: los que están directamente relacionados con el turismo (meseros, guías de turistas, empleados de aerolíneas, de agencias de viajes, de hoteles, otros) y los relacionados indirectamente con el turismo (pescadores, campesinos, agricultores, obreros y policías).

Medio ambiente. Conjunto de componentes físicos, químicos biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un determinado plazo sobre los seres vivos y las actividades humanas.

Experiencias de ocio. Vivencia personal de una situación que permite la autorrealización del ser humano mediante su relación con el medio y la práctica de distintas actividades, en un tiempo libre u obligado.

Para finalizar, resulta evidente que la función principal del turismo para con el ser humano será la de facilitar el alcance de la autorrealización, por ello, es de vital importancia ofrecer productos y/o servicios turísticos que de acuerdo con el modelo fenomenológico y el sistema turístico, garanticen experiencias de ocio.



1.4.1 Clasificación de turismo

El turismo se puede clasificar de acuerdo a diferentes criterios, por ejemplo, a partir de los motivos de viaje (de descanso o vacaciones, de negocios o compras, deportivo, de aventura, religioso, cultural, científico, gastronómico, de congresos, convenciones, estudiantil, familiar, de amigos, de salud o medicinal), los cuales se caracterizan por las actividades que el turista desee realizar; otra clasificación se da a partir de su práctica (tradicional y alternativa) y según el origen del turista (nacional y extranjero), por mencionar algunos. En esta investigación, se tomará en consideración la clasificación de turismo por motivos de viaje, de donde se desprende, el turismo de salud.

1.5 Turismo de salud

Actualmente, el turismo de salud ha tomado una gran importancia en el ámbito turístico, ya que se presenta como una alternativa que permite disminuir los distintos problemas que aquejan a la población activa, como el estrés, violencia, ansiedad y angustia, causados por el acelerado ritmo de vida, que afecta el desempeño físico y mental, así como la capacidad de interacción de los individuos.

Cárdenas considera que el turismo de salud o medicinal, “es aquel que busca los medios para conservar, fomentar y restaurar la salud como clave fundamental del bienestar físico, mental y social” (1990: 84).

Esta nueva modalidad de turismo surge más por la necesidad que por moda, ya que desde sus orígenes su objetivo ha sido el de obtener un estado de relajación y bienestar personal.

Para la presente investigación, se definirá al **turismo de salud, como aquel fenómeno multidisciplinario que se manifiesta cuando el sujeto del**



turismo (hombre de negocios) realiza un desplazamiento temporal que puede ser fuera de su residencia habitual, principalmente por motivos de salud, con el fin de propiciar un estado de bienestar físico, mental, espiritual y social, durante su tiempo libre, mediante experiencias de ocio.

1.5.1 Clasificación del turismo de salud

El turismo de salud implica la promoción consciente de que viajar a un determinado lugar tiene beneficios para la salud, debido a un clima en particular, a los recursos naturales o a los servicios de salud que se proveen en dicho lugar (Goodrich, 1994, citado en Bolis, 2001), haciendo énfasis en el cuidado personal, la calidad de los servicios y satisfacción de aquellos que los utilizan. Al igual que el ecoturismo y el turismo de aventura, el turismo de salud ofrece un servicio especializado que se enfoca a una población en particular (personas que buscan servicios de salud). Estos servicios de salud se clasifican en cinco grupos (Hurtado, 1998, citado en Bolis, 2001).

Primer grupo: Servicios terciarios de salud altamente especializados prestados en hospitales y por profesionales de la salud, implican el tratamiento de una enfermedad o condición que incluyen trasplantes.

Segundo grupo: Servicios médicos ambulatorios y dentales que se prestan en consultorios, incluye los procedimientos más comunes como controles de salud e implantes dentales. Además incluye la cirugía estética, la modalidad más común de intercambio de servicios de salud, debido a que no necesita referencia de un médico ni cubrir un seguro médico, lo que facilita los trámites y permite que los pacientes elijan un lugar de acuerdo a sus expectativas.

Tercer grupo: Incluyen servicios de salud asociados a problemas del comportamiento, como la rehabilitación, que se proveen en lugares distintos a los hospitales.



Cuarto grupo: Comprende servicios de promoción y mantenimiento de la salud que se ofrecen en clubes de salud, complejos o lugares con atributos naturales. Cubre una serie de actividades y programas que son en su mayor parte preventivos, si bien pueden incluir tratamientos para algunas condiciones de salud.

Quinto grupo: Incluye aquellas terapias propias de la medicina alternativa.

De acuerdo con la clasificación anterior, se determina que los Spa, se encuentran en el cuarto y quinto grupo de servicios que ofrece el turismo de salud, ya que un Spa brinda diversos tratamientos que generan efectos positivos en la salud del ser humano, y algunas veces hace uso de la medicina alternativa. A partir de esta idea, se da lugar a la definición de Spa.

1.6 Spa

El Spa es un establecimiento que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua. La palabra Spa es la abreviación del latín “salutem per aquam” que significa salud por medio del agua.

La diferencia principal entre un Spa y un balneario o terma, es que en los balnearios o termas el agua con que se aplican las terapias posee propiedades minero-medicinales y por lo general están ubicados sobre puntos geológicos donde hay brotes o nacimientos de aguas con propiedades minero-medicinales o termales. En la actualidad se los Spa se ubican en cualquier lado, ya que se utiliza el agua corriente, en algunas ocasiones modificada agregándole sustancias como sales o aceites (www.terapiasi.com).



1.6.1 Clasificación del Spa

Los Spa son clasificados de diferentes maneras, siempre de acuerdo a los servicios que ofrecen a los usuarios. La Secretaría de Turismo en colaboración con la Secretaría de Salud realizaron la norma mexicana NMX-TT-009-IMNC-2004 SPA's que identifica 8 tipos de Spa:

Spa de destino – resort: su objetivo es el de proveer de manera integral un programa para mejorar la calidad del cliente, incluyendo servicios como: hospedaje, alimentación sana, corporales, faciales, hidroterapia, conexión mente - cuerpo y acondicionamiento físico.

Spa de hotel o de amenidad: forma parte de las instalaciones de un hotel, se considera un servicio adicional para la satisfacción del huésped que quiere disfrutar de sus vacaciones.

Spa de un día: lugar donde se brindan servicios de un solo día. No ofrecen alojamiento.

Spa de club: se desarrolla dentro de las instalaciones de un gimnasio o club deportivo. Tiene áreas de acondicionamiento físico y áreas en donde se ofrecen los servicios de Spa.

Spa médico: establecimiento Spa dirigido por médicos, donde el objetivo es promover la recuperación física - mental y prolongar la vida activa del ser humano.

Spa termal: cuenta con una fuente natural de agua mineral o termal, la cual se ofrece a través de tinas, baños de burbujas, baños con masaje, duchas e inhalaciones, además de contar con los servicios Spa convencionales.

Spa con termalismo marino: cuenta con instalaciones donde la utilización integral del medio marino natural es la base. La parte fundamental de los



servicios es el agua de mar, las arenas, limos marinos y algas, además de ofrecer servicios Spa convencionales.

Spa holístico: se ofrecen diferentes alternativas que contribuyen al equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu. Los servicios que se brindan están relacionados con el manejo de energía, conciencia del ser y desarrollo humano, además de los servicios de Spa convencionales.

Dicha clasificación, pretende hacer más fácil la elección de un establecimiento Spa, cuyas características determinen la capacidad, los requerimientos y demás aspectos importantes que deben conocerse cuando se pretende iniciar como negocio. Por tanto, en la presente investigación se considera establecer un Spa holístico, ya que el principal objetivo es brindar un servicio completo que contribuya a mejorar la salud física y mental mediante distintas actividades y disciplinas originadas por culturas antiguas, además de brindar alimentación balanceada, ejercitación, relajación y descanso.

Una vez que se conoce la clasificación del Spa que se pretende establecer, es necesario recurrir a estudios para garantizar el éxito del proyecto, estudios para conocer que tan factible y rentable será la empresa, si conviene invertir o no.

1.7 Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es un análisis para determinar si el negocio que se propone será viable y rentable, además permite conocer en que condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso; Es un instrumento de promoción y negociación con el cual se busca demostrar en los niveles ejecutivos y técnicos a los que tenga que recurrir, la bondad de la inversión analizada y con ello lograr los apoyos del caso, ya sea en las entidades crediticias, gubernamentales o entre los posibles socios (Hernández, 2001).



La factibilidad se determina a través de una investigación de mercado y el análisis técnico del proyecto, mismos que establecen la posibilidad de concretar una inversión. Así mismo, la rentabilidad se orienta a la evaluación económica y financiera de las inversiones (Molina, 1997).

1.8 Estudio de mercado

El estudio de mercado se define como una herramienta que ordena, clasifica, analiza e interpreta los datos cuantitativos y cualitativos, a través de herramientas estadísticas para identificar las características del segmento de mercado al que va a ser destinado el producto o servicio que se venderá (Baca Urbina, 2001), permite conocer la situación actual del mercado, conocer al consumidor, sus hábitos y motivaciones de compra, para determinar la estrategia comercial, que es importante para los nuevos productos y para definir el precio en sus diferentes etapas de comercialización.

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que el objetivo principal del estudio de mercado es suministrar información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto determinado, así como los análisis que aseguren la utilidad del proyecto o servicio que será prestado al usuario (Hernández, 2001).

1.8.1 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda se realiza de forma objetiva y las conclusiones se sustentan con base en la información recopilada, tomando en consideración:

- El bien que se piensa producir o el servicio que se va a ofrecer.
- A qué segmento se dirigirá.
- Descripción del universo por el cual existe interés.
- El tamaño mínimo de la muestra.
- Fórmula que se empleará para determinar el tamaño mínimo.



Para recopilar información, primero se requiere diseñar un instrumento, el cuestionario, que debe ser estructurado de acuerdo con el objetivo de la investigación, después se determina el tamaño mínimo de la muestra (grupo representativo) requerida y finalmente se selecciona la zona o zonas en donde se aplicarán.

La información obtenida de la encuesta, establece las características del segmento al cual se va a enfocar la empresa. Por tal motivo, es importante considerar los siguientes aspectos: características socioeconómicas sirven para conocer los datos generales de los encuestados en lo que respecta a: lugar de residencia, ocupación, sexo, estado civil, edad y promedio de ingresos. Los hábitos de consumo ayudan a conocer cómo perciben los encuestados el producto o servicio, si harían uso de este servicio y con qué frecuencia. Y la más importante, los gustos y preferencias de los encuestados con respecto al servicio o producto para posteriormente diseñar el concepto ideal.

1.8.2 Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios, que están dispuestos a ofrecer (vender) a distintos precios en un momento determinado. De acuerdo con la investigación de mercado, se refiere a la competencia e incluye lo siguiente:

- Oferta total existente. El primer paso en un análisis de la oferta consiste en la determinación de las cantidades y del valor total de la oferta en el sector respectivo y en especial de su estructura o conformación.
- La estructura del mercado. El segundo paso es referente a la situación competitiva.
- Número de competidores, calidad de los productos de la competencia, localización de los competidores, estructura legal y económica de las empresas, participación en el mercado, precios y utilidades de la competencia y potencial de la oferta.



1.8.3 Análisis del producto

La investigación del producto debe considerarse en estrecha relación con la investigación de la demanda.

El producto tratase de bienes y/o servicios, es el resultado natural de proceso productivo. La planeación del producto es indispensable para evitar la elaboración de estrategias comerciales defectuosas. Un factor que estimula esta planeación es el carácter competitivo e innovador de la mayoría de los mercados de bienes de consumo final. Las nuevas ideas pueden ser copiadas de manera rápida y convertidas en obsoletas por otras mejores (Erossa, 1999).

1.8.4 Análisis de precios

La empresa necesita fijar un precio que permita recuperar todos los costes de producción-operación, distribución y venta del producto, incluido un beneficio razonable de acuerdo con los esfuerzos realizados y los riesgos asumidos.

En el análisis de precios, se incluye la investigación de precios de la competencia para la cual pueden usarse los precios de catálogos de la competencia, descuentos al mayoreo, promedio de márgenes de utilidad con los cuales cuentan los distribuidores y los precios del mercado mundial. (Erossa, 1999).

Para la presente investigación, se determinará el precio de operación de cada servicio ofrecido por el spa, en función del coste total derivado de la suma del coste de la materia prima, mano de obra, envases, costos de energía eléctrica, costos de agua, combustibles, control de calidad, mantenimiento, cargos de amortización y depreciación, costos para combatir la contaminación entre otros.



1.8.5 Comercialización

La comercialización es la transferencia de un bien de los centros de producción a los centros de consumo, es importante colocar el bien en el tiempo y el lugar adecuado, de tal modo que el consumidor pueda efectuar sus compras para satisfacer sus necesidades y deseos. Para llevar a cabo la venta, el empresario recurre a la selección de canales de distribución para llegar al consumidor final; Teniendo en consideración que entre mayor sea el número de intermediarios que participen en esta etapa, el precio de las mercancías irá aumentando.

- Producto-consumidor. Es la vía más corta y sucede cuando el consumidor compra el producto directamente en la empresa.
- Producto-minorista-consumidor. En este canal existe un intermediario, antes de que el consumidor pueda adquirir sus mercancías.
- Producto-mayorista-minorista-consumidor. En este canal se contemplan dos intermediarios, el mayorista que es el que hace llegar el producto del centro de producción al minorista y de éste al consumidor final.
- Producto-agente-mayorista-minorista-consumidor. Funciona cuando la empresa productora está distante al centro de consumo. Se vale de agentes que den a conocer el producto a mayoristas, que suministrarán a los minoristas quienes venderán el producto al consumidor final.

1.9 Estudio Técnico-Administrativo

La importancia de dicho estudio radica en verificar la posibilidad de elaborar un producto/servicio, analizar y determinar el tamaño óptimo, localización, equipo, instalación y organización requeridos para establecer una empresa. Su objetivo es llegar a determinar la función de operación óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado (Sapag Chain, 2003).



El estudio técnico, pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cómo, cuándo, cuánto y con qué producir o elaborar lo que se desea, por tanto, dicho estudio comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

1.9.1 Localización del proyecto

Baca Urbina (2001) establece que la localización óptima de un proyecto es la que contribuye a lograr una alta tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

Los factores a considerar para determinar la localización son:

- Factores geográficos: clima, niveles de contaminación y desechos, comunicaciones (carreteras, vías férreas, rutas aéreas), etcétera.
- Factores institucionales: se vinculan con planes y estrategias de desarrollo y descentralización industrial.
- Factores sociales: relacionados con la adaptación del proyecto al ambiente y la comunidad (escuelas, hospitales, centros recreativos o facilidades culturales).
- Factores económicos: se refieren a costos de los suministros e insumos en esa localidad, como materia prima, servicios públicos, combustible, terrenos y la cercanía de los mercados.

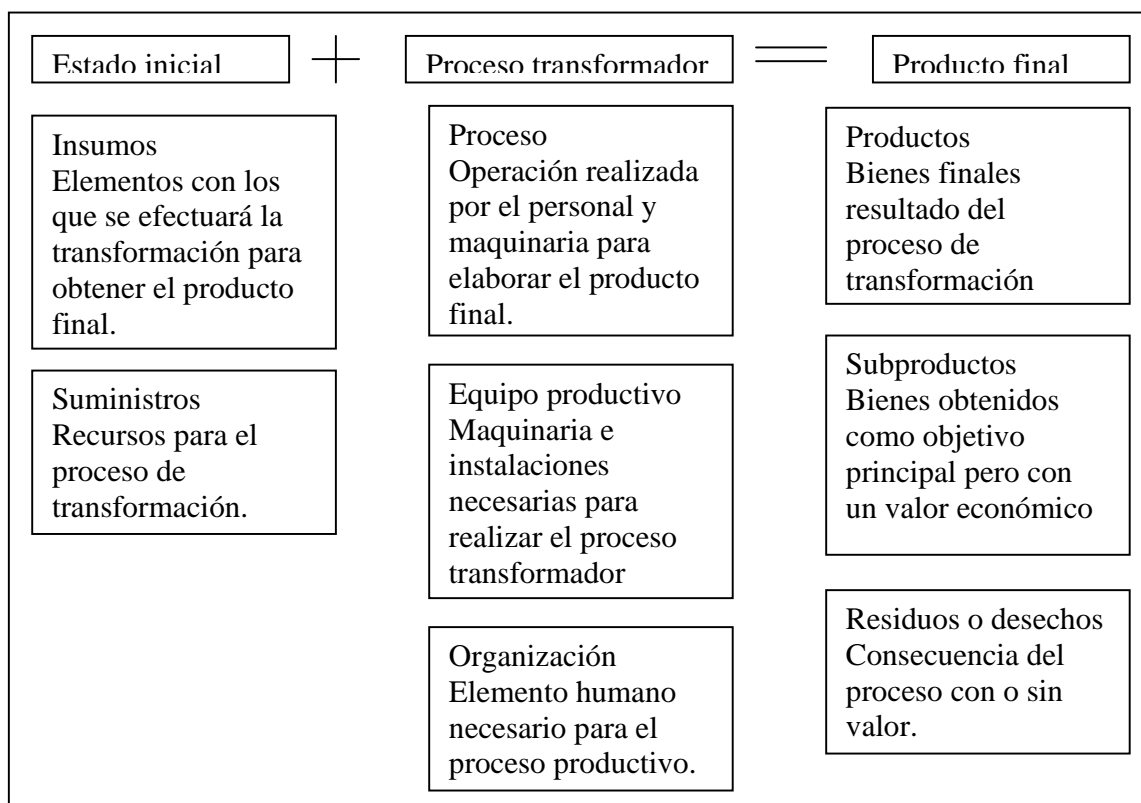
1.9.2 Ingeniería del proyecto

Su objetivo es resolver lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, desde la inscripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, hasta definir la estructura jurídica y la organización que habrá de tener la planta productiva (Baca Urbina, 2001).



Proceso de producción: Procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a través de los insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlos en artículos, mediante una determinada función de manufactura (ver figura 2).

Figura 2 Proceso de producción/operación del servicio



Fuente: Basado en Baca Urbina, 2001

1.9.3 Organización de la empresa

Se refiere a que se debe dotar a la organización de la flexibilidad necesaria para adaptarse rápidamente a los cambios de la empresa, dicha flexibilidad también se refiere a las instalaciones y a los espacios administrativos disponibles.



a. Organigrama

El organigrama se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación.

En el presente estudio, se muestra el Organigrama circular, el cual está formado por un cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima en la empresa, a cuyo alrededor se trazan círculos concéntricos, cada uno de los cuales constituye un nivel de organización. En cada uno de estos círculos se coloca a los jefes inmediatos, y se les liga con líneas que representan los canales de autoridad y responsabilidad.

b. Marco legal

La primera decisión jurídica que se debe adoptar es el tipo de sociedad que opera la empresa y su forma de organización; la segunda, determinar la forma de participación extranjera, en caso de que existiera, además es importante el conocimiento profundo del marco legal en diferentes aspectos, para aprovechar los recursos de la empresa. Por ejemplo:

En el mercado conviene conocer la legislación sanitaria, la elaboración y funcionamiento de contratos con proveedores y clientes, permisos de vialidad y sanitarios para el transporte de productos.

En cuanto a localización, los estudios de posición y vigencia de los títulos de bienes raíces. Litigios, prohibiciones, contaminación ambiental, uso intensivo de agua en determinadas zonas. Apoyos fiscales por medio de exención de impuestos, a cambio de ubicarse en determinada zona. Gastos notariales, transferencias, inscripción en el Registro Público de Propiedad y el Comercio.



En el estudio técnico es importante conocer el manejo de la transferencia de tecnología, la compra de marcas y patentes, el pago de regalías. Aranceles y permisos necesarios en caso de que se importe alguna maquinaria o materia prima. Leyes contractuales, en caso de que se refieran servicios externos.

En la parte interna de la empresa, correspondiente a la administración y organización, se deben revisar las leyes que regulan la contratación de personal sindicalizado y de confianza. Pago de utilidades al finalizar el ejercicio. Prestaciones sociales como vacaciones, incentivos, seguridad social, ayuda a la vivienda, etc. Leyes sobre seguridad industrial mínima y obligaciones patronales en caso de accidente de trabajo.

Aspecto financiero y contable. La ley del impuesto sobre la renta rige lo concerniente a: tratamiento fiscal sobre depreciación y amortización, método fiscal para la evaluación de inventarios, pérdidas o ganancias de operación, cuentas incobrables e impuestos por pagar, ganancias retenidas, gastos que puedan deducirse de impuestos y los que no están sujetos a esta política, etc.

Si la empresa adquiere un crédito de alguna institución crediticia, es relevante conocer las leyes bancarias y de las instituciones de crédito, así como las obligaciones contractuales que de ello se deriven.

1.10 Estudio financiero

Estipula cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la capacidad instalada (que abarque las funciones de operación, administración y ventas), además de la evaluación económica (Baca Urbina, 2006).



1.10.1 Determinación de los costos

La empresa necesita fijar un precio que permita recuperar todos los costes de producción-operación, distribución y venta del producto, incluido un beneficio razonable de acuerdo con los esfuerzos realizados y los riesgos asumidos.

a. Costos de producción

Son el reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Los costos de producción se anotan y determinan con las siguientes bases:

- Costo de materia prima: No se debe tomar en cuenta sólo la cantidad del producto final, sino también la merma de cada proceso productivo.
- Costo de mano de obra: La mano de obra del proceso se divide en directa e indirecta, la directa es aquella que interviene directamente en el proceso de producción (obreros), la indirecta se refiere a quienes aún estando en producción no son obreros (supervisores, jefes de turno, gerentes de producción). A todo cálculo de mano de obra, sea directa e indirecta se debe agregar al menos un 35% de prestaciones sociales, significa que al sueldo base hay que agregar INFONAVIT, IMSS, vacaciones, días festivos, aguinaldo y otros.
- Costos de energía eléctrica: para su cálculo se debe tomar en cuenta la capacidad de los motores eléctricos que intervienen en las operaciones del proceso y el tiempo que permanecen en operación por día, en general el costo por alumbrado de áreas de oficinas no es muy significativo respecto al importe total, en promedio, es de 2% a 3% del costo de energía eléctrica que se consume en el proceso productivo.
- Costos de agua: es un insumo importante en algunos tipos de procesos productivos, lo mínimo a considerar son 150 litros por trabajador, de acuerdo con la reglamentación vigente de la Secretaría del Trabajo.



- **Combustibles:** se considera a todo tipo de combustible que se utilice en el proceso, diesel, gasolina o gas, se calcula por separado debido a que en algunos casos puede ser muy elevado.
- **Mantenimiento:** este rubro es similar al del control de calidad.
- **Cargos de amortización y depreciación:** son costos virtuales, se tratan y tienen el efecto de un costo sin serlo. Para calcular el monto de los cargos se utilizan los porcentajes autorizados por la ley tributaria vigente en el país. Los cargos de amortización y depreciación además de reducir el monto de los impuestos, permiten la recuperación de la inversión por el mecanismo fiscal que la propia ley tributaria ha fijado.
- **Otros costos:** por detergente, refrigerantes, uniformes de trabajo, dispositivos de protección para los trabajadores, entre otros.
- **Costos para combatir la contaminación:** Además de la existencia de leyes de protección a favor del ambiente, se cuenta con las normas ISO-14000, por lo cual cada día se ejerce más presión sobre empresas contaminantes para que instalen equipos anticontaminantes y elaboren programas a mediano plazo para dejar de contaminar.

b. Costos de administración

Éstos provienen de la función administrativa de la empresa, incluyen los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos de oficina en general, los gastos de todos los departamentos o áreas que pudieran existir en una empresa se cargaran a la administración y costos generales, además de los de depreciación y amortización.

c. Costos de venta

El departamento o gerencia de ventas es también llamado de mercadotecnia, abarca la investigación y desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos



adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores, el estudio de la estratificación del mercado, la adecuación de la publicidad, la tendencia de las ventas, etcétera, la agrupación de estos costos es arbitraria.

d. Costos financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay que cargarlo a un área específica. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos.

1.10.2 Determinación de la inversión inicial

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

Activo tangible o fijo: Bienes propiedad de la empresa (terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas, etcétera), se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante).

Activo intangible o diferido: Conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, normas comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperatorios, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (luz, teléfono, agua, corriente trifásica, servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el



futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal, etcétera.

En el caso del costo del terreno, este debe incluir el precio de compra del lote, las comisiones a agentes, honorarios y gastos notariales, y aún el costo de demolición de estructuras existentes que no se utilicen para los fines que se pretenda dar al terreno. En el caso del costo de equipo y maquinaria, debe verificarse si este incluye fletes, instalación y puesta en marcha.

1.10.3 Depreciación y amortización

Depreciación tiene la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso éste vale menos, es decir, se deprecia y la amortización se aplica al activo diferido o intangible, pues amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

1.10.4 Capital de trabajo

Es la diferencia aritmética entre activo circulante y el pasivo circulante; Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, esto es, que hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad de efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. De aquí se origina el capital de trabajo, es decir, el capital con el que hay que contar para empezar a trabajar.

Aunque es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido, y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. Esto implica que la inversión fija y diferida puede



recuperarse por la vía fiscal, mediante la depreciación y amortización, la inversión en capital de trabajo no puede recuperarse por este medio, ya que se supone que, dada su naturaleza la empresa se resarcirá de él a corto plazo.

1.10.5 Financiamiento

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Cuando se pide un préstamo, existen cuatro formas de pagarlo:

- Pago de capital e intereses al final de cinco años.
- Pago de intereses al final de cada año, y de interés y todo el capital al final del quinto año.
- Pago de cantidades iguales al final de cada uno de los cinco años.
- Pago de intereses y una parte proporcional del capital (20% anual) al final de cada uno de los cinco años. (Baca Urbina, 2001).

Aunque se conozcan las utilidades probables del estudio durante los primeros años de operación, aún no se sabe si la inversión propuesta es económicamente rentable, por esta razón es justificable realizar una evaluación financiera.

1.10.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar el momento en el cuál las ventas cubrirán los costos, muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas incrementan o disminuyen con respecto a este punto. Para conocer el nivel donde los costos totales se igualan, es necesario clasificar los costos en variables y fijos (Gayle Rayburn, 1999).



Los costos fijos son periódicos, se suele incurrir en ellos por el simple transcurrir del tiempo. Cualquiera que sea el volumen de producción que se pretenda lograr no se puede evitar estos costos y son independientes del nivel de producción. Por ejemplo: el alquiler del local, salarios, gastos de mantenimiento, depreciación y amortización.

Los costos variables son aquellos que están directamente involucrados con la producción y venta de los artículos, por lo que tienden a variar con el volumen de la producción. Por ejemplo: materias primas, salarios a destajo o por servicios auxiliares en producción, comisiones por ventas, servicios auxiliares, como agua, energía eléctrica, lubricantes, refrigeración, combustible, etc.

1.10.7 Estado de Resultados pro forma

Documento contable que muestra los cambios de la situación financiera de una empresa, toma en cuenta el valor del dinero en función del tiempo. Muestra si un proyecto tendrá ingresos suficientes para su ejecución y si los márgenes de utilidad serán en la cantidad requerida para pagar deudas, financiar expansiones futuras y dividendos a los socios. Este análisis arrojará datos sobre la seguridad de recuperación de la inversión que el proyecto de factibilidad tiene y será la base para negociar financiamiento y atraer inversionistas (Brigham, 2001).

1.10.8 Evaluación Financiera

La evaluación financiera es la parte final de toda la secuencia del análisis de factibilidad de un proyecto. Este estudio toma en cuenta el valor real del dinero a través del tiempo y los indicadores son:

- Valor Presente Neto (VPN). Establece la relación de rentabilidad y toma en consideración el valor actual de futuras utilidades. Se basa en el




concepto de interés que se utiliza en las equivalencias financieras existentes en el mercado (Erossa, 1999).

- Tasa Interna de Retorno (TIR). Representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder su dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomarán prestados y el préstamo se pagará con las entradas en efectivo de la producción (Sapag Chain, 2003).
- Relación Costo Beneficio. Supone conocer si el proyecto cuenta con la rentabilidad económica para ser aceptado.
- Período de Recuperación de la Inversión. Tiempo que tarda un proyecto en ser pagado y se determina mediante restas sucesivas de cada Flujo de Efectivo a la inversión original hasta saldarla por completo (Baca Urbina, 2006).

1.10.9 Posibles impactos en el ambiental

La protección del medio ambiente, mediante la conservación de los recursos de los que depende el turismo, puede aportar grandes ventajas a los mercados turísticos: mayor satisfacción de consumidores, mayores oportunidades de inversiones futuras, un estímulo para el desarrollo económico y una mejora del bienestar de la comunidad receptor.

Por ello, se realizará un análisis sobre los posibles impactos que la empresa pudiera causar en el ambiente con la finalidad de detectar cuáles de ellos afectarían el ambiente natural. Es decir, que la empresa tendrá la capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras.



Capítulo II

Antecedentes Históricos

*“Lo más importante, no es trabajar, sino
producir y disfrutar de nuestro trabajo”*

Roger Partón Luján



II. Antecedentes Históricos

El presente capítulo hace referencia a los antecedentes históricos del Spa y a la importancia que tenían para el hombre, así como de las diferentes concepciones a través del tiempo, y por último, conocer el concepto actual del Spa. Además se hace referencia al temazcal en México y a los beneficios que éste tiene para contrarrestar las patologías presentes en el ser humano (específicamente a los hombres de negocios) a causa de su acelerado ritmo de vida.

Antecedentes históricos del Spa

El agua ha significado para el ser humano una fuente de vida y salud, pues ofrece propiedades minerales que favorecen la curación de diversas patologías, siendo el Spa uno de los mejores ejemplos del uso del agua con fines terapéuticos y cuyo origen se remonta al siglo XVI gracias a una ciudad belga llamada Spa, donde existía una fuente de agua mineral de gran pureza, que por sus propiedades excepcionales (alta concentración en oligoelementos y baja mineralización) fue reconocida a través del mundo (www.entretenete.com).

De este modo y considerando la popularidad que la ciudad de Spa obtuvo, con el tiempo muchas de las termas en Europa comenzaron a adoptar el nombre de la ciudad belga para hacer referencia a las virtudes terapéuticas de sus aguas termales, desde entonces la palabra Spa pasó a significar cualquier lugar medicinal o con termas minerales.

