



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

CENTRO DE MANEJO DEL
ESTRÉS PARA LA MUJER

DISEÑO DE UN PROYECTO PARA
UNA ORGANIZACION

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P R E S E N T A N

SILVIA PAOLA FLORES PATIÑO
BLANCA DELIA PORTILLA GUTIERREZ

ASESOR: DR. RAUL MEJIA ESTAÑOL

MEXICO, D.F

2005

m. 349058



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Mis padres Avelina y Jorge, quienes son mi bendición. Gracias por educarme con amor, paciencia y comprensión, por estar siempre conmigo, apoyándome, escuchándome y aconsejándome. Les agradezco haberme enseñado a perseguir y nunca desistir de lograr mis metas. Gracias a ustedes siempre busco ser mejor cada día.

A mi hermano Jorge Luis, quien es un regalo de dios, gracias por creer en mi, por animarme con tus ocurrencias y apoyarme incondicionalmente. ¡Tu y yo somos un excelente equipo!

A ustedes tres les debo lo que soy, una persona muy feliz con ganas de superarse cada día.

A Fernando, gracias por haber compartido conmigo tantos momentos, buenos y malos, en los cuales me has demostrado que crees y confías en mi. Muchas gracias por tu apoyo, paciencia y cariño.

A Blanca, mi amiga incondicional. Juntas hemos logrado y aprendido muchas cosas. Y ahora terminamos exitosamente una más. Me dio mucho gusto haber trabajado contigo a lo largo de estos años.

A mis maestros gracias por exigirme y señalarme mis errores porque gracias a esto me han hecho ser mejor persona, me han enseñado a esforzarme el doble y nunca dar menos. Gracias por haber contribuido a que lograré una de mis mas grandes metas.

Agradezco a esta hermosa universidad que me ha dado tanto. No tengo palabras para decir cuanto me ha dejado el estudiar en la UNAM. Sólo se que es la mejor del mundo y nunca me cansaré de decirlo. Yo soy de la Universidad Nacional Autónoma de México

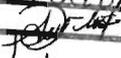
Atentamente

Silvia Paola Flores Patiño

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Silvia Paola Flores Patiño

FECHA: 09/ Octubre / 2005

FIRMA: 

Agradecimientos

Agradezco a Dios porque ha puesto en mi camino gente maravillosa que ha contribuido al logro de mis metas.

Le doy gracias a Dios por permitir que Aristeo y Ángeles sean mis padres. Estoy muy orgullosa de ellos pues con su ejemplo han sabido educarme dándome valores positivos tales como honestidad, respeto, responsabilidad, paciencia y perseverancia.

Ellos me enseñaron a disfrutar la vida y a lograr todo lo que me propongo. Me han dado su comprensión y confianza. Pero les doy gracias principalmente por ser mis amigos.

Mis padres han sabido formar una familia unida además me dieron una hermana maravillosa. Rosalba ha sido mi amiga y confidente. Le agradezco su cariño, apoyo, ejemplo y comprensión. Ella y Benji alegraron mis momentos de tristeza.

Le doy gracias a Emmanuel por compartir su vida conmigo. Él siempre me escucho, me brindo su apoyo incondicional y principalmente confió en mí. Con él he compartido mis triunfos y fracasos. Agradezco a Aguileo, Irma y Lili por ser pacientes conmigo y por abrirme las puertas de su casa.

Gracias a mis amigos por brindarme su amistad en especial a Silvia quién me ha demostrado ser mi mejor amiga. Juntas disfrutamos nuestros logros, fracasos y desveladas. Afortunadamente seguimos juntas luchando por nuestras metas. Le agradezco su confianza, apoyo y amistad incondicional.

Le doy gracias a la Universidad Nacional Autónoma de México por haberme dado la oportunidad de estudiar y de conocer excelentes maestros.

Agradezco a mis profesores que me ayudaron a ser mejor persona a través de su experiencia y conocimiento.

Me siento muy orgullosa de pertenecer a la UNAM. Estoy muy comprometida con ella y con mi familia por ello daré mi mejor esfuerzo para agradecer todo lo que me han dado.

Atentamente

Blanca Delia Portilla Gutiérrez

CENTRO DE
MANEJO DEL
ESTRÉS PARA LA
MUJER

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO I ANTECEDENTES	8
1. MARCO DE REFERENCIA	8
2. OBJETIVOS	11
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	11
2.2 OBJETIVO ESPECIFICO.....	11
3. HIPÓTESIS	11
CAPITULO II PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	13
1. ESTRÉS	13
1.1 CONCEPTO.....	13
1.2 CAUSAS.....	13
1.3 CONSECUENCIAS.....	15
1.4 ESTRÉS EN LA MUJER.....	17
1.5 ESTRÉS EN LA MUJER QUE TRABAJA.....	18
1.6 SOLUCIONES.....	20
2. EL ROL DE LAS MUJERES EN LA ACTUALIDAD	24
3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	27
3.1 JUSTIFICACIÓN MUJER OBJETO DE ESTUDIO.....	27
3.1.1 <i>Mercado meta</i>	27
3.2 DEFINICIÓN DE SERVICIOS, INFRAESTRUCTURA Y PERSONAL NECESARIOS PARA EL CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER.....	32
3.2.1 <i>Servicios a ofrecer</i>	32
3.2.2 <i>Instalaciones</i>	40
3.2.3 <i>Personal</i>	41
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	43
1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	43
1.1 DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
1.2 ELABORACIÓN DEL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
1.3 FOCUS GROUP.....	49
1.3.1 <i>Metodología de Focus Group</i>	49
1.3.2 <i>Planeación del Focus Group</i>	51
1.3.3 <i>Análisis de la sesión de Focus Group</i>	58
1.4 OBSERVACIÓN.....	65
1.4.1 <i>Metodología de observación</i>	65
1.4.2 <i>Planeación de la observación</i>	67
1.4.3 <i>Análisis de la observación directa</i>	69
1.5 ENTREVISTA PERSONAL.....	80
1.5.1 <i>Metodología de entrevista personal</i>	80
1.5.2 <i>Planeación de la entrevista</i>	80
1.5.3 <i>Análisis de entrevista</i>	82
1.6 CONCLUSIONES GENERALES INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	92
CAPITULO IV PLAN DE MERCADOTECNIA	95
1. DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN	95
2. ANÁLISIS FODA	96
2.1 FORTALEZAS.....	96

2.2 OPORTUNIDADES.....	96
2.3 DEBILIDADES.....	96
2.4 AMENAZAS.....	96
3. MEZCLA DE MERCADOTECNIA.....	97
3.1 SERVICIO.....	97
3.1.1 Servicios físicos.....	97
3.1.2 Servicios psicológicos.....	101
3.2 PRECIO.....	106
3.2.1 Tabla de precios por servicios.....	109
3.3 PLAZA.....	110
3.3.1 Elementos para seleccionar el local.....	110
3.3.2 Microlocalización.....	113
3.4 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	116
3.4.1 Publicidad.....	116
3.4.2 Promoción de Venta.....	123
4. IMPLEMENTACIÓN.....	148
CONCLUSIONES GENERALES.....	151
ANEXO I.....	158
ANEXO II.....	161
ANEXO III.....	166
ANEXO IV.....	170
ANEXO V.....	174
ANEXO VI.....	183
BIBLIOGRAFÍA.....	186

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto consta de 4 Capítulos en los que se sustenta teórica y prácticamente la viabilidad del Centro de manejo del estrés para la mujer como un negocio que ofrece los servicios que las mujeres, correspondientes al mercado meta, demandan para manejar su estrés físico y psicológico con la finalidad de obtener una salud integral.

El primer capítulo titulado **Estrés** pretende que el lector conozca los términos básicos acerca de este padecimiento y comprenda la importancia que tiene al presentarse en la mujer. Lo anterior se explicará a través de la información documental recabada de libros, revistas e Internet, dividida en los siguientes seis puntos:

El concepto de estrés, en el que se proporciona una definición sencilla y específica de lo que es el estrés

Las causas del estrés que son los diversos factores a los que nos enfrentamos diariamente y que muchas veces pasamos desapercibidas, restándoles importancia.

Las consecuencias que por más sencillas que parezcan con el tiempo tienden a ser de cuidado para la salud

El estrés en la mujer, donde vemos que por la naturaleza física de ella las consecuencias son mucho más severas.

El estrés en la mujer que trabaja, tomando como referencia el hecho de que la mujer ha ido aumentando su participación e importancia dentro del campo laboral. Y como consecuencia ha tenido un aumento en sus responsabilidades, al mismo tiempo que se enfrenta a un mayor número de situaciones estresantes.

Finalmente, se explican las alternativas planteadas como *solución* para lograr manejar el estrés, las cuales son más apropiadas por tratar los diferentes tipos de estrés de acuerdo a reconocidas instituciones; mientras que también son actividades que demandan las mujeres de hoy en día.

En este capítulo veremos el tema **El Rol de la mujer**, donde se informa y explica acerca de la participación de la mujer en la sociedad, pues ha ido cambiando en todos los aspectos, sociales, económicos, políticos y familiares. Además la importancia que no ha perdido y que aún tiene en la actualidad como formadora de cultura, tradiciones, buenas costumbres, valores, etc.

Por otra parte, **Descripción del proyecto** tiene como objetivo principal dar a conocer las partes más importantes de las que se compone el proyecto, comenzando por la *justificación mujer objeto de estudio*; el cual explica a través de qué medios se obtuvo la información estadística, la metodología que se llevo a cabo para obtener la información deseada y las razones por las que se ha elegido dicho mercado meta.

Adicionalmente a la tercera parte del capítulo tenemos la *descripción de los servicios* que se impartirán en el centro de manejo del estrés para la mujer, así como también *las instalaciones y el personal* con el que se debe contar.

El tercer capítulo **Metodología de Investigación para el proyecto**, comprende como primer punto *la investigación de mercado*, en la que se expone la metodología que se siguió para realizar la investigación del centro de manejo del estrés para la mujer.

El segundo punto es *el desarrollo de la metodología de investigación* de mercado, donde encontramos la definición del problema, el objetivo de la investigación, las hipótesis, la justificación de los métodos y técnicas que fueron utilizados para la obtención de información.

Posteriormente tenemos como tercer punto del capítulo, *el diseño de la investigación*, que consta en definir la información necesaria y el análisis de datos secundarios obtenidos de fuentes como libros, revistas e Internet.

Por último se encuentra la *investigación cualitativa* utilizada para obtener información específica del mercado meta. Dicha investigación se baso en tres técnicas. La primera fue el Focus Group, La segunda la observación directa y la tercera La entrevista personal. En cada uno de estas tres técnicas se señala la metodología a seguir para cada una, una planeación para su realización, los resultados y las conclusiones de la información obtenida de cada una de ellas.

En el capítulo cuatro titulado **Plan de mercadotecnia** se describe el mercado meta del proyecto y a través del análisis de las futuras consumidoras, se enlistaron los servicios que se ofrecerán para solucionar el estrés.

También se mencionan los precios, pues es importante saber cuánto esta dispuesta a invertir una persona en su salud.

Sin lugar a duda el local donde se prestan los servicios es de vital importancia para el Centro de Manejo del estrés para la mujer. Por ello se enlistan los aspectos a considerar para

seleccionar el establecimiento. De igual manera se explica el grado de importancia que tienen. Y por último se describe la manera en la que daremos a conocer el centro y los servicios del mismo.

CAPITULO

I

ANTECEDENTES

CAPITULO I ANTECEDENTES

1. MARCO DE REFERENCIA

Hoy en día las mujeres necesitan de lugares que ofrezcan servicios que las consientan. Esto es consecuencia del cambio que ha tenido la participación de la mujer en la actualidad. Ella se ha convertido en un ser autosuficiente con muchísimas funciones y por ende responsabilidades. Ya que como menciona Ana Maria Rédua Giamarino (Gerente de Recursos Humanos de Cosméticos Avon) "de las 24 horas del día la mujer dedica cerca de 10 horas como mínimo al trabajo, 10 dedicadas a las necesidades básicas y solo 4 horas diarias para ejercer otros roles, por lo que es necesario darse un poco de tiempo para descansar y relajarse"¹.

En estos días las condiciones de hacinamiento, las presiones económicas, la sobrecarga de trabajo, el ambiente competitivo, etc. Son circunstancias que causan estrés pues se perciben inconscientemente como amenazas. Esto nos lleva a reaccionar a la defensiva, tornándonos irritables y sufriendo consecuencias nocivas sobre todo el organismo, como las siguientes que se mencionan en el libro El estrés de la mujer, como reconocerlo y superarlo.²

- Elevación de la presión sanguínea (hipertensión arterial)
- Gastritis y úlceras en el estómago y el intestino
- Disminución de la función renal
- Problemas del sueño
- Agotamiento
- Alteraciones del apetito

Estos son algunos de los padecimientos que forman parte de nuestras razones por las que buscamos aquellas actividades que son del interés de las MECA (Mujeres Económicamente

¹ Fuente: Ana Maria Rédua Giamarino (Gerente de Recursos Humanos de Cosméticos Avon y Expresidente de AAPSA - Asociación de los Administradores de Personal) http://www.mujeresdeempresa.com/linea_natural/sociedad/sociedad010601.shtml

² Witkin, Georgia. El estrés de la mujer como reconocerlo y superarlo. Editorial Grijalbo, Barcelona 1985

Activas) y que a la vez contribuyan a su salud. Dentro de las actividades que gustan a las MECA son³:

- Lectura
- Masajes
- Viajes
- Alimentos especializados
- Dietas
- Pilates
- Yoga
- Tai Chi
- Acupuntura

Una de las razones más importantes para buscar actividades que la ayuden a manejar su estrés, es contribuir al bienestar de la mujer, ya que como se sustenta en el libro Mujer integral, El gran acontecimiento de hoy. "Ella es aún el centro de apoyo de la familia".⁴

En este tipo de negocio se debe ser específico. Por ejemplo Curves es un negocio que atiende a mujeres para que hagan rutinas de 30 minutos. Ha llegado a más de 8 000 localidades en el mundo. La clave está en la simplificación de las rutinas de los ejercicios en medio de un ambiente agradable. Este es el negocio de la salud y el bienestar.⁵

Así mismo consideramos que es un negocio viable para desarrollar franquicias. Por lo que a continuación se encuentra una reseña del crecimiento de las franquicias en México hasta el 2005.⁶

³ Información obtenida de la observación de los servicios demandados por mujeres que padecen de estrés. Es una recopilación de los servicios que ofrecen los SPA's

⁴ Mujer integral, el gran acontecimiento de hoy. Editorial trillas Vol. 1, México 1995.

⁵ "Campos fértiles para 2005". Amanda c. Kooser. Entrepreneur. Volumen 12, número 12.

⁶ "En dónde estamos". Juan Manuel Gallástegui. Entrepreneur. Volumen 13, número 01. Enero 2005.

Negocios en crecimiento 2005 (Franquicias)

De acuerdo con la investigación de Juan Manuel Gallástegui⁷, de una muestra de 500 empresas tenemos que el 6.4% son negocios para mujeres, por ejemplo: acondicionamiento físico, suplementos nutricionales y control de peso.

También comenta que de 17 franquicias de acondicionamiento físico solo 2 son exclusivamente para hombres, lo cual indica el crecimiento del mercado enfocado a la satisfacción de las nuevas necesidades de las mujeres esta en crecimiento.

Por esta razón vemos que la mujer va tomando cada vez mayor importancia dentro de la sociedad mexicana, así como también se encuentra desarrollando cada vez mas actividades de gran responsabilidad. Y como consecuencia de estos hechos, el mercado de los productos enfocados a satisfacer las crecientes necesidades de las mujeres en relación al cuidado de su salud va en aumento.

⁷ Socio director de la consultoría de Gallástegui-Arnella Franquicias. Ex presidente de la AMF y de la Federación Iberoamericana de Franquicias y autor de varios libros sobre el tema.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

El objetivo de esta investigación es:

Diseñar y evaluar la viabilidad del negocio enfocado al manejo del estrés para la mujer económicamente activa, Identificando los servicios que ellas demandan como medios para la solución de dicho problema. A través de estadísticas, entrevista, observación directa y focus group en un periodo de 4 meses.

2.2 Objetivo específico

- Identificar a las mujeres en rangos de edad, económicamente activas y escolaridad que soliciten dichos servicios.
- Definir los servicios básicos que el proyecto de negocio puede proporcionar y ser económicamente viable.
- Diseñar la metodología de investigación adecuada al negocio antes mencionado.
- Evaluar la aceptación de los servicios por el mercado meta.

3. HIPÓTESIS

En la actualidad la mujer se ha convertido en un ser con muchas actividades y roles a desarrollar. Como consecuencia de esto, se ha visto afectada por el estrés y en la búsqueda de la solución a este padecimiento demanda servicios tales como: masaje, aromaterapia, nutrición, yoga, tai chi, acupuntura, musicoterapia y temazcal.

CAPITULO

II

PRESENTACION DEL PROYECTO

CAPITULO II PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1. ESTRÉS

1.1 Concepto

Como lo menciona el autor de Estrés y Corazón. "Estrés es la respuesta inespecífica a cualquier demanda."⁸ Y un estresante es un agente que provoca estrés en un momento dado.

Es por dicha razón que el estrés se presenta cuando un individuo evalúa su entorno, encontrando los agentes estresantes que lo amenazan y considera que sus recursos personales son insuficientes por lo que pone en peligro su bienestar.

El efecto principal del estrés es la movilización del sistema "lucha, huida o miedo" del cuerpo. Esto significa que el estrés estimula los cambios químicos, físicos y psíquicos que nos preparan para enfrentarnos de estas tres maneras a una situación de peligro.

1.2 Causas

El estrés puede derivar de algo que ocurre en nuestro entorno o nuestro interior. Puede derivar de un problema laboral, de una crisis familiar o de un acceso de inseguridad. Puede encausarlo factores tan diversos como el envejecimiento físico o el nacimiento de un hijo muy esperado. Puede ser intermitente, pasajero o crónico.

Algunas de las principales fuentes del estrés son:⁹

⁸ WHEATLEY, David. "Estrés y el corazón, interacciones entre el sistema cardiovascular, el comportamiento y las drogas psicotrópicas". Editorial CECSA. México, 1990.

⁹ Domínguez T, Benjamín. Valderrama I, Pablo. Olvera L, Yolanda. Manual para el taller teórico-práctico de manejo del estrés. Editorial Plaza y Valdés, México 2002.

- Cargas excesivas de trabajo: la hiperactividad o el exceso de responsabilidades, poco trabajo y amenaza de despido.
- Evaluación del desempeño profesional
- Viajes de trabajo
- Comunicarse
- Impuntualidad en las citas
- Hablar en público
- Hablar con una autoridad
- Interactuar con familiares o desconocidos

1.3 Consecuencias

Como consecuencias tenemos que el organismo responde de distintas maneras al estrés por ejemplo aceleración del ritmo cardiaco y la respiración, estados de irritabilidad, ansiedad, angustia existencial. A su vez, estos síntomas repercuten en la vida cotidiana y reconvertidos en causas, dan pie a las siguientes enfermedades:

Enfermedades

- Afecciones de la piel
- Alergias
- Arritmia cardiaca
- Artritis reumatoide
- Asma
- Colitis ulcerativa
- Diabetes mellitus
- Hipertensión
- Hiperventilación
- Infarto del miocardio
- Síndrome del colon irritable
- Úlcera péptica

Síntomas causados por el estrés

- Acidez
- Crisis de angustia
- Dermatitis
- Diarrea
- Dificultad en la deglución (espasmos esofágicos)
- Dolor de cabeza y piernas
- Dolores de cabeza
- Dolores en el cuello
- Dolores en el pecho
- Dolores en la espalda
- Espasmos gástricos
- Estreñimiento
- Falta de apetito
- Falta de concentración
- Fatiga crónica
- Frío y/o mariposas en el estómago
- Gastritis, colitis
- Ingestión excesiva de alimentos
- Insomnio
- Manos y pies fríos
- Mareos
- Micciones frecuentes
- Náuseas
- Resequedad en la boca
- Sudor en las manos
- Sudores fríos
- Taquicardia
- Temblor de manos y piernas

Lo extraño hoy es vivir en una ciudad y no padecer el estrés. Nos sentimos amenazados en un mundo competitivo e insolidario donde todo cambia rápidamente. Por lo que somos más susceptibles de padecer múltiples enfermedades como consecuencia del estrés.

1.4 Estrés en la mujer

Como lo menciona la autora del libro *El estrés en la mujer*¹⁰. "Las mujeres no padecen sólo los trastornos antes mencionados sino también otros menos conocidos que derivan de su peculiar fisonomía, de sus cambios vitales y de sus exigencias psíquicas. Y lo más importante de todo es que la mayoría de estos estrés son prolongados y están fuera de su control". Entre los síntomas relacionados con el estrés que son específicos de la mujer están los siguientes:¹¹

- Amenorrea (desaparición de la menstruación)
- Tensión premenstrual/ dolor de cabeza
- Depresión posparto
- Melancolía menopáusica
- Vaginismo (coito doloroso)
- Frigidez (inhibición de la excitación sexual)
- Anorgasmia
- Infertilidad
- Anorexia
- Bulimia
- Neurosis de ansiedad
- Psicosis depresiva

Es importante recordar que el estrés femenino no sustituye a los de tipo general, sino que coexiste con ellos.

¹⁰ Witkin, Georgia. *El estrés de la mujer como reconocerlo y superarlo*. Editorial Grijalbo, Barcelona 1985

¹¹ Ídem

1.5 Estrés en la mujer que trabaja

Estrés en la mujer que trabaja

El estrés laboral es un tema de preocupación para quienes lo padecen, para las personas que les rodean y para la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Esta última destaca la peligrosidad de este fenómeno para las economías de los países.