No obstante, las propiedades curativas del agua ya se conocían desde tiempo atrás por las civilizaciones griega y romana, quienes descubrieron que los baños termales ayudaban a reducir la fatiga, facilitar la absorción de sustancias curativas y mejorar la armonía entre el cuerpo y el espíritu (www.aquaurbanspa.com).



2.1.1 Edad Antigua (el esplendor de las termas)

a. Época Griega

La relación entre salud, agua y religión era muy importante para los griegos, ellos consideraban que la fe era la base de la curación, por ello muchos de los grandes santuarios, como Epidauro y Delfos, estaban ubicados en manantiales con propiedades curativas, por ser lugares benditos por los dioses (De la Rosa, 2004). Por esta razón, las termas se denominaron *asclepios*, en honor a Esculapio Dios de la Medicina y eran lugares de peregrinación para muchos enfermos.

No obstante, el médico griego Hipócrates (padre de la medicina moderna) creía que la fe no era razón suficiente para la curación, él consideraba que se llegaba a la curación por medio del agua, la vida sana, la luz, la dieta, los masajes y la tranquilidad psíquica. Por ello, Hipócrates utilizaba la hidroterapia como un método terapéutico para curar y mantener la salud, utilizaba el agua de todas las formas posibles; el agua fría para dolores articulares, procesos inflamatorios o contracturas musculares; el agua de mar para erupciones cutáneas, heridas simples o llagas no infectadas; y el agua caliente para espasmos musculares, insomnio y curación de heridas o llagas purulentas (www.abalnearios.com).

El empleo adecuado del agua era muy importante para los griegos, pues tanto la técnica como la frecuencia eran esenciales para la curación, aplicaban técnicas como chorros de agua, baños de vapor, compresas húmedas calientes y aplicaciones de fango, todas ellas utilizadas hoy en día.

Los griegos y romanos fueron los primeros en valorar los beneficios del agua, pero los romanos hicieron más complejo el ritual del baño, añadiéndole masajes y ejercicios de relajación, siendo esto la base sobre la que se construyeron los Spa actuales.



b. Época Romana

La época romana se caracterizó por la existencia de termas públicas en casi todas las grandes ciudades, se instalaban en extraordinarias construcciones arquitectónicas llamadas *Balnea termas*. Las termas proporcionaban baños comunales a gran escala, donde acudían todas las clases sociales, no sólo porque tenían las instalaciones necesarias para la higiene personal, sino que también servían como lugar de encuentro, sala de lectura o de conferencia y centro de competición deportiva, es decir, que los romanos solían asistir a las termas para ocupar su tiempo libre, convirtiéndose en un hábito para ricos y pobres.

Los romanos eran muy estrictos en la rutina del baño, por ello, las termas tenían una estructura específica que les permitía aprovechar cada sitio, es decir, primero se encontraba el vestuario o *apodyterium*, después la sala de los baños calientes o *caldarium*, a continuación el *tepidarium* un ambiente intermedio y por último la sala del baño frío o *frigidarium*. Alrededor de los ambientes principales estaban las *palestras*, amplios espacios destinados a la actividad física, además de una serie de estancias para los baños de vapor, las veneraciones, los masajes y la depilación, la piscina o *natatio* por lo general estaba al aire libre y las bibliotecas, salas de lectura, de reunión social y hasta lugares para consumir algún tentempié se ubicaban al exterior (Liberati, 2005).

Estos lugares alcanzaron gran popularidad entre los romanos provocando que todos los emperadores convirtieran los baños en uno de los proyectos principales, cada emperador trató de asegurar su popularidad y notoriedad haciendo su baño más espacioso, espléndido y más popular.



2.1.2 Edad Media

En la edad Media las personas ya no se preocupaban por mantener la salud del cuerpo por medio del agua, aún así, algunos baños romanos subsistieron durante algún tiempo, tanto por motivos de limpieza como para la cura termal, principalmente en los monasterios, donde se fomentó la cultura y la práctica sanitaria entre los monjes, a quienes se les permitía el baño dominical siempre que no se convirtiera, según el Papa Gregorio el Magno (540-604), “en un lujo para perder el tiempo” (Martínez Reguera, 1896 citado por De la Rosa, 2004).

A partir del año 1099 el aseo fue recuperando importancia y los baños públicos comenzaron a florecer nuevamente, retomando principalmente el baño caliente, que además de una práctica sanitaria e higiénica era un motivo de placer y se pusieron en auge los baños medicinales y las aguas curativas, de este modo, el agua se consideró un signo de riqueza que demostraba la presencia de una clase social elevada, convirtiendo al baño en un elemento que realizaba fiestas y recepciones, llegándose incluso a disfrutar de la comida durante el tiempo de baño, mientras un grupo de músicos amenizaba el evento.

A finales de la era medieval las casas de baño que habían recobrado su importancia comenzaron a decaer como consecuencia de los frecuentes encuentros íntimos que se producían, fue entonces cuando la gente prefirió los baños de agua mineral en los manantiales vivos, a los que se atribuían virtudes medicinales (www.abalnearios.com).

2.1.3 Edad Moderna

A finales del siglo XV y principios del XVI se inicia una nueva idea, contraria al espíritu religioso de la edad Media. El descubrimiento de la imprenta dio un giro de 180 grados a la humanidad, el poder de la lectura y su difusión escrita hizo que resurgieran los conocimientos sobre hidroterapia (www.abalnearios.com).



En los siglos XVII y XVIII aparecen muchos médicos que estudian y desarrollan la hidroterapia, como los médicos alemanes Ovelgün y Hoffmann que a través de sus estudios y publicaciones dan un fuerte impulso a la hidroterapia, logrando que los baños termales que habían caído en desuso en el periodo anterior recobraran su atractivo, ya que recomendaban las propiedades curativas del agua termal (Vogeler Ruíz, 2004).

Del mismo modo, los médicos Sigmund y Johann Hahn defendieron las aplicaciones hidroterápicas, no sólo como método preventivo sino como tratamiento terapéutico para diversas enfermedades que hoy en día se mantienen vigentes. Sin embargo, en el siglo XIX se inicia una nueva generación de médicos que provocaría un retroceso en la cultura de la hidroterapia, debido a su afán por descubrir nuevas técnicas e indicaciones para cada patología consiguieron que las aplicaciones hidroterápicas se volvieran muy complicadas. (www.abalnearios.com).

2.1.4 Edad Contemporánea

Durante siglos se había investigado sobre la hidroterapia y sus efectos saludables, pero la época de gran esplendor de la hidroterapia fue el siglo XX, cuando confluyeron factores sociales y científicos que le dieron un impulso definitivo. El desarrollo científico y tecnológico provocó estudios más profundos y necesarios para comprender la base de la hidroterapia y su funcionamiento, además los estudios de medicina ayudaron a entender el funcionamiento del cuerpo humano y mejorar los diagnósticos y técnicas.

A finales del siglo XX, surgen ciertas enfermedades provocadas por el ritmo de vida (el estrés, el trabajo y la vida insana), lo que hace que resurja el interés por la hidroterapia, buscando lugares donde se ofrezca aquella técnica, como los balnearios, instalaciones modernas sobre antiguas construcciones romanas, las zonas de relajación o los centros que ahora se llaman Spa donde se ofrecen



servicios a base de agua entre otros servicios que ayudan a contrarrestar las enfermedades.

Mientras que en Europa se desarrollaron las termas, los balnearios o los centros que actualmente se llaman Spa, en México algunas culturas prehispánicas usaban el baño de vapor con fines terapéuticos y de purificación, que ayudaba a mantener la salud y a curar a los enfermos, este baño tradicional es llamado temazcal.

2.2 El Temazcal en México

Por miles de años antes de la llegada de los españoles los pueblos indígenas de Mesoamérica desarrollaron una civilización altamente avanzada, donde la medicina herbal y las costumbres naturales de salud eran especialmente sobresalientes, así como la pulcritud e higiene. Por ello, desarrollaron un baño a vapor con hierbas que formaba parte de la vida tradicional y era utilizado por las mujeres, antes, durante y después del parto, para el tratamiento de diversos males de la población y para la limpieza y bienestar general (Colección Mayor Estado de México, 2007).

Dicho baño a vapor con hierbas se llama temazcal o *temazcalli*, palabra de origen náhuatl que significa casa del baño de vapor (www.eltamazcal.com), es una ceremonia de origen prehispánico utilizada para purificar cuerpo y espíritu, se lleva a cabo dentro de una pequeña construcción y por medio de una combinación de energías emanadas del fuego, el agua, las rocas y las hierbas se mejora la salud física, emocional, mental y espiritual.



2.2.1 El Ritual del Temazcal

El ritual es presidido por *Temazcaltoci*, Diosa de la Salud y se inicia con una ceremonia de consagración con copal, romero, palo dulce, cedro o salvia para limpiar todas las cosas y/o personas que vayan a ingresar al temazcal, mientras se calientan las piedras de origen volcánico en un ombligo de fuego sagrado.

Posteriormente el guía se introduce en el temazcal para realizar una oración con el *popochcomitl* (sahumador donde se depositan las esencias para ser quemadas), después ingresan las personas y el guía ordena las piedras una por una en las cuatro direcciones o puntos cardinales con el *cahuaztli* (baquetas hechas de madera rígida para el uso rudo), entonces se unta el *pachtli* (medicina) en las primeras piedras y se cierra la puerta. Finalmente el guía coloca el agua sobre las piedras para producir vapor, éste es el momento para trabajar con *tezcatlipoca* (espejo humeante) en medio de *atlachinoli* (fuego y agua), creando la energía para la purificación (www.tlazolteotl.com.mx).

2.2.2 Beneficios del Temazcal

El temazcal es un baño donde se generan vapores curativos que purifican y elevan la temperatura del cuerpo haciéndolo sudar, por lo que se abren los poros de la piel y se expulsan toxinas, además de que la alta temperatura fortalece el corazón y el flujo de la energía; ayuda en el alivio de enfermedades crónico-degenerativas, equilibra la temperatura, trastornos endocrinos, migrañas, limpia las vías urinarias, combate el cansancio crónico, insomnio, desórdenes femeninos, mejora el metabolismo y equilibra el ph (www.temazcallinaturalspa.com).

Actualmente por su alto impacto en la salud, el temazcal se utiliza como remedio terapéutico, en algunas ocasiones las personas lo llegan a utilizar para experimentar sensaciones nuevas. Existen algunos lugares donde se brinda el



baño temazcal como único servicio, sin embargo, también se puede encontrar en los Spa como un servicio adicional para aquellas personas que deseen conocer como se lleva a cabo un ritual de temazcal.

2.3 El Spa en la actualidad

Hoy en día, la mayoría de los Spa no ofrecen terapias con aguas termales, sino con agua potable, pero ofrecen los mismos servicios de salud, con la diferencia que el agua termal tiene propiedades terapéuticas de corte medicinal que por sí sola ayuda a contrarrestar la enfermedad y el agua potable al ser natural necesita de aceites u otras sustancias para producir efectos en el cuerpo.

Un Spa es un centro en el cual se puede mezclar la salud, la belleza y el ocio, el deporte y otras actividades, ya que no se limitan a las terapias con agua, sino que también ofrecen diversos masajes, faciales, tratamientos corporales, clases deportivas, instalaciones para realizar ejercicios, centros de belleza, sesiones de yoga y meditación (www.entretenete.com). Los Spa son espacios donde las personas pueden relajarse y alcanzar el bienestar físico y mental, por esa razón son lugares únicos que ofrecen gozar de una vida plena.

El concepto actual del Spa se basa en el pensamiento romano de salud por medio del agua y el complemento del baño con masajes que utilizan aceites para relajar y aliviar cuerpo y mente. La importancia del Spa radica en contrarrestar los malestares que aquejan al hombre actual como el estrés, la ansiedad y la depresión.

2.4 El estrés

El estrés es el principal factor que afecta la vida actual del ser humano, ya que produce una sintomatología que normalmente se va acumulando por no poder liberar la tensión, convirtiéndose en síntomas fisiológicos, aunque los factores



sean psicológicos. Por ello se considera al estrés como un fenómeno fisiológico, una reacción del organismo ante ciertas situaciones que considera peligrosas o amenazantes, que tiene por objetivo mantener el equilibrio fisiológico del individuo (www.mediks.com).

La exposición a situaciones de estrés no es en sí misma algo "malo" o que conlleve a efectos necesariamente negativos, sólo cuando las respuestas de estrés son excesivamente intensas, frecuentes y duraderas. En momentos iniciales estos trastornos son relativamente leves, lo cual se debe a que el organismo emite señales que permiten ponerse en guardia y prevenir el desarrollo de problemas importantes.

Cuando el estrés es excesivo, el organismo reacciona y produce cambios a nivel biológico, psicológico y social. Algunos de estos cambios, según Rodríguez González (2002) son:

Fisiológicos: Aumento de la tasa cardiaca, la presión arterial, del ritmo respiratorio, sudoración, tensión muscular, eleva los niveles de adrenalina, así como los niveles de azúcar en la sangre. Incremento del metabolismo basal, del colesterol y liberación de ácidos grasos en la sangre. Inhibición del sistema inmunológico y dificultad para respirar.

Motores: Hablar rápido, temblores, tartamudeo, voz entrecortada, imprecisión, precipitaciones, explosiones emocionales, comer en exceso o inapetencia, bostezos y trastornos del sueño.

Cognitivos: Preocupaciones, dificultad para tomar decisiones, confusión, incapacidad para concentrarse, falta de atención, de control, de orientación, olvidos frecuentes, bloqueos mentales e hipersensibilidad a la crítica.

La reacción más frecuente al estrés, a nivel psicológico, es la ansiedad.



2.4.1 Ansiedad

Es un sentimiento de recelo o miedo, una sensación normal ante cambios o situaciones nuevas que aparecen constantemente en la vida. La fuente de este desasosiego no siempre se sabe o se reconoce. Se caracteriza por una aprensión ante un conflicto (www.abalnearios.com).

Los síntomas de ansiedad, de acuerdo con Cano Vindel (2002), son:

- A nivel cognitivo-subjetivo: preocupación, temor, inseguridad, miedo, dificultades para pensar, estudiar o concentrarse.
- A nivel fisiológico: sudoración, tensión muscular, temblor, taquicardia, palpitaciones, molestias gástricas, dificultades respiratorias, opresión torácica, dolores de cabeza, mareo, náuseas, desmayos.
- A nivel motor u observable: evitar situaciones temidas, fumar, comer o beber en exceso, intranquilidad motora (movimientos repetitivos, rascarse, tocarse, etc.), tartamudear, llorar.

Al igual que la ansiedad, el estrés, puede producir enfado o ira, irritabilidad, agotamiento físico o la falta de rendimiento, además puede provocar depresión, otra de las patologías de la vida actual.

2.4.2 La depresión

La depresión se define como “un estado patológico caracterizado por alteraciones del estado de ánimo y de la afectividad” (Enciclopedia de la Psicología, 1992:82). La tristeza y el abatimiento son los síntomas más conocidos de una depresión, pero dependerá de su intensidad, frecuencia y duración.



Uno de los cambios que produce la depresión son los trastornos del estado de ánimo, alteraciones del humor, el estado emocional de la persona, pérdida de interés por casi todas las actividades, pérdida de apetito, fatiga, sentimientos de culpa, dificultad de concentración, alteraciones funcionales como la del sueño, lenguaje, trastornos digestivos, entre otras (www.abalnearios.com).

2.4.3 El estrés laboral

El estrés se puede manifestar en diferentes ámbitos: social, familiar y laboral, sin embargo, por fines del presente trabajo sólo se profundizará en el estrés provocado por la actividad laboral.

Debido a que el estrés es una reacción a situaciones diversas, que puede dinamizar la actividad del individuo provocando un incremento de recursos (atención, memoria, activación fisiológica, rendimiento, etc.), logrando aumentar la productividad laboral, pero cuando este proceso de activación es muy intenso o excede de tiempo, los recursos se agotan y llega el cansancio, así como la pérdida de rendimiento.

El estrés laboral aparece cuando las personas no organizan ni estructuran su trabajo atendiendo a sus necesidades y capacidades. Suele ser consecuencia de la intensidad de demandas laborales o por problemas de índole organizacional. Se considera como un problema de salud que no sólo afecta a los trabajadores, al provocarles incapacidad física o mental, sino también a los empleadores y los gobiernos, que evalúan el daño financiero que les causa el estrés, debido al absentismo, rotación o fluctuación del personal, disminución del rendimiento físico, disminución del rendimiento psicológico, afectaciones en la calidad del trabajo realizado, accidentes laborales, indemnizaciones por conceptos de reclamación o certificados médicos, seguros de enfermedad y gastos médicos directos (Rodríguez González, 2002).



Los factores estresantes pueden aparecer prácticamente en cualquier ocupación, profesión o puesto de trabajo. González Cabanach (1998) distingue algunas de las fuentes potencialmente estresantes en el contexto laboral.

- Factores intrínsecos al propio trabajo. Las condiciones físicas en que se realiza, la sobrecarga laboral, disponibilidad de recursos, el contenido de trabajo.
- Factores relacionados con el desempeño de roles. Ambigüedad del rol, conflicto de roles, exceso o falta de responsabilidad.
- Factores relacionados con las relaciones interpersonales que se generan en la vida laboral.
- Factores relacionados con el desarrollo de la carrera profesional. Falta de congruencia, falta de competencia para desempeñar un puesto.
- Factores relacionados con la estructura y el clima organizacional. Falta de participación en la toma de decisiones, carencia de autonomía, etc.

Nadie está exento de sufrir alguno de los síntomas provocados por el estrés, mucho menos en el ambiente laboral, donde por cualquier situación que demande un esfuerzo mayor al que se pueda manejar, las personas son más propensas a desarrollar alguna de las patologías antes mencionadas. Principalmente los hombres de negocio, quienes pasan la mayor parte de su tiempo involucrados en situaciones de estrés laboral.

2.5 Hombres de Negocios

Se considera al factor humano como el recurso "motor" que permite incrementar la competitividad de una organización, logrando con ello, sinergia entre lo económico y lo social, convirtiéndose así, en un importante factor en el que se invierte cada día más.



Cuando se habla del factor humano, se incluye a todo el personal que forma parte de una organización, desde las personas que conforman los mandos operativos y mandos medios hasta los directivos, no obstante, la tarea de los gerentes y/o directores de una organización, consiste en mantener y lograr el éxito de una empresa, siendo estos últimos a quienes se consideran hombres de negocios.

El término hombre de negocios se aborda desde una perspectiva de género, entendiéndose como aquel ser humano del género masculino dedicado a la administración, control, gestión y/o dirección de una o varias empresas u organismos (entendiendo por empresa a toda aquella sociedad comercial o industrial, y por organismo a cualquier conjunto de oficinas, dependencias o empleos que conformen un cuerpo o institución, Real Academia Española, edición XXI, 2001) del sector público o privado, encargado de la toma de decisiones, capaz de trabajar bajo presión y responsable de buscar y lograr la competitividad de la empresa, mediante la formulación de planes y estrategias.

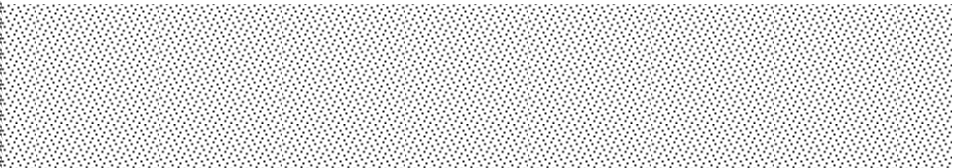
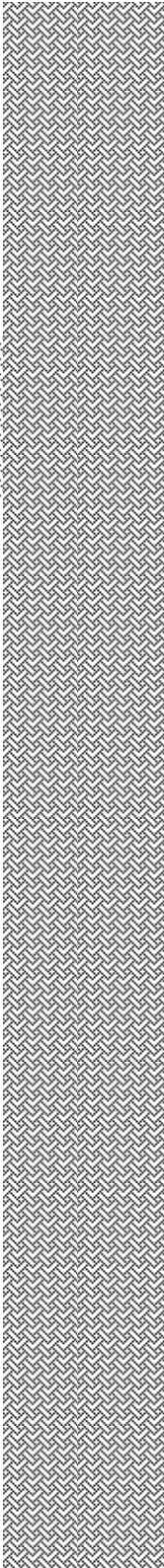
Todas aquellas actividades forman parte del ritmo de vida al que están sujetos los hombres de negocios, y que pueden afectar la salud individual o colectiva en los lugares de trabajo (Rodríguez González, 2002). Al mismo tiempo las exigencias de los nuevos empleos y el desinterés por mantener una vida saludable, pueden incrementar el estrés laboral, que de acuerdo con Rowshan (1997) es un problema de salud que aparece como consecuencia de la sobrecarga laboral, exceso o falta de responsabilidad y demás problemas de índole organizacional, lo que afecta al trabajador y provoca efectos negativos como: apatía, dificultades en las relaciones interpersonales, disminución en el rendimiento laboral, tristeza y trastornos en el organismo determinados por presión arterial, tensión muscular y sistema inmunológico débil.

Lo anterior ha provocado la búsqueda de diversas alternativas que ayuden a los hombres de negocios a contrarrestar los efectos negativos de su ajetreada vida laboral, la actividades físicas, como el ejercicio, son un medio terapéutico pues



genera sentimientos placenteros que inciden en su estado de ánimo, al igual que apreciar y gozar la variedad de paisajes y sonidos que le rodean, un paseo por el parque, desarrollar actividades con amigos, relajarse y/o meditar (estado de conciencia provocado por diversas técnicas que buscan separar al individuo de su vida diaria, disminuyendo el estrés) son algunas actividades que benefician la salud y puede practicarse durante su tiempo libre.

A pesar de las diversas actividades que el hombre puede realizar para mejorar su salud, existe una alternativa más que ayude a mantener un estado de bienestar físico y mental para mejorar la productividad laboral. Tal es el caso del Spa que mediante un servicio integral basado en masajes, saunas, alimentación e hidroterapias, logra disminuir los problemas causados por la acumulación de estrés en el cuerpo.



Capítulo III

Estudio de Mercado

*“La paciencia es el dote de los fuertes.
Conseguirás la grandeza, cuando no seas arrogante
con el humilde, ni humilde con el arrogante”*

Anónimo



III. Estudio de Mercado

La finalidad del capítulo es conocer la situación actual del mercado para integrar los servicios del Spa, lo que permitirá desarrollar la estrategia comercial considerando el comportamiento de los consumidores potenciales, de los competidores y de los proveedores; así como, determinar los precios del servicio, su medio de distribución y finalmente conocer el riesgo del servicio que se va a ofrecer y decidir si se establece o no el Spa.

3.1 Análisis de la demanda

Para determinar la demanda fue necesario, recopilar información proveniente de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, A.C. (AMAI), con la finalidad de establecer las características de la población a la cual se pretende conocer mediante la aplicación de encuestas a una muestra representativa de la misma.

Por tanto, las características de la población se muestran en el cuadro 1:

Cuadro 1 Características de la población

Nivel Socioeconómico	C+ desde \$21,000 a \$49,00 C desde \$6,000 a \$20,000
Edad	A partir de 25 a más de 40 años
Género	Masculino

Fuente: Elaboración propia



Para conocer el tamaño mínimo de la muestra, se tomó en cuenta la fórmula de universo infinito, ya que no se conoce la cantidad de hombres que pueden asistir al Spa, principalmente porque la empresa estará dirigida tanto a los habitantes como a los visitantes del municipio de Tepetzotlán.

La fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

Z²= nivel de confianza

p= variabilidad positiva

q= variabilidad negativa

e²= precisión o error

Sustituyendo:

Z= 95% = 1.96 (valor obtenido de la tabla de probabilidades)

p= 50% = 0.5

q= 50% = 0.5

e² = 6%

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.06)^2} = \frac{(3.8416)(0.25)}{(0.06)^2} = \frac{0.9604}{0.0036} = 266.77$$

De acuerdo con el resultado obtenido en la fórmula, la cantidad de cuestionarios a aplicar fue de 267 cuestionarios (ver anexo 1), los cuales estuvieron diseñados por 13 preguntas cerradas.

La aplicación de la encuesta, se llevó a cabo en el Municipio de Tepetzotlán, durante los fines de semana de los meses de Julio, Agosto y Septiembre, en la Plaza de la Cruz, por ser considerada tanto por los habitantes del lugar, como por los visitantes, un área céntrica y turística, además de ser un importante punto de referencia.



3.1.1 Análisis e interpretación de datos (encuesta)

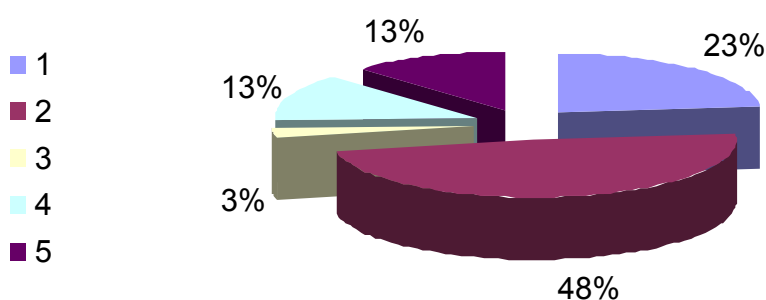
Los resultados obtenidos de acuerdo a cada pregunta, fueron los siguientes:

1. Para usted un Spa es:

- 1) Un lugar donde se ofrecen servicios a base de agua
- 2) Un centro de relajación
- 3) Un espacio de distracción
- 4) Un lugar que permite mejorar la salud
- 5) Un lugar donde se brinda atención estética

Gráfica 1. Concepto de Spa

1.- Para UD, un Spa es:



Esta pregunta se realizó con el propósito de identificar si los hombres conocen lo que es un Spa y sobre todo, el motivo que provoca en ellos el desplazarse a dichos lugares. De tal forma que de los 267 hombres encuestados, el 48% considera que un Spa es un centro de relajación, seguido por un 23% quien dice que es un lugar donde se ofrecen servicios a base de agua, sin embargo, un porcentaje equilibrado del 13%, lo consideran como un lugar para mejorar la salud y donde se brinda atención estética, y finalmente, para un 3% de ellos, es simplemente un espacio de distracción.



A partir de lo anterior, se puede determinar que para los hombres un Spa es más que un lugar de belleza o dispersión, es un lugar importante donde pueden mantener la serenidad o tranquilidad, mediante un estado de relajación, a la vez que mejoran su salud física y mental.

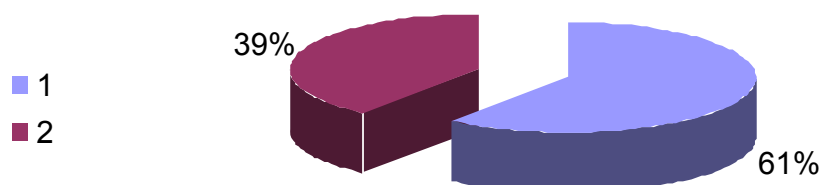
2. ¿Ha hecho uso de éste tipo de servicio?

1) Si

2) No

Gráfica 2. Uso del servicio Spa

2.- ¿Ha hecho uso de éste tipo de servicio?



En esta pregunta se pretende conocer cuántos hombres han hecho uso del servicio de Spa, se dedujo que el 61% de los encuestados han visitado alguna vez un Spa, y un 39% definitivamente nunca ha visitado alguno. Lo que significa, que realmente existe un mercado importante al cuál dirigir la atención, convirtiéndose así, en una oportunidad para la creación de un Spa dirigido a hombres de negocios, ya que hoy en día, los hombres disfrutan cada vez más de visitar los Spa, como ya se mostró en la gráfica anterior.

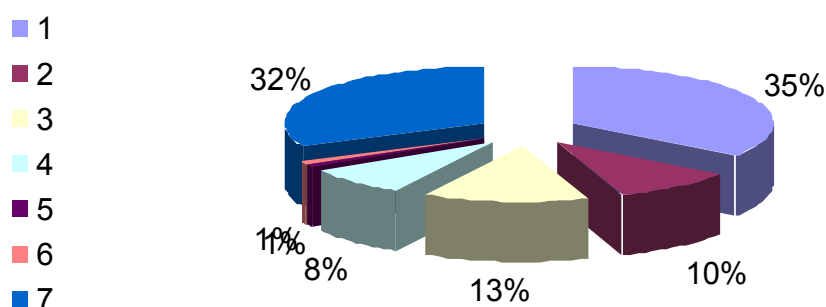


3. ¿Qué servicios ha utilizado dentro del Spa?

- 1) Sauna
- 2) Hidroterapia
- 3) Tratamientos faciales y corporales
- 4) Gimnasio
- 5) Alimentación
- 6) Servicio médico
- 7) Masajes

Gráfica 3. Servicios utilizados

3.- ¿Qué servicios ha utilizado dentro del Spa?



Los resultados obtenidos de la pregunta 3 se relacionan con la pregunta número 2, es decir, que del 61% de los hombres que contestaron que han visitado un Spa, el 35% prefiere el servicio de sauna, seguido por un 32% motivado por los masajes, dejando en tercer lugar los tratamientos faciales 13%, en cuarto lugar la hidroterapia con un 10%, el 8% utiliza el gimnasio y finalmente con un 1% están los servicios de alimentación y el servicio médico. Lo que permite identificar, que los principales servicios a ofrecer, de acuerdo con la preferencia de los hombres, deben ser el sauna, los masajes y probablemente los tratamientos faciales y corporales, ya que aunque fue un escaso 13% quien lo ha utilizado, sería importante considerarlo como un mercado potencial.

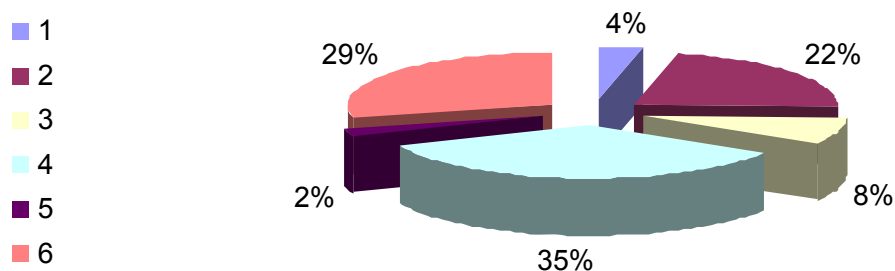


4. ¿Con qué frecuencia asiste a un Spa?