El estrés es capaz de afectar la salud física y mental de los trabajadores y en consecuencia la productividad nacional. Como muestra se considera que el 80% de los trabajadores se plantea cambiar de trabajo a causa del estrés. Además, para la OIT es relevante que las empresas ayuden a sus empleados a combatir el estrés con la finalidad de lograr mayor eficacia y rentabilidad en el trabajo y por lo tanto, mayores beneficios.

Por otra parte la globalización trae como consecuencia que los empleadores requieran personas con más habilidades y la carencia de éstas estresa al trabajador. Y como ya hemos visto que el estrés es un cambio a nivel físico y psicológico provocado por una situación estresante; vemos que en el caso del estrés laboral, el estresor sería el desequilibrio entre las demandas y expectativas de la empresa. La capacidad del trabajador para enfrentarse a ellas y llevarlas a cabo.

En México la Secretaria del Trabajo y Previsión Social sabe que el 60% de las mujeres que trabajan reconocen esta enfermedad como uno de sus principales problemas en el trabajo y que los padecimientos relacionados con el estrés son dos veces más frecuentes en las mujeres que en los hombres.

Las mujeres que se encuentran en el mercado de trabajo hacen la observación de que las condiciones de trabajo que contribuyen al estrés de la mujer son: el poco control sobre el trabajo, ambigüedad y conflicto de la tarea, inseguridad en el trabajo, pobres relaciones interpersonales con los compañeros de trabajo y supervisores, trabajo escaso, repetitivo, monótono, acoso sexual, etc.

Además de estas condiciones se espera que ellas cumplan sus roles tradicionales en el hogar. Las mujeres y los hombres están a favor de una mayor implicación profesional por parte de las mujeres, pero que éstas sigan manteniendo sus obligaciones domésticas. Esta situación se presenta de igual forma en los matrimonios entre profesionales y los que no son profesionales.

Como se sustenta en el artículo de "La mujer y el trabajo"¹²

"Las mujeres que trabajan y que tienen doble rol sufren estrés de una forma que suele ser distinta de la de los hombres que trabajan y de las mujeres que no trabajan. Las mujeres que trabajan y son esposa y/o madre viven a menudo con un agudo conflicto entre sus roles de dentro y de fuera del hogar. Muchas madres que trabajan tiempo parcial informan de que no alcanzan a sentirse satisfechas en ninguno de los dos roles.

Por otra parte, las mujeres que trabajan a jornada completa se sienten a veces culpables de pasar todo el día fuera de casa. Y cuando vuelven a ella, en lugar de descansar intentan compensar a sus familiares por lo que creen que les deben. Hacen en casa esfuerzos y actividades extraordinarios como si se hubiesen pasado el día divirtiéndose."

Dado los especiales tipos de estrés a que están sometidas las mujeres trabajadoras y profesionales, no es de extrañar que presenten síntomas del estrés femenino. Y debido al especial carácter y empuje que deben tener las mujeres para competir con éxito y sobresalir en el mundo del trabajo, no es de extrañar que sufran también el síntoma del "estrés de los ejecutivos"¹³.

"Hoy en día, cuando las mujeres están llegando a posiciones ejecutivas, empiezan a mostrar su propia forma de conducta referente al "estrés de los ejecutivos". La personalidad de la mujer que trabaja da como resultado las siguientes características."

- Es una perfeccionista, y esto la hace querer ser la empleada perfecta, sin dejar por ello de ser una mujer hermosa, una buena hija, una buena esposa, una buena madre y una buena amiga.

¹² [Http://www.mujeresdeempresa.com/linea_natural/sociedad/sociedad010601.shtml](http://www.mujeresdeempresa.com/linea_natural/sociedad/sociedad010601.shtml)

¹³ [Http://www.emprendedoras.com/article429.html](http://www.emprendedoras.com/article429.html)

- Nunca esta satisfecha con sus logros.
- Es tan impaciente e irritable como el hombre ejecutivo, pero por desgracia tiene menos tiempo y más tareas por las cuales irritarse.
- A veces es más agresiva que asertiva.
- Concede a los demás una enorme capacidad de influir en sus sentimientos hacia si misma, a través de las reacciones que muestran ante ella.
- Esta secretamente irritada por no tener a un hombre que le salve de si misma, aunque le gustaría pensar de otro modo.
- Compite con sus compañeros de trabajo y también con otras madres y esposas.
- No resta prioridad a ninguno de sus roles.

1.6 Soluciones

Como comenta la autora Georgia Witkin¹⁴ "Cuanto antes se establezca la relación entre la aparición de los síntomas del estrés femenino y la incidencia del estrés en su vida cotidiana, antes podremos ayudar a la mujer a estar más sana. Algunas mujeres han reconocido ya la importancia de la relación mente-cuerpo, después de observar sus reacciones físicas cuando están en estado crónico de estrés. Pero otras muchas mujeres, probablemente, no lo han reconocido aun, y les será útil poder identificar tanto los estrés femeninos como sus propios síntomas."

Algunas de las reacciones físicas que las mujeres presentan son: los nervios, tristeza, taquicardias, sudoración excesiva, etc. Cuando estos síntomas aparecen, significa que se ha sucumbido a una de las enfermedades más características de la sociedad moderna: el

¹⁴ Witkin, Georgia. El estrés de la mujer como reconocerlo y superarlo. Editorial Grijalbo, Barcelona 1985

estrés. Elegir una buena técnica de relajación y algún remedio natural, es la principal arma para acabar con el enemigo.

De acuerdo con el Manual para el taller de manejo de Estrés. "Las técnicas de relajación resultan muy beneficiosas para reducir la actividad fisiológica. Constituyen un recurso que aporta seguridad y tranquilidad. Además, no generan ningún tipo de adicción. Se emplean mucho en tratamientos antiestrés e incluso se ha dicho que son la aspirina de los psicólogos."¹⁵ Como ejemplos de técnicas de relajación físicas y psicológicas tenemos:

Masaje terapéutico

El masajista consigue, a través del tacto, que el paciente perciba claramente las tensiones acumuladas y libere la tensión física, eliminando también la ansiedad y la angustia que suele aparecer con el estrés. El masaje más tradicional es el quiromasaje, en el que el terapeuta manipula los tejidos blandos del cuerpo pellizcándolos, amasándolos e incluso, estrujándolos. Si no se tiene tiempo ni dinero para ir al masajista de forma habitual, se puede optar por un aparato de masaje que se aplica de forma individual obteniendo muy buenos resultados.

Danza y musicología

La música combate eficazmente el estrés. Los sonidos y la danza estimulan el organismo, despertando distintas sensaciones y emociones de tranquilidad, alegría o, incluso, ansiedad. La técnica combina música y ejercicios físicos, dependiendo de las necesidades de cada persona.

Tai-Chi

Esta técnica milenaria tiene su origen en la China Imperial como arte marcial que persigue la relajación y la armonía entre mente, cuerpo y espíritu. El Tai-Chi consiste en la práctica de ejercicios físicos, mientras se realiza una respiración controlada y profunda dirigida a un punto llamado *tam-tiem*.

¹⁵ Domínguez T, Benjamín. Valderrama I, Pablo. Olvera L, Yolanda. Manual para el taller teórico-práctico de manejo del estrés. Editorial Plaza y Valdés, México 2002.

Shiatsu

Pese a tener su origen en China, está más extendido por Japón hasta el punto de ser considerado el masaje japonés por excelencia. Su principio reside en distribuir la energía del cuerpo al actuar sobre los meridianos de acupuntura (líneas energéticas que recorren el cuerpo). A base de presiones y estiramientos, el terapeuta logra un equilibrio general del organismo, activando la circulación sanguínea y mejorando el metabolismo

Risoterapia

A una buena sesión de risa le sigue un profundo estado de relajación. Y es que en un acto tan espontáneo y alegre se liberan sustancias (endorfinas, serotonina, dopamina y adrenalina) que ayudan a liberar la tensión relacionada con el bienestar. En las sesiones de risoterapia intervienen actividades distintas como el ejercicio físico, la música, el baile, la expresión corporal, el juego y la meditación.

Renacimiento

Se trata de una moderna técnica de relajación cuyo principio reside en desarrollar la conciencia respiratoria en todo el cuerpo, para conseguir de esta forma una mayor oxigenación corporal. El terapeuta estudia cómo respira el paciente, observa sus puntos de bloqueo y los corrige. Al principio, se acelera el ritmo respiratorio, luego se hace más tranquilo y profundo hasta lograr que la persona retroceda al instante mismo del nacimiento, cuando tuvo su primera respiración.

Yoga

Nació en la India hace más de 4.000 años. Busca conseguir, mediante un conjunto de ejercicios y posturas determinadas, el dominio y desarrollo armónico del cuerpo y la mente. Existen varios estilos de Yoga, aunque el más clásico es el indio original. Mediante determinadas posturas -*asanas*- y el estudio de la respiración, se accede a elevados estados de conciencia que ayudan a la persona a alcanzar la relajación.

Zen

Como el yoga, tuvo su origen en la India y su principio no es otro que aceptar la vida en su inmediatez. El método consiste en realizar ejercicios de relajación en la posición de

loto. Según va aumentando la concentración, el cuerpo inicia un balanceo leve y la mente comienza a relajarse.

Bioenergética

Parte de la teoría de que existe una energía vital de la que proceden todas las manifestaciones físicas del universo. Utiliza la expresión corporal para liberar las tensiones aportando energía positiva al cuerpo y la mente. Cuando se logra el equilibrio orgánico, el terapeuta enseña a enfocar de forma distinta su vida y los problemas

2. EL ROL DE LAS MUJERES EN LA ACTUALIDAD.

El rol y el papel de las mujeres en la actualidad.

La mujer en la actualidad ha ido aumentando su participación en muy diversas áreas además de la familiar. Gracias a su perseverante esfuerzo, se ha abierto caminos en la política, economía, derecho, medicina, etc. Y no solo dentro del país, sino internacionalmente.

Estos cambios son gracias a la educación a la que tiene acceso y ha sabido aprovechar. En México mientras más educación tiene la mujer mayor es el número de oportunidades, logrando ocupar cada vez posiciones más altas dentro de las empresas.

No cabe duda que el éxito de la mujer ha crecido a un ritmo vertiginoso, pero especialmente para ella ha sido un desafío de equilibrio el hecho de dedicarse a la vida profesional, trabajando y dedicándole un menor tiempo al hogar. Esto es porque aunque la mujer sea una profesional exitosa no deja de lado su vida personal (la cual un gran número de mujeres aún vislumbra como ser madre de familia). Y en esta parte es donde encontramos la importancia tan grande que tienen las mujeres dentro de la sociedad, pues al ir creciendo en conocimientos y experiencia profesional, también van adquiriendo valores, costumbres, tradiciones, etc. Que en un determinado momento transmitirán a alguien más. Y no solo en el aspecto familiar (que es sumamente importante), si no en el laboral; puesto que siendo ella jefa de un grupo de personas, transmite los valores y cultura que trae con ella.

Actualmente vemos que como resultado de la mayor participación de la mujer en todas las áreas de las empresas y los buenos resultados que esto ha producido. Podemos decir que las empresas harían bien en darles más oportunidades ya que como se menciona en Mujeres de empresa: "porque es la decidora en lo que hace a rubros básicos de la familia: salud, educación, propiedades y hasta en la compra de automóviles, además del consumo habitual en alimentos, limpieza, cosméticos o vestimenta. La mujer muestra mayores oportunidades de ejercer un liderazgo diferente. Tiene cualidades que la hacen más permeable a los climas emocionales, al manejo de los conflictos, al trabajo en redes, a

pensar en el desarrollo de las personas y sus necesidades humanas, a la complementariedad, la compasión, cuidado del planeta, al compromiso y responsabilidad.”¹⁶

La mujer sabe ejercer un liderazgo participativo, donde da oportunidades e invita a trabajar en equipo. Ella es integradora y sabe que hay que saber equilibrar la vida laboral y personal.

En cuanto al aspecto familiar. La transmisión de los valores esenciales de los seres humanos, aún es papel de la familia. La escuela u otras instituciones o cuidados no sustituyen la necesidad que los niños tienen de sentir y comprender la coherencia entre el discurso (lo hablado) y la práctica (el hecho) por la observación y la convivencia con la familia. Y esto, sin duda, como menciona la revista Emprendedoras “Está más cerca del rol femenino”.¹⁷

El núcleo familiar es la base, el sustento y el equilibrio de los papeles entre hombre y mujer, padre y madre y lo profesional ha sido un gran desafío.

Como menciona el autor Hanson, Peterg “La mayor parte de los problemas sociales son producto de este desorden básico que hay en la familia. Los problemas económicos, en general, no sobrepasan a los demás desencuentros. Los problemas con drogas entre jóvenes también tienen base en la ausencia de un núcleo familiar equilibrado y competente para apoyar y tratar conflictos.”¹⁸

Por estas razones y de acuerdo a lo ya mencionado, el rol de la mujer en la actualidad es preponderante para un desarrollo sostenido de la economía del país. Pero no solo de esta parte, sino de la cultural, porque en la mujer esta la vida de más seres humanos y por consiguiente es responsable de transmitir valores, tradiciones, buenas costumbres, cultura, etc.; que sus hijos y demás personas tengan y transmitan en sus propios círculos sociales. La mujer es la encargada de educar a buenos ciudadanos, ella es una de las partes más importantes que da a la sociedad seguridad, proporcionando una mejor convivencia.

¹⁶ [Http://www.mujeresdeempresa.com/linea_natural/sociedad/sociedad010601.shtml](http://www.mujeresdeempresa.com/linea_natural/sociedad/sociedad010601.shtml)

¹⁷ [Http://www.emprendedoras.com/articulo429.html](http://www.emprendedoras.com/articulo429.html)

¹⁸ Hanson, Peterg. El estrés para el éxito. Editorial Sitsa, México 1991.

Finalmente y como ya hemos visto en temas anteriores. El estrés en la mujer va en aumento, causándole consecuencias físicas y psicológicas que no solo la afectan a ella, sino que afectan a las personas que mantienen una convivencia cercana y estrecha con ella. Es por esta razón que para coadyuvar a dar una solución a los conflictos dentro de la familia; se pretende auxiliar a la mujer en cuanto al manejo de su estrés se refiere, proporcionándole las herramientas necesarias para que logre una salud integral, surgiendo de esto una sociedad más sana.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

3.1 Justificación mujer objeto de estudio

3.1.1 Mercado meta

Para seleccionar el mercado meta hemos decidido utilizar estadísticas del INEGI de la población económicamente activa. Primeramente elegimos el sexo al que nos enfocaremos, posteriormente las dos entidades federativas que tengan la mayor parte de la población, continuaremos con el rango de edad más grande de población económicamente activa y finalmente de estas dos entidades federativas seleccionaremos a la que tenga el mayor número de población.

Día a día la mujer esta incrementando su participación en el mercado laboral, lo cual es comprobado en la siguiente grafica (ver figura 1.1) elaborada por el INEGI, en ella se puede observar el cambio que ha habido a lo largo de 12 años.¹⁹

Los hombres han tenido un decrecimiento de 4.71% mientras que las mujeres han tenido un incremento de 4.71% (ver fugura1.2). Con base en esta información podemos decir que las mujeres son el sector que se encuentra en crecimiento y por ello son el sexo al que enfocaremos nuestro proyecto.

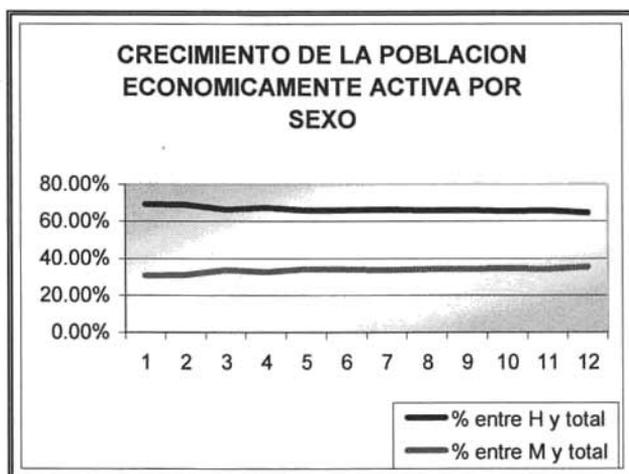
¹⁹ Los porcentajes que representan la proporción entre el total y los hombres, y el total y las mujeres la diferencia de crecimiento fueron calculados por nosotras.

Figura 1.1²⁰

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA SEGÚN SEXO, 1991-2004					
Año	Total	Hombres	Mujeres	% entre H y total	% entre M y total
1991	31,229,048	21,630,013	9,599,035	69.26%	30.74%
1993	33,651,812	23,243,466	10,408,346	69.07%	30.93%
1995	35,195,641	23,347,607	11,848,034	66.34%	33.66%
1996	36,831,734	24,814,965	12,016,769	67.37%	32.63%
1997	38,584,394	25,394,098	13,190,296	65.81%	34.19%
1998	39,562,404	26,146,569	13,415,835	66.09%	33.91%
1999	39,648,333	26,295,840	13,352,493	66.32%	33.68%
2000	40,161,543	26,418,355	13,743,188	65.78%	34.22%
2001	40,072,856	26,415,550	13,657,306	65.92%	34.08%
2002	41,085,736	26,888,135	14,197,601	65.44%	34.56%
2003	41,515,672	27,277,029	14,238,643	65.70%	34.30%
2004	43,398,755	28,013,539	15,385,216	64.55%	35.45%

DIFERENCIA DE CRECIMIENTO					
Año	Total	Hombres	Mujeres	% entre H y total	% entre M y total
1991	31,229,048	21,630,013	9,599,035	69.26%	30.74%
2004	43,398,755	28,013,539	15,385,216	64.55%	35.45%
DIFERENCIA DE CRECIMIENTO EN 13 AÑOS	12,169,707	6,383,526	5,786,181	-4.71%	4.71%

Figura 1.2



²⁰ Fuente: INEGI-STP. Encuesta nacional de empleo.

Con base en la población económicamente activa por entidad federativa según sexo, 2004 las entidades con mayor población son el Distrito Federal y el Estado de México (ver figura 1.3).

Figura 1.3 ²¹

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR ENTIDAD FEDERATIVA SEGÚN SEXO, 2004			
Datos ordenados de manera ascendente.			
Total	Hombres	Mujeres	Entidad Federativa
6275161	4083447	2191714	México
3993242	2409621	1583621	Distrito Federal
2971339	1840399	1130940	Jalisco
2727655	1819766	907889	Veracruz de Ignacio de la Llave
2446090	1496108	949982	Puebla
1889222	1196545	692677	Guanajuato
1814005	1189173	624832	Nuevo León
1586220	1160863	425357	Chiapas
1580704	1009825	570879	Michoacán de Ocampo
1391645	879034	512611	Oaxaca
1289918	897056	392862	Chihuahua
1282932	837163	445769	Tamaulipas
1234007	803796	430211	Guerrero
1216515	771502	445013	Sinaloa
1211259	808251	403008	Baja California
1046690	648512	398178	Sonora
994235	613876	380359	Hidalgo
989190	666552	322638	Coahuila de Zaragoza
962402	633847	328555	San Luis Potosí
818143	575418	242725	Tabasco
773534	496985	276549	Yucatán
698681	426812	271869	Morelos
651195	401726	249469	Querétaro de Arteaga
554308	381557	172751	Durango
513880	354489	159391	Zacatecas
477375	310623	166752	Quintana Roo
407105	269613	137492	Tlaxcala
398976	259005	139971	Nayarit
392100	247403	144697	Aguascalientes
328176	215213	112963	Campeche
271893	168550	103343	Colima
211258	141109	70149	Baja California Sur
43399055	28013839	15385216	Estados Unidos Mexicanos

Nos resta seleccionar el rango de edad donde se encuentra el mayor número de mujeres económicamente activas para ello sustentamos nuestra decisión en la estadística del INEGI de Tasa de participación económica por entidad federativa según sexo y grupos de edad del

²¹ Fuente: INEGI-STP. Encuesta nacional de empleo.

2004. Como se puede observar (ver figura 1.4) la mayor parte de las mujeres se encuentra entre 25 a 54 años.

Figura 1.4²²

TASA DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA POR ENTIDAD FEDERATIVA SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD DEL 2004.															
Entidad Federativa	Total					Hombres					Mujeres				
	Total	15 a 24 años	25 a 54 años	55 a 64 años	65 años y más	Total	15 a 24 años	25 a 54 años	55 a 64 años	65 años y más	Total	15 a 24 años	25 a 54 años	55 a 64 años	65 años y más
Distrito Federal	56.4	42.5	75.4	55.9	19.7	72.7	52.9	95.9	75.9	33.4	42.1	31.8	57.8	38.6	10.9
México	56	47	72.3	53.4	26.5	75	62.3	97.3	78.8	44.5	38	31.8	50	28.1	11.9

El siguiente paso es seleccionar el rango, para ello utilizamos la estadística del INEGI donde nos muestra la proporción económicamente activas por rango de edad (figura 1.5).