- 1) Cada semana
- 2) Cada dos meses
- 3) Cada mes
- 4) 2 veces al año
- 5) 1 a 3 veces al mes
- 6) Cada año

Gráfica 4. Frecuencia de uso

4.- ¿Con qué frecuencia asiste a un Spa?



Esta pregunta, al igual que la pregunta 3, fue dirigida únicamente a los hombres que contestaron “haber hecho uso del servicio Spa”. Los resultados se muestran en la gráfica 4, en donde se puede observar, que el 35% de los encuestados tuvieron una frecuencia de uso de 2 veces al año, un 29% cada año, 22% cada dos meses, el 8% cada mes, el 4% cada semana y el 2% de una a tres veces al mes. Estos resultados llevan a deducir que es necesario promover el uso de los servicios de Spa, mediante promociones, paquetes, atención personalizada, etc., diseñando una estrategia para incrementar la frecuencia de uso de los usuarios.

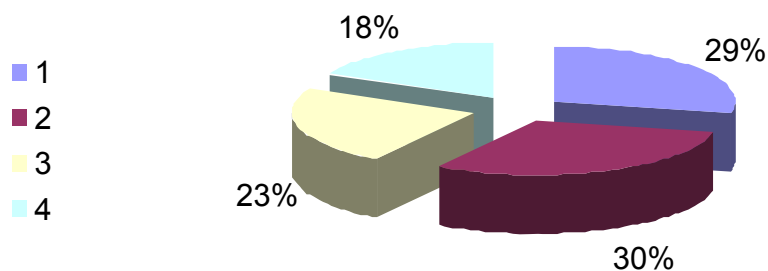


5. Edad en años

- 1) de 25 a 29
- 2) de 30 a 34
- 3) de 35 a 39
- 4) 40 ó más

Gráfica 5. Rango de Edad

5. - Edad en años:



La gráfica 5 muestra el rango de edad en que se encuentran los hombres encuestados, donde el 30% se encuentran entre 30 a 34 años, el 29% entre 25 a 29 años, el 23% entre 35 a 39 años y el 18% son mayores de 40 años. Por tanto, se deberá poner mayor atención respecto a las necesidades y exigencias de los hombres en el rango de 25 a 34 años de edad, claro está, sin demeritar la calidad de los servicios que se ofrezcan a los hombres mayores de 40 años.

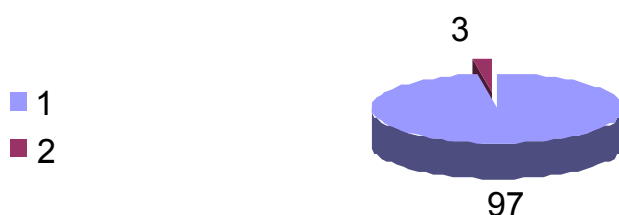


6. Si en Tepotzotlán se estableciera un Spa destinado a hombres de negocios, ¿usted asistiría?

- 1) Si
- 2) No

Gráfica 6. ¿Asistiría a un Spa en Tepotzotlán?

6.- Si en Tepotzotlán se estableciera un Spa destinado a Hombres de Negocios, ¿Ud. asistiría?



Tepotzotlán además de ser una zona turística que prefieren muchas personas como destino, es un lugar interesante para establecer un Spa, sobre todo para hombres, debido a que la mayoría (97%) de los hombres encuestados contestaron que si utilizarían un servicio Spa, dejando fuera sólo al 3% que no lo harían, lo que comprueba la factibilidad de instalar un Spa en dicha zona, con servicios y características específicas.

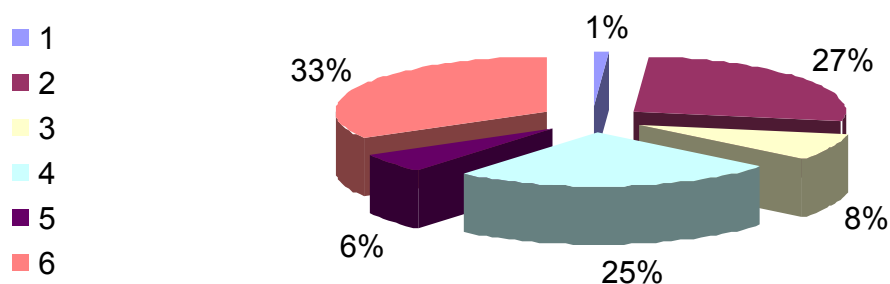


7. ¿Con qué frecuencia asistiría?

- 1) Cada semana
- 2) Cada dos meses
- 3) Cada mes
- 4) 2 veces al año
- 5) 1 a 3 veces al mes
- 6) Cada año

Gráfica 7. Frecuencia de asistencia

7.- ¿Con qué frecuencia asistiría?



Una vez que se conoce el porcentaje de hombres que asistirían al Spa en Tepetzotlán, se debe saber con qué frecuencia están dispuestos a hacerlo, la gráfica indica que el 33% asistiría únicamente cada año, el 27% cada dos meses, el 25% cada seis meses y el 15% restante lo haría cada semana, tres veces al mes o cada mes. Con base en lo anterior se diseñará la publicidad y las estrategias mercadológicas que ayuden a captar mayor atención del mercado e incrementar la frecuencia de visita.

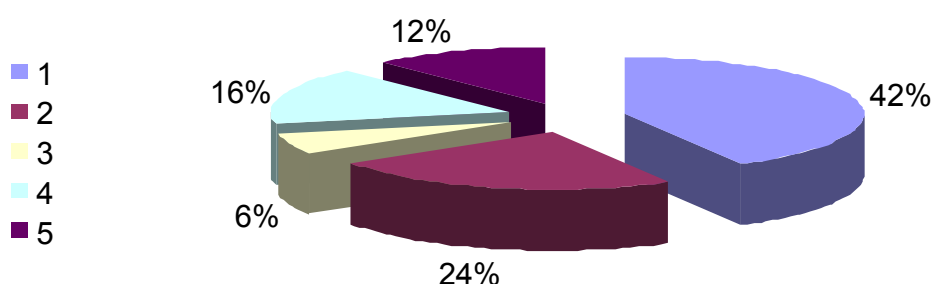


8. ¿Para qué asistiría a éste Spa?

- 1) Disminuir el estrés y problemas de ansiedad
- 2) Propiciar un estado de bienestar
- 3) Romper con la rutina
- 4) Cuidar y mantener su aspecto físico
- 5) Simplemente para conocerlo

Gráfica 8. Motivo de asistencia

8.- ¿Para qué asistiría UD. a éste Spa?



El principal motivo por el que asistirían los hombres sería para eliminar el estrés (42%), tomando en cuenta esa respuesta se diseñarán los servicios a ofrecer, es decir, se realizaran diferentes terapias, disciplinas, tratamientos y masajes que permitan disminuir el estrés y otras enfermedades, del mismo modo, al encontrar que el 24% de los encuestados buscan propiciar un estado de bienestar y el 16% cuidar su aspecto físico, entonces se pretende complementar el servicio, haciéndolo más completo y personalizado. No obstante, al encontrar que el 18% eligió asistir simplemente para conocerlo o romper con la rutina, se puede aprovechar a conveniencia del Spa para diseñar otro tipo de servicio.

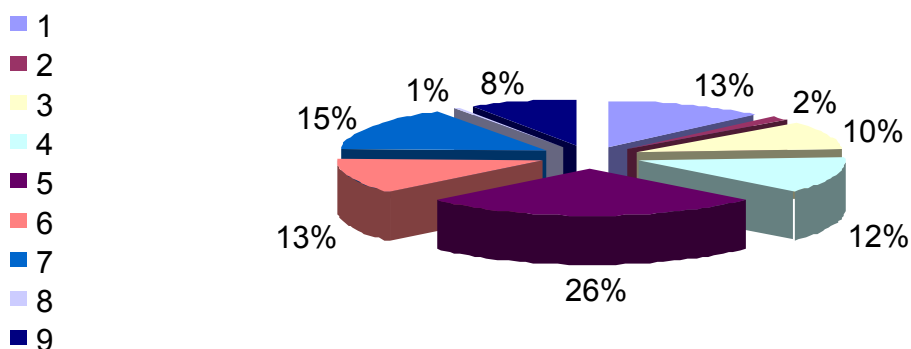


9. De los siguientes servicios, seleccione cuales le gustaría encontrar en el Spa:

- 1.-Acupuntura
- 2.-Magnoterapia
- 3-Sesiones de yoga, tai chi
- 4.-Tratamientos faciales
- 5.-Temascal
- 6.-Áreas deportivas
- 7.-Hospedaje
- 8.-Programas de superación personal
- 9.-Programas de alimentación

Gráfica 9. Preferencia de servicios

9. - De los siguientes servicios, seleccione cuáles le gustaría encontrar en el Spa:



Además de los servicios básicos que se ofrecen en un Spa, esta pregunta se realizó con el propósito de conocer si los hombres desean incluir algún servicio extra al Spa. Los resultados arrojaron que en primer lugar, los encuestados que conforman el 26%, incluirían el temascal como servicio adicional, además de hospedaje requerido por el 15% de los encuestados, y áreas deportivas y tratamiento de acupuntura solicitados por un 13%. En un porcentaje no muy significativo, las sesiones de yoga obtuvieron un 10%, los programas de alimentación el 8% y las sesiones de magnoterapia y programas de superación personal alcanzaron el 2 y 1% correspondientemente.

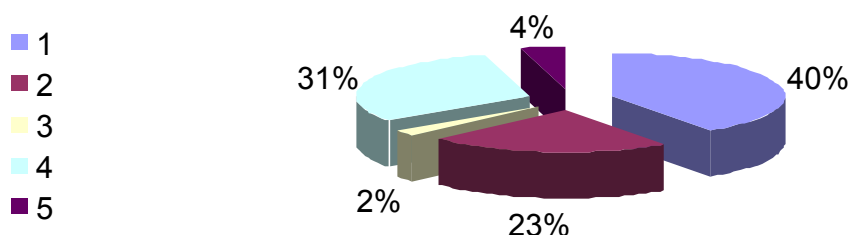


10. Mensualmente ¿cuánto estaría dispuesto a invertir en su salud?

- 1) Menos de 2000
- 2) de 2501 a 3000
- 3) Más de 3501
- 4) de 2001 a 2500
- 5) de 3001 a 3500

Gráfica 10. Inversión

10.- Mensualmente ¿cuánto estaría dispuesto a invertir en su salud?



Con base en los resultados obtenidos se establece que los rangos de precios más seleccionados fueron “menos de \$2000” con un 40% y “de \$2001 a \$2500” con el 31%. El 23% de los hombres invertiría de \$2501 a \$3000 y el porcentaje restante lo haría por más de \$3000. Por lo tanto, los servicios que ofrecerá el Spa, deberán mantenerse en un rango aproximado de 2000 a 2500 pesos ya que es la cantidad monetaria que los hombres destinarían al cuidado y bienestar de su persona.

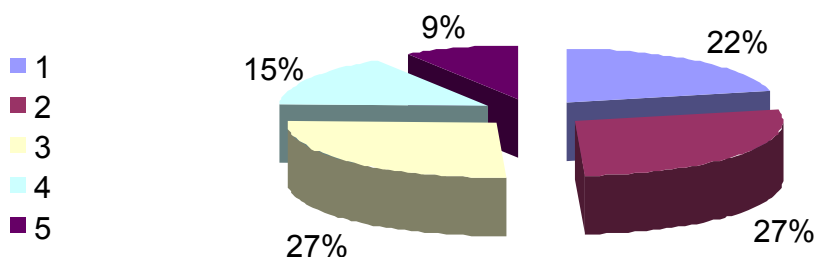


11. ¿Cuál es su ingreso mensual aproximado?

- 1) menos de 10 mil pesos
- 2) de 10 a 15 mil pesos
- 3) de 16 a 21 mil pesos
- 4) de 22 a 27 mil pesos
- 5) de 28 mil pesos o más

Gráfica 11. Ingreso mensual

11.- ¿Cuál es su ingreso mensual aproximado?



De los 267 hombres encuestados, un 27% percibe un ingreso mensual entre 10 y 15 mil pesos, el otro 27% entre 16 y 21 mil pesos, el 22% menos de 10 mil pesos, el 15% de 22 a 27 mil pesos y sólo el 9% más de 28 mil pesos.

Si se toma en cuenta los hombres que perciben un sueldo de 10 a 21 mil pesos, entonces el 54% de los encuestados tienen la posibilidad económica para invertir en este tipo de servicios. Sin embargo, habrá que considerar el tipo de servicios por los que estarían dispuestos a pagar y bajo que costo lo harían.

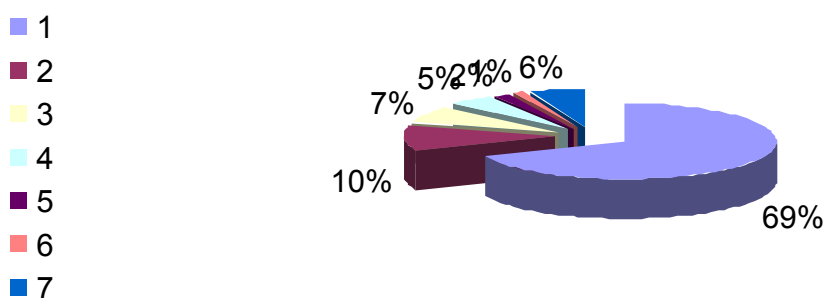


12. ¿Qué medio considera usted sería el adecuado para mantenerle informado sobre el Spa?

- 1) Internet
- 2) Folletos y trípticos
- 3) Revistas Especializadas
- 4) Radio
- 5) Prensa
- 6) Teléfono
- 7) Televisión

Gráfica 12. Medio de promoción

12.- ¿Qué medio considera UD, sería el adecuado, para mantenerlo informado sobre el Spa?



De acuerdo, con esta pregunta, el 69% de los encuestados, prefieren ser informados de las promociones y eventos del Spa por medio de la Internet, de ahí que se deberá poner gran empeño en la elaboración o creación de medios publicitarios capaces de informar y cautivar al mercado.

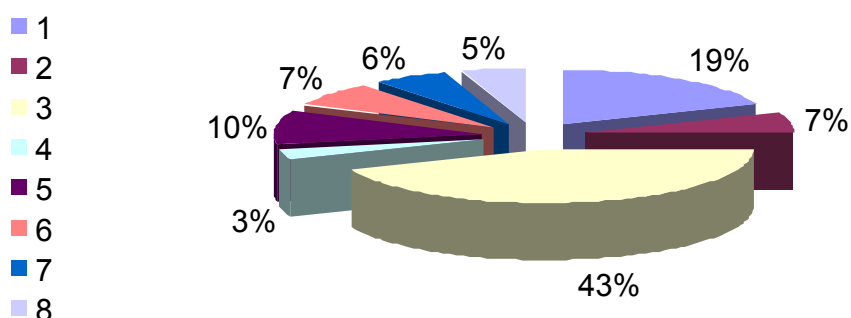


13. Lugar de residencia habitual

- 1) Tepetzotlán
- 2) Coacalco
- 3) Distrito Federal
- 4) Cuautitlán de R R
- 5) Ecatepec
- 6) Cuautitlán Izcalli
- 7) Zumpango
- 8) Otro

Gráfica 13. Residencia habitual

13. - Lugar de residencia habitual:



Finalmente, la pregunta 13, arrojó que el 43% de los hombres encuestados, residen en el Distrito Federal, seguido del 19% constituido por los hombres habitantes de Tepetzotlán y por último un 10% proveniente de Ecatepec. De ahí, que el nicho de mercado estará conformado principalmente por los hombres provenientes del Distrito Federal, Tepetzotlán y Ecatepec. No obstante, se prevé un importante mercado conformado por los hombres de los municipios aledaños (Cuautitlán Izcalli, Cuautitlán de R.R., Zumpango y Coacalco). Además del 5% correspondiente a la respuesta número ocho, provenientes de Hidalgo, Tlaxcala y Atizapán. Por último, no esta demás mencionar que los datos obtenidos en esta pregunta, arrojaron que el Municipio



de Tepozotlán, recibe visitantes de municipios aledaños a este, así como de otros estados de la república.

3.1.2 Proyección de la demanda y uso del servicio

Para efectos del estudio, se proyectará la demanda que tendrá el Spa por día, a partir de la muestra utilizada en la aplicación de las encuestas.

Considerando que el tamaño de la muestra es de 267 hombres, y de acuerdo a la información obtenida en las encuestas, el 97% (259) de ellos, asistiría al Spa de la siguiente manera:

Cuadro 2 Proyección de la demanda y uso del servicio

Frecuencia de visita		Número de usuarios	Servicios ofrecidos al año	Cálculo de usuarios atendidos por día
33%	1 vez al año	85.47	86	365 días – 48 días 317 días laborales $(2,346/317)= 7.40 = 8$
27%	6 veces al año	69.93	420	
25%	2 veces al año	64.75	130	
8%	54 veces al año	20.72	1,119	
6%	26 veces al año	15.54	560	
1%	12 veces al año	2.59	31	
100%		259	2,346	

*Se consideran 48 días no laborales debido a que el Spa se abrirá seis días a la semana y suponiendo que se descansa cuatro días por mes, el resultado son 48 días de descanso.

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, el Spa recibirá al año aproximadamente 2,346 hombres de negocios, es decir, 8 hombres por día.



3.2 Análisis de la oferta

A pesar de que Tepetzotlán es considerado un Pueblo Mágico (Sectur, 2001), no cuenta con la oferta turística suficiente, capaz de satisfacer las necesidades y expectativas de sus visitantes, ya que sólo ofrece los siguientes servicios: cuatro hoteles, cuatro posadas familiares, cuarenta y siete restaurantes-bar, un balneario, un mercado de antojitos mexicanos y un mercado de artesanías, es decir, que en su oferta turística, no se encuentra el servicio de Spa, por lo que para la presente investigación no hay competencia directa por analizar.

3.3 Análisis y descripción del servicio Spa

Con base en las necesidades y expectativas de los hombres de negocios encuestados, se determinó la factibilidad para la creación de un **Spa holístico**, ya que proporcionará servicios de alojamiento, además de contar con las facilidades habituales como sauna, sala de vapor, jacuzzi, área de alimentos y salas de tratamiento, donde los usuarios recibirán tratamientos individuales tales como faciales, corporales, de estética y masajes.

El Spa tiene como finalidad, proporcionar servicios que mejoren la salud con características de diferentes culturas (China, Japonesa, Prehispánica), mediante el uso de productos naturales extraídos de flores, plantas y semillas, así como la utilización de piedras con propiedades curativas. Además, de contar con los servicios básicos, se brindará el servicio de hospedaje, alimentos, acondicionamiento físico, estética y temazcal, así como un espacio dedicado a la práctica de diferentes disciplinas orientales, con el fin de lograr convertir al Spa en un centro de relajación integral que permita una experiencia de bienestar físico y mental a los hombres de negocios.

Para asegurar dicha experiencia, los servicios del Spa serán los siguientes:



3.3.1 Masajes

a. Relajante Antiestrés.

Masaje relajante para aliviar la fatiga física, es un masaje suave, energético y reparador que actúa sobre las partes sensibles del cuerpo; con el fin de liberar tensiones y malestar físico. Combinando las diferentes técnicas de aroma terapia y musicoterapia.

b. Descontracturante ó Sedativo.

Un masaje que ayuda a relajar el tejido, su finalidad es descontracturar y aliviar las dolencias del cuerpo. Su éxito radica en la combinación de aromaterapia y musicoterapia que equilibran y tienen una acción relajante y tonificante.

c. Shiatsu (Masaje Japonés).

Es una técnica terapéutica de masaje, originada en Japón, en la cual los pulgares, manos, dedos, y codos, son usados para aplicar presión sobre ciertos puntos del cuerpo logrando mayor armonía en la circulación y flexibilidad del cuerpo. Es una combinación de digito-puntura (técnica oriental) y masajes que estimula puntos reflejos en el cuerpo, acorde al padecimiento: insomnio, stress, agitación, nerviosismo, cefaleas, migrañas, dolores de cuello, espalda, cintura y articulares en general, tensiones musculares, desordenes menstruales, trastornos gastrointestinales, respiratorios, urogenitales, circulatorios.

d. Reflexología.

Es un sistema curativo basado en técnicas de presión destinadas a corregir las alteraciones del flujo de energía vital en diversas partes del cuerpo. Como técnica de tratamiento, trata las enfermedades o disfunciones (ansiedad,



alergia, artritis, estrés, etc.) mediante la estimulación manual de las plantas de los pies. Con distintas técnicas y presiones se estimulan los puntos reflejos del cuerpo (identificados en la oreja, mano o pie), desbloqueando los órganos o zonas afectadas.

Proporciona una profunda relajación, tranquilidad y armonización. Previene y trata trastornos del ánimo como estrés (insomnio, dolores de cabeza, musculares, depresión, contracturas, dolores musculares), así como hipo e hipertensión, osteoporosis, problemas circulatorios y menopausias. Se recomienda un mínimo de 6 sesiones (1 a 3 veces por semana) para lograr el efecto terapéutico deseado ya que actúa progresivamente.

3.3.2 Tratamientos Corporales

a. Fangoterapia.

Tratamiento corporal y facial que mediante un masaje relajante aporta a la piel todas las bondades que tiene por naturaleza el fango volcánico. Ideal para pieles sin tonicidad y vitalidad, ya que descongestiona, remueve células muertas, mejora la textura, tonifica, suaviza y cicatriza en casos de acné.

b. Drenaje Linfático.

Es una técnica específica de activación manual que drena el líquido acumulado en los tejidos a través de los vasos linfáticos, las maniobras causan efectos sedantes, relajantes y desintoxicantes del tejido. En caso de un tratamiento corporal, es ideal en casos post quirúrgicos, edemas, piernas cansadas, activa la circulación corporal, alivia tensiones y moviliza grasas. Si el tratamiento es un facial, ayuda a descongestionar párpados y ojeras.



c. Pulido Corporal e Hidratación.

Mediante un masaje hecho a base de cremas con delicados activos de origen totalmente vegetal y esencias naturales se logra una exfoliación que limpia y revitaliza la piel.

d. Piedras Calientes y Frías.

Esta terapia es muy relajante, estimula los sentidos, oxigena la sangre y equilibra los chakras o centros energéticos, dando una sensación de armonía. A causa de su origen volcánico, las piedras utilizadas en este tratamiento poseen un alto contenido mineral y conservan el calor por más tiempo. El éxito de esta terapia se apoya en la utilización de las cuatro diferentes técnicas: masaje, aromaterapia, musicoterapia, cromoterapia.

e. Acupuntura.

La acupuntura es una rama de la medicina tradicional China, se necesitan agujas bien esterilizadas o agujas desechables a uso único, en las que el médico hace variar la energía. La manera de picar está bien determinada y en principio debe picar siempre del Yang hacia el Yin, de arriba hacia abajo, de la izquierda hacia la derecha, de adelante hacia atrás y penetrando la aguja más o menos profundamente según la enfermedad.

3.3.3 Tratamientos Faciales

a. Chocoterapia sesión.

Un masaje con chocolate elimina la tensión, el cansancio y los síntomas de stress; aumenta la vitalidad, hidrata y nutre tu piel. El cacao induce a la producción de endorfinas, sustancias conocidas como moléculas de la felicidad.

**b. Tratamiento con mascarar hidrolásticas.**

Con éste tratamiento se devuelve la luminosidad y revierte el aspecto cansado, corrige la deshidratación mediante un shock de humectación, previene el envejecimiento, atenúa los signos del fotoenvejecimiento, estimula la micro estimulación sanguínea, además facilita la eliminación de toxinas, descongiona y hace que los poros dilatados sean menos visibles.

c. Tratamiento de acné.

Es un tratamiento para atenuar las lesiones provocadas por estas patologías (comedones, pápulas, pústulas, edemas) por ello los tratamientos se realizan con previa evaluación personalizada.

d. Velo de Colágeno.

La máscara de Velo de Colágeno, es una auténtica novedad en el sector cosmético europeo, se forma de fibras puras de colágeno, obtenidas por secado a baja temperatura de la correspondiente suspensión de colágeno nativo. Las principales aplicaciones de esta máscara son:

- 1.- Rehidratación cutánea
- 2.- Efecto antienvjecimiento
- 3.- Absorción y normalización del sebo en exceso
- 4.- Normalización del estrato hidrolípido fundamental
- 5.- Acción dermoestética sobre los constituyentes de la piel, con efecto profundo hidratante, reafirmante y regenerador
- 6.- Efecto superficial de morbidez, suavidad cutánea y mejora de las irregularidades superficiales de la piel.

Nota: Todos los tratamientos faciales incluyen: limpieza, exfoliación, drenaje linfático manual, masaje relajante, máscara e hidratación.



3.3.4 Circuitos de Baño

a. Sauna Seca.

Es un baño de calor seco a muy alta temperatura (entre 80° y 90°) con humedad ambiente mínima. Los beneficios que reporta al organismo son la vaso-dilatación con la consecuente aceleración de circulación sanguínea, una mayor oxigenación de todos los órganos y tejidos del cuerpo, y la transpiración elevada que estimula la eliminación de toxinas. Es un excelente y natural tratamiento de belleza y un gran relajante muscular.

b. Sauna Húmeda.

Es un baño de calor húmedo (entre 35° y 55°) que limpia y suaviza la piel manteniéndola tersa y elástica, activa la circulación sanguínea y linfática además de prevenir afecciones respiratorias.

c. Ducha Escocesa (Chorros de agua a presión).

Es un baño de agua a gran presión, que produce un masaje relajante y descontracturante que elimina estados de fatiga y estrés, activa la circulación periférica y linfática, aumenta la oxigenación de los tejidos, estimula el tono muscular, revitaliza y es un eficaz tratamiento para la piel.

d. Hidromasaje.

El hidromasaje estimula la circulación arterial, relaja los músculos y abre los poros favoreciendo la eliminación de toxinas y combatiendo el cansancio y la tensión nerviosa, alivia los dolores de artritis o cualquier enfermedad ósea y muscular. También es recomendable para la úlcera de estómago y para la



recuperación de fracturas y lesiones musculares. Utiliza el agua a diversas temperaturas, presiones, y en cualquiera de sus estados.

e. Temazcal.

El temazcal, desde el punto de vista terapéutico, es un baño de vapor que calienta el cuerpo haciéndolo sudar, por lo que se abren los poros de la piel, se expulsan toxinas, se relaja el sistema nervioso y se limpian pulmones. El baño se realiza dentro de unas cámaras cerradas en forma de cúpula, en las cuales se introducen piedras volcánicas previamente calentadas al rojo vivo, sobre las que se vierte una infusión de plantas medicinales.

Los servicios antes mencionados se ofrecerán individuales o por paquetes (ver cuadro 3):

Cuadro 3 Paquetes

PAQUETES	
Day Spa Anti-stress	Pulido Corporal, masaje antiestrés con descontracturante y piedras calientes, limpieza facial, máscara y nutrición en manos y pies.
Day Spa Ejecutivo	Exfoliación corporal con máscara, nutrición o hidratación corporal, un masaje relajante y máscara en manos y pies.
Day Spa Oriental	Shiatsu -masaje de desbloqueo energético- o reflexología, Facial con mascarilla y cuarzos.
Day Spa Premium	Fangoterapia y exfoliación, envoltura corporal con chocolate, masaje aromático con aceite.
Day Spa Holistic	Fangoterapia, masaje holístico con piedras calientes, facial con mascarilla y cuarzos.
Todos los paquetes incluyen regaderas, sauna, vapor, aromaterapia, refrigerio y bata.	

Fuente: Elaboración propia



3.3.5 Disciplinas

a. Reiki.

Es una técnica para trabajar en los planos físico, emocional, mental y espiritual de gran efectividad, reduce stress, regula el metabolismo, alivia tensiones y dolores. El objetivo básico de un tratamiento Reiki, es integrar e interactuar en forma armoniosa el Rei (la energía del universo) con el Ki (la energía vital interna de los seres vivos) para el restablecimiento de su salud y la modificación de sus conductas, hábitos y actitudes. Terapia que activa y desarrolla el poder de curación que existe en cada ser humano, conectado con la fuente de vida universal, a través de la energía del corazón, que logra la armonización por la imposición de las manos.

b. Yoga.

La filosofía existente detrás de este ejercicio es crear principios para armonizar el cuerpo con la mente y espíritu, a través de las asanas (posturas). Su práctica diaria puede conducir a una vida más larga y sana, la regulación de la respiración ayuda a tranquilizar la mente y obtener mayor concentración para realizar las posturas, además de optimizar las curas. Las sensaciones asociadas al yoga, como la paz mental, la relajación, la energía, y la facilidad de movimiento corporal, acompañan a quienes lo practican durante toda su vida.

c. Tai Chi.

Es una serie de movimientos lentos que tienen una cualidad meditativa, incorpora tanto movimientos físicos como meditación, ayuda a alcanzar la salud y la buena forma física, según los expertos. Activa los músculos y enseña a realizar movimientos correctos y lentos para evitar el dolor de espalda, los sistemas del cuerpo se ven altamente beneficiados por la práctica del Tai Chi,



ya que libera tensiones, fortalece los músculos y trae armonía y equilibrio al cuerpo y a su funcionamiento.

3.3.6 Servicios complementarios

Además de los tratamientos que ayudan a mejorar el bienestar físico y mental, el Spa contará con servicios que complementen aquellos tratamientos, como:

a. Hospedaje.

El hospedaje es un servicio complementario dirigido a aquellos hombres que deseen disfrutar de un programa completo para mejorar la salud en un ambiente de relajación. Se conforma por cuatro habitaciones.

b. Alimentos.

No es otra cosa más que una barra de alimentos, su función será la de ofrecer una serie de alimentos que combinados entre sí, desintoxiquen y proporcionen nutrientes al cuerpo.

c. Acondicionamiento Físico.

El Spa dispondrá de un área para motivar la actividad física de los hombres de negocio, estará equipada por aparatos de ejercicio y sonido.

d. Estética.

Área en la cual los hombres de negocios podrán disfrutar de una atención personalizada en el cuidado de su cabello, manos y pies.