Figura 1.5²³

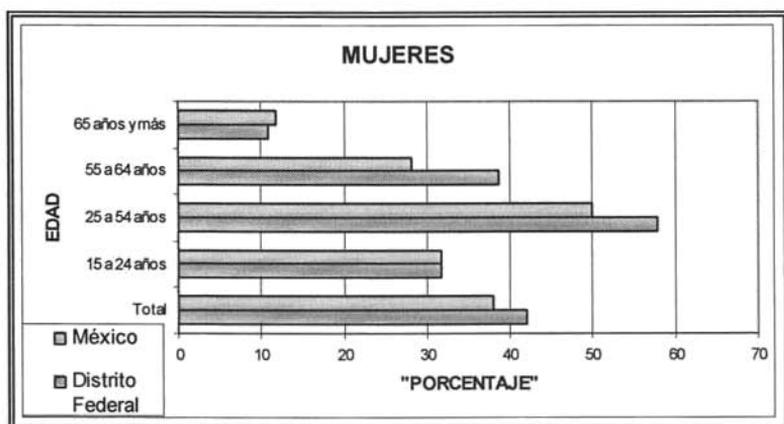
CUADRO COMPARATIVO ENTRE EL DISTRITO FEDERAL Y EL ESTADO DE MÉXICO					
TASA DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA POR ENTIDAD FEDERATIVA SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD DEL 2004.					
Mujeres					
Entidad Federativa	Total	15 a 24 años	25 a 54 años	55 a 64 años	65 años y más
Distrito Federal	42.1%	31.8%	57.8%	38.6%	10.9%
México	38%	31.8%	50%	28.1%	11.9%

²² Fuente: INEGI-STP. Encuesta nacional de empleo.

²³ Información tomada del INEGI de la estadística titulada Tasa de participación económica por entidad federativa según sexo y grupos de edad, 2004. FUENTE: INEGI-STPS. Encuesta Nacional de Empleo.

Para identificar fácilmente donde se encuentra la mayor parte de la población decidimos graficar la información. En la gráfica (ver figura 1.6) se muestra que la mayor parte de mujeres económicamente activas del Distrito Federal y del Estado de México se encuentra en el rango de 25 a 54 años. Al mismo tiempo que la mayoría de ellas viven en el Distrito Federal.

Figura 1.6



Por lo tanto podemos concluir que el mercado meta se forma de las mujeres económicamente activas que tienen entre 25 y 54 años de edad y que viven en el Distrito Federal.

3.2 Definición de servicios, infraestructura y personal necesarios para el Centro de manejo del estrés para la mujer.

Con base en la hipótesis, los antecedentes teóricos del estrés en la mujer y su rol dentro de la sociedad. Consideramos que los servicios buscados por las mujeres son:

3.2.1 Servicios a ofrecer

Servicios físicos

Masaje

Definición:

El masaje más tradicional es el quiromasaje. En él, el terapeuta manipula los tejidos blandos del cuerpo pellizcándolos, amasándolos e incluso, estrujándolos.

Beneficios:

El masajista consigue, a través del tacto, que el paciente perciba claramente las tensiones acumuladas y libere la tensión física, eliminando también la ansiedad y la angustia que suele aparecer con el estrés.

Equipo: Cama para masaje, aceites, sábanas

Aromaterapia²⁴

Definición:

La aromaterapia es la ciencia de los aceites esenciales. Estos líquidos preciosos son extraídos de plantas aromáticas, arbustos y árboles, tienen la habilidad de sanar no sólo en un nivel celular y físico, sino en el emocional, intelectual y espiritual. Se encuentran en armonía (balance) con nuestra vida y el planeta.

²⁴ [Http://aromaterapia.entomomedico.org](http://aromaterapia.entomomedico.org)

Beneficios:

La aromaterapia trabaja en dos niveles físico y emocional. Tiene muchas propiedades terapéuticas como relajantes, sedantes, armonizantes, energizantes, restaurativas, estimulantes y afrodisíacas.

Principalmente se alivia del estrés ayudando a calmar, relajar la mente y contrarrestar sentimientos de ansiedad, nerviosismo y depresión. Muchos aceites se reconocen por su habilidad de mejorar la concentración, creatividad, restaurar la energía, vitalidad y sentimientos positivos, brindando armonía y bienestar.

Equipo: Aceites esenciales, velas y sahumerios

Nutrición²⁵

Definición:

Nutrición es el conjunto de fenómenos mediante los cuales nuestro organismo va a obtener, utilizar y desechar las sustancias nutritivas o nutrimentos que requiere para funcionar adecuadamente.

En otras palabras, Nutrición, es la manera correcta en que un ser humano debe alimentarse, de tal forma que su crecimiento físico y su desarrollo mental sean saludables.

Beneficios:

Una persona que lleva una alimentación correcta, llega a liberarse de diversos trastornos funcionales, disminuyendo así la posibilidad de adquirir enfermedades crónicas, arteriosclerosis, diabetes, obesidad, hipertensión, cirrosis y hasta cáncer.

Equipo: Balanza, calculadora.

²⁵ Instituto Nacional de la Nutrición "Guías de alimentación"

Yoga²⁶

Definición:

La palabra yoga significa "unión" y se deriva del sánscrito yug, que significa unir. Lo que une es la conciencia individual con la conciencia universal. En términos prácticos, lo que hace es que armoniza el cuerpo, la mente y las emociones. Permite que las diferentes funciones del cuerpo se coordinen para que trabajen por el bienestar integral del cuerpo.

Beneficios:

La práctica del yoga tiene enormes beneficios para mejorar la salud y prevenir enfermedades. Relaja el cuerpo, permitiendo el mejor funcionamiento del sistema nervioso, glandular, cardiovascular y digestivo.

Al llevar el oxígeno a todas las partes del cuerpo y propiciar una respiración profunda, la mente se tranquiliza y el cuerpo descansa. El yoga es una práctica ancestral proveniente de la India que busca integrar el cuerpo, la mente y el espíritu.

Equipo: Tapete o Mat, cinturones, blocks, bolsas de seda para ojos, pelotas.

Tai Chi²⁷

Definición:

El Tai-Chi es considerado como un estilo interno perfecto perteneciente al Nei-Chia (Escuela Interna), cuyo dominio principal estriba en el cultivo de la fuerza interna, ejecutado con gran suavidad y concentración por el practicante.

²⁶ Instituto mexicano de yoga. AC.

²⁷ [Http://www.natura.com.mx/articulos/tai-chi.html](http://www.natura.com.mx/articulos/tai-chi.html)

Beneficios:

Se ha demostrado científicamente que mejora y estimula las funciones de la corteza cerebral, puede corregir las reacciones anormales del organismo, tonificar los órganos abdominales y desarrollar funciones de autocontrol del cuerpo.

Equipo:

Únicamente ropa cómoda para el cliente.

Acupuntura²⁸

Definición:

Método de prevenir, diagnosticar, tratar enfermedades y malestares insertando unas agujas especiales de metal en lugares específicos del cuerpo, (los puntos de acupuntura).

Beneficios:

Las enfermedades se desarrollan porque hay demasiado Yang (estimulación) o demasiado Yin (sedación) de modo que las dos energías no están en equilibrio. El acupuntor determina el desequilibrio y somete al paciente a un tratamiento de lo que prevé será el padecimiento si no se corrige a tiempo. El acupuntor busca principalmente la prevención en tanto sea posible.

Equipo: camilla, agujas para acupuntura, alcohol, algodón y sábanas.

Musicoterapia²⁹

Definición:

La musicoterapia es el uso de la música para mejorar el funcionamiento físico, psicológico, intelectual o social de personas que tienen problemas de salud o educativos.

La musicoterapia puede ser definida como "...un proceso de intervención sistemática, en el cual el terapeuta ayuda al paciente a obtener la salud a través de experiencias musicales y

²⁸ dr. Orlando méndez b. www.fundacionvive.org

²⁹ El Instituto de Musicoterapia y Terapias Centradas en la Música de la Ciudad de México. <http://www.musicoterapia.com.mx>

de las relaciones que se desarrollan a través de ellas como las fuerzas dinámicas para el cambio".

Beneficios:

Explorar sus sentimientos.

Hacer cambios positivos en su estado emocional.

Desarrollar un sentido de control de sus vidas a través de experiencias de éxito.

Aprender o poner en práctica habilidades para resolver problemas y conflictos.

Mejorar las habilidades de socialización.

Equipo: Estereos, discos.

Temazcal³⁰

Definición:

Baño medicinal de vapor

Beneficios:

Fortalecimiento del corazón, pues crea un mayor flujo de energía y líquidos.

Ayuda a resolver desordenes femeninos como la infertilidad, embarazo, postembarazo, purificación y fluido de la leche materna. Así como también ayuda a recobrar la firmeza de la piel.

Ayuda a la eliminación de ácido úrico, ácido láctico y en general equilibra el PH; ácido-alcalino de la sangre y contribuye a la eliminación de metales pesados que son absorbidos en las sociedades modernas; Zinc, Mercurio, Cobre, Plomo etc.

Facilitan la revitalización y reparación celular. Estimula al sistema glandular, en particular a las glándulas pineal y pituitaria, conocidas como las glándulas maestras, ya que rigen la actividad glandular de todo el cuerpo; tiroides, adrenales, hormonales, sexuales, etc.

³⁰ [Http://www.mundomaya.com.mx/temazcal/index.htm](http://www.mundomaya.com.mx/temazcal/index.htm)

Ayuda al sistema Linfático que es uno de los responsables de la limpieza y depuración del cuerpo,

Equipo: Hierbas medicinales, agua, calentadores, baños.

Opciones de mezcla de los servicios físicos

	Aromaterapia	Musicología
Masaje	✓	✓
Yoga	✓	✓
Tai Chi	✓	✓
Acupuntura	✓	✓
Temazcal	✓	✓

Servicios psicológicos ³¹

Pláticas de administración del tiempo

Definición:

Pláticas que tienen como finalidad ayudar a los interesados a organizar su tiempo en sus diversas actividades. Y proporcionarles herramientas útiles para que ellos mismos verifiquen que lo estén llevando a cabo.

Beneficios:

Manejo eficaz del estrés

³¹ M. Michal
© 1992 ediciones roche
f. Hoffman-la roche sa, bale, suize

Pláticas de manejo del conflicto

Definición:

Pláticas que tienen la finalidad de ayudar a equilibrar los intereses de las personas, eliminando la tensión y permitiéndole ver más opciones para tomar decisiones.

Beneficios:

Manejar, tolerar, reducir o minimizar esas situaciones estresantes, a través de sus recursos psicofisiológicos.

Pláticas de nutrición

Definición:

Pláticas que tienen como finalidad hacer ver la importancia de una adecuada alimentación hoy en día. Adaptándonos a las actividades y necesidades del cliente.

Beneficios:

Bienestar físico a través de la asesoría alimenticia.

Pláticas de manejo de estrés

Definición:

Pláticas que tienen como principal finalidad ayudar a las mujeres a identificar sus fuentes de estrés en relación con sus diversas actividades.

Beneficios:

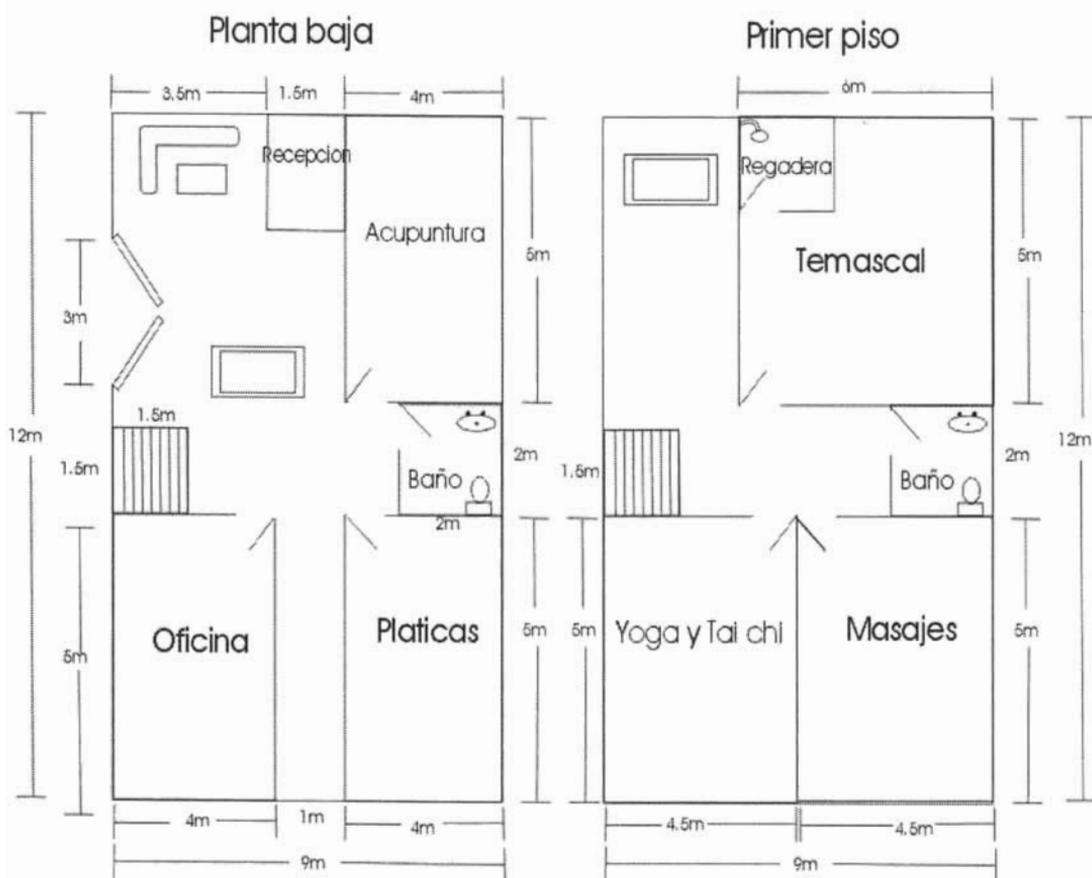
Conocer y aplicar técnicas y estrategias para manejar el estrés.

Mezcla de pláticas con servicios físicos

	Aromaterapia	Musicología
Manejo de conflicto	✓	✓
Administración de tiempo	✓	✓
Alimentación		✓
Manejo de estrés	✓	✓

3.2.2 Instalaciones

Instalaciones básicas del Centro de manejo del estrés para la mujer



Instalaciones

Planta baja

- Recepción
- Oficinas
- Acupuntura
- Pláticas de nutrición y psicológicas
- Baño

Primer piso

- Temascal
- Yoga y Tai Chi
- Masajes
- Baño

3.2.3 Personal

Psicólogo	Pláticas de manejo de conflicto, administración de tiempo y manejo de estrés.
Nutriólogo	Pláticas para llevar una sana nutrición
Cosmetólogo	Se encargará de aplicar los masajes
Acupunturista	Da consulta a los clientes y tratamiento
Instructor Tai Chi	Dará las clases de Tai Chi
Instructor yoga	Dará las clases de yoga
Supervisor temazcal	Apoyo y supervisión de las personas que entran al temazcal y sauna.
Recepcionista	Encargada de dar información y programar las citas.
Administración	Llevar la correcta administración del Centro de manejo de estrés para la mujer.
Afanadora	Encargada de la limpieza del Centro de manejo de estrés para la mujer.

Nota: Perfil de puestos. Ver Anexo II

CAPITULO

III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La metodología de investigación de mercados a seguir es del autor Naresh K. Malhotra del libro Investigación de mercados, un enfoque aplicado.³²

Los pasos a seguir son:

1. **Definición del problema.** En la que se considera la finalidad del estudio, la información básica que se tiene y definir la información que hace falta.
2. **Elaboración de un método para resolver el problema.** Este paso consiste en establecer con base en el marco teórico y los objetivos, Las técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa más adecuadas al proyecto.
3. **Elaboración del diseño de la investigación.** Es la elaboración de un plan para realizar la investigación de mercados. En este plan se detallan los procedimientos para la obtención de la información.

Los pasos a seguir para el diseño de la investigación son:

- 1) Definición de la información necesaria.
 - 2) Análisis de datos secundarios.
 - 3) Métodos para el acopio de datos cualitativos y cuantitativos.
 - 4) Procedimiento de medición y preparación de escalas.
4. **Preparación y análisis de datos.** Es la revisión, codificación, transcripción y verificación de los datos. Conclusiones de cada uno de los métodos para acopio de datos.

³² Malhotra Naresh K. Investigación de mercados, Un enfoque aplicado. 4ª Edición, Pentice Hall, México 2004.

5. **Preparación y presentación del informe.** Exponer los resultados y principales descubrimientos.

1.1 Desarrollo de la metodología de la investigación

A continuación se desarrolla la metodología de la investigación de acuerdo al proyecto del CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER.

Tipo de investigación

Predictiva.

Definición del problema

Problema de investigación de mercados:

Asegurar la aceptación y necesidad de las mujeres económicamente activas por manejar su estrés a través de los servicios planteados como solución en la Descripción del proyecto. La información básica con la que se cuenta es: información secundaria obtenida de libros de texto de estrés y del rol de la mujer en la sociedad actual, así como también información detallada y veraz³³ obtenida de Internet.

La información que hace falta es la propia opinión de las mujeres objeto de estudio a las conclusiones de los servicios que serían los óptimos para el cuidado de su salud física y mental, en cuanto al estrés se refiere.

Elaboración de un método para resolver el problema

Con base en la información obtenida de fuentes secundarias se concluye que debido a las crecientes actividades de la mujer en la vida actual, es necesario para su bienestar que ella tenga acceso a servicios que la ayudaran al manejo de su estrés físico y mental. Con la finalidad de contribuir al bienestar familiar y laboral en el que ella se desenvuelve diariamente.

³³ Las direcciones electrónicas que fueron referencia de información secundaria son de organismos internacionales y nacionales que cuentan con su propia página electrónica.

El objetivo de la investigación es:

Identificar las características y comportamiento de las mujeres económicamente activas afectadas por el estrés de entre 25 a 54 años que pertenezcan a la clase media y que lleven a cabo trabajo bajo presión. Los servicios que desean para manejar dicho padecimiento, así como también la cantidad monetaria que están dispuestas a pagar por los servicios.

Limites de la investigación: perfil del consumidor

Perfil del consumidor

Edad: 25 a 54 años³⁴

Sexo: femenino³⁵

Estado civil: indistinto

Nivel de ingresos: clase media³⁶

Tipo de trabajo: trabajo bajo presión³⁷

Delegación donde labora: Coyoacan

Hipótesis

- A mayor número de actividades estresantes desarrolladas por la mujer económicamente activa, mayor será la necesidad de asistir al centro de manejo del estrés para la mujer.
- Las mujeres objeto de estudio aceptan servicios que disminuyan su estrés físico y psicológico. Servicios tales como masajes, aromaterapia, musicología, nutrición, yoga, tai chi, acupuntura, temazcal y pláticas acerca de manejo de conflicto, de estrés, administración del tiempo y nutrición.
- Las mujeres objeto de estudio están dispuestas a pagar hasta doce salarios mínimos por sesión de manejo de estrés.

³⁴ Fuente: INEGI

³⁵ objeto de estudio

³⁶ fuente: INEGI

³⁷ fuente: Domínguez T. Benjamín, Pablo Valderrama I y Yolanda Olvera I. "Manual para el taller teórico-práctico de manejo del estrés". Editorial plaza y Valdés, México 2002.

- La evaluación de la aceptación de los servicios establecidos como medio para el manejo de estrés por parte de la mujer objeto de estudio, se realizará a través de encuestas, observación y focus group.

La razón de las técnicas de levantamiento de la información es:

Entrevista personal. Es una técnica adecuada para tratar temas que por su complejidad precisen aclaraciones.³⁸

Observación directa. La técnica de levantamiento de la información es sencilla y permite recabar información de un evento en el momento que se esta llevando a cabo.³⁹

Focus Group. Esta técnica es empleada debido a que en un corto tiempo se puede obtener una amplia cantidad de información directa de las personas que participan en ella. Además de que "la información obtenida ayuda a ver como piensan en determinado momento y el por qué piensan de dicha forma".⁴⁰

1.2 Elaboración del diseño de la investigación

Definición de la información necesaria

- Definición de estrés
- Causas del estrés
- Consecuencias del estrés
- Estrés que presenta la mujer
- Causas y consecuencias del estrés específicamente en la mujer
- Rol de la mujer en la sociedad actual
- Estadísticas de la población femenina económicamente activa
- Estadísticas de las enfermedades más comunes en la mujer
- Formas de liberación del estrés
- Formas de liberación del estrés para la mujer

³⁸ Jack Hamilton. ¿Qué es la investigación de mercados? Asomar, México1990

³⁹ Rojas Soriano Raúl. Guía para realizar Investigaciones sociales. Plaza y Valdez, México, 2001.

⁴⁰ Section on Survey Research Methods. American Statistical Association.

- Servicios que a la mujer objeto de estudio le gustarían para manejar su estrés
- Lugar donde les gustaría recibir los servicios
- Frecuencia con la que les gustaría recibir los servicios
- Atenciones que le gustaría recibir en el centro de liberación de estrés.
- Recomendaciones por parte de las mujeres objeto de estudio para el centro de manejo de estrés
- Cantidad monetaria que pagarían por los servicios que desean.

Análisis de datos secundarios

A continuación se presenta la información más relevante de cada tema.

Estrés (Conclusiones)

El estrés es una enfermedad silenciosa que aparece cuando nuestra estabilidad se ve amenazada y puede ser ocasionada por muy diversas razones. Los cambios que presentamos son fisiológicos y psicológicos, los cuales repercuten en nuestra salud en diferentes grados, dependiendo de la intensidad de estrés que se este padeciendo. Como puede ser que se presente un ligero dolor de cabeza, hasta que nos pueda provocar la muerte.