3.4 Comercialización

Para llevar a cabo la venta del servicio, se recurrirá al canal de distribución referente a **producto-consumidor**, es decir, que el hombre de negocios realizará la compra del servicio directamente en el lugar donde se ofrecerán los servicios de salud, por lo que el precio final de venta no incrementará, pues no existe algún intermediario entre el proceso de compra-venta.

Por lo que se refiere a la estrategia de introducción al mercado, el Spa tiene como principal característica la especialización de servicios de salud (masajes, tratamientos corporales, tratamientos faciales, entre otros), mediante la aportación de elementos característicos de culturas de antaño, con el fin de facilitar experiencias de bienestar físico y mental a los hombres de negocios provenientes tanto del Distrito Federal, como del propio Municipio de Tepetzotlán, así como de otros Estados de la República, siendo así, el primer Spa en el Municipio de Tepetzotlán dedicado a ofrecer servicios integrales de salud a los hombres de negocios, con el fin de mejorar la salud y calidad de vida de los mismos.

La **promoción y publicidad**, será utilizada, con el propósito de dar a conocer los servicios que ofrecerá el Spa a partir de los beneficios que brindan, mediante el diseño de una página web, la cual incluirá, los paquetes y servicios disponibles en el Spa, así como una visita virtual por las instalaciones, además de la ubicación. Sin embargo, también se considera pertinente, la elaboración de trípticos informativos con el fin de dar a conocer a los hombres de negocios, los diferentes servicios (paquetes, promociones y demás) que ofrece el Spa.

Del mismo modo, se utilizarán otros medios de promoción como el correo electrónico, por medio del cual se enviarán a los clientes invitaciones para visitar el Spa, así como noticias sobre los servicios y las distintas promociones que se llevarán a cabo.



No obstante, es de vital importancia elaborar programas, mediante la aplicación de encuestas, con el fin de monitorear los niveles de satisfacción de los clientes durante su estancia en el Spa y así mantener un estándar de calidad óptimo en instalaciones, equipamiento, productos, personal y sobre todo en el servicio, para garantizar la satisfacción total de las necesidades y expectativas de los hombres de negocios.

3.5 Conclusiones del estudio de mercado

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta realizada, se determinó, que actualmente los hombres que visitan un Spa, lo hacen por considerarlo un centro de relajación que ofrece servicios a base de agua, permitiendo mejorar su salud y su aspecto físico.

Se detectó que los hombres se encuentran en un rango de edad de 25 a 39 años y que perciben un ingreso mensual que oscila entre los 10,000 y los 21,000 pesos. Su frecuencia de asistencia a un Spa varía de una a seis veces al año, haciendo uso de servicios como, sauna, masajes, tratamientos faciales y corporales, hidroterapia y gimnasio, pagando por ellos, alrededor de 2,000 a 3,000 pesos.

Con base en la encuesta, se determinó que era factible la creación de un Spa en el Municipio de Tepotzotlán, ya que el 97% de los encuestados estaría dispuesto a asistir a éste, en promedio, de una a seis veces al año, y considerando que hay personas que asistirían hasta 54 veces al año, entonces, los servicios ofrecidos en un año serían 2,346 (considerando 317 días laborales), es decir, 8 servicios por día, cantidad que se encuentra, según ALSA, dentro del rango en un Spa de nueva creación.

Los hombres asistirían con el fin de disminuir el estrés y problemas de ansiedad, es decir, propiciar un estado de bienestar, además de cuidar y

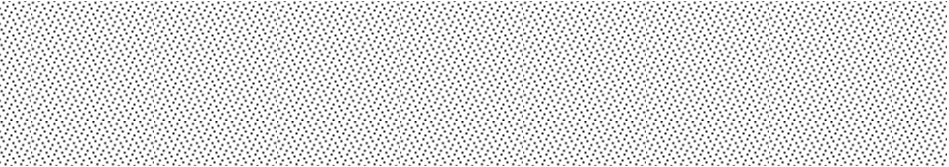
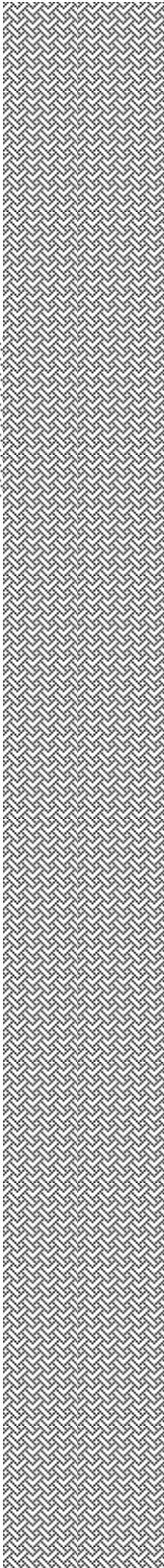


mantener su aspecto físico, mediante los servicios de sauna, masajes, tratamientos faciales y corporales, hidroterapia y gimnasio. Sin embargo, ya no sólo demandan estos servicios, pues ahora se interesan por otros servicios como temascal, hospedaje, áreas deportivas, acupuntura, sesiones de yoga y tai chi.

Por otro lado, el Internet es el medio de información por el cual los hombres prefieren estar informados sobre los servicios del Spa.

De acuerdo a la información obtenida, se determinó que para efectos del presente estudio, serán considerados **hombres de negocios** aquellos que tengan entre 25 y 39 años de edad y que perciban un ingreso mensual de 10,000 a 21,000 pesos, capaces de tomar decisiones y que por su estilo de vida, presentan distintas patologías como el estrés u otros desórdenes generados por la angustia, falta de tiempo o la misma sobrecarga laboral a la que están sujetos.

Finalmente, se concluye que existe un importante nicho de mercado conformado por los hombres de negocios, los cuales presentan algunas necesidades de salud, mismas que son capaces de satisfacer mediante el establecimiento de un Spa en el Municipio de Tepotzotlán, dedicado a ofrecer servicios de salud conformados por masajes, tratamientos corporales y faciales, así como por disciplinas orientales, siendo así el primer centro de relajación integral con áreas de hospedaje, de acondicionamiento físico y de estética, capaz de facilitar experiencias de bienestar físico y mental a los hombres de negocios, ya que en el municipio, no hay competencia u oferta turística apta para cubrir dichas necesidades.



Capítulo IV

Estudio Técnico-Administrativo

“Todo lo que se ve como una victoria, no siempre significa ganar; y perder, no siempre significa estar derrotado”

Idries Shah



IV. Estudio Técnico-Administrativo

El presente estudio es realizado en gran parte por los datos obtenidos del estudio anterior. Su importancia radica en verificar la posibilidad de la operación del servicio que se pretende ofrecer, además de analizar y determinar el tamaño óptimo, localización, equipo, instalaciones y organización requeridos para establecer el Spa.

4.1 Localización del Spa

A fin de identificar de forma exacta la ubicación geográfica del Spa, se realizó un estudio de localización en dos niveles, macro y microlocalización.

4.1.2 Macrolocalización

Se refiere a la ubicación de la zona donde se establecerá un determinado proyecto. En tal caso, el Spa para hombres de negocios, se ubicará en el Estado de México, particularmente en el Municipio de Tepotzotlán (ver figura 3).

Figura 3 Localización del municipio de Tepotzotlán



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2006-2009



a. Aspectos geográficos

El municipio de Tepetzotlán tiene una extensión territorial de 208.83km², se localiza al norte del Estado de México, en las coordenadas 19° 43' 50" de latitud norte y 99° 13' 24" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. La cabecera se localiza a 2,250 m. sobre el nivel del mar. Limita al norte con los municipios de Huehuetoca y Coyotepec, al sur con Cuautitlán Izcalli y Nicolás Romero; al oriente con Coyotepec, Teoloyucan y Cuautitlán; y al oeste con Villa del Carbón.

Las poblaciones que integran el Municipio de Tepetzotlán son: La Cabecera Municipal, Pueblo de Cañada de Cisneros, Pueblo de San Miguel Cañadas, Pueblo Los Dolores, Pueblo de San Mateo Xoloc, Pueblo de Santa Cruz, Pueblo Santiago Cuautlalpan, Ejido de Teoloyucan.

b. Aspectos Sociodemográficos

La población ha tenido un crecimiento normal, sobre 3.5% anual. En el año 2000, de acuerdo con los resultados preliminares del Censo General de Población y Vivienda efectuado por el INEGI, existían en el municipio un total de 62,247 habitantes, de los cuales 30,522 eran hombres y 31,725 mujeres. Para el 2005 y de acuerdo con el Segundo Censo de Población y Vivienda, el municipio cuenta con una población total de 67,724 habitantes, de las cuales 464 personas hablan alguna lengua indígena.

c. Aspectos de infraestructura

La infraestructura incluye los sectores de educación, salud, vías de comunicación y abasto.

En educación el municipio cuenta con 4 guarderías, 30 planes de preescolar, 33 primarias, 18 secundarias, 1 escuela secundaria técnica, 2 preparatorias, 2



bachilleratos incorporados, 2 centros de educación para adultos y 1 de educación especial.

En el sector salud se cuenta con instituciones públicas y privadas, se tienen como instituciones públicas 7 centros de salud dependientes del ISEM y 4 municipales. Las instituciones privadas son: 3 clínicas equipadas con quirófano, 13 consultorios de medicina general, 18 médico dental, 18 farmacias alópatas, 3 farmacias homeopáticas y 3 laboratorios de análisis clínicos.

Vías de Comunicación. El municipio cuenta con 60 Km. de carreteras pavimentadas, 10 Km. de la autopista México-Querétaro, 22 Km. de Cañadas de Cisneros a Arcos del Sitio, 4 Km. de Tepetzotlán a Puente Grande, 5 Km. de Puente Grande a las Ánimas, 12 Km. de la cabecera a la lumbreira y 1 Km. de Tepetzotlán a Cuautitlán Izcalli.

Finalmente, la Dirección de Reglamentos Municipales tiene registrados 3 mercados, 4 tianguis semanales, 79 tiendas de abarrotes, 168 misceláneas, 18 amasijos y panaderías, 16 recauderías, molinos para nixtamal y tortillerías.

d. Actividad económica

Una de las principales actividades es la agropecuaria, desarrollada en 7,654.65 hectáreas, que representan el 40.22% del territorio municipal. En el sector industria, el municipio ha establecido 92 factorías dedicadas a la transformación metalúrgica, embutidos, autopartes, textiles y tintorería.

Finalmente, el turismo, donde los atractivos arquitectónicos y naturales, hacen del municipio un importante polo de desarrollo sustentable en las actividades turísticas y comerciales, ya que forman parte de uno de los corredores turísticos del Estado de México. El equipamiento consta de 4 hoteles, 4 posadas familiares, 1 museo, 47 restaurantes bar, 2 balnearios, 1 mercado de antojitos



mexicanos, 1 mercado de artesanías, 3 gasolineras, 1 estación de bomberos y protección civil, 3 líneas de autotransporte de la ciudad de México y 3 sitios de autos de alquiler.

e. Atractivos naturales y culturales

El municipio es rico en atractivos históricos y naturales, lo que facilitó su nombramiento como pueblo mágico, estos los constituyen:

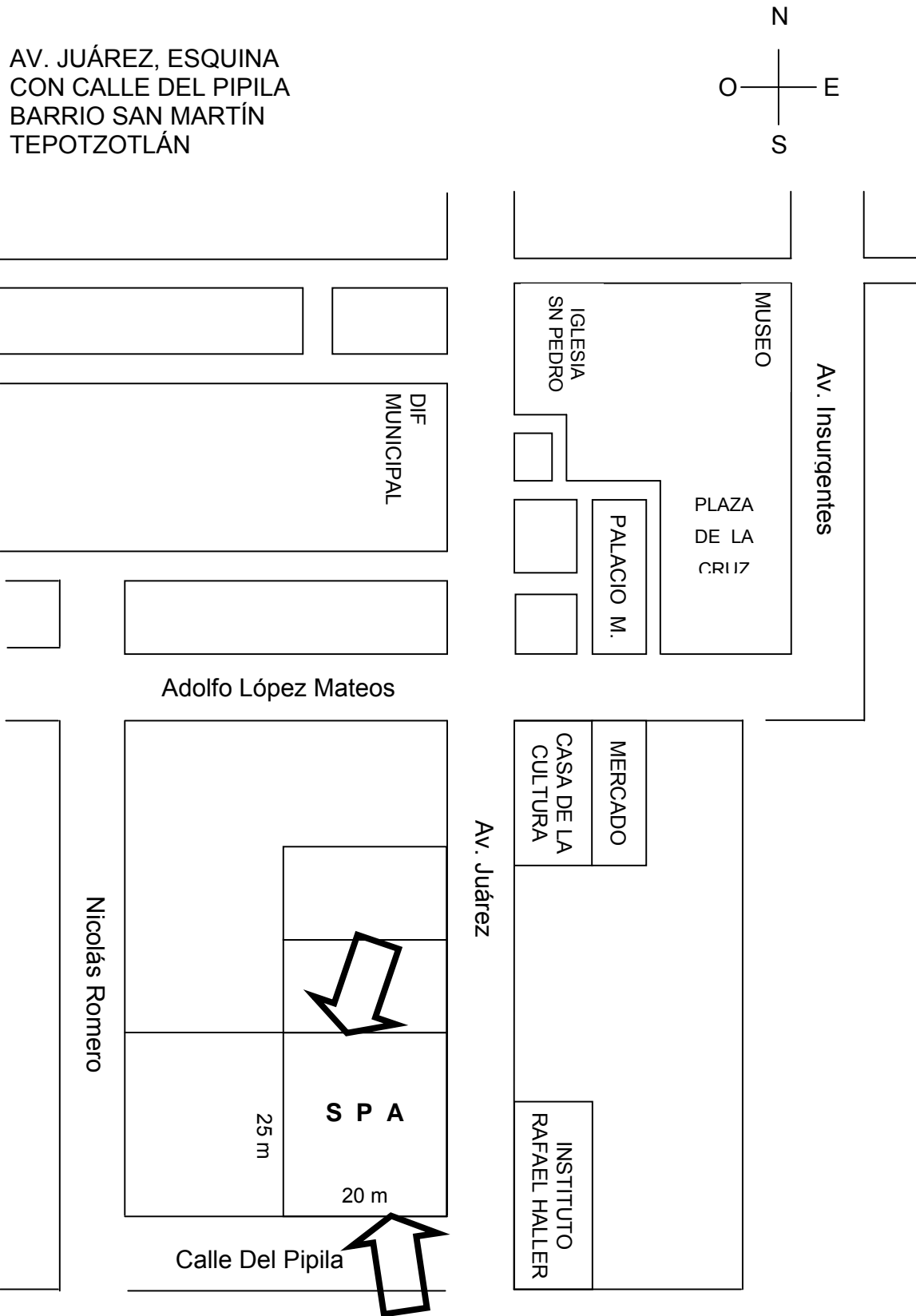
- La presa de la Concepción con capacidad de 12, 500,000 m³.
- La cadena de manantiales del Gavillero
- El río de Lanzarote y pequeñas presas que sirven de abrevaderos y para la cría de peces.
- Los majestuosos Arcos del Sitio y el ahuehuete centenario de Lanzarote
- Centro histórico en su antiguo Colegio Jesuita, convertido ahora en museo
- Los templos de San Mateo Xóloc y Santiago Cuahutlalpan, joyas arquitectónicas del siglo XVI.
- El Museo Nacional del Virreinato, que ocupa la casa de la cultura y muestra exposiciones temporales y diversas actividades culturales.
- Las fiestas patronales del municipio. Las principales son: 29 de junio, fiesta del Apóstol San Pedro; primera semana de septiembre, la Preciosa Sangre de Cristo (Señor del Nicho) en la cabecera.

4.1.2 Microlocalización

El Spa se ubicará sobre la Av. Juárez esquina con Calle del Pipila, en el barrio de San Martín (cabecera municipal) Tepotzotlán, Estado de México, en un área de 25 m de largo X 20 m de ancho, cuya superficie total es de 500 m² (ver figura 4).



Figura 4 Localización del terreno





4.1.3 Factores que condicionan la ubicación del Spa

Como se señaló en el estudio de Microlocalización, se dispone de un terreno en el Barrio de San Martín (cabecera municipal), sobre la Av. Juárez esquina con Calle del Pipila Tepetzotlán, Estado de México, cuya zona de influencia está caracterizada por los siguientes aspectos:

El terreno para la instalación del Spa, cumple con las especificaciones legales y de mercado necesarias para su instalación, al no existir impedimento alguno por parte de las autoridades municipales que de una u otra forma restrinjan o prohíban el uso comercial que se le dará al mismo.

El entorno donde se encuentra localizado el terreno cuenta con la infraestructura y servicios públicos necesarios, como son los servicios de agua entubada, electricidad, pavimentación, drenaje, teléfono, correo, transporte terrestre, bancos, iglesias, centros de salud, escuelas, entre otros.

Por otra parte, uno de los aspectos que podría causar un impacto favorable al proyecto, es que el terreno se ubica en una zona altamente estratégica (ver figura 4), dado que existe poco tránsito alrededor del mismo. Pues a pesar de que se ubica sobre una de las avenidas que conectan con el centro de Tepetzotlán, es una arteria vial importante que conduce a otras colonias o barrios cercanos, durante el día y quizás parte de la noche. Además la zona carece de ruido proveniente de automóviles, ya que se ubica la Casa de Cultura y un Instituto, tal vez sea por ello que, la avenida sea pacífica a diferencia de la avenida principal (carretera México-Querétaro).

Además el terreno goza de una excelente ubicación, al tener una gran cercanía con la Plaza de la Cruz, la Catedral y el Museo del Virreinato. De tal modo que estos factores condicionan la mejor ubicación del proyecto, al encontrarse cerca de una zona turística.



4.2 Ingeniería del proyecto

4.2.1 Tamaño y capacidad del Spa

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización del proyecto, porque permitirá en primera instancia llevar a cabo una aproximación de los costos involucrados en la inversión necesaria para la realización y puesta en marcha del Spa.

El tamaño y capacidad del Spa, se debe a dos aspectos principalmente: la porción de demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el estudio y la dimensión del área total con que cuenta el terreno, disponible para la instalación del Spa. Tanto la determinación del tamaño como la capacidad que tendrá el Spa, serán de mucha utilidad para la estimación de las inversiones necesarias que mejor se ajusten a las necesidades del mismo y para los cálculos monetarios en la siguiente etapa del estudio (Estudio financiero).

Por tanto, como previamente se señaló, el tamaño del Spa deberá ajustarse al tamaño del terreno de que se dispone para su instalación (500 m²), el cual tendrá una capacidad promedio para **208 personas por mes**, sin contar al personal que labore en el Spa.

A partir de la información obtenida de la Proyección de la demanda y el uso del servicio (ver cuadro 2 del Capítulo II), se determinó la adquisición de un terreno con una superficie total de **500 m²** (25 m largo x 20 m ancho), ubicado en el Barrio de San Martín (cabecera municipal), sobre la Av. Juárez esquina con Calle del Pipila Tepotzotlán, Estado de México.



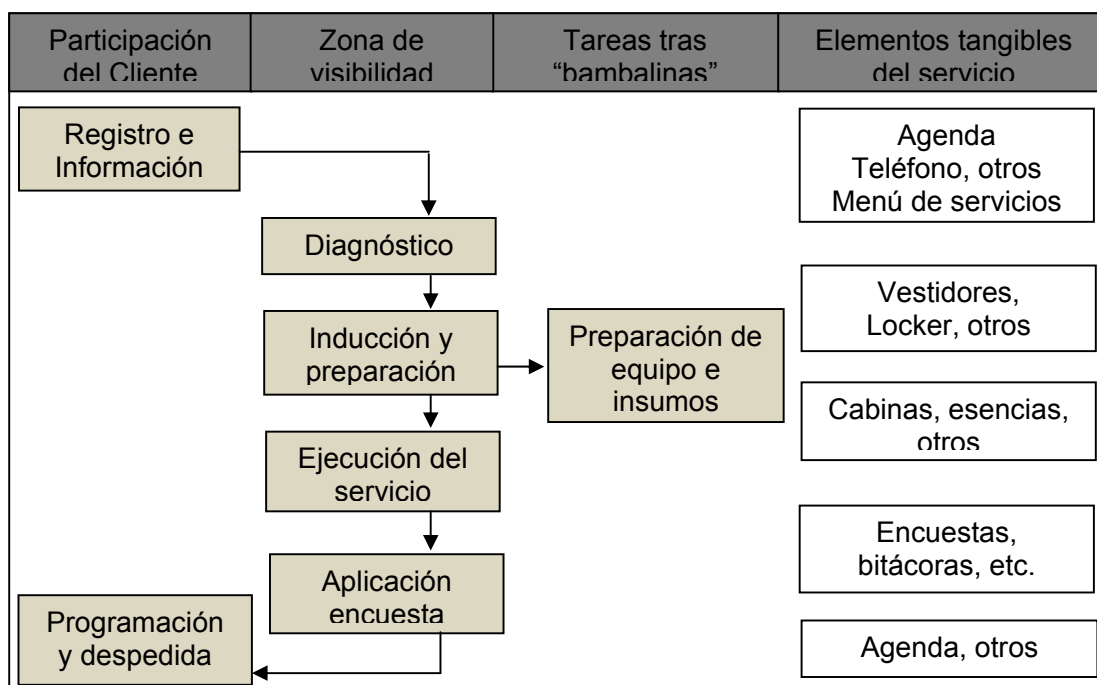
4.2.2 Proceso del servicio Spa

Debido a que la función principal del Spa es facilitar a los hombres de negocios, un estado de bienestar y por ende lograr un equilibrio entre mente y cuerpo, los servicios que ofrecerá deberán de realizarse, en un ambiente natural o artificial, rodeado de aromas, sonidos y otros elementos provenientes de la naturaleza.

Por ello, se presenta el siguiente proceso de servicio (ver figura 5):

- 1.- Registro e información a los clientes en recepción.
- 2.- Diagnóstico y selección del servicio.
- 3.- Inducción y preparación del cliente a los servicios.
- 4.- Preparación de equipo e insumos necesarios para brindar el servicio.
- 5.- Ejecución del servicio.
- 6.- Aplicación de cuestionario necesario para la evaluación del servicio.
- 7.- Programación y despedida.

Figura 5 Blue Print del Spa



Fuente: Elaboración propia



4.2.3 Distribución y diseño de las instalaciones del Spa

Para que la distribución y diseño de las instalaciones del Spa provean condiciones de trabajo aceptables, se tomarán en cuenta dos especificaciones en particular: funcionalidad y estética, que proporcionen y optimicen la distribución eficiente entre cada una de sus áreas.

Dada la capacidad del terreno disponible para la instalación del Spa, a continuación se proponen las dimensiones de cada una de sus áreas (ver cuadro 4), que en conjunto permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos de que se dispone, manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para quienes hagan uso de ellas, tomando en consideración las reglas de normatividad que deben cumplirse para su construcción.

Para la construcción del Spa, se tomó en cuenta los lineamientos de la norma mexicana NMX-TT-009-IMNC-2004 en su apartado “Requisitos básicos de calidad en el servicio e instalaciones”, el cual dice, que el establecimiento de Spa debe contar con distintas áreas de trabajo como son:

Área seca

Área húmeda

Área de relajación

Área de acondicionamiento físico

Área de alimentación

Área de belleza

Área de evaluación médica

Cabina multiusos (proporcionar diagnósticos y consultas de estética, consejos de nutrición y dietética y consejos sobre ejercicios).



Cuadro 4 Distribución de las instalaciones del Spa

ÁREAS	Medidas
Área seca (masajes, faciales, corporales)	30 m ²
Área húmeda (sauna, hidromasaje, vapor y ducha)	60 m ²
Temascal	25 m ²
Área de relajación	18 m ²
Área de acondicionamiento físico	45 m ²
Área de alimentación	20 m ²
Área de belleza	13.5 m ²
Área de hospedaje	88 m ²
Vestidores	12 m ²
Recepción	15 m ²
Oficinas	18 m ²
Sanitarios	8 m ²
Estacionamiento	13.5 m ²
Subtotal	421 m²
Áreas verdes	79 m ²
TOTAL	500m²

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro anterior, se ha decidido aprovechar el terreno en su totalidad para evitar dejar espacios ociosos que no reporten utilidad alguna tanto para el demandante como para el oferente del servicio. Se contemplan 14 áreas que permitirán brindar un servicio completo y se especifica cada una de las áreas con su dimensión correspondiente.

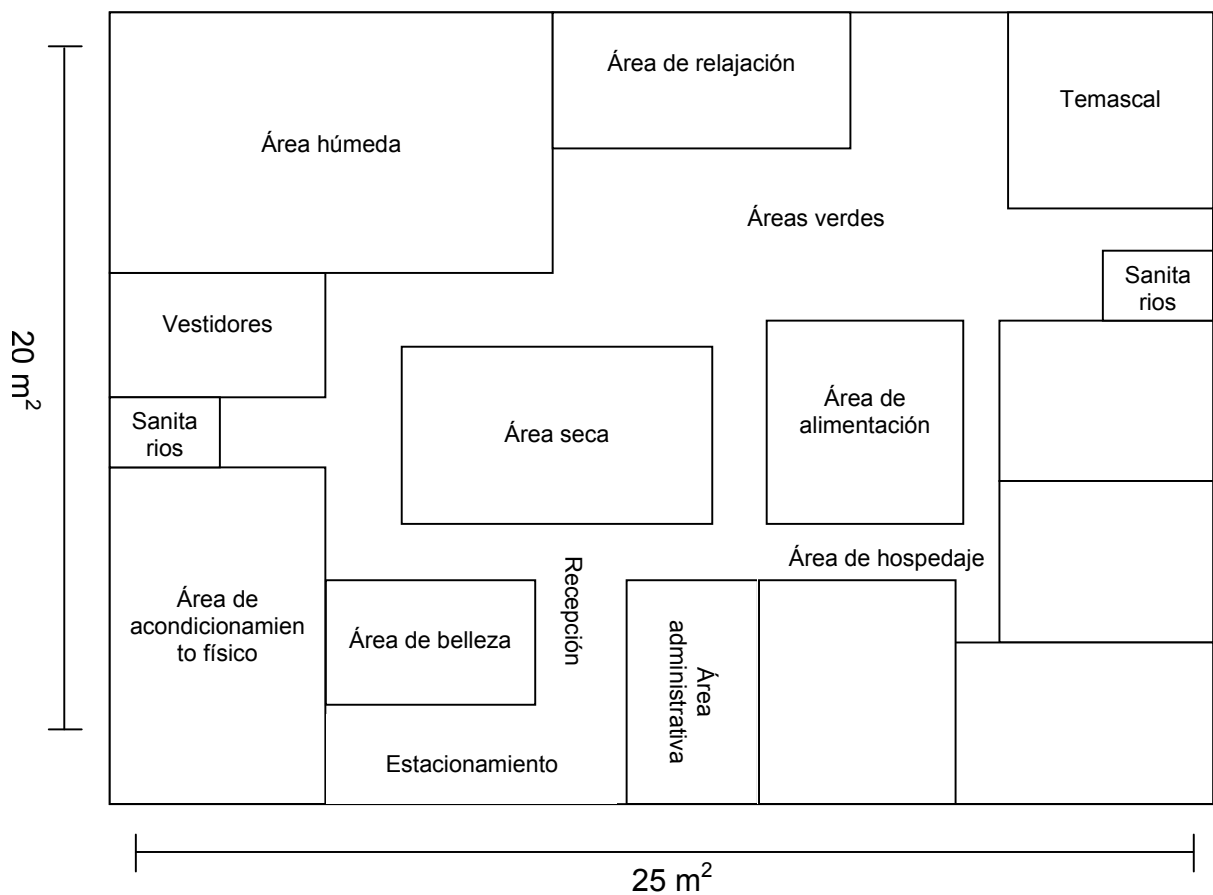
El área seca medirá 30 m² que abarca dos cabinas de tratamiento (3 m X 5 m) para brindar los servicios de masaje, faciales y corporales. De igual manera, se contempla un área húmeda de 60 m² donde se incluye el espacio del baño



sauna, el baño de vapor, la ducha escocesa, la tina de hidromasaje y las regaderas. El área de hospedaje, cuya medida es de 88 m², incluye cuatro habitaciones con sus respectivos sanitarios, dos de ellas miden 5 m X 4 m y las otras dos 6 m X 4 m. Las demás áreas son espacios individuales que sólo incluirán el equipo necesario para brindar el servicio, el cuál se determinará más adelante (ver anexo 11).

Cabe mencionar que no se contempla un área de evaluación como tal, se sustituye ya que se pretende contratar personal calificado que tenga la capacidad de realizar esta evaluación antes de iniciar algún proceso, así como debe tener conocimiento sobre primero auxilios (Ver figura 6).

Figura 6 Plano de la distribución de instalaciones del Spa (Lay out)



Fuente: Elaboración propia



4.2.4 Determinación de mobiliario, equipo y artículos de oficina correspondientes al manejo administrativo del Spa

El Spa debe contar con un área donde se regulen las actividades de tipo administrativo, para ello, es necesario considerar el mobiliario y equipo de oficina que se requiere (ver cuadro 5).

Cuadro 5 Inversión inicial en mobiliario y equipo de oficina

Artículo	Cantidad	Precio unidad	Precio Total
Computadora Compaq Presario SG3503.	2	7,889.00	15,778.00
Impresora Multifuncional	1	1,299.00	1,299.00
Fax Térmico Panasonic KX-FT931 LA-B	1	1,499.00	1,499.00
Teléfono Alámbrico, 2 líneas TC6400	3	599.00	1,797.00
Archivero colección corsa, 75cmx60cm	2	798.99	1,597.98
Librero metropolitan rampe 180X82X30	2	1,149.00	2,298.00
Silla con pistón	5	399.00	1,995.00
Escritorio Gris-negro 76X150X75	2	2,849.00	5,698.00
Counter en C 200X55X110	1	2,200.00	2,200.00
Sala para recepción	1	2,900.00	2,900.00
Agenda de escritorio	2	28.00	56.00
Engrapadora M/T	2	44.90	89.80
Cesto papeler rectangular	2	35.50	71.00
Persianas enrollables	2	400.00	800.00
Medio juego de baño	4	400.00	1,600.00
Lavabos	2	300.00	600.00
Extintor PQS (A,B,C)	3	449.50	1,348.50
Extintor CO ₂ (B,C)	1	1,659.50	1,659.50
Botiquín	1	219.00	219.00
Escoba y Jalador	3	33.00	99.00
Focos	20	6.90	138.00
Total			\$43,742.78



Así mismo, se consideran los artículos de oficina que ayuden en la operación de dichas actividades administrativas (ver cuadro 6).

Cuadro 6 Gastos de operación (administración)

Artículo	Cantidad	Precio unidad	Precio mensual	Precio anual
Paquete de 500 hojas blancas tamaño carta	2	49.99	99.98	1,199.76
Paquete de 12 bolígrafos Bic,	1	28.50	28.50	342.00
Paquete de 10 lápices Mirado	2	27.90	55.80	669.60
Caja de 5000 grapas	2	12.50	25.00	300.00
Caja 100 clips # 1,	2	7.90	15.80	189.60
Caja de 12 sujeta documentos 33mm	1	14.99	14.99	179.88
Caja de 50 broches de 8cm.	2	25.90	51.80	621.60
Caja con 100 fólder tamaño carta,	1	49.90	49.90	598.80
Caja con 12 gomas	2	23.50	47.00	564.00
Paquete Sacapuntas Kum Metal	3	9.99	29.97	359.64
Paquete corrector liquido	3	21.90	65.70	788.40
Cartuchos	3	200.00	600.00	7,200.00
Torre de CD's	1	100.00	100.00	1,200.00
Cinta Scotch.	3	9.50	28.50	342.00
Paquete con 4 marcadores	2	32.90	65.80	789.60
Paquete 12 jabón de tocador	1	54.00	54.00	648.00
Paquete de 34 rollos de papel higiénico	1	172.00	172.00	2,064.00
Concentrado multiusos	1	55.00	55.00	660.00
Bolsa 8kg detergente	1	67.50	67.50	810.00
Desinfectante	4	14.00	56.00	672.00
Gel Antibacterial	6	15.00	90.00	1,080.00
Total			\$1,773.24	\$21,278.88



4.2.5 Determinación de mobiliario, equipo e insumos necesarios para la prestación de los servicios ofrecidos por el Spa

El mobiliario y equipo necesario para brindar un servicio completo de Spa se cita a continuación (cuadro 7), considerando la cantidad y el precio unitario de cada mobiliario o equipo. Dicho mobiliario y equipo se determinó, tomando en cuenta la capacidad promedio de servicios a ofrecer por día, es decir, que de acuerdo a la proyección de la demanda, se requiere adquirir el equipo y mobiliario para atender a ocho personas diarias aproximadamente, ya que al comenzar operaciones sería riesgoso comprar demasiados aparatos o diseñar áreas muy grandes, cuando se sabe que no serán utilizados.

Cuadro 7 Inversión inicial en equipo y mobiliario (masajes y circuitos)

	Artículo	Descripción	C	Precio unitario	Precio Total
Área Húmeda	Sauna Sun Tech 3 HD9333	Madera natural y puerta de vidrio templado. Medidas 155 x 112 x 190 cm. Peso: 159 Kg. Red: 110 V Potencia 2100 W.	1	29,985.0	29,985.0
	Baño de vapor 4 angular Cabina para instalar en un área de 150 x 150	Prefabricada en metacrilato con ABS de 8 mm. Asientos anatómicos, aplicación anti humedad, generador de vapor por electrodos, válvula con dosificador de aroma.	1	149,282.4	149,282.4
	Ducha escocesa bitérmica automática	Techo de acero inoxidable. Plato de ducha de gran caudal con agua difuminada. Equipo de 9 difusores: proyectan en 3. Dimensión: 110 X 110 cm. Consumo 20 a 40 litros/minuto. Consumo 18 W.	1	74,264.5	74,264.5
	Tina Morocco White Sierra 3705	Dimensión: 220X220X91 cm. Libre de mantenimiento. Peso 309 kg. Capacidad 1900 l. 90 hidrojets. Lámparas LED y sistema estéreo.	1	97,140.0	97,140.0



Cuadro 7 Inversión inicial en equipo y mobiliario (masajes y circuitos)
(continuación)

	Kit de regaderas de mano	Latón duro para resistir corrosión y deslustre. Incluye: regadera de mano, manguera metálica 60 in, barra 22 in y jabonera.	4	277.1	1,108.0	
Área Seca	Cama hidráulica	Opción para faciales y masajes. Tiene respaldo reclinable, careta articulable y control remoto.	1	14,000.0	14,000.0	
	Cama multifuncional	Ideal para diversas técnicas, contiene reposa manos de quita y pon, elevador de rodillas y pies, respaldo reclinable y careta articulable.	2	6,600.0	13,200.0	
	Aparato de Alta Frecuencia	Tratamientos corporales, faciales y capilares. Genera corrientes de alta frecuencia con propiedades bactericidas y características antisépticas.	1	3,177.0	3,177.0	
	Mesa auxiliar	Mesa auxiliar con ruedas para cabina, para sábanas, aceites, difusor, etc.	2	719.0	1,438.0	
	Anaqueles	Madera con compartimentos	1	300.0	300.0	
	Persianas	Enrollables tipo bambú	2	500.0	1,000.0	
	Cesto de basura		2	35.5	71.0	
	Kit brochas	Ideales para faciales y corporales, contiene 10 pzs.	2	530.1	1,060.2	
	Kit de piedras	51 piedras (20 frías y 31 calientes) calentador y pinzas	1	4,500.0	4,500.0	
	Blancos	Sábana protectora		10	398.9	3,989.0
		Sábana metálica		4	120.0	480.0
		Toalla corporal (2)		20	200.0	4,000.0
		Bata spa		20	230.0	4,600.0
Relax	Tumbona	Mawson 240 de 3 posiciones, de madera y color sepia. Dimensión 196 x 66 x 80 cm.	4	5,711.0	22,844.0	
Vestidor	Lockers	Modelos con 2 divisiones y cerradura para candado. 180cmsx38cmsx45cms	4	1,250.0	5,000.0	
	TOTAL				\$431,439	



Los gastos de venta incluyen los insumos a utilizar en los tratamientos, así como los insumos para la preparación de jugos y ensaladas (ver cuadro 8).

Cuadro 8 Gastos de venta (Insumos)

Actividad	Producto	U	Precio U	Precio mensual	Precio anual
Masaje Antiestrés	Cedro	50 ml	141	1,128.00	13,536.00
	Sándalo	50 ml	550	4,400.00	52,800.00
	Patchouly	50 ml	169	1,352.00	16,224.00
	Vetiver	50 ml	202	1,616.00	19,392.00
	Ciprés	50 ml	169	1,352.00	16,224.00
Masaje Descontracturante	Romero	50 ml	151	1,208.00	14,496.00
	Menta	50 ml	166	1,328.00	15,936.00
	Eucalipto	50 ml	151	1,208.00	14,496.00
Masaje Reanimante	Mandarina	50 ml	314	2,512.00	30,144.00
	Naranja	50 ml	99	792.00	9,504.00
	Ylang-Ylang	50 ml	184	1,472.00	17,664.00
	Jazmín	50 ml	278	2,224.00	26,688.00
	Petigrain	50 ml	227	1,816.00	21,792.00
	Hinojo	50 ml	176	1,408.00	16,896.00
	Jengibre	50 ml	252	2,016.00	24,192.00
	Lima	50 ml	125	1,000.00	12,000.00
	Limón	50 ml	112	896.00	10,752.00
	Nuez moscada	50 ml	200	1,600.00	19,200.00
	Pimienta negra	50 ml	252	2,016.00	24,192.00
	Pino	50 ml	112	896.00	10,752.00
	Toronja	50 ml	125	1,000.00	12,000.00
Fangoterapia	Fango volcánico	500 gr	326.34	7,832.16	93,985.92
Kit de chocolate	Mascarilla	10 s	2,800.0	33,600.00	403,200.0
Velo de colágeno	Velo de colágeno	12 pzs	1472.84	23,565.44	282,785.28
Acné	Mascarilla	200 gr	198.92	4,774.08	57,288.96
Exfoliante	Exfoliante facial y corp	450 gr	398.1	19,108.80	229,305.6
Limpiar	Gel	175 ml	115.00	13,800.00	165,600.0
Humectar	Humectante	45 ml	145.00	13,920.00	167,040.0
Preparación de alimentos	Insumos para jugos y ensaladas		2,100.0	8,400.00	100,800.0
Total				\$158,240.5	\$1,898,886



En cuanto a los insumos para la preparación de jugos y ensaladas se está tomando una cantidad aproximada de \$2,100.00 semanales, esto considerando las 8 personas diarias que asistirían y los 6 días laborales, además de evitar pérdidas significativas, debido a su característica perecedera.

Los gatos de venta también incluyen otros, que tal vez no sean tan relevantes, pero es preciso incluirlos ya que son para el área de recepción (ver cuadro 9).

Cuadro 9 Gastos de venta en otros

Artículo	Cantidad	Precio unidad	Precio mensual	Precio anual
Kg. de azúcar	4	13.60	54.40	652.80
Paquete de café de grano 400g.	4	23.15	92.60	1,111.20
Caja de Galletas	4	22.62	90.48	1,085.76
Paquete de 500 servilletas	4	24.66	98.64	1,183.68
Total			\$336.12	\$4,033.44

Finalmente, el servicio Spa requiere productos complementarios que ayuden en la aplicación de los tratamientos (cuadro 10).

Cuadro 10 Costo de venta en material desechable

Material	Unidad	Cant	Precio unidad	Precio Mensual	Precio Anual
Gasa facial	100 pzs	4	150.00	600.00	7,200.00
Gorros	12 pzs	16	92.76	1484.16	17,809.92
Papel osmótico	1 p 80m	5	110.00	550.00	6,600.00
Latex	100 pzs	4	86.00	344.00	4,128.00
Sábana desechable	10 pzs	16	120.00	1920.00	23,040.00
Total				\$4,898.16	\$58,777.92

Por otro lado, el Spa ofrecerá el servicio de hospedaje, por tanto, se debe considerar el mobiliario que permitirá brindar el servicio (ver cuadro 11).



Cuadro 11 Inversión inicial en mobiliario y equipo de hospedaje

Artículo	Cantidad	Precio Unidad	Precio total
Recámara estilo minimalista (Buroes, base, tocador, cómoda y cabecera)	4	15,700	62,800
Colchón Ortofoam Heritage KS	4	9,318	37,272
Edredón primavera KS	4	3,800	15,200
Cubre sábana	4	185	740
Sábana cajonera	4	200	800
Baño completo	2	700	1,400
Regaderas	2	277	554
Persianas	4	400	1,600
Cesto de basura	4	35.5	142
Foco fluorescente	4	25	100
Total			\$120,608

La estética es otro de los servicios y necesita equiparse acorde al servicio que se brindará, es decir, que debido a que el Spa es para hombres, los artículos deben ser diseñados especialmente para ellos (ver cuadro 12).

Cuadro 12 Inversión inicial en mobiliario y equipo de estética

Artículo	Cantidad	Precio Unidad	Precio total
Secadora Magic Ionic Motor 1950 W	1	1,200	1,200
Plancha profesional iTech Wet & Dry Cerámica / Iones	1	950	950
Maquina WAHL Designer 6 Peines de Corte	1	750	750
Afeitadora ES2263K503 Máquina multiusos	1	700	700
Juego de navaja y tijeras, 30 cuchillas para afeitar, HOMBRE B,C	1	1,300	1,300
Banca de espera Ecuador de tres lugares B – 105	1	1,729	1,729



Cuadro 12 Inversión inicial en mobiliario y equipo de estética (continuación)

Tocador Ecuador con luna biselada T – 805	2	1,899	3,798
Sillón para tocador con base normal S – 715	2	899	1,798
Lavabo Ecuador con tarja sin accesorios L – 306	1	2,099	2,099
Piecera P – 502	2	219	438
Silla normal S – 719	1	869	869
Juego de Manicura (mesa, silla, banco) J- -906	1	1,719	1,719
Banco Pedicura B – 109	1	419	419
Mesa auxiliar M – 402	1	719	719
Total			\$18,488

El Spa contará con un área de alimentos donde se brindará una dieta adecuada, que ayude a recuperar y nutrir el cuerpo, por ello, no se requiere de un área altamente equipada, sólo con lo necesario (ver cuadro 13).

Cuadro 13 Inversión inicial en mobiliario y equipo de barra de alimentos

Artículo	Cantidad	Precio Unidad	Precio total
Mesa c/ 4 sillas	2	2,500	5,000
Tarja	1	3,500	3,500
Batidora	1	1,050	1,050
Licuada	1	920	920
Extractor	1	999	999
Plaque	1 (60 pzs)	1,345	1,345
Cristalería	1 (50 pzs)	1,000	1,000
Refrigerador	1	15,800	15,800
Estufa	1	9,750	9,750
Juego de cuchillos	1	2,000	2,000
Cafetera	1	999	999
Tetera	1	450	450
Campana	1	6,135	6,135
Juego de Refractarios	1	220	220
Juego de Charolas	1	360	360
Juego de Pinzas	1	150	150
Juego de Batería	1	2,800	2,800
Vajilla blanca Crown	1 (48 pzs)	1,390	1,390
Total			\$53,868



El acondicionamiento físico es uno de los factores importantes para el hombre, así que el Spa tendrá un área para mejorar el aspecto físico, equipada con ocho aparatos de ejercicio (ver cuadro 14).

Cuadro 14 Inversión inicial en equipo de acondicionamiento físico

Artículo	Cantidad	Precio Unidad	Precio total
Librero	1	1,256	1,256
Equipo de sonido	1	8,000	8,000
Tapetes	10	250	2,500
Bicicleta Spin 15240	4	4,500	18,000
Body Solid EXM1500S	1	9,120	9,120
Impex Marcy Diamont Elite MD	1	14,256	14,256
Fitness Quest Total Gym 1700	1	3,468	3,468
Nordic Track NTS5805	1	7,188	7,188
Total			\$63,788

Se consideró relevante, incluir los costos de señalamientos que se colocarán dentro de las instalaciones del establecimiento como medio de seguridad y orientación (ver cuadro 15).

Cuadro 15 Inversión inicial en señalamientos

Señalamiento	Medida (cm.)	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ruta de evacuación	20* 40	4	23.50	94.00
Salida de emergencia	25*35	2	33.50	67.00
Botiquín de primeros auxilios	25*35	1	33.50	33.50
Prohibido fumar	25*35	2	33.50	67.00
Sanitarios	25*35	1	23.50	23.50
Prohibido el paso	25*35	1	23.50	23.50
Extintor	25*35	4	23.50	94.00
Total				\$402.50



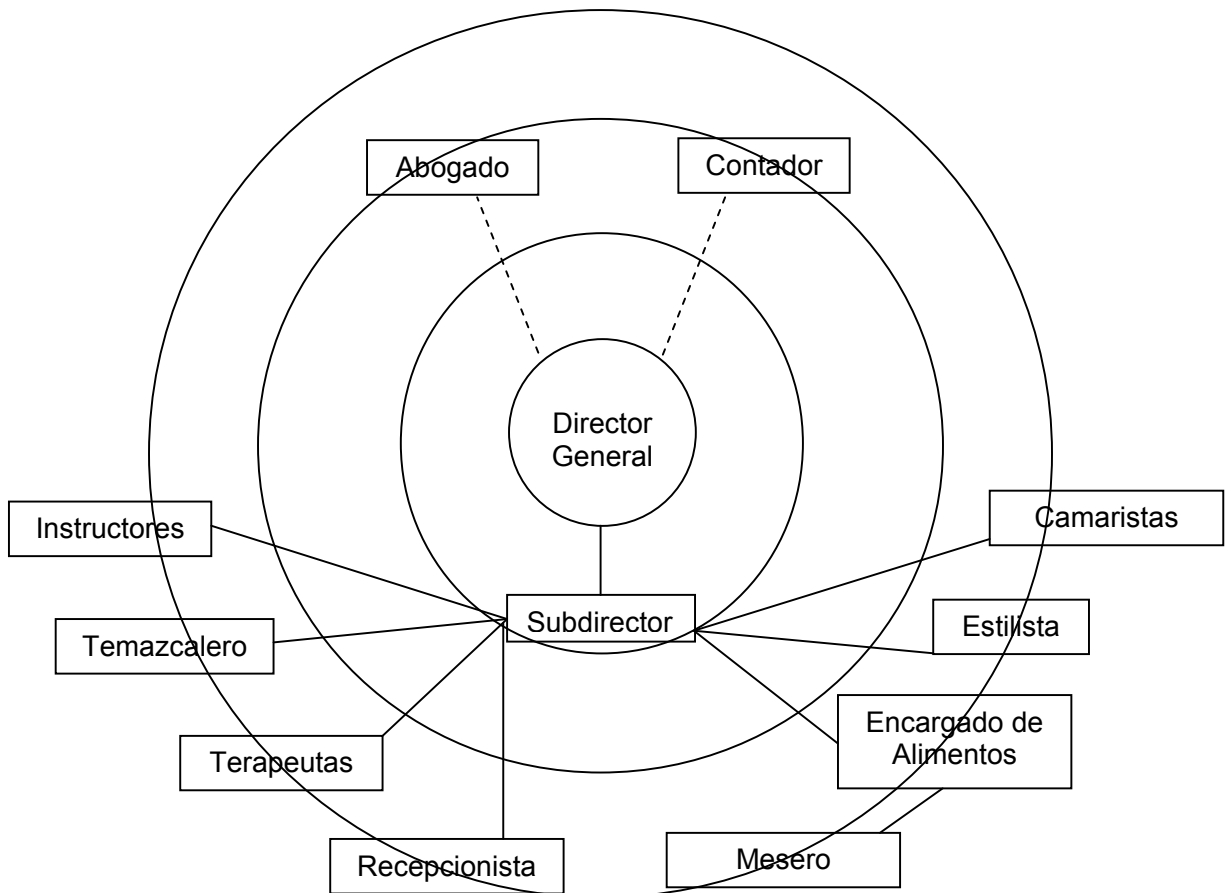
4.3 Organización del Spa

Se refiere a la constitución jurídica y a la organización personal, base fundamental del Spa, con la finalidad de facilitar la gestión administrativa y operativa del estudio.

4.3.1 Organigrama del Spa

La estructura organizacional del Spa, se presenta de forma circular, ya que el manejo de información entre todo el personal debe de ser de forma reciproca en la mayoría de los casos (ver figura 7), con el fin de atender de forma inmediata a las necesidades actuales de los clientes (hombres de negocios) y garantizar su satisfacción total.

Figura 7 Organigrama general de la empresa



Fuente: Elaboración propia



El Spa para hombres de negocios es una empresa de nueva creación que requiere de poco personal (ver cuadro 16), algunos de los puestos que aparecen en el organigrama serán multifuncionales, por ejemplo: la camarista está encargada de mantener limpias las habitaciones, no obstante, puede realizar la limpieza general del establecimiento (ver anexo 2). Otros puestos como el contador o el abogado se contratarán a un despacho externo, puesto que no es necesaria su presencia todo el día.

Cuadro 16 Personal que se requerirá para el funcionamiento del Spa

Puesto	No. de Personal
EXTERNO	
Abogado	1
Contador	1
INTERNO	
Director General	1
Subdirector	1
Recepcionista	1
Terapeutas	2
Instructores	2
Temazcalero	1
Encargado de alimentos	1
Mesero	1
Estilista	1
Camarista	2
TOTAL	15

Del mismo modo, se contará con personal administrativo como el director general y el subdirector, encargado de reclutar al personal operativo. La recepcionista que recibirá a los hombres que deseen un servicio, los terapeutas quienes brindarán un servicio completo que incluya masajes y tratamientos, los instructores, uno encargado de las sesiones de acondicionamiento físico y el otro de las sesiones de yoga y el temazcalero que prepare el ritual de purificación. El servicio complementario se conformará por el encargado de alimentos quien preparará jugos y alimentos balanceados y la estilista que auxiliará en el cuidado del cabello, manos y pies de los hombres (ver anexo 2).



Cabe hacer mención que a pesar de considerar los requisitos establecidos por la norma de Spa, por el momento no se contará con un área de evaluación médica, debido a que se está requiriendo de terapeutas especializados y capaces de hacer un diagnóstico, que tengan conocimientos de primeros auxilios. Aunado a eso se propone el personal necesario para atender 8 personas diarias, pero si la demanda incrementa, el personal también lo hará.

4.3.2 Determinación de honorarios y salarios

Entendiendo como salario la remuneración por horas o días trabajados en el mes, se asigna un valor unitario a dicha hora o día y luego se multiplica la cantidad de horas o días trabajados por ese valor unitario. Generalmente se liquida de forma quincenal o mensual. En cambio, se entiende por honorario a la remuneración que perciben las personas físicas por prestar servicios profesionales independientes, como los médicos, financieros, contables, informáticos, de arquitectura, de ingeniería, de diseño, artísticos, entre otros.

La Comisión Nacional de los Salarios Mínimos ha dividido a la república mexicana con el propósito de fijar los salarios mínimos generales y profesionales en tres áreas geográficas (A, B y C), siendo el Área C, a la que pertenece Tepetzotlán, es decir que el salario mínimo general por jornada diaria de trabajo es de \$51.95, monto vigente a partir del 1º de Enero de 2009. Los salarios mínimos para profesiones, oficios y trabajos especiales (ver anexo 3), se consideraron para establecer los salarios de trabajo en el Spa. Por ejemplo:

Profesión u oficio	Salario
Cocinero(a)	76.72
Peinador(a) y manicurista	70.46
Recamarera	65.34
Recepcionista en general	67.51



A continuación, se muestran los salarios mensuales y anuales que se pagarán a los trabajadores del Spa para hombres, con el fin de conocer el monto de egresos administrativo (ver cuadro 17). Para la determinación de dichos salarios, se consideró el salario mínimo vigente.

Cuadro 17 Salarios

Puesto	No.	Salario Mensual	Salario Anual	Salario total (prestaciones)
Director G	1	10,000	120,000	162,000
Subdirector	1	7,000	84,000	113,400
Recepcionista	1	2,025	24,300	32,805
Terapeutas	2	8,000	96,000	129,600
Instructor	2	8,000	96,000	129,600
Temazcalero	1	4,000	48,000	64,800
Encargado de alimentos	1	2,302	27,624	37,292.4
Estilista	1	2,114	25,368	34,246.8
Camarista	2	3,922	47,064	63,536.4
Mesero	1	1,961	23,532	31,768.2
Total		\$49,324	\$591,888	\$799,048.8

El personal externo se contratará por honorarios, dichos honorarios los establecen los despachos correspondientes, en este aspecto no se está obligado a realizar pago de prestaciones (ver cuadro 18).

Cuadro 18 Honorarios

Puesto	Honorarios	Honorario anual
Abogado	3,000	36,000
Contador	3,000	36,000
Total	\$6,000	\$72,000



4.4 Aspectos legales del Spa

4.4.1 Sociedad Anónima

El Spa será conformado como una Sociedad Anónima (S.A.) dado que se compone de socios (accionistas) cuya obligación se limita única y exclusivamente al pago de sus acciones.

Estará constituida mediante una escritura pública (ver anexo 4) en donde se incluirán por lo menos, dos socios, mismos que participarán con un capital social mínimo fijo de \$50,000.00 (Cincuenta mil pesos 00/100), suscribiendo a cada socio al menos una acción, no obstante, la distribución de las utilidades y del capital social se hará en proporción al importe de las acciones.

Su capital social estará representado por acciones del mismo valor y con derechos iguales, que servirán para acreditar y transmitir la calidad y los derechos de socio. Cada acción sólo tendrá derecho a un voto en las decisiones de la asamblea (Ley general de sociedades mercantiles, última reforma 2006). El contrato de sociedad, debe ser por escrito y ante el Notario Público.

4.4.2 Trámites para la constitución del Spa

De acuerdo con la Secretaría de Relaciones Exteriores, los trámites que debe realizar la empresa (a partir de considerarse persona moral, bajo la actividad de masajistas, boleras y sanitarios públicos en el Estado de México) para constituirse como sociedad, hasta antes de la apertura del proyecto, son los siguientes:

- a. Constitución de sociedades ante la S.R.E. Trámite para obtener de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), la autorización del nombre de la Sociedad Denominación Social (ver anexo 5).



- b. Aviso de uso de los permisos para la constitución de sociedades. Trámite para informar a la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), que el permiso que autorizó fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su denominación o razón social. El costo de \$235.00 por una vigencia de 90 días.
- c. Registro público de la propiedad y el comercio. Trámite mediante el cual se hace el registro del Acta Constitutiva ante el Registro Público de la Propiedad y el comercio del Estado (ver anexo 6).
- d. Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes. Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes.
- e. Licencia de uso de suelo. Documento expedido por la autoridad competente, en el cual se autoriza el uso o destino que pretenda darse a los predios, el costo varía de 10 a 35 días de salario mínimo vigente (ver anexo 7).
- f. Licencia de construcción. Trámite mediante el cual se obtiene la autorización para la ejecución de nuevas obras o para ampliación, el costo para uso comercial es de \$28.30 por m² (ver anexo 8).
- g. Dictamen de viabilidad de protección civil (uso de suelo). Consiste en otorgar el visto bueno por parte de la Dirección General de Protección Civil para la instalación, ampliación y/o inicio de operación de empresas, industrias, establecimientos, así como para desarrollos habitacionales de interés social, progresivo y popular (ver anexo 7).
- h. Dictamen de factibilidad de servicios de agua potable. Trámite registrarse en el Sistema de Alcantarillado para el control del suministro del agua potable. El costo es 10 veces el salario mínimo vigente.
- i. Licencia de funcionamiento para giros comerciales, industriales y de servicio sin venta de bebidas alcohólicas. El precio se determina de acuerdo al giro de la empresa, por lo tanto, la licencia de funcionamiento del Spa considera la venta de alimentos (ver anexo 9).



- j. Aviso de funcionamiento para giros que manejen alimentos y bebidas ante el Instituto de Servicios de Salud Pública. Documento expedido por el Instituto de Servicio de Salud Pública del Estado, por medio del cual se autoriza que un establecimiento de menor riesgo opere y funcione (ver anexo 10).

Todos los gastos de pre operación que requiere el Spa se muestran en el cuadro 29.

Cuadro 19 Trámites para la constitución del Spa

Trámite	Respuesta	Vigencia	Formato	Costo
a.	5 días hábiles	Indefinida	SA1	640
b.	No requiere	90 días	Escrito Libre	940
c.	15 días hábiles	Indefinida	M4	Variable
d.	Inmediata	Indefinida	R1 Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal	Gratuito
e.	8 a 10 días hábiles	Indefinida	Solicitud de Normatividad e Impacto	1,818
f.	8 a 10 días hábiles	1 año	Licencia de construcción	11,518
g.	30 días hábiles	Indefinida	Formato de Protección Civil	2,000
h.	15 días hábiles	Indefinida	Escrito libre	743
i.	30 días hábiles	Indefinida	Solicitud de certificado de funcionamiento	400
j.	4 días hábiles	2 años	Formato Aviso	140
Total				\$18,199



4.5 Conclusiones del estudio técnico-administrativo

Con base en los datos obtenidos en las encuestas, se determinó la factibilidad de la creación de un Spa para hombres de negocios, en el municipio de Tepetzotlán, específicamente en el Barrio de San Martín (cabecera municipal), sobre la Av. Juárez esquina con Calle del Pipila, adquiriendo así un terreno de 500 m², de los cuales 421 m² serán construidos, a fin de obtener el máximo de beneficio.

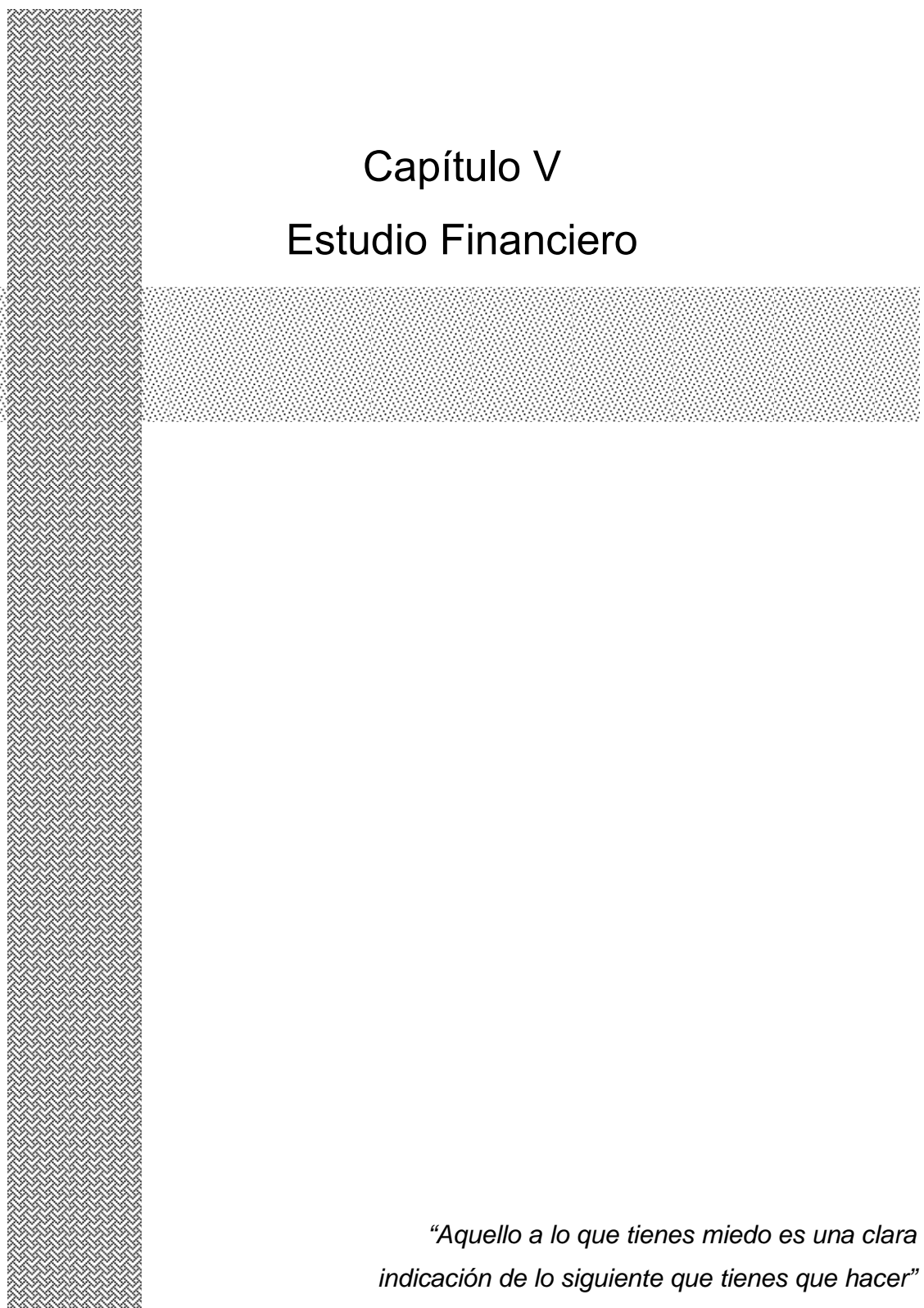
Se considero pertinente la adquisición y construcción total del terreno, debido a que se pretende en un principio ofrecer servicios básicos de un spa, con la mayor calidad para los clientes y la mejor rentabilidad para los inversionistas.