Estrés en la mujer (Conclusiones)

La mujer padece estrés con los usuales síntomas que en todos los hombres se observan, pero debido a sus características físicas y psicológicas específicas de su sexo, presentan más variaciones de enfermedades causadas por el estrés.

Soluciones del estrés (Conclusiones)

El estrés de la mujer se puede solucionar sí ella misma se hace conciente del grado de estrés que padece. Y toma la decisión de desempeñar actividades que la ayuden a llevar una vida sana, equilibrando su energía física y mental.

Y aunque son muchos los factores que pueden provocar estrés en ella, las mujeres que pertenecen a distintas edades buscan soluciones afines.

El rol de la mujer en la actualidad (Conclusiones)

La tecnología ha logrado que un país influya rápidamente en otro y como consecuencia los requisitos para conseguir un buen empleo han incrementado en volumen y calidad, es decir se requiere de más habilidades y esfuerzos extremos para lograr los objetivos.

Al mismo tiempo la mujer ha cambiado sus roles y los puestos que ocupa hoy en día son muy estresantes, pues tiene que resolver problemas correctamente y en muy poco tiempo; ya que la sociedad le exige cumplir exitosamente con los roles tradicionales, tales como tener hijos, cuidar de ellos, hacer comida, etc. Y sus obligaciones laborales como practicar su profesión.

Finalmente es de suma importancia que la mujer maneje su estrés, ya que es socialmente la principal persona que transmite los valores, las costumbres y la cultura dentro de la familia. De esta forma, teniendo una buena salud física y mental podremos lograr una sociedad más unida y con mejores valores.

1.3 Focus Group

1.3.1 Metodología de Focus Group

Focus Group

De acuerdo a la Asociación Americana de Estadística, el Focus Group es una técnica de tipo cualitativa en que un grupo de participantes que proviene de una población específica común, es guiado por un moderador hacia un tema particular. Este grupo tiene la finalidad de confrontar racional y emocionalmente a los participantes, buscando comprender lo que éstos experimentan en común sobre el tema planteado.⁴¹

El Focus Group es una representación micro social de lo que sucede a nivel macro social, en el sentido de que los participantes reproducen ideas, imágenes, percepciones y actitudes de la población.

A continuación se enumeran los pasos a seguir en la metodología para la realización del Focus Group:

Antes del Focus Group

1. Definir el propósito y objetivos del Focus Group
2. Establecer gráfica de Grantt
 - Tiempos para cada actividad
3. Identificar a los participantes
 - Determinar cuantos participantes se necesitaran y a cuantos se va a invitar.

⁴¹ Section on Survey Research Methods. American Statistical Association.

- Desarrollar una lista de atributos que los participantes deben tener, basándose en el propósito del estudio.

4. Elaborar las preguntas para el Focus Group

- Se recomienda que sean entre 6 y 7 preguntas, dentro de las cuales deben hacerse preguntas de introducción al tema.
- Una vez que se tenga la lista de preguntas. Hay que volver a recordar el objetivo del estudio y depurarlas nuevamente.
- Rescribir las preguntas con buena edición
- Ordenar las preguntas de acuerdo al orden que deberán llevar para hacer sentir cómodos a los participantes.

5. Desarrollar la guía

- La guía se debe desarrollar midiendo el tiempo que requerirá el Focus Group.
- Dentro de la guía deberá ir el saludo, la presentación del moderador, la justificación del estudio, las preguntas, el cierre y agradecimientos a los participantes.
- En la guía es importante estudiar los siguientes puntos:
 - Los participantes deberán sentirse cómodos y estar divirtiéndose durante la cesión.
 - Asegurarse que cada participante este escuchando
 - Asegurarse de tener un reloj cerca para administrar el tiempo
 - Mantener la discusión sobre el tema, tratando de responder la mayoría de las preguntas.

Después del Focus Group

6. Realizar notas y Resumen de la cesión

- Realizar notas de las ideas que se necesiten para tener mas claras las respuestas de los participantes, como pueden ser gestos, actitudes, etc.
- Resumir la cesión. Se recomienda resumir la cesión junto con otra persona que haya estado presente. Para ayudar a la interpretación de la información recabada.
- Finalmente, transcribir las notas que fueron tomadas poco después de finalizada la cesión y realizar un índice de las preguntas y temas a desarrollar mas específicamente.
- Analizar los resúmenes de la cesión. Se recomienda leer nuevamente los resúmenes obtenidos del Focus Group con la finalidad de eliminar comentarios vanales que no tienen significado o relevancia para el entendimiento del mismo.

7. Rescribir el reporte

- Este reporte debe contener toda la información de los antecedentes y el propósito del Focus Group, detalles de la cesión, resultados y conclusiones

1.3.2 Planeación del FOCUS GROUP

Objetivo del Focus Group

Identificar las soluciones que las mujeres objeto de estudio dan al estrés psicológico y físico. Así como también el tiempo en el que lo hacen, lo que utilizan y lo que están dispuestas a pagar por los servicios y atenciones que desean para manejar su estrés.

Planeación del Focus Group

Grafica de Gantt								
Actividades	Semanas							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Identificar a los participantes	*	*	*					
Desarrollar temas y preguntas			*	*				
Localizar el lugar adecuado					*			
Invitar y dar seguimiento a los participantes					*	*	*	
Equipo para llevar a cabo la sesión								*

Identificación de participantes

Número de participantes 6

Características de las participantes (perfil del consumidor)

Perfil del consumidor

Edad: 25 a 54 años⁴²

Sexo: femenino⁴³

Estado civil: indistinto

Nivel de ingresos: clase media⁴⁴

Tipo de trabajo: trabajo bajo presión⁴⁵

⁴² Fuente: INEGI

⁴³ objeto de estudio

⁴⁴ fuente: INEGI

⁴⁵ fuente: Domínguez T. Benjamín, Pablo Valderrama I y Yolanda Olvera I. "Manual para el taller teórico-práctico de manejo del estrés". Editorial plaza y Valdés, México 2002.

Temas y preguntas del Focus Group

Temas:

- ✓ Estrés
Verificar la Información
- ✓ Servicios
Verificar la información *
- ✓ Platicas
Verificar la información
- ✓ Precios
Verificar la información

Desarrollo de la sesión

Bienvenida

- ✓ Hacerles saber el propósito del estudio
- ✓ Explicar que es Focus Group
- ✓ Hacer las presentaciones de los participantes

Buenas tardes.

Todos les damos la más cordial bienvenida a esta sesión que tiene como objetivo identificar las soluciones que ustedes mujeres dan al estrés físico y psicológico. Esto con el propósito de brindar un servicio adecuado a las necesidades de la mujer actual.

Como ya les habíamos mencionado anteriormente. Esta sesión de Focus Group tiene una finalidad muy especial hacia ustedes las mujeres, pues para nosotros son un pilar importantísimo en la estructura social, familiar y económica del país.

Ahora bien. Ustedes se preguntaran qué es un Focus Group.

El Focus Group es un método de recolección de datos a través de una sesión donde se realizan preguntas para obtener sus impresiones como respuestas.

Les vamos a presentar al equipo que nos apoya...

Preguntas Generales

Comenzaremos con la definición de qué es el estrés.

Preguntas definición de estrés

(Que ellas mencionen su significado de estrés)

Preguntas definición de SPA

(Que ellas mencionen su significado de SPA)

Preguntas pláticas

(Que ellas mencionen su significado de pláticas para el control del estrés)

Preguntas costos

(Que ellas mencionen cuanto disponen para invertir en su salud y que tan seguido irían por una sesión de esas)

Cerrar la sesión

- ✓ Agradecer la asistencia a los participantes
- ✓ Hacerles saber el uso de la información y la duración de la investigación.

Les agradecemos infinitamente por haber participado en esta sesión de Focus Group.

La información que se recopiló será utilizada para diseñar un servicio que satisfaga sus necesidades. Ya que nuestra finalidad es ayudarlas en su desarrollo y participar en su bienestar.

Le mantendremos informada y en cuánto éste servicio se ponga en marcha le aseguramos que será de las primeras personas en tenerlo a su disposición.

Elección de la locación

- ✓ De fácil acceso
- ✓ Estacionamiento
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Buena Iluminación

Materiales para la realización del Focus Group

- ✓ Cuadernos de notas
- ✓ Lápices
- ✓ Pizarrón
- ✓ Marcadores
- ✓ Guía de Focus Group
- ✓ Lista de participantes
- ✓ Reloj
- ✓ Masking tape
- ✓ Computadora
- ✓ Cañón
- ✓ Cámara de video

Questionario Focus Group

Introducción al Estrés

- ✓ ¿Qué actividades le provocan cansancio? ¿Con qué frecuencia las hace?
- ✓ ¿Cuándo se siente estresado?
- ✓ ¿Qué hace para liberarse del estrés?
- ✓ ¿Qué le gustaría hacer para liberarse del estrés?
- ✓ ¿Asiste a algún lugar para liberarse del estrés? ¿Por qué?
- ✓ Cuando dice que se siente estresada, ¿que quiere decir?
- ✓ ¿Qué significa para usted estar estresada?
- ✓ ¿Qué actividades le gustaría hacer para sentirse sin estrés?
- ✓ ¿Por qué quiere sentirse sin estrés?
- ✓ ¿Cuándo se siente cansada físicamente por el estrés, qué hace para sentirse mejor?
- ✓ ¿Cuándo se siente fatigada psicológicamente por el estrés, qué hace para sentirse mejor?

Definición SPA

- ✓ Definición de un SPA. ¿Cuál SPA es su preferido? y ¿por que?
- ✓ Describa una sesión en su SPA favorito.
- ✓ ¿Cuándo piensa en un SPA que palabras vienen a su mente?
- ✓ ¿Asiste acompañada a un SPA?
- ✓ ¿Se libera del estrés en compañía de alguien más?
- ✓ ¿En compañía de quien o quienes le gustaría ir a una sesión o asistir a una platica del manejo de estrés?
- ✓ ¿Cómo le gustaría sentirse después de una sesión en un SPA?
- ✓ ¿Ha asistido a algún SPA que le haya hecho sentir 100% satisfecha?
- ✓ ¿Cómo describes a un SPA que tiene un buen servicio?

Definición de servicios

- ✓ ¿Encuentra todo lo que necesita en el SPA que visita?
- ✓ ¿Que le gustaría encontrar en ese SPA
- ✓ ¿Cuánto tiempo le gustaría estar ahí?

- ✓ ¿Cuándo le gustaría ir? ¿Por qué?
- ✓ ¿Qué servicios adicionales a los regularmente ofrecidos por un SPA le gustaría encontrar?

Pláticas

- ✓ ¿Sería de su interés algunas pláticas para el manejo del estrés?
- ✓ ¿Cuánto considera usted que estas pláticas deberían durar?

Costo

- ✓ ¿Cuánto destina a cada una de sus actividades?
- ✓ ¿Cuánto esta dispuesta a invertir en servicios como los que se acaban de señalar?