Por otra parte, el estudio propone un equipo de trabajo conformado por 15 personas, capaces de brindar y garantizar servicios de calidad, permitiendo así un óptimo funcionamiento del Spa.

También fue necesario investigar cuáles serán los trámites correspondientes a seguir hasta la apertura del Spa, ya que el mismo debe operar y funcionar bajo estándares de legalidad y calidad, convenientes tanto para la promoción del spa, como para el impulso y fortalecimiento de la actividad turística mediante la prestación de estos servicios turísticos en el municipio de Tepetzotlán.

Con el fin de dar un aspecto de calidad, lujo y vanguardia al Spa, se determinó su diseño al estilo minimalista.

El Spa, será constituido como una Sociedad anónima de Capital Variable (S.A. de CV.), debido a que el Spa operará con una denominación y tendrá un capital proveniente de la aportación de socios (accionistas).



Capítulo V

Estudio Financiero

*“Aquello a lo que tienes miedo es una clara
indicación de lo siguiente que tienes que hacer”*

Anónimo



V. Estudio Financiero

El estudio financiero tiene como propósito, calcular el monto total que se requiere para la inversión inicial, así como los recursos económicos necesarios para establecer el Spa, es decir, con el presente estudio se realizará un pronóstico de ingresos y del costo total para la operación, contemplando las áreas de servicio, administración y ventas, además de mostrar de forma detallada la información de carácter monetario con el fin de obtener una estimación completa de los gastos y costos que conllevaría a la apertura de un Spa holístico para hombres de negocios en Tepetzotlán.

5.1 Proyección de ingresos por ventas de servicios

Considerando que el tamaño de la muestra fue de 267 hombres, de los cuales el 97% (259) asistiría al Spa, se hace la siguiente proyección de ingresos, donde el 100% son los hombres que asistirían (ver cuadro 20).

Cuadro 20 Proyección de ingresos

Frecuencia de visita		Servicios al año	Cálculo de ingresos (\$2,500)*
33%	1 vez al año	86	215,000
27%	6 veces al año	420	1,050,000
25%	2 veces al año	130	325,000
8%	54 veces al año	1,119	2,797,500
6%	26 veces al año	560	1,400,000
1%	12 veces al año	31	77,500
Total: 100%		2,346	\$ 5,865,000 ANUAL \$ 488,750 MENSUAL

*Ingreso que incluye el servicio principal de Spa (masajes, duchas, circuitos, etc.) además del servicio de alimentación, debido a que es parte de la regeneración del cuerpo y consiste en un jugo, ensalada o sopa.

Fuente: Elaboración propia



De acuerdo con la frecuencia de visita de los hombres de negocios al Spa, se determinó que los ingresos al año por persona de acuerdo a su frecuencia de visita serían de \$5, 865,000.

5.2 Determinación de costos

5.2.1 Costos de operación

Los costos de producción incluyen todo aquello que interviene de manera directa en el proceso, desde los insumos, el personal que realizará el servicio y los servicios básicos (energía eléctrica, agua y combustible). En primer lugar, se consideran los gastos de venta, que corresponden a la compra de insumos necesarios para brindar el servicio (ver cuadro 21).

Cuadro 21 Gastos de venta

Concepto	Costo total anual
Gastos de venta en insumos	1,898,886
Gastos de venta en otros	4,034*
Total	\$1,902,920

*Cantidad redondeada de la original 4,033.44

El costo de venta en material desechable, es un costo indirecto, por tanto se considera un concepto aparte y se destina la cantidad de \$58,778 para tal efecto.

a. Costo de mano de obra

En este caso, el costo de mano de obra se considera a todo el personal que se involucra al brindar un servicio de spa. Se tiene en cuenta el monto mensual y anual. Al salario anual se le incrementa un 35% de prestaciones, que incluye pago al fondo de vivienda (INFONAVIT), pago de servicio de salud (IMSS), vacaciones, aguinaldo y días de descanso (ver cuadro 22).



Cuadro 22 Salarios mano de obra directa

Puesto	No.	Salario Mensual	Salario Anual	Salario total (prestaciones)
Terapeutas	2	8,000	96,000	129,600.0
Instructor	2	8,000	96,000	129,600.0
Temazcalero	1	4,000	48,000	64,800.0
Encargado de alimentos	1	2,302	27,624	37,292.4
Estilista	1	2,114	25,368	34,246.8
Camarista	2	3,922	47,064	63,536.4
Mesero	1	1,961	23,532	31,768.2
Total		\$30,299	\$363,588	\$490,844

b. Costos (servicios básicos)

A continuación, se presenta una estimación de costos referente a los servicios básicos para la operación del Spa, tales como: energía eléctrica, agua, teléfono, Internet y combustible (ver cuadro 23).

Cuadro 23 Costo de servicios básicos

Servicio	Costo anual
Agua	18,498
Combustible (gas)	31,277
Energía eléctrica	24,000
Teléfono e Internet	9,588
Total	\$83,363

Todos los datos obtenidos se resumen en el cuadro 24 para conocer el costo total de producción, además se incluye el monto de depreciación que se analiza en el apartado “depreciación y amortización” (ver cuadro 33).



Cuadro 24 Presupuesto de costo de producción

Concepto	Costo total anual
Costos y gastos de venta	1,961,698
Costo de mano de obra	490,844
Costo de servicios básicos	83,363
Depreciación	205,861
Total	\$2,741,766

5.2.2 Costos de administración

Los costos de administración incluyen los salarios del director, subdirector, recepcionista y personal externo, dedicados a las actividades administrativas del Spa. A todos los salarios se agregó el 35% de prestaciones (ver cuadro 25).

Cuadro 25 Salario personal administrativo

Puesto	No.	Salario Mensual	Salario Anual	Salario total (prestaciones)
Director G	1	10,000	120,000	162,000
Subdirector	1	7,000	84,000	113,400
Recepcionista	1	2,025	24,300	32,805
Total		\$19,025	\$228,300	\$308,205

Los honorarios del personal externo, fueron cotizaciones realizadas en los despachos correspondientes (ver cuadro 26).

Cuadro 26 Honorarios personal externo

Puesto	Honorarios	Honorario anual
Abogado	3,000	36,000
Contador	3,000	36,000
Total	\$6,000	\$72,000



Del mismo modo, en los costos administrativos se incluyen los gastos de oficina, que se refieren a la papelería, lápices, plumas, marcadores y otros, éste gasto asciende a \$21, 279.

Por tanto, el costo total de administración incluye los salarios, honorarios y gastos de oficina (ver cuadro 27).

Cuadro 27 Gastos de administración

Concepto	Costo Total
Salarios de personal administrativo	308,205
Honorarios personal externo	72,000
Gastos de oficina	21,279*
Total	\$401,484

*Para fines prácticos la cantidad se redondeo de la original 21,278.88

5.2.3 Costos (promoción y publicidad)

De acuerdo con la encuesta, los usuarios del Spa preferirían la Internet como medio de promoción, por ello se decidió tener una página web que fuera funcional y que incluyera toda la información necesaria sobre el servicio que se va a brindar, además de tener un diseño acorde al mercado, su costo será de \$9,849 y se designaran \$5,000 anuales por mantenimiento.

También, se asigna la cantidad de \$3,500 para los folletos informativos (1000) ya que se considera conveniente mantener informados a los clientes sobre los servicios y actualizaciones, así como, para aquellos hombres que no se interesan por la información en línea.

Una vez asignada la cantidad necesaria en cada área, se fija el monto total que se requiere para operar la empresa (ver cuadro 28).



Cuadro 28 Costo total

Concepto	Costo
Costo de operación	2,741,766
Costo de administración	401,484
Costo de promoción y publicidad	18,349
Total	\$3,161,599

5.3 Inversión inicial

Se refiere a la inversión monetaria de los activos fijo y diferido necesarios para la prestación de los servicios de la empresa.

5.3.1 Activo fijo o tangible

Son todos los bienes tangibles que la empresa debe adquirir para contribuir al óptimo desarrollo de su operación. Para establecer el Spa, se considerará como activo fijo el terreno, obra civil, decoración, mobiliario y equipo. El activo fijo en mobiliario y equipo corresponde al servicio de masajes, circuitos de baño, hospedaje, estética, alimentos y acondicionamiento físico, así como al mobiliario y equipo para desempeñar labores de oficina (ver cuadro 29).

Cuadro 29 Inversión inicial

Concepto	Costo total
Activo fijo de oficina	43,743
Masajes y circuitos de baño	431,439
Hospedaje	120,608
Estética	18,488
Barra de alimentos	53,868
Acondicionamiento físico	63,788
Señalamientos	403
Total	\$732,337



a. Terreno y obra civil

El terreno que se pretende adquirir en el Municipio de Tepotzotlán, tiene una superficie total de 500m² (25m x 20m), de los cuales se construirán 421m²; de acuerdo con la zona, el costo del metro cuadrado es de \$1,550, por lo que el costo total del terreno será de \$775,000.

Para obtener el costo total de construcción, considerando mano de obra y material, fue necesario basarse en el libro impreso de costos de construcción proporcionado por BIMSA Reports, SA de CV y por el presupuesto realizado en la empresa "Diseño y Acabados". El metro cuadrado se cotizó en \$6,000, incluyendo obra negra y acabados, lo que da como resultado \$2, 526,000, por los 421 metros cuadrados que se pretenden construir.

Finalmente, el Spa va contar con un temascal, el cual se construirá por un precio de \$200 por metro cuadrado, si el área de éste será de 25m², entonces el costo total será de \$5,000 (Ver cuadro 30).

Cuadro 30 Costo de terreno y obra civil

Concepto	Costo total
Terreno	\$775,000
Construcción	\$2,526,000
Construcción de temascal	\$5,000
Total	\$3,306,000

5.3.2 Activo diferido o intangible

El activo diferido comprende todos los activos intangibles que requiere la empresa para su funcionamiento, como los gastos preoperatorios (licencias y permisos), gastos de instalación y los contratos de servicio (ver cuadro 31).



Cuadro 31 Gastos preoperatorios

Concepto	Costo total
Constitución de sociedad ante S.R.E*	640
Permiso para constitución de sociedad*	940
Licencia de uso de suelo*	1,818
Licencia de construcción*	11,518
Dictamen de vialidad protección civil*	2,000
Dictamen de factibilidad de servicios de agua potable*	743
Aviso de funcionamiento ante el ISSP*	140
Licencia de Funcionamiento*	400
Contrato de luz**	500
Contrato de agua**	8,421
Contrato de teléfono**	2,000
Total	\$29,120

* Requisitos obtenidos del portal de Internet y del centro empresarial

** Montos vigentes en el municipio de Tepetzotlán

La inversión inicial en activo fijo y diferido se concentra en el cuadro 32, donde se hace la sumatoria de toda la inversión y al resultado se le suma un 5% de imprevistos, el cual se usa como una medida de protección.

Cuadro 32 Inversión total en activo fijo y diferido

Concepto	Costo
Inversión en mobiliario y equipo	732,337
Terreno y obra civil	3,306,000
Gastos preoperatorios	29,120
Subtotal	4,067,457
+5% imprevistos	203,373
Total	\$4,270,830



5.4 Depreciación y amortización

Los cargos de depreciación y amortización se calcularon de acuerdo con la Ley del Impuesto sobre la Renta, donde se establece que el activo fijo se deprecia y el activo diferido se amortiza. Para calcular los cargos anuales, se tomaron en cuenta los porcentajes permitidos por la Ley (ver cuadro 33).

Cuadro 33 Depreciación y amortización

Concepto	Valor	%	1	2	3	4	5	VS*	Año
Eq producción	688,594	10	68,859	68,859	68,859	68,859	68,859	338,203	10
Eq. de oficina	26,666	10	2,667	2,667	2,667	2,667	2,667	9,850	10
Computadoras	17,077	30	5,123	5,123	5,123	1,708	0	0	4
Obra civil	2,526,000	5	126,300	126,300	126,300	126,300	126,300	1,831,500	20
Activo diferido	29,120	10	2,912	2,912	2,912	2,912	2,912	14,560	10
Total	3,287,457		205,861	205,861	205,861	202,446	200,738	2,194,113	10.8
								1,093,344	

* El Valor de salvamento es el valor residual de las depreciaciones y amortizaciones

5.5 Capital de trabajo

El capital de trabajo es la inversión que realiza la empresa para llevar a efecto su gestión económica y financiera a corto plazo, es decir, es el capital adicional necesario para que el Spa inicie operaciones y cubra sus gastos diarios. Para determinar el capital de trabajo, se debe conocer el activo y pasivo circulante.

5.5.1 Activo circulante

El activo circulante se conforma de cuenta de caja e inventarios. La cuenta de caja representa el dinero en efectivo disponible para apoyar las actividades de operación del Spa, por tanto, es conveniente contar con una cantidad que sirva



de reserva para gastos imprevistos. El efectivo disponible en caja es de \$203,373, cantidad obtenida del porcentaje de imprevistos calculado en la inversión inicial, que está libre de gastos.

La cantidad de dinero asignada a los inventarios dependerá de las ventas. El Spa venderá el servicio al contado, lo que significa que los ingresos se percibirán desde el primer día y no es necesario contar con un inventario que provea de productos durante un periodo determinado sin percibir ingresos. La cantidad se determina según los insumos requeridos para brindar el servicio por año, y asciende a \$1, 898,886.

5.5.2 Pasivo circulante

La cuenta de pasivo circulante se refiere a proveedores, que son aquellas personas y empresas a quienes se compran mercancías a crédito a corto plazo o existe una deuda por concepto de servicios públicos como gas, teléfono, agua y energía eléctrica (ver cuadro 34).

Cuadro 34 Pasivo circulante

Proveedor	Costo total
Insumos	1,898,886
Agua	18,498
Combustible (gas)	31,277
Energía eléctrica	24,000
Teléfono	9,588
Total	\$1,982,249

Una vez que se conoce el activo circulante y el pasivo circulante, se determina el capital de trabajo, siendo éste, la diferencia entre el activo y el pasivo circulante:



Capital de Trabajo = Activo Circulante – Pasivo Circulante

Sustituyendo:

$$CT = 2,102,259 - 1,982,249 = 120,010$$

Entonces, el Spa requiere de un capital de trabajo de \$120,010 para iniciar operaciones y solventar gastos. Del mismo modo, se puede conocer la tasa circulante necesaria para absorber la deuda:

Tasa Circulante = Activo Circulante / Pasivo Circulante

Sustituyendo:

$$TC = 2,102,259 / 1,982,249 = 1.06$$

Es decir, que por cada peso de deuda que se tenga, la empresa dispone de \$1.06 para absorber la deuda.

5.6 Financiamiento

La inversión que requiere el Spa es de \$4,270,830 por lo que se pretende solicitar un préstamo por \$1,000,000, el cual se liquidará en un plazo de cinco años, a una tasa del 36% de interés (ver cuadro 35). Los pagos se cubrirán al final de cada año. Para determinar la cantidad a pagar se utilizó la siguiente fórmula:

$$A = p \left[\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n + 1} \right] = 1000000 \left[\frac{0.36(1+0.36)^5}{(1+0.36)^5 + 1} \right] = 458,560.27$$



Cuadro 35 Pago de deuda

Año	Interés	Pago anual	Pago principal	Deuda
0				1,000,000.0
1	360,000.0	458,560.3	98,560.3	901,439.7
2	324,518.3	458,560.3	134,042.0	767,397.8
3	276,263.2	458,560.3	182,297.1	585,100.7
4	210,636.2	458,560.3	247,924.0	337,176.7
5	121,383.6	458,560.3	337,176.7	-

5.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar el momento en el cuál las ventas cubrirán los costos, muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas incrementan o disminuyen con respecto a este punto. Para conocer el nivel donde los costos totales se igualan, es necesario clasificar los costos en variables y fijos (ver cuadro 36).

Cuadro 36 Clasificación de costos

Costos variables	Costos fijos	Total
2,045,061	1,116,538	\$3,161,599

Una vez clasificados los costos, se procede a determinar el precio unitario y el costo variable unitario, para después sustituir los valores en la fórmula de punto de equilibrio.

El Precio Unitario resulta de la división del Total de ingresos anuales entre el número de servicios ofrecidos al año:

$$PU = 5,865,000 / 2,346 = 2,500$$

Para conocer el Costo Variable Unitario, se divide el Costo Variable Total entre el Número de servicios ofrecidos:



$$CVU = 2,045,061 / 2,346 = 871.72$$

La fórmula para el Punto de Equilibrio es la siguiente:

$$PE = CF / (PU - CVU)$$

Sustituyendo:

$$PE = 1,116,538 / (2,500 - 871.72) = 686 \text{ servicios}$$

De acuerdo al resultado obtenido, el punto de equilibrio del Spa se alcanzará cuando se vendan 686 servicios, obteniendo un ingreso de \$1,714,291 que permitirá recuperar costos. Sin embargo, cuando las ventas sean mayores a 686 unidades, el Spa estaría generando utilidades, de lo contrario, serían pérdidas para la empresa (ver cuadro 37).

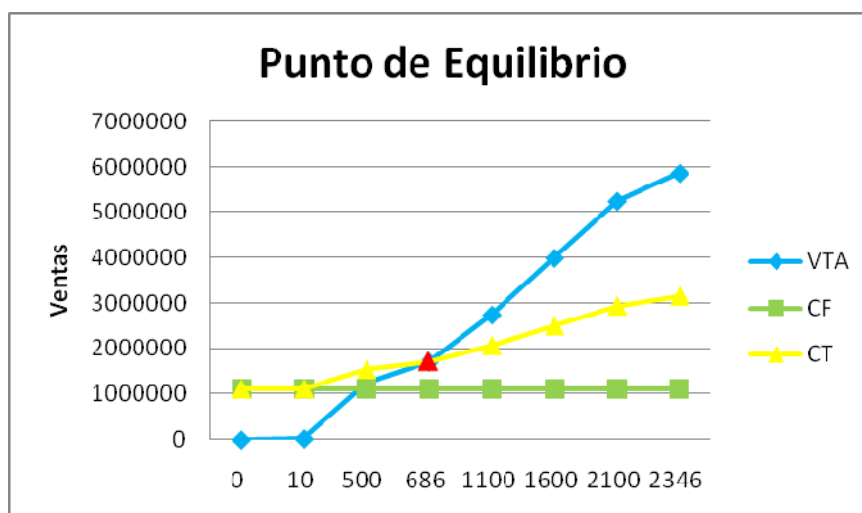
Cuadro 37 Punto de equilibrio

Q	VTA	CVU	CF	CT	Utilidad Perdida
0	0	0	1,116,538	1,116,538	-1,116,538
10	25,000	8,717	1,116,538	1,125,255	-1,100,255
500	1,250,000	435,860	1,116,538	1,552,398	- 302,398
686	1,714,291	597,753	1,116,538	1,714,291	0
1,100	2,750,000	958,892	1,116,538	2,075,430	674,570
1,600	4,000,000	1,394,752	1,116,538	2,511,290	1,488,710
2,100	5,250,000	1,830,612	1,116,538	2,947,150	2,302,850
2,346	5,865,000	2,045,055	1,116,538	3,161,593	2,703,407



Lo anterior, se ejemplifica en la siguiente gráfica:

Gráfica 14 Punto de equilibrio



5.8 Estado de resultados pro forma

El estado de resultados pro forma es la base para calcular los Flujos Netos de Efectivo (FNE) y conocer ingresos y utilidades futuras. Los conceptos a considerar son los ingresos obtenidos en un período anual, el total de costos, los impuestos, la depreciación o amortización y el financiamiento (ver cuadro 39). Para conocer el flujo neto de efectivo se debe considerar el promedio de inflación por año en costos e ingresos, debido a que las cifras del préstamo ya contienen inflación.

La inflación considerada para el año 2009 es de 6.28 y para determinar la inflación de los próximos años, se utilizó el método de extrapolación que considera la inflación correspondiente a cinco años anteriores (ver cuadro 38).

Cuadro 38 Estimación de la inflación
por método de extrapolación

Año	Inflación
2004	4.54*
2005	3.33*
2006	3.45*
2007	3.23*
2008	6.04*
2009	6.28*
2010	4.48**
2011	4.47**
2012	4.66**
2013	4.86**

*Inflación calculada por Banco de México

**Inflación calculada por método de extrapolación

El estado de resultados es una proyección a cinco años que permite conocer los Flujos de Efectivo que se tendrán y poder realizar la evaluación financiera.

Cuadro 39 Estado de resultados pro forma

	0	1	2	3	4	5
Inversión	4,270,830.0	6.28%	4.48%	4.47%	4.66%	4.86%
Ingresos	5,865,000.0	6,233,322.0	6,512,574.8	6,803,686.9	7,120,738.7	
Costo Producción	2,670,800.0	2,838,526.2	2,965,692.2	3,098,258.7	3,242,637.5	
Utilidad Marginal	3,194,200.0	3,394,795.8	3,546,882.6	3,705,428.3	3,878,101.2	
Costo admón.	400,485.0	425,635.5	444,703.9	464,582.2	486,231.7	
Costo de Venta	18,349.0	19,501.3	20,375.0	21,285.7	22,277.7	
Costo Financiero	360,000.0	324,518.3	276,263.2	210,636.3	121,383.6	
Utilidad Bruta	2,415,366.0	2,625,140.7	2,805,540.5	3,008,924.0	3,248,208.2	
ISR 28%	676,302.5	735,039.4	785,551.3	842,498.7	909,498.3	
PTU 10%	241,536.6	262,514.1	280,554.1	300,892.4	324,820.8	
Utilidad Neta	1,497,526.9	1,627,587.2	1,739,435.1	1,865,532.9	2,013,889.1	
Depreciación	205,861.0	218,789.1	228,590.8	238,808.8	249,937.3	
Pago a Capital	98,560.0	134,042.0	182,297.1	247,924.0	337,176.7	
FNE	4,270,830.0	1,604,827.9	1,712,334.3	1,785,728.8	1,856,417.7	1,926,649.7



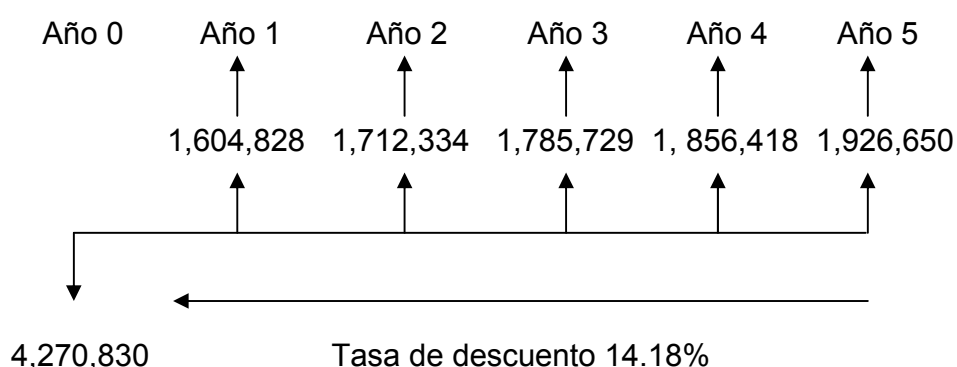
5.9 Evaluación financiera

La evaluación financiera es la parte final del análisis de factibilidad y ayuda a comprobar la rentabilidad económica del Spa. Existen diferentes métodos de evaluación, aquellos que toman en cuenta el valor del dinero y los que no consideran ese valor. Para la presente investigación, se analizarán los métodos que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

5.9.1 Valor Presente Neto (VPN)

El Valor Presente Neto es uno de los métodos de evaluación que ayudará a tomar decisiones sobre la inversión, para que el proyecto sea aceptado, las ganancias deberán ser mayores a los desembolsos, lo cual dará por resultado que el VPN sea mayor a 0. En el Valor Presente Neto se consideran la inversión inicial de \$4,270,830, los flujos netos de efectivo (FNE) obtenidos en el estado de resultados pro forma y la tasa de descuento. Los FNE se representan en el siguiente diagrama, donde se considera un periodo de cinco años y un tiempo cero o momento en el que se origina el proyecto (ver diagrama 5).

Figura 8 Flujo Neto de Efectivo



La tasa de descuento fue calculada sumando la tasa de inflación del 6.28% y una tasa líder, en este caso se consideró a la tasa de interés interbancaria de



equilibrio (TIIE) a plazo de 28 días de 7.9%, calculado por el Banco de México al 12 de marzo de 2009.

La fórmula para calcular el VPN es:
$$VPN = \sum^1 \frac{VF}{(1+i)^n}$$

Donde:

VPN = Valor Presente Neto

i = Tasa de descuento

VF = Flujo Neto de Efectivo

n = Periodo

$$VPN = \frac{1604828}{(1+0.1418)^1} + \frac{1712334}{(1+0.1418)^2} + \frac{1785729}{(1+0.1418)^3} + \frac{1856418}{(1+0.1418)^4} + \frac{1926650}{(1+0.1418)^5}$$

$$VPN = 1405524.5 + 1313434.7 + 1199624.7 + 1092233.7 + 992779.0$$

$$VPN = 6003597$$

$VPN \geq 0 \longrightarrow$ Proyecto se acepta

5.9.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa Interna de Retorno es otro método de evaluación que complementa al VPN. Corresponde a aquella tasa de interés que iguala a cero el valor presente neto del proyecto, es decir, a que tasa se iguala la inversión.

INV INICIAL	- 4,270,830
FNE1	1,604,827.92
FNE2	1,712,334.30
FNE3	1,785,728.84
FNE4	1,856,417.73
FNE5	1,926,649.73
TIR	29.51%



Por fines prácticos, se utilizó la hoja de cálculo de Excel para calcular la Tasa Interna de Retorno, ya que facilita los cálculos y es una herramienta de precisión numérica. La tasa que iguala la inversión es 29.51%, es decir, a esta tasa se recupera la inversión de \$4, 270,830.

$$\begin{aligned} \text{TIR} &= \frac{1,604,827.9 + \frac{1,712,334.3}{(1+0.2951)^1} + \frac{1,785,728.8}{(1+0.2951)^2} + \frac{1,856,417.7}{(1+0.2951)^3} + \frac{1,926,649.7}{(1+0.2951)^4}}{(1+0.2951)^5} \\ &= 4, 270,830 \end{aligned}$$

Retomando los datos anteriores, se concluye que el proyecto tiene una tasa de rendimiento alta, incluso superior a la generada por una institución bancaria, ya que mientras la tasa que genera otra institución es de 7.90%, el proyecto obtiene un valor de 23.23%, es decir, se obtuvo una ganancia por arriba de 15.33%.

5.9.3 Relación Costo Beneficio

La correlación Costo-Beneficio indica cuales serán los beneficios que obtendrá el Spa una vez cubiertos sus egresos.

$$\text{B/C} = \frac{\text{VPN}}{I_0}$$

Donde:

VPN = Valor Presente Neto

I_0 = Inversión Inicial

$$\text{B/C} = \frac{6, 003,597}{4, 270,830} = 1.41$$

$\text{B/C} \geq 1$ Proyecto aceptado



El Spa necesita una inversión inicial de \$4, 270,830 que será recuperada en un lapso de 2.19 años, es decir, en 2 años, 2 meses y 7 días, aproximadamente. El tiempo se calculó al ir acumulando los flujos netos de efectivo hasta llegar a cubrir el monto de la inversión, como la inversión se encuentra entre el segundo y tercer año, entonces se resta a la inversión el total acumulado del período anterior a la recuperación total y se divide entre la inversión del siguiente año.

Año	FNE	Acumulado	
1	1,604,828	1,604,828	
2	1,712,334	3,317,162	2.19 años
3	1,785,729	5,102,891	
4	1,856,418	6,959,309	
5	1,926,650	8,885,959	

5.10 Posibles impactos en el ambiental

El objetivo de realizar un análisis de los posibles impactos que tendrá el Spa en el ambiental natural, es determinar si la zona (Tepotzotlán) donde se pretende establecer cuenta con las condiciones para llevar a cabo el proyecto, específicamente en el abastecimiento de agua. Ya que el Spa es un establecimiento consumidor de agua que necesita del suministro de la red de agua potable, por ello puede ser un riesgo para la zona donde se localizará, en virtud de que pueda generar desabasto. Además de proponer algunas soluciones para aprovechar y ahorrar agua.

De acuerdo con las leyes y normas (Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente LGEEPA) establecidas dentro del marco jurídico de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) las actividades realizadas por el Spa no causan mayor impacto en el medio ambiente, la localización y actividades no dañan los recursos naturales y culturales; los residuos sólidos, en su mayoría papeles de oficina, serán reutilizados y reciclados por los mismos miembros de la empresa haciendo uso



de técnicas sencillas de separación de residuos sólidos. De tal modo que cuando la empresa ya no haga uso del papel, éste será depositado en el camión de basura municipal o en los centros de acopio, a fin de que pueda ser reciclado.

No obstante, existe cierto impacto en el uso del agua, ya que es el principal elemento que requiere el Spa para ofrecer sus principales servicios, la empresa se ubicará en el barrio de San Martín en la cabecera municipal de Tepetzotlán, donde el suministro de agua cuenta con tres pozos y cinco tanques de abastecimiento, sistema suficiente para cubrir las necesidades de la población (Plan de Desarrollo Municipal 2006-2009). Así que no existen problemas con el suministro de agua, aún así, se buscará otra forma de abastecimiento como las pipas de agua que serán solicitadas al municipio.

Por otro lado y según el estudio para reciclar el agua del Dpto. de Proyectos de Unique Spa (www.uniquespa.es), establece que la mayor parte del agua utilizada “procede del lavado de filtros y de actividades de masaje o ejercicio como las duchas escocesas, pediluvios, pasillo de lluvias, entre otros, y que dichas aguas están desinfectadas y exentas de contaminación orgánica”, lo que significa que se pueden reutilizar para el llenado de tinas de hidromasaje o el riego de áreas verdes, con ello se disminuye el consumo de agua potable y por ende el costo de producción.

Debido a que los productos utilizados para los diferentes tratamientos son elaborados a base de sustancias naturales o biodegradables, no se produce un impacto tan severo en el ambiente.



5.11 Conclusiones del estudio financiero

Retomando los datos obtenidos de la encuesta, que corresponden a la frecuencia de visita y al monto que los hombres estarían dispuestos a pagar por un servicio, se proyectaron los ingresos por venta de servicios a un año, es decir, que el Spa ofrecerá 2,346 servicios al año, obteniendo un ingreso anual de \$5, 865,000.00.

El Spa contará con un presupuesto anual de \$3, 161,599.00 por concepto de gastos y costos que deben hacerse para operar durante un año. Incluye los egresos por producción de \$2, 741,766.00, los gastos de administración que ascienden a \$401,484.00 y gastos de promoción por \$18,349.00.

La inversión inicial requerida es de \$4, 270,830.00, de los cuales \$688,594.00 corresponden a la adquisición de camas para masajes, aparatos, lockers, mesas, entre otros. Para compra de mobiliario y equipo de oficina se destinan \$43,743.00, para adquirir el terreno y construir se necesitan \$3, 306,000.00 y por gastos preoperatorios \$29,120.00. Dicha inversión tendrá un monto anual de depreciación y amortización de \$205,861.00 que proyectados a cinco años se obtiene un valor de salvamiento de \$2, 194,113.00.

El capital de trabajo que se requiere para iniciar operaciones una vez disminuyendo los pasivos de los activos es de \$120,010.00.

El momento en el cuál se cubrirán los costos del Spa se alcanzará al vender 686 servicios con los cuales se obtienen un ingreso de \$1, 714,291.00. En otras palabras, según la proyección de ingresos, el Spa venderá 2,346 servicios al año por 317 días laborales, se considera vender 7.4 servicios diarios a un precio promedio de \$2,500.00, entonces los costos se cubrirían a los 92 días de operación.



Finalmente, para conocer la rentabilidad económica del Spa, se calculó el Valor Presente Neto (VPN), cuyo valor fue de \$6, 003,597.00 aplicando una tasa de descuento del 14.18%, lo que significa que el proyecto se acepta al obtenerse un VPN mayor a 0.

De igual forma, se obtiene una Tasa Interna de Retorno del 29.51%, con la cual se iguala la inversión y se acepta el proyecto, ya que ofrece una tasa mayor a la generada por una institución bancaria.

La Relación Beneficio Costo es igual a \$1.41 lo que indica que el Spa obtendrá un beneficio por arriba de la inversión, entonces el proyecto de acepta.



Conclusiones

El modelo fenomenológico con respecto a su perspectiva humanista, se relaciona con los términos de ocio, recreación y tiempo libre, ya que en general se interesan por el desarrollo personal, es decir, que el ser humano al desarrollar diferentes actividades en total libertad, obtiene un aprendizaje significativo que le permite modificar ciertas conductas o pensamientos, para así lograr la autorrealización personal, cumpliendo con el objetivo de la fenomenología.

Se define al turismo como un fenómeno multidisciplinario que se manifiesta cuando el sujeto del turismo realiza un desplazamiento temporal que puede ser fuera de su residencia habitual por diferentes motivos, visitando uno o más atractivos turísticos durante su tiempo libre, generando múltiples relaciones con la comunidad local y el medio ambiente, permitiendo experiencias de ocio.

El turismo es una alternativa que puede promover el desarrollo integral del ser humano, mediante las experiencias turísticas que involucren autenticidad y servicios especializados (de acuerdo a las exigencias de los sujetos del turismo), que garanticen experiencias de ocio, como los servicios ofrecidos por el turismo de salud.

Uno de los servicios del turismo de salud es el Spa, considerado como un establecimiento que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando el agua como elemento principal.

El concepto actual del Spa se basa en el pensamiento romano de salud, ofreciendo terapias a base de agua que se complementan con masajes que utilizan aceites para relajar y aliviar cuerpo y mente. La importancia del Spa radica en contrarrestar los malestares que aquejan al ser humano en la actualidad, como el estrés, la ansiedad y la depresión.



En México los Spa tienen un 25% de crecimiento anual, según la Asociación Latinoamericana de Spa (ALSPA), así mismo dice que el 31% de los asistentes son hombres. Este dato indica que los hombres, comparados con las mujeres, participan en menor medida en este tipo de servicios, lo cual no impide que en la actualidad los hombres se estén interesando con mayor frecuencia por asistir a este tipo de establecimientos, para mantenerse saludables y mejorar su aspecto físico.

Los hombres, principalmente los dedicados a los negocios, son un importante nicho de mercado que presenta ciertas patologías producto del exceso de trabajo o las presiones del ambiente laboral y social, que hasta ahora ha sido descuidado.

Se entiende por hombre de negocios a todo aquel ser humano del género masculino que se dedique a la administración, control, gestión y/o dirección de una o varias empresas u organismos del sector público o privado, normalmente, encargado de la toma de decisiones, capaz de trabajar bajo presión y responsable de buscar y lograr la competitividad de la empresa, mediante la formulación de planes y estrategias. Dichos hombres se encuentran en un rango de edad de 25 a 39 años y perciben un ingreso mensual que oscila entre los 10,000 y los 21,000 pesos.

Es factible abrir un Spa para hombres de negocios en el municipio de Tepetzotlán, ya que la mayoría de los encuestados asistiría (97%), haciendo uso de los servicios básicos como el baño sauna, los masajes o gimnasio, además están interesados por tener otros servicios como temazcal, hospedaje o sesiones de yoga y Tai Chi.

Los servicios que se ofrecerán en el Spa, fueron seleccionados de acuerdo a las necesidades, deseos y expectativas de los hombres encuestados, logrando cumplir el principio del concepto holístico que busca un equilibrio entre mente,



cuerpo y espíritu mediante un servicio completo que incluya masajes, terapia con agua, tratamientos estéticos, sesiones de yoga y por supuesto sesiones de temazcal.

Se determinó que el principal medio para mantener informados a los posibles clientes sería la Internet, debido a que fue la opción más seleccionada. No obstante, también se diseñarán algunos folletos informativos para captar clientes.

Un Spa en el Municipio de Tepetzotlán, sería el primer centro de relajación integral con áreas de hospedaje, de acondicionamiento físico y de estética, capaz de facilitar experiencias de bienestar físico y mental a los hombres de negocios, ya que en el municipio, no hay competencia u oferta turística apta para cubrir dichas necesidades.

El tamaño del Spa se estableció de acuerdo con la frecuencia de visita, es decir que se atenderán ocho personas diarias, entonces el tamaño idóneo considera sólo a ese número de personas, con la finalidad de aprovechar el área y evitar tener espacios que no sean productivos.

El terreno para el Spa está ubicado sobre la Av. Juárez esquina con calle del Pipila en el barrio de San Martín, tienen una superficie de 500 m², de los cuales 421 m² serán construidos de tal manera que exista una armonía y una secuencia en el servicio.

Se consideraron los lineamientos expuestos en la Norma Mexicana de Spa (NMX-TT-009-IMNC-2004) para determinar las áreas básicas que debería tener el Spa, así como los requisitos básicos de mobiliario y equipamiento.

El equipo de trabajo estará conformado por 15 personas, capaces de brindar y garantizar un servicio de calidad. Tomando en cuenta que el Spa es de nueva



creación, se propone el personal mínimo y algunos puestos son multifuncionales.

El Spa será constituido como una Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V), debido a que operará con una denominación y tendrá un capital proveniente de la aportación de socios (accionistas). Contará con tres socios que aportarán un capital social fijo de \$100,000.00 (cien mil pesos 00/100) cada uno.

La implementación de este proyecto es rentable, ya que como se estableció en el estudio financiero, proporciona un retorno sobre la inversión del 29.51%, lo que significa que el proyecto ofrece una tasa mayor a la generada por una institución bancaria (mientras que otra institución ofrece el 7.90% de rendimiento, el proyecto ofrece un 23.23%) y un Valor Presente Neto de \$6, 003,597.00, a una tasa aceptable del 14.18%.

La relación beneficio-costos que se consigue es de 1.41 lo que representa que por cada peso que el Spa pague, obtiene un peso con cuarenta centavos. Y el periodo de recuperación de la inversión (\$4, 270,830.00) es de dos años y dos meses aproximadamente.

Finalmente, el agua que necesita el Spa será suministrada por la red pública del municipio de Tepotzotlán, además se comprarán pipas de agua para evitar un mayor impacto en el abastecimiento público de agua, y se reutilizará el agua exenta de contaminación, para el riego de áreas verdes. De la misma forma, se contarán con ciertas políticas por la preocupación de la salud y el medio ambiente, es decir:

- Respetar la naturaleza disminuyendo el impacto generado por la actividad.
- Ahorrar agua, electricidad y combustible.
- Reducir la generación de desechos sólidos como la basura.
- Reciclar plásticos, papel, agua, desechos orgánicos, etc.



Recomendaciones

Establecer convenios con empresas. Debido a que el mercado meta son los hombres de negocios sometidos a estrés que buscan mejorar su salud, cuerpo y mente, es aconsejable buscar convenios con algunas empresas, con la finalidad de captar clientes.

Calidad en el servicio. Contar con altos estándares de calidad en el servicio es uno de los aspectos importantes que se debe tomar en cuenta, para ello es necesario actualizarse en todo lo relacionado con los Spa, nuevos tratamientos, técnicas, productos, entre otros.

Evaluar la percepción de los clientes sobre el servicio. Uno de los objetivos del Spa es brindar servicios de calidad que mejoren el estado físico y mental, por ello, se recomienda evaluar periódicamente el servicio para identificar si los clientes están satisfechos o no, de esa manera buscar soluciones para mejorar.

Certificación. Obtener la Certificación Spa, que brinda la norma NMX-TT-009-IMNC-2004 Spa, mediante una evaluación en la calidad del servicio e instalaciones del Spa, cuya finalidad es tener una mejor posición en el mercado.

Diseño interior del Spa. Considerando el mercado al que va dirigido el Spa, se propone un diseño estilo minimalista en muebles y decoración, con el fin de crear un aspecto de lujo y vanguardia. En este sentido, también se ha considerado un diseño de instalaciones que no rompa con el paisaje natural, así como contrarrestar el impacto ambiental que se pueda generar.

Equipo de trabajo. Es recomendable que la mayoría del personal operativo o que se encuentra en contacto directo con el cliente, sea femenino y con cierta complejión física que ayude a promover el buen aspecto del Spa, sobre todo si es para hombres de un estatus elevado.



Estudio ambiental. Se recomienda realizar un estudio ambiental donde se determine cuales serían los impactos negativos que el Spa pudiera generar en el ambiente natural.



Bibliografía

Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos, 4ª edición, McGraw-Hill, México, 2001.

Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos, 5ª edición, McGraw-Hill, México, 2006.

Boullón, Roberto; Molina Sergio y Manuel Rodríguez Woog. Un nuevo tiempo libre. Tres enfoques teórico prácticos, 2ª edición, Trillas, México, 1991.

Brigham, Eugene y Joel F. Houston. Fundamentos de Administración Financiera, tr. del inglés por Joaquín Ramos y José Manuel Salazar, CECOSA, México, 2001.

Cárdenas Tavares, Fabio. Comercialización del turismo. Determinación y análisis de mercados, 3ª edición, Trillas, México, 1990.

Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española, Edición XXII, Madrid, España, 2001.

Erossa Martín, Victoria Eugenia. Proyectos de Inversión en Ingeniería. Su metodología, Limusa, México, 1999.

Enciclopedia de la Psicología. Tomo 4, ediciones Oceano, Barcelona España, 1992.

Gayle Rayburn, Leticia. Contabilidad y administración de costos, tr. del inglés por Jaime Gómez Mont, 6ª edición, McGraw-Hill, México, 1999.

Gurria Di-Bella, Manuel. Introducción al Turismo, Trillas, México, 1991.



Hernández Díaz, Edgar Alfonso. Proyectos turísticos. Formulación y evaluación, Trillas, México, 2001.

Ley del Impuesto sobre la Renta, última reforma publicada el 31 de diciembre de 2008. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, México D. F.

Liberati, Ana María y Fabio Bourbon. Grandes civilizaciones del pasado. Roma Antigua, Edición Folio S. A, España, 2005.

Medicina Tradicional. Colección Mayor Estado de México: Patrimonio de un Pueblo, Gobierno del Estado de México, Toluca, México, 2007.

McIntosh, Robert y Shashikant Gupta. Turismo. Planeación, administración y perspectiva, Limusa, México, 1983.

Molina, Sergio. Introducción al Turismo, Limusa, México, 1997.

Molina, Sergio y Sergio Rodríguez A. Planificación Integral del Turismo. Un enfoque para Latinoamérica, 2ª edición, Trillas, México, 1991.

Plan de Desarrollo Municipal 2006 – 2009, H. Ayuntamiento Constitucional de Tepetzotlán, Estado de México.

Rowshan, A. El Estrés. Técnicas positivas para atenuarlo y asumir el control de tu vida, ONIRO, Barcelona, España, 1997.

Sapag Chain, Nassir y Renaldo Sapag Chain. Preparación y Evaluación de Proyectos, 4ª edición, McGraw-Hill, México, 2003.

Vogeler Ruíz, Carlos. El Mercado Turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción, Centro de Estudios Ramon Areces, Madrid, 2004.



Web grafía

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A. C. <http://www.amai.org>, 08 de mayo de 2008.

Asociación Latinoamericana de Spa. <http://www.infobae.com/interior/salud.html>, 20 de noviembre de 2008.

Banco de México. <http://www.banxico.org.mx>, 12 de marzo de 2009.

Bolis, Mónica (2001) El turismo de salud en América Latina y el Caribe de habla inglesa, III Congreso Internacional de Turismo y Salud, Varadero Cuba, <http://bibemp2.us.es/turismo/turismodesalud>, 28 de septiembre de 2007

Cano Vindel, Antonio. Estrés Laboral, Sociedad Española para el Estudio de la Ansiedad y el Estrés (SEAS), 2002, http://www.ucm.es/info/seas/estres_lab/index.htm, 22 de noviembre de 2007.

De la Rosa, Ma. Carmen y Ma. Ángeles Mosso. Historia de las aguas mineromedicinales en España, Departamento de Microbiología II, Facultad de Farmacia, Universidad Complutense de Madrid, 2004, <http://revistas.ucm.es/cca/11391987/articulos/OBMD0404110117A.PDF>, 10 de marzo de 2009.

Elizondo López, José Antonio. El Estrés, <http://www.mediks.com/saludyvida/articulo.php?id=29>, 22 de noviembre de 2007.

González Cabanach, Ramón. Características de las situaciones estresantes, 1998, http://www.psicologiacientifica.com/publicaciones/biblioteca/articulos/argonro01_2.htm, 22 de noviembre de 2007.



Historia del Spa. Aqua Urban Spa, Barcelona España, www.aquaurbanspa.com/home.asp?menu=uno&aqua=spa, 10 de marzo 2009.

Historia de los spa, Graffinet Online Ltda, 2006, <http://www.entretenete.com/%20articulo2493-historia-de-los-spa.html>, 20 de septiembre de 2007.

<http://www.tepotzotlán.gob.mx>, 05 diciembre de 2008.

Portal de Noticias de Termalismo. Gobierno de Entre Ríos. Uruguay, Argentina, www.entrerios.gov.ar/errter, 10 de marzo de 2009.

Programa Pueblos Mágicos, Secretaria de Turismo (SECTUR), México, 2001 – 2006, http://www.sectur.gob.mx/Pueblos_Mágicos, 20 de septiembre de 2007.

Rodríguez González, Roberto et. al. Estrés Laboral: Consideraciones sobre sus características y formas de afrontamiento. Facultad de Psicología. Universidad Centra Marta Abreu de las Villas, 2002, <http://espanol.geocities.com/aquilera99/volumen33.htm>, 22 de noviembre de 2007.

Spa. <http://www.terapiasi.com/que-es-spa.html>, 20 de septiembre de 2007.

Temazcal: Terapia Ritual. Centro de Desarrollo Humano TAIYARI. <http://www.taiyari.com/temascal.htm>, 05 de diciembre de 2008.

Termalismo <http://www.abalnearios.com/historia/index.htm>, 10 de marzo 2009.

Vargas Olvera, Edgar. Temazcal, Tlazolteotl Temazcal Temazcalli, 2008, <http://www.tlazolteotl.com.mx/temazcal.html>, 10 de marzo 2009.

Verdugo Palacios, Amparo. El ritual del Temazcal, Temazcalli Natural Spa, <http://www.temazcallinaturalspa.com/temazcal.html>, 10 de marzo 2009.



Anexo 1. Cuestionario



UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO No. C__
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
LICENCIAUTRA EN TURISMO

Objetivo: Conocer el perfil de la demanda de hombres de negocios para la creación de un Spa, así como su opinión respecto a dichos establecimientos, con el propósito de determinar si es posible su creación en el municipio de Tepetzotlán, Edo. México. Además de establecer las características que deberá tener un Spa para satisfacer sus necesidades, gustos, deseos y expectativas.

Instrucciones. Marque con una X la respuesta que más se apegue a su opinión y responda lo que se le pide.

1. Para usted un Spa es:

- 1) Un lugar donde se ofrecen servicios a base de agua
2) Un centro de relajación
3) Un espacio de distracción
4) Un lugar que permite mejorar la salud
5) Un lugar donde se brinda atención estética
6) Otro _____

2. ¿Ha hecho uso de éste tipo de servicio?

- 1) Si 2) No

(Si la respuesta es SI, pase a la pregunta 3, si la respuesta es NO, pase a la pregunta 5)

3. ¿Qué servicios ha utilizado dentro del Spa?

- 1) Sauna 4) Gimnasio 6) Servicio médico
2) Hidroterapia 5) Alimentación 7) Masajes
3) Tratamientos faciales y corporales 8) Otro (especifique) _____

4. ¿Con qué frecuencia asiste a un Spa?

- 1) Cada semana 3) Cada mes 5) 1 a 3 veces al mes
2) Cada dos meses 4) 2 veces al año 6) Cada año

5. Edad en años

- 1) de 25 a 29 3) de 35 a 39
2) de 30 a 34 4) de 40 ó más

6. Si en Tepetzotlán se estableciera un Spa destinado a hombres de negocios, ¿usted asistiría?

- 1) Si 2) No

**Anexo 1. Cuestionario**

7. ¿Con qué frecuencia asistiría?

- 1) Cada semana 3) Cada mes 5) 1 a 3 veces al mes
 2) Cada dos meses 4) 2 veces al año 6) Cada año

8. ¿Para qué asistiría a este Spa?

- 1) Disminuir el estrés y problemas de ansiedad
 2) Propiciar un estado de bienestar
 3) Romper con la rutina
 4) Cuidar y mantener su aspecto físico
 5) Simplemente para conocerlo
 6) Otro _____

9. De los siguientes servicios, seleccione cuáles le gustaría encontrar en el Spa.

1. Acupuntura	<input type="checkbox"/>	6. Áreas deportivas	<input type="checkbox"/>
2. Magnoterapia	<input type="checkbox"/>	7. Hospedaje	<input type="checkbox"/>
3. Sesiones de yoga, Tai Chi	<input type="checkbox"/>	8. Programas superación personal	<input type="checkbox"/>
4. Tratamientos faciales	<input type="checkbox"/>	9. Programas alimentación	<input type="checkbox"/>
5. Temascal	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

10. Mensualmente ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en su salud?

- 1) Menos de 2000 4) de 2001 a 2500
 2) de 2501 a 3000 5) de 3001 a 3500
 3) Más de 3501

11. ¿Cuál es su ingreso mensual aproximado?

- 1) menos de 10 mil pesos 4) de 22 a 27 mil pesos
 2) de 10 a 15 mil pesos 5) de 28 mil pesos o más
 3) de 16 a 21 mil pesos

12. ¿Qué medio considera usted sería el adecuado para mantenerle informado sobre el Spa?

- 1) Internet 4) Radio 6) Teléfono
 2) Folletos y trípticos 5) Prensa 7) Televisión
 3) Revistas Especializadas 8) Otro _____

13. Lugar de residencia habitual

- 1) Tepotzotlán 4) Cuautitlán de R R 6) Cuautitlán Izcalli
 2) Coacalco 5) Ecatepec 7) Zumpango
 3) Distrito Federal 8) Otro _____

GRACIAS POR SU COOPERACIÓN



Anexo 2 Descripción y análisis de puestos

Director General		
Descripción del puesto	Análisis del puesto	
<p>Genérica Tiene como labor fundamental la toma de decisiones y la planeación empresarial, es el representante legal de la empresa, en tal sentido también es el responsable de la misma, debe de ser una persona altamente capacitada.</p> <p>Específica</p> <ul style="list-style-type: none">- Guiar y coordinar todas las áreas de la empresa.- Establecer políticas administrativas- Dirigir las actividades generales de la empresa.- Aprobar o emitir proyectos inversiones, inventarios, etc.- Tiene la última decisión en sus manos.- Representante legal ante la sociedad- Responsable del buen o mal funcionamiento de la empresa.- Tiene como función convocar juntas de accionistas e informar los cambios y movimientos de la empresa, entre otros.	<p>Requisitos intelectuales</p> <ul style="list-style-type: none">- Licenciado en administración con Conocimiento de todos los procesos de la empresa, administrativos, de ventas y generales, educación a nivel de mejoramiento a corto plazo en algún curso o maestría importante.- Experiencia de 4 años- Iniciativa a trabajar en equipo- Sociable, cortés, dinámico, ético, eficiente y eficaz. <p>Requisitos básicos</p> <ul style="list-style-type: none">- Concentración visual para poder detectar posibles problemas dentro de cada área.- Responsable de información confidencial, personal y equipo. <p>Ambiente de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none">- Estrés , preocupación, tensión, entre otros	
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:



Anexo 2 Descripción y análisis de puestos

Subdirector		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
<p>Genérica Persona responsable de conseguir y conservar un grupo humano de trabajo que cubra las características necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa, a través de programas adecuados de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo.</p> <p>Específica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encargado de la contratación y empleo - Establecimiento de sueldos y salarios. - Preservar buena relación laboral entre trabajadores y jefes. - Brindar servicios y prestaciones a los trabajadores conforme a derecho. - Mantener una adecuada higiene y seguridad - Elaborar informes al gerente general 		<p>Requisitos intelectuales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en administración - Experiencia de 3 años - Iniciativa a trabajar en equipo - Sociable, cortés, dinámico ético, eficiente y eficaz. <p>Requisitos básicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concentración visual para poder detectar posibles problemas en el área de trabajo. - Responsable de información personal y equipo. <p>Ambiente de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrés, preocupación, tensión
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

Contador (asesor externo)		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
<p>Genérica Registra las transacciones financieras de la empresa en los libros diario y mayor; verifica y clasifica pagos, cobranzas, ventas, cheques, letras, pagarés, facturas, compras, depreciaciones, cálculo de impuestos, costos, nóminas y otros documentos contables; elabora pólizas, ayuda al levantamiento de inventarios y a la elaboración de las declaraciones finales para pago de impuestos. Puede auxiliarse de máquinas electromecánicas, tabuladores o de contabilidad.</p> <p>Específica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pago de impuestos y obtención de recursos - Hacer y distribuir el presupuesto - Realizar reportes financieros y auditorias internas 		<p>Requisitos intelectuales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Licenciatura en contabilidad Con maestría en finanzas. - Experiencia mínima de 3 años - Iniciativa a trabajar en cualquier época del año. - Sociable, dinámico, ético, ágil. <p>Requisitos básicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mucha concentración visual - Agilidad numérica - Responsable de Información confidencial <p>Ambiente de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tensión y estrés
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

**Anexo 2 Descripción y análisis de puestos**

Abogado (asesor externo)		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
Genérica Persona encargada de la situación legal de la empresa, elaboración de contratos de trabajo y atender problemas laborales.		Requisitos intelectuales <ul style="list-style-type: none">- Licenciatura o maestría en Derecho.- Experiencia en derecho mercantil.- Ético, eficiente y analítico.
Específica <ul style="list-style-type: none">- Capacitado para presentar soluciones inmediatas a posibles problemas legales.- Planifica las obligaciones y deberes legales de la empresa.		Requisitos básicos <ul style="list-style-type: none">- Responsable de la situación legal de la empresa.- Iniciativa Ambiente de trabajo <ul style="list-style-type: none">- Estrés, preocupación, tensión.- Riesgo: En ocasiones a malestares emocionales.
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

Recepcionista		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
Genérica Persona recibe a las personas que llegan a un establecimiento, se entera de lo que desea el visitante, le proporciona la información requerida, lo anuncia y/o conduce ante la persona indicada. Atiende las llamadas telefónicas, toma y pasa recados, lleva registros de visitantes y normalmente tiene asignadas otras labores de oficina, tales como: recibir la correspondencia, documentos a revisión y escribir a máquina. Puede realizar otras labores simples de oficina.		Requisitos intelectuales <ul style="list-style-type: none">- Preparatoria o equivalente.- Experiencia en atención al público.- Capacidad de trabajo en equipo.- Sociable, dinámico, ético, ágil, eficiente y analítico.
Específica <ul style="list-style-type: none">- Capacitado para trabajar bajo presión.- Trabajo de manera dependiente.- Planifica las acciones a seguir de la empresa.- Mantener en condiciones óptimas de área de trabajo.		Requisitos básicos <ul style="list-style-type: none">- Sexo: femenino- Concentración visual para poder detectar posibles problemas dentro del área de trabajo.- Excelente presentación.- Responsable de Información.- Complexión física: Delgada Ambiente de trabajo <ul style="list-style-type: none">- Estrés, preocupación, tensión.- Riesgo: a malestares emocionales
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

**Anexo 2 Descripción y análisis de puestos**

Terapeuta		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
Genérica Profesional que ayuda a propiciar un estado de bienestar físico y emocional a los hombres de negocios.		Requisitos intelectuales - Estudios certificados que avalen su capacidad profesional con respecto a la calidad de los tratamientos que realizarán. - Experiencia mínima de 2 años en especialidad.
Específica - Ayuda a disminuir problemas originados por el estrés, cansancio y otros. - Predica o fomenta el autocuidado - Tiene un compromiso con la salud, el tiempo libre, ocio y el trabajo. - Programa tratamientos personalizados.		Requisitos básicos - Sexo: femenino - Esfuerzo físico: necesario - Concentración visual y emocional - Responsable de la satisfacción del cliente.
		Ambiente de trabajo - Riesgos: lesiones por esfuerzo físico.
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

Temazcalero		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
Genérica Profesional que ayuda a la mejora de la calidad de vida de los hombres de negocios, mediante la preparación del temascal.		Requisitos intelectuales - Estudios o conocimientos sobre el uso del temascal, así como de medicina tradicional. - Experiencia de 2 años - Cortés , dinámico , ético, sociable
Específica - Predica el autocuidado y autodirección - Tiene un compromiso con la salud, el tiempo libre, ocio y el trabajo. - Planifica y guía el ritual. - Fomenta el desarrollo de capacidades personales y sociales		Requisitos básicos - Sexo: Masculino - Concentración emocional y espiritual. - Complexión física: Delgada - Responsable del éxito del ritual.
		Ambiente de trabajo - Riesgos: lesiones o golpes provocados por el mal manejo de materiales.
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

**Anexo 2 Descripción y análisis de puestos**

Instructor		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
Genérica Profesional que ayuda a propiciar un estado de bienestar físico, emocional y espiritual a los hombres de negocios.		Requisitos intelectuales - Estudios certificados que avalen su capacidad profesional con respecto a la calidad de las sesiones que impartirá. - Experiencia mínima de 1 años en especialidad. - Cortés, dinámico, ético, eficiente y analítico, perceptivo. - Capaz de dirigir un grupo de personas.
Específica - Ayuda a disminuir problemas originados por el estrés, cansancio y otros. - Predica o fomenta el autocuidado - Tiene un compromiso con la salud, el tiempo libre, ocio y el trabajo. - Programa sesiones personalizadas.		Requisitos básicos - Sexo: Masculino y femenino - Esfuerzo físico: necesario - Concentración visual, emocional y espiritual. - Complexión física: Delgada y atlética - Responsable de la satisfacción del cliente.
		Ambiente de trabajo - Riesgos: lesiones provocadas por el ejercicio.
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

Camarista		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
Genérica Persona realiza labores de limpieza y arreglo de habitaciones o dormitorios en hoteles y otros establecimientos de hospedaje. Asea la habitación, hace las camas y renueva las provisiones de la habitación. Además, se encargará de la limpieza general del spa.		Requisitos intelectuales -Experiencia mínima de 1 año como camaristas. -Dinámico, ético, ágil, eficiente.
Específica - Mantener en condiciones óptimas el área de trabajo.		Requisitos básicos - Sexo: Femenino - Esfuerzo físico : necesario
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

**Anexo 2 Descripción y análisis de puestos**

Encargado de alimentos		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
Genérica Persona encargada y responsable de ofrecer un menú de alimentos balanceados que ayude a eliminar las toxinas del cuerpo y por ende mejorar la salud. Ordena los ingredientes a los abastecedores, vigila la limpieza de vajillas y utensilios. Supervisa ayudantes. Se auxilia de utilería propia del oficio.		Requisitos intelectuales -Técnico en alimentos o ingeniería en alimentos. -Experiencia en preparación de alimentos mínima de un año. - Conocimiento de las propiedades de los alimentos y determinación de costos e inventarios. -Sociable, dinámico, ético, ágil, eficiente y analítico.
Específica - Capacitado para ofrecer alimentos balanceados a los clientes. - Trabajo de manera dependiente. - Mantener en condiciones óptimas el área de trabajo.		Requisitos básicos - Sexo: Femenino - Esfuerzo físico: necesario - Complexión física: delgada Ambiente de trabajo -Trabajo bajo presión
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:

Estilista		
Descripción del puesto		Análisis del puesto
Genérica Persona que realiza labores de corte, teñido, peinado y arreglo del cabello, da manicure y lleva a cabo otras tareas de cultura de belleza.		Requisitos intelectuales - Carrera técnica en estilismo -Experiencia mínima de 1 año -Dinámico, sociable, ético, ágil, eficiente.
Específica - Brindar y diseñar un servicio personalizado. - Mantener en condiciones óptimas el área de trabajo.		Requisitos básicos - Sexo: Ambos sexos - Complexión física: Delgada - Buena presentación
REALIZADO POR:	REVISADO POR:	AUTORIZADO POR:
ÁREA: SUBDIRECCIÓN	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL	ÁREA: DIRECCIÓN GRAL
FIRMA:	FIRMA:	FIRMA:



Anexo 3 Salarios mínimos generales y profesionales

salarios mínimos	ÁREA GEOGRÁFICA			O F N U M	ÁREA GEOGRÁFICA A
	A	B	C		
Generales:	54.80	53.26	51.95		
Profesionales					
1 Albañilería, oficial de	75.87	77.81	75.71	1	BAJA CALIFORNIA: Todos los municipios del Estado
2 Archivista clasificador en oficinas	76.35	74.25	72.24	2	BAJA CALIFORNIA SUR: Todos los municipios del Estado
3 Boticas, farmacias y droguerías, dependiente de mostrador en	69.50	67.85	65.94	3	Municipios del Estado de CHIHUAHUA: Guadalupe Praxedis G. Guerrero Juárez
4 Buldozer y/o tractor, operador de	84.13	81.74	79.61	4	DISTRITO FEDERAL
5 Cajero(a) de máquina registradora	70.84	69.11	67.35	5	Municipio del Estado de GUERRERO: Acapulco de Juárez
6 Cajista de imprenta, oficial	75.41	73.52	71.42	6	Municipios del Estado de MEXICO: Atzacán de Zaragoza Ecatepec de Morelos Coacaco de Berriozabal Huixtliucan de Juárez Cuautlilan Tlaxiapan de Baz Cuautlilan Izamal Tutitlan
7 Cantinero preparador de bebidas	72.45	70.53	68.70	7	
8 Carpintero de obra negra	74.47	72.47	70.46	8	
9 Carpintero en fabricación y reparación de muebles, oficial	78.40	76.23	74.19	9	
10 Cepilladora, operador de	75.76	73.93	71.88	10	
11 Cocinero(a), mayor(a) en restaurantes, tondas y demás establecimientos de preparación y venta de alimentos	81.04	78.93	76.72	11	
12 Colchones, oficial en fabricación y reparación de	73.30	71.41	69.63	12	Municipios del Estado de SONORA: Agua Prieta Miguel Alemán Cananea Elías Calles Naco Puerto Peñasco Nogales San Luis Río Colorado Santa Cruz
13 Colocador de mosaicos y azulejos, oficial	78.05	76.10	74.01	13	
14 Contador, ayudante de	76.93	74.93	72.82	14	
15 Construcción de edificios y casas habitación, yesero en	73.89	72.11	70.06	15	
16 Construcción, fierro en	76.93	74.93	72.82	16	
17 Cortador en talleres y fábricas de manufactura de calzado, oficial	71.72	69.94	68.11	17	
18 Costurero(a) en confección de ropa en talleres o fábricas	70.73	68.70	67.17	18	Municipios del Estado de TAMAULIPAS: Camargo Miguel Alemán Guerrero Nuevo Laredo Gustavo Díaz Ordaz Reynosa Matamoros Río Bravo Mier San Fernando Valle Hermoso
19 Costurero(a) en confección de ropa en trabajo a domicilio	72.84	70.95	68.99	19	
20 Chofer acomodador de automóviles en estacionamientos	74.47	72.47	70.46	20	
21 Chofer de camión de carga en general	81.73	79.63	77.55	21	
22 Chofer de camioneta de carga en general	79.15	77.94	74.89	22	
23 Chofer operador de vehículos con grúa	75.76	73.93	71.88	23	
24 Draga, operador de	85.01	82.86	80.50	24	
25 Ebanista en fabricación y reparación de muebles, oficial	79.68	77.57	75.42	25	Municipios del Estado de VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE: Agua Dulce Minatitlán Coatzacoahuas Moloacán Cosoleacaque Nanchital de Lázaro Las Choapas Cárdenas del Río Ixhuatlán del Sureste
26 Electricista instalador y reparador de instalaciones eléctricas, oficial	78.05	76.10	74.01	26	
27 Electricista en la reparación de automóviles y camiones, oficial	78.92	76.81	74.66	27	
28 Electricista reparador de motores y/o generadores en talleres de servicio, oficial	75.76	73.93	71.88	28	
29 Empleado de góndola, anaquel o sección en tiendas de autoservicio	69.27	67.47	65.34	29	
30 Encargado de bodega y/o almacén	72.08	70.17	68.34	30	
31 Enfermería, auxiliar práctico de	74.47	72.47	70.46	31	
32 Ferreterías y tlapalerías, dependiente de mostrador en	73.71	71.58	69.77	32	
33 Fogonero de calderas de vapor	76.35	74.25	72.24	33	
34 Gasolinero, oficial	70.73	68.70	67.17	34	
35 Herrería, oficial de	76.93	74.93	72.82	35	
36 Hojalatero en la reparación de automóviles y camiones, oficial	78.40	76.23	74.19	36	Municipios del Estado de JALISCO: Guadalupe Tlaquepaque El Salto Tonala Tlajomilco de Zúñiga Zapopan
37 Hornero fundidor de metales, oficial	80.32	78.34	76.25	37	
38 Joyero-platero, oficial	74.47	72.47	70.46	38	
39 Joyero-platero en trabajo a domicilio, oficial	77.58	75.70	73.60	39	Municipios del Estado de NUEVO LEÓN: Apodaca Monterrey San Pedro Garza García San Nicolás de los García Escobedo Garza Guadalupe Santa Catarina
40 Laboratorios de análisis clínicos, auxiliar en	73.30	71.41	69.63	40	
41 Linotipista, oficial	82.80	80.80	78.67	41	
42 Lubricador de automóviles, camiones y otros vehículos de motor	71.37	69.46	67.51	42	
43 Maestro en escuelas primarias particulares	84.42	82.27	79.91	43	
44 Manejador en granja avícola	68.39	66.70	64.92	44	Municipios del Estado de SONORA: Atila Imuris Ati Magdalena Bacum Navojoa Benito Juárez Copadep Benjamin Hill Oquillas Caborca Pitiquito Cajeme San Ignacio Carbo Río Muerto La Colorada San Miguel de Cucurpe Horcasitas Empalme Santa Ana Elchojoa Sáric Guaymas Suaqui Grande Hermosillo Trincheras Huatabampo Tubutama
45 Maquinaria agrícola, operador de	80.32	78.34	76.25	45	
46 Máquinas de fundición a presión, operador de	72.45	70.53	68.70	46	
47 Máquinas de troquelado en trabajos de metal, operador de	72.08	70.17	68.34	47	
48 Máquinas para madera en general, oficial operador de	76.35	74.25	72.24	48	
49 Máquinas para moldear plástico, operador de	70.73	68.70	67.17	49	
50 Mecánico fresador, oficial	80.45	78.57	76.37	50	
51 Mecánico operador de rectificadora	77.58	75.70	73.60	51	
52 Mecánico en reparación de automóviles y camiones, oficial	82.80	80.80	78.67	52	
53 Mecánico tornero, oficial	77.58	75.70	73.60	53	
54 Moldero en fundición de metales	75.76	73.93	71.88	54	
55 Montador en talleres y fábricas de calzado, oficial	71.72	69.94	68.11	55	
56 Niquelado y cromado de artículos y piezas de metal, oficial de	75.41	73.52	71.42	56	
57 Peinador(a) y manicurista	74.47	72.47	70.46	57	
58 Perforista con pistola de aire	78.92	76.81	74.66	58	Municipios del Estado de TAMAULIPAS: Aldama González Altamira El Mante Antiguo Morelos Nuevo Morelos Ciudad Madero Ocampo Gómez Farías Tampico Xicotlancati
59 Pintor de automóviles y camiones, oficial	76.93	74.93	72.82	59	
60 Pintor de casas, edificios y construcciones en general, oficial	76.35	74.25	72.24	60	
61 Planchador a máquina en tintorerías, lavanderías y establecimientos similares	70.84	69.11	67.35	61	
62 Plomero en instalaciones sanitarias, oficial	76.51	74.64	72.53	62	
63 Prensa offset multicolor, operador de	79.87	77.81	75.71	63	
64 Preñista, oficial	74.47	72.47	70.46	64	
65 Radiotécnico reparador de aparatos eléctricos y electrónicos, oficial	79.68	77.57	75.42	65	Municipios del Estado de VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE: Coatzacoahuas Tuxpan Poza Rica de Hidalgo
66 Recamarero(a) en hoteles, moteles y otros establecimientos de hospedaje	69.27	67.47	65.34	66	
67 Recepcionista en general	71.37	69.46	67.51	67	
68 Retaccionarias de automóviles y camiones, dependiente de mostrador en	72.08	70.17	68.34	68	
69 Reparador de aparatos eléctricos para el hogar, oficial	75.41	73.52	71.42	69	
70 Reportero(a) en prensa diaria impresa	164.18	160.03	155.38	70	
71 Reportero(a) gráfico(a) en prensa diaria impresa	164.18	160.03	155.38	71	
72 Repostero o pastelero	79.87	77.81	75.71	72	
73 Sastrea en trabajo a domicilio, oficial de	80.32	78.34	76.25	73	
74 Secretario(a) auxiliar	82.64	80.32	78.34	74	
75 Soldador con soplete o con arco eléctrico	78.92	76.81	74.66	75	
76 Talabartero en la manufactura y reparación de artículos de piel, oficial	74.47	72.47	70.46	76	
77 Tablajero y/o carnicero en mostrador	74.47	72.47	70.46	77	
78 Tapicero de vestiduras de automóviles, oficial	75.76	73.93	71.88	78	
79 Tapicero en reparación de muebles, oficial	75.76	73.93	71.88	79	
80 Trabajo social, técnico(a) en	90.34	87.94	85.56	80	
81 Vaquero ordeñador a máquina	69.27	67.47	65.34	81	
82 Velador	70.73	68.70	67.17	82	
83 Vendedor de piso de aparatos de uso doméstico	72.84	70.95	68.99	83	
84 Zapatero en talleres de reparación de calzado, oficial	71.72	69.94	68.11	84	

**Anexo 4 Escritura constitutiva**

FORMA PARA SOCIEDAD ANONIMA O SOCIEDAD DE CAPITAL VARIABLE	
I.- TIPO DE SOCIEDAD [] Sociedad Anónima (S.A.) [] Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de CV.)	
II.- DENOMINACION (Anotar siete opciones en orden de preferencia para solicitar el permiso a la Secretaría de Relaciones Exteriores):	
1.- _____	2.- _____
3.- _____	4.- _____
5.- _____	6.- _____
7.- _____	
III.- DURACION. _____ Años	
IV.- CAPITAL SOCIAL (mínimo \$50,000) \$ _____.	
Si es S.A. de CV., ¿desea que desde la constitución, la sociedad cuente con capital en la parte variable? [] Sí [] No	
En caso de contestar Sí, monto del capital en la parte variable: \$ _____.	
Se hará constar que el capital suscrito fue pagado en su totalidad [] Sí, o se pagará parte del capital y se señalará la obligación de pagar en lo futuro el capital suscrito y no pagado [] Sí.	
En este último caso, ¿qué cantidad del capital será suscrito y pagado?	
\$ _____, ¿qué cantidad del capital será suscrito y pagado con posterioridad? \$ _____	
V.- OBJETO O GIRO (Señale a grandes rasgos el objeto, nosotros lo desarrollaremos).	

VI.- DOMICILIO SOCIAL (Favor de especificar Estado y Municipio).	

VII.- ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD: ¿De qué manera se administrará la sociedad?	
a) [] Administrador único, Nombre completo: _____	
b) [] Consejo de administración	
Nombre completo del presidente: _____	
Nombre completo del secretarios: _____	
Nombre completo del tesorero: _____	
Otro _____	Puesto _____
VIII.- COMISARIO (no deberá ser pariente del o los administradores, gerentes o directores):	
Nombre completo: _____	
IX.- CLAUSULA DE EXTRANJERIA	
La sociedad mercantil ¿admitirá extranjeros como accionistas? [] Sí [] No	
X.- APODERADOS:	
¿La sociedad tendrá apoderados? [] Sí [] No	
En caso afirmativo indique el nombre completo del o de los apoderados:	

XI.- ACCIONISTAS:	
Nombre completo de los accionistas y porcentaje accionario:	
No. Nombre	%
1. _____	_____
2. _____	_____
3. _____	_____
XII.- GENERALES DE LOS ACCIONISTAS:	
Nacionalidad del accionista: [] Mexicana [] Extranjera (especifique) _____	
Lugar y fecha de nacimiento: _____ Estado Civil: _____	
Ocupación: _____ Domicilio: _____ Tel. _____	



Anexo 5 Solicitud de Permiso de Constitución de Sociedad



Consultas 3686 5100 Ext. 6419
Dirección General de Asuntos Jurídicos
www.sre.gob.mx

LUGAR Y FECHA: _____

1.1.1 Para uso
exclusivo de SRE

1.11 SOLICITUD DE PERMISO DE CONSTITUCION DE SOCIEDAD (ARTICULO 15 DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA)

NOMBRE DEL PROMOVENTE _____

DOMICILIO PARA OIR
RECIBIR _____

NOTIFICACIONES _____

PERSONAS AUTORIZADAS
PARA RECIBIR
LA RESOLUCION _____

DENOMINACION _____

SOLICITADA EN ORDEN _____

DE PREFERENCIA _____

REGIMEN JURIDICO DE LA
PERSONA MORAL _____

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE

La resolución recaída a esta solicitud únicamente será entregada al promovente o a las personas autorizadas.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica (SACTEL) a los teléfonos: 2000-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 386-2466 o desde Estados Unidos y Canadá al 1 800 475-2393.

**Anexo 6 Forma Precodificada del Registro Público de Comercio****Constitución de Sociedad****M-4**

1. Sociedad Mercantil

- Sociedad Anónima
 Sociedad de Responsabilidad Limitada
 Sociedad Cooperativa Limitada
 Sociedad Cooperativa Suplementada
 Sociedad de Producción Rural
 Sociedad en Nombre Colectivo
 Sociedad en Comandito Simple
 Sociedad en Comandita por Acciones

Modalidad Capital Variable

2. Por escritura No./póliza No. _____ Volumen _____ Libro _____ Foja _____

3. De fecha _____

4. Clave del Fedatario _____ Lic. _____ Municipio _____ Estado _____

5. Se constituyó la Sociedad denominada _____

6. Con duración _____ años y domicilio en _____

7. Objeto social _____

8. Nacionalidad _____

9. Acciones Tipo de Capital Serie Valor de la acción Número

10. Capital social mínimo _____ No. de acciones o partes sociales _____

11. Capital social variable _____ No. de acciones o partes sociales _____

12. Suscritas como sigue:

Apellido Paterno/Denominación	Apellido Materno	Nombre	RFC	No. Acciones	Tipo Capital	Serie	Monto Total

13. Cláusula de extranjería

- Cláusula de Admisión
 Cláusula de Exclusión

14. Administración a cargo de:

- Consejo de Administración integrado por: _____
 Administrador único _____
 Gerente _____

15. Con facultades para _____

16. Se designó Comisario o Consejo de Vigilancia a: _____

17. Se nombró Apoderado(s) a _____ Con facultades para _____

19. Se otorgaron, además, los siguientes nombramientos _____

20. Permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores No. _____ Fecha _____

21. Expediente No. _____ Autorización del C _____ Otras autorizaciones _____


23. Programa de Constitución sucesiva _____

24. Generales de los Accionistas _____


25. Nombre, Firma y Calidad del Fedatario Público



Anexo 7 Formato Único de Solicitud



**GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO**



Compromiso
Gobierno que cumple

FORMATO ÚNICO DE SOLICITUD
FO-DGOU-26

Méx., a de de

DIRECTOR GENERAL DE OPERACIÓN URBANA
PRESENTE

Folio No.:

Fecha de Ingreso: Fecha de Entrega:

<input type="radio"/> Subdivisión de Predios	<input type="radio"/> Dictamen de Impacto Regional	<input type="radio"/> *Cambio de
<input type="radio"/> Fusión de Predios	<input type="radio"/> Perito Responsable de Obra	<input type="radio"/> Uso de Suelo
<input type="radio"/> Locificación para Condominio	<input type="radio"/> *Licencia de Uso de Suelo	<input type="radio"/> Densidad
<input type="radio"/> Reotificación de Predios	<input type="radio"/> *Cédula Informativa de Zonificación	<input type="radio"/> Intensidad
		<input type="radio"/> Altura

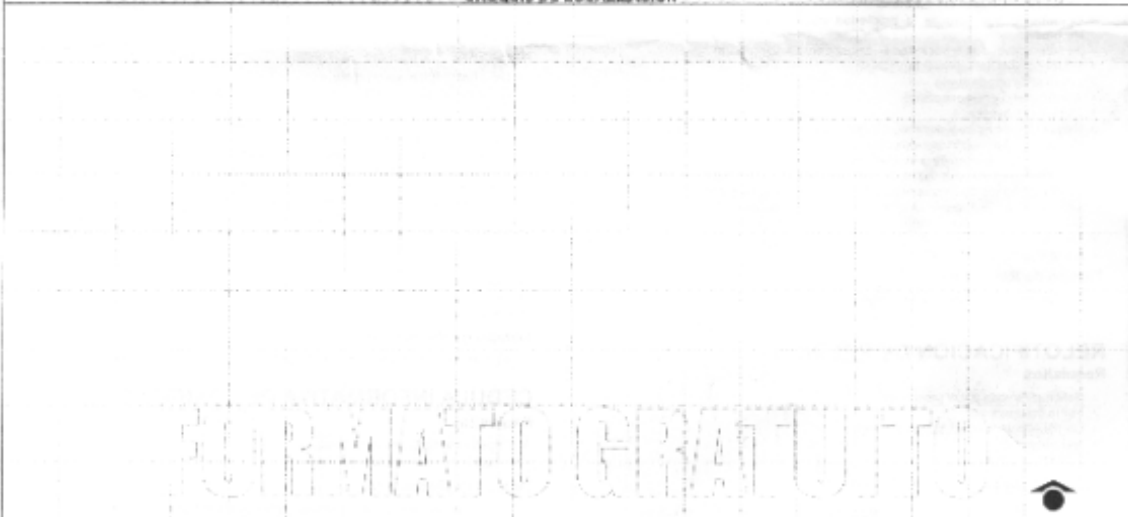
Especificar: _____

*Nota: Trámites en proceso de transferencia por parte del Gobierno del Estado, como atribuciones de los Ayuntamientos correspondientes.

El que suscribe
Representante legal de
Propietario (a) de predio(s) con la(s) siguiente(s) superficie(s) en m².
Ubicado(s) en No (s)
Colonia ó Fraccionamiento
Municipio Código Postal
Clave(s) Catastral(s)
Uso Actual Superficie construida en m².
Número de lotes previstos Uso de suelo que se pretende
Superficie prevista a construir en m².

Manifiesto mi domicilio para recibir notificaciones en el Estado de México
Ubicado en
Colonia ó Fraccionamiento Localidad
Municipio Código Postal Teléfono (clave):
Correo Electrónico:

CRUQUIS DE LOCALIZACIÓN



Exclusivo para solicitud de Credencial de Peritos Responsables de Obra:

Nombre	Teléfono
Domicilio	Municipio
Profesión	Cédula Profesional
Correo electrónico	
<small>En caso de revalidación:</small>	
No. de perito	Libro
	Foja
	Fecha

FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

NOMBRE Y FIRMA DE QUIEN RECIBE

**Anexo 8 Formato de Solicitud Múltiple****H. AYUNTAMIENTO DE TEPOTZOTLÁN
DIRECCIÓN DE OBRAS PÚBLICAS
Y DESARROLLO URBANO MUNICIPAL****“FORMATO DE SOLICITUD MULTIPLE”**

SOLICITUD		
No.		
DÍA	MES	AÑO

NO. DE EXPEDIENTE _____

DATOS PERSONALES DE LA PERSONA QUE REALIZA EL TRÁMITE

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL _____ TELÉFONO _____
 DOMICILIO (DENTRO DEL MUNICIPIO PARA RECIBIR NOTIFICACIONES) _____
 NO. _____ BARRIO _____
 MUNICIPIO _____ CÓDIGO POSTAL _____ ENTIDAD _____ EMAIL _____

DATOS DEL PREDIO

NOMBRE DEL PROPIETARIO (APODERADO LEGAL O PERSONA MORAL) _____
 UBICACIÓN _____ NO. _____ BARRIO _____
 COMPRUEBA LA PROPIEDAD MEDIANTE _____ CLAVE CATASTRAL _____
 SUPERFICIE DEL TERRENO _____ DESTINO DE LA OBRA _____
 SUPERFICIE CONSTRUIDA _____ POR CONSTRUIR _____ CIMIENTOS SERÁN
 DE _____ CON MUROS DE _____ TECHO DE _____

TRÁMITE SOLICITADO

CUIDADO MARQUE CON UNA (X) EL O LOS TRÁMITES QUE DESEE REALIZAR

<input type="checkbox"/>	Construcción mayor 60m ² (obra nueva)	<input type="checkbox"/>	Prorroga de construcción	<input type="checkbox"/>	Constancia alineamiento
<input type="checkbox"/>	Construcción menor 60m ² obra nueva)	<input type="checkbox"/>	Excavación y/o relleno	<input type="checkbox"/>	Constancia número oficial
<input type="checkbox"/>	Ampliación construcción mayor de 60m ²	<input type="checkbox"/>	Cambio de régimen de condominio	<input type="checkbox"/>	Constancia nomenclatura
<input type="checkbox"/>	Ampliación construcción menor de 60m ²	<input type="checkbox"/>	Ocupación de la vía pública	<input type="checkbox"/>	Reparación
<input type="checkbox"/>	Regularización construcción mayor de 60m ²	<input type="checkbox"/>	Conexión de drenaje	<input type="checkbox"/>	Conexión de drenaje
<input type="checkbox"/>	Regularización construcción menor de 60m ²	<input type="checkbox"/>	Terminación de obra	<input type="checkbox"/>	Modificación de proyecto
<input type="checkbox"/>	Demolición parcial o total	<input type="checkbox"/>	Suspensión de obra	<input type="checkbox"/>	Otros
<input type="checkbox"/>	Ampliación tercer recamar	<input type="checkbox"/>	Construcción de barda	<input type="checkbox"/>	

DATOS DEL PERITO

Llenarse sólo en casos de obras mayores de 60m², claros mayores de 4x4 y construcciones después del primer nivel
 NOMBRE Y APELLIDOS _____ REGISTRO _____
 FECHA DE VENCIMIENTO _____ CÉDULA PROFESIONAL _____ TELÉFONO _____
 DOMICILIO PROFESIONAL _____ FIRMA _____

NOMBRE Y FIRMA DEL SOLICITANTE_____
NOMBRE Y FIRMA DE QUIEN RECIBE

**Anexo 9 Solicitud de expedición de Licencia de Funcionamiento****H. Ayuntamiento Constitucional de Tepetzotlán****2006-2009****COMERCIO E INDUSTRIA****SOLICITUD DE EXPEDICIÓN DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO**

Tepetzotlán Edo. de México a _____ de _____ de _____

Bajo protesta de decir la verdad, si los informes o declaraciones proporcionados por el particular resultan falsos, se aplicaran las sanciones administrativas correspondientes, sin perjuicio de las penas en que incurran aquellos que se conduzcan con falsedades de acuerdo con ordenamientos legales aplicables. La actuación administrativa de la autoridad y de los interesados se sujetara a principios de Buena Fe.

DATOS DEL INTERESADO

Nombre o Razón Social _____
 Domicilio para Oír y recibir notificaciones dentro del Territorio Municipal:
 Calle _____ No. _____
 Barrio _____ Localidad _____ C.P. _____ Teléfono _____
 R.F.C. _____ Nacionalidad _____
 Autorización de la Secretaría de Gobernación (Extranjeros) _____
 Personas autorizadas para oír recibir notificaciones y documentos en términos de la Ley _____
 Solicitud de inscripción al padrón de Impuestos sobre Nominas No. Y Fecha (en su caso): _____

ÚNICAMENTE PERSONAS MORALES

Escritura Constitutiva No. _____ Notario No. _____
 Entidad Federativa _____
 Datos de su inscripción ante el Registro Público de la Propiedad y del comercio:
 Fecha _____ Folio _____
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL: Nombre _____
 R.F.C. _____ Poder Notarial _____ Notario _____ Entidad _____

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Denominación o Nombre Comercial _____
 Domicilio Calle: _____ No. _____ Barrio _____
 Localidad _____ C.P. _____ Teléfono _____
 Clave Catastral _____ No. de contrato de toma de agua _____
 Giro Principal que solicita _____
 Giros Complementarios _____
 Horario de Funcionamiento _____ Fecha de inicio de Operaciones _____
 Calidad Jurídica bajo la que se posee el inmueble: Propiedad _____
 Arrendamiento _____ Comodato _____ Otro _____ Especifique _____
 Datos del documento con lo que lo acredite _____
 Superficie en la que realice su actividad (m²) _____ Superficie a ocupar _____
 No. De Habitaciones _____ Aforo _____ Indicar si el establecimiento se ubica a menos de 300m de algún centro escolar de Educación Básica SI ___ NO ___
 Cuenta con estacionamiento Propio ___ Rentado ___ Servicio de acomodador _____

Nombre del Solicitante_____
Firma del Solicitante

**Anexo 10 Formato aviso de funcionamiento COFEPRIS**

9) CANTIDAD O VOLUMEN TOTAL	PRODUCTO																	
10) UNIDAD DE MEDIDA																		
11) TIPO DE PRODUCTO																		
12) USO ESPECÍFICO O PROCESO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9
13) CONCENTRACIÓN DEL PRINCIPIO ACTIVO Y VALOR TOTAL EN DÓLARES																		
14) FECHA A REALIZAR MOVIMIENTO O FECHA DEL ÚLTIMO BALANCE PARA AVISO DE PREVISIÓN DE COMPRA VENTA.																		
15) No. REGISTRO O AUTORIZACIÓN SANITARIA, O CLAVE ALFANUMÉRICA																		
16) FRACCIÓN ARANCELARIA																		
17) PRESENTACIÓN FARMACÉUTICA O TIPO DE ENVASE																		
18) CANTIDAD DE LOTES																		
19) PRÓRROGA DE PLAZO PARA AGOTAR EXISTENCIAS HASTA 120 DÍAS																		
20) PRESENTACIÓN DESTINADA A:	EXPORTACIÓN				VENTA				EXPORTACIÓN				VENTA					
	SECTOR SALUD				G. I.				SECTOR SALUD				G. L.					
4 A). CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS																		
1.- MEDICAMENTOS	7.- QUÍMICOS ESENCIALES	13.- PERFUMERÍA Y BELLEZA	19.- SUSTANCIAS TÓXICAS															
2.- REMEDIOS HERBOLARIOS	8.- ALIMENTOS	14.- MATERIA PRIMA	20.- EQUIPO O SUSTANCIAS P															
3.- DISPOSITIVOS MÉDICOS	9.- BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	15.- ADITIVOS	POTABILIZAR AGUA															
4.- ESTUPEFACIENTES	10.- BEBIDAS ALCOHÓLICAS	16.- SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS	21.- FUENTES DE RADIACIÓN															
5.- PSICOTRÓPICOS	11.- TABACO	17.- PLAGUICIDAS	22.- ACTIVIDADES DE PROFESIONALES DE LA SALUD															
6.- PRECURSORES QUÍMICOS	12.- ASEO Y LIMPIEZA	18.- NUTRIENTES VEGETALES																
5.- DATOS DE RESPONSABLE SANITARIO/ RESPONSABLE DE OPERACIÓN																		
NOMBRE												RFC						
CALLE Y NÚMERO						COLONIA						DELEGACIÓN O MUNICIPIO						
LOCALIDAD						CÓDIGO POSTAL						ENTIDAD FEDERATIVA						
HORARIO DE:						A:						CON TÍTULO PROFESIONAL DE:						
EXPEDIDO POR:						NO. DE CÉDULA PROFESIONAL												
6.- DATOS CON QUIEN EFECTÚA LA OPERACIÓN DE MAQUILA.																		
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL												RFC						
CALLE Y NÚMERO						COLONIA						DELEGACIÓN O MUNICIPIO						
LOCALIDAD						CÓDIGO POSTAL						ENTIDAD FEDERATIVA						
NOMBRE DEL RESPONSABLE SANITARIO												RFC						
No. DE LICENCIA SANITARIA O INDIQUE SI PRESENTÓ AVISO DE FUNCIONAMIENTO PROCESOS A MAQUILAR						TELÉFONO Y FAX						TIEMPO DE DURACIÓN DE LA MAQUILA						
7.- DATOS DE IMPORTACIÓN O EXPORTACIÓN.																		
NOMBRE DEL FABRICANTE												RFC						
CALLE Y NÚMERO						COLONIA						DELEGACIÓN O MUNICIPIO						
LOCALIDAD						CÓDIGO POSTAL						ENTIDAD FEDERATIVA						
NOMBRE DEL PROVEEDOR												RFC						
CALLE Y NÚMERO						COLONIA						DELEGACIÓN O MUNICIPIO						
LOCALIDAD						CÓDIGO POSTAL						ENTIDAD FEDERATIVA						
8.- DATOS DE PUBLICIDAD																		
9.- INFORME ANUAL DE LA ACTIVIDAD REGULADA																		

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS Y NORMATIVIDAD APLICABLE, SIN QUE ME EXIMAN DE QUE LA AUTORIDAD SANITARIA VERIFIQUE SU CUMPLIMIENTO, ESTO SIN PERJUICIO DE LAS SANCIONES EN QUE PUEDO INCURRIR POR FALSEDADE DE DECLARACIONE

NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL O RESPONSABLE SANITARIO O DE OPERACIÓN.



Anexo 11 Plano Arquitectónico del Spa