1.3.3 Análisis de la sesión de FOCUS GROUP

El día 12 de mayo de 2005 se llevo acabo la sesión de Focus Group con siete mujeres económicamente activas de entre 30 y 54 años.

El estudio se realizo en un lugar ventilado (cuatro ventanas), con suficiente iluminación (dos lámparas), en una mesa en forma de "U", teniendo cada una de ellas la mejor disposición para participar en el estudio. Al inicio de la sesión se mostraron muy interesadas en el tema y comenzamos con las preguntas que a continuación se describen en los siguientes comentarios:

Se les pidió que indicaran los síntomas que padecían cuando tenían estrés, a lo que ellas contestaron que "algunas veces eran dolores en el cuerpo y otras veces eran psicológicos."

Síntomas del estrés que fueron detectados.

SINTOMA	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Ansiedad	1
Nerviosismo	2
Malestar (POCO PRECISA)	2
Sensibilidad/ irritabilidad	
Mal humor	2
Cansancio	3
Tensión en los hombros	2

El 43% de ellas menciona que el cansancio era una de los síntomas que indicaban el padecimiento de estrés. Al mismo tiempo que el 29% menciona que sentían tensión en los hombros. (Dicho padecimiento es solucionado con un masaje que reciben por parte de su pareja o sus hijos).

El 29% de las mujeres tiene, a consecuencia del estrés, mal humor, ganas de llorar y tristeza.

Causas del estrés que fueron detectados.

CAUSAS	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Rutina	1
Trabajo	4
Labores del hogar.	4
Hijos	5
La mujer tiene mucha responsabilidad	1
Son las que ayudan a solucionar los problemas de cada uno de los integrantes del hogar.	1

El 14% de ellas comentan que tienen múltiples actividades como cuidar a sus hijos, hacer la comida, limpiar la casa y trabajar; esto se convierte en una rutina que las estresa.

Agregan, que el ama de casa tiene mucha responsabilidad pues es el confidente de cada uno de los integrantes de la familia. Ellas son quienes además de solucionar los problemas de su familia tienen que solucionar los suyos.

El 57% de ellas opina que el trabajo y las labores de la casa son la principal causa de su estrés. Es muy pesado tener que levantarse temprano a preparar el desayuno. Durante el día deben trabajar, hacer las labores de la casa y escuchar los problemas de cada uno de los integrantes de su familia. Por lo que al terminar el día están cansadas y estresadas, queriendo relajarse, pero se encuentran con que no pueden hacerlo, ya que aún no terminan con las labores del hogar.

Posteriormente se les pidió que mencionaran las múltiples formas en las que ellas manejan su estrés.

FORMAS EN QUE MANEJAN EL ESTRES	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Masajes	2
Dormir	2
Sentarse y relajarse	1
Ver tele y relajarse	1
Bailar	2
Cantar	1
Motivación a través de verse en el espejo	1
Bañarse escuchando el radio	4

El 14% de ellas comenta que durante el día se sienten estresadas y lo único que pueden hacer es ver televisión, sentarse a descansar y cantar, lo cual les ayuda a relajarse. O bien, verse al espejo para decir cosas agradables a cerca de su persona les ayuda a elevar su autoestima y por lo tanto a sentirse mejor.

El 29% de ellas gusta de recibir masajes de su pareja o hijos. Incluso comentan que dormir cerca de 15 minutos les ayuda a tener suficiente energía para terminar las actividades del día. Otra opción para eliminar el estrés es escuchar música y bailar o bien tomar un baño. Cabe aclarar que bañarse no siempre ayuda a relajarse pues mientras lo hacen es difícil que dejen de pensar en las actividades que les falta por realizar.

El 57% coincide que escuchar música mientras se bañan les ayuda a relajarse ya que pueden dejar de pensar en las actividades que tienen que hacer.

Posteriormente se les pregunto cuáles eran los servicios que les gustaría recibir para manejar su estrés a lo que ellas contestaron:

SERVICIOS QUE LES GUSTARÍA RECIVIR	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Amabilidad del personal	1
Baños con aromas/ espuma/ velas	5
Temazcal	2
Masaje con aromas	6
Masaje con aceites	
Música relajante	1
Hombres atractivos	3
Terapia psicológica/ pláticas psicológicas	2
Pláticas para elevar la autoestima	4
Pláticas para la superación personal	1
Pláticas para nutrición	3
Charlas	5
Beber jugos, cerveza o vino	2
Instalaciones	1
Un lugar grande, blanco, colores claros, fresco.	2
Alimentos sanos	6

El 14% por ciento de ellas coincide que para eliminar su estrés les gustaría un buen servicio por parte del personal. Incluso instalaciones pintadas con colores claros tales como el blanco. Y el 29% busca que el lugar sea amplio y fresco.

Elas necesitan música para relajarse. Considerando que es muy importante su autoestima por ello disfrutarían de pláticas que les ayuden a su superación personal.

El 29 % piensa que el vapor les ayuda a relajarse, por ello los temazcales son una buena opción. En cuanto al servicio en general, comentan, que debería de estar acompañado de pláticas psicológicas.

Para sentirse bien es necesario tener buena apariencia física, además el cuidado que se tenga para seleccionar los alimentos que ingieren es muy importante para su salud. Por esto, el 86% opina que la nutrición juega un papel muy importante, pero solo el 43% gustaría de una plática de nutrición.

Con la finalidad de hacer más agradable su estancia, el 43% de ellas comenta que les gustaría ser atendidas por hombres atractivos. Y el 29% quisiera beber jugos, vino e incluso cerveza mientras disfrutan de su sesión. Además el 86% busca que los masajes estén acompañados de aromas y/o aceites. Y el 71% busca que los baños estén acompañados de aromas, espuma y velas.

El 71% de la muestra coincide en que toda mujer disfruta de una charla con sus amigas pues nosotras desarrollamos más la habilidad de hablar, esta actividad se convierte en un medio para eliminar el estrés. Las charlas pueden estar acompañadas de botana incluso de alguna bebida como el café, jugos y vino.

“Las mujeres necesitamos de tener una buena autoestima. Nunca esta de más escuchar halagos de todas aquellas personas que de alguna manera conviven con nosotras.”

Hoy en día la mujer tiene múltiples responsabilidades y llevarlas a cabo con éxito no es una tarea fácil. Por ello la mujer debe de ser motivada con pláticas para elevar su autoestima. En ello coincide el 57% de la muestra.

Se requirió indicaran cuanto tiempo invertirían en su salud.

Tiempo

TIEMPO QUE INVERTIRÍAN EN SU SALUD	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Todo el día	4
Unas tres horas	5
Una vez al mes	6
Cada año	2
El día preferido fue el viernes	3
El día sábado	1
Cualquier día	1

Cuando se les pidió indicarán cuanto tiempo invertirían en su salud, el 57% comento que preferían invertir un día completo al mes, el 71% menciona que tres horas a la semana era suficiente y solo el 29% invertiría un día una vez al año.

Después se les pregunto que días les gustaría asistir, ellas contestaron que los días que prefieren son el viernes, sábado y domingo. El 43% prefiere el viernes pues es día que ya terminaron sus actividades. El 14% prefiere el sábado. Otro 14% puede asistir cualquier día.

Posteriormente se les pidió indicaron la cantidad monetaria que invertirían en su salud.

Inversión

INVERSIÓN	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
• Baño	5
• Masaje	7
• Terapia	3
Por lo anterior pagarían \$1,000	4
Por un día completo \$1,000	1
Acapulco , MÁS DE 5000	1

El 100% coincidió en pagar \$1,000 por una sesión en la que reciban un baño con aromaterapia, un masaje con aceites y música relajante. También coinciden en invertir \$1,000 por una sesión que dure todo el día.

En cambio si la sesión se recibe en un lugar fuera de la republica mexicana el 14% esta dispuesto a pagar más de \$5,000 pesos por una sesión.

Conclusiones

El 100% de las mujeres que conformaron el Focus Group, se mostró muy interesado en recibir una sesión para manejar su estrés.

El servicio que más interesa es el masaje, pues afirman que darles un masaje es consentirlas. Además se mostraron muy interesadas en asistir en compañía de sus amigas y todas coinciden que para eliminar su estrés no les gustaría ir acompañadas de sus esposos.

También se comprobó que gustan de servicios como temazcal, platicas para elevar la autoestima, además de verse muy interesadas en la atención psicológica. Es en este punto donde vemos que ellas quieren ser escuchadas, teniendo de esta forma, un momento de desahogo para ellas solas.

En la sesión nos pudimos dar cuenta de las emociones, gestos y señas que usan para expresarse. Esto enriqueció mucho la investigación, pues nos percatamos realmente del interés que el grupo tenía en los temas que se trataron y por consiguiente salió información que no se tenía contemplada, la cual resultaba ser muy importante. Y como un aprendizaje especial, vimos que la persona que menos opina tiene las mejores ideas.

Finalmente, la conclusión del Grupo en general fue que: "Cada una de ellas puede verse como desee, solo necesita animarse a consentirse", pues saben que como mujer es necesario dejar de preocuparse un poco por su familia y pensar aún más en ellas mismas. A partir de que esta expresión llego a sus oídos ellas comenzaron a preocuparse más por su salud y bienestar.

1.4 Observación

1.4.1 Metodología de observación

Definición

Observación científica. Es el proceso sistemático de registro de patrones de conducta de las personas, sucesos, objetos y del entorno, sin que se cuestione o establezca comunicación con ellos.

Observación directa. Se recaba información de comportamientos, sucesos, objetos y del entorno, realizados en el momento de la observación.

Como técnica de recolección de datos. La observación tiene normas que deben seguirse para asegurar la mayor exactitud y objetividad en los datos recabados.

Normas de la observación ⁴⁶

Condiciones previas

- Antes de comenzar con el trabajo de campo, los observadores deben familiarizarse con los objetivos de la investigación
- Las técnicas de observación y anotación deben ser ensayadas con anticipación.
- Antes de comenzar la observación, los observadores deben memorizar los elementos a observar.

Procedimiento

- Las observaciones deben ser anotadas en el momento; de lo contrario lo más pronto posible.
- El intervalo de tiempo admisible entre la observación y anotación se mide en minutos o en horas. Cuando llegan a pasar días, la información es nula.
- El observador forma parte del sujeto de observación, por lo que es necesario que anote sus propias acciones durante el periodo de observación.

⁴⁶ Rojas Soriano Raúl. Guía para realizar Investigaciones sociales. Plaza y Valdez, México, 2001.

Contenido

- Las notas deben incluir la fecha, la hora y la duración de la observación, el lugar exacto, las circunstancias, las personas presentes y su función; la función atribuida al observador; los aparatos y el equipo utilizado, los aspectos determinantes del ambiente físico y todas sus eventuales modificaciones.
- Las observaciones sobre el carácter o la personalidad de los sujetos, deben ser eliminados.
- Las conversaciones deben ser transcritas en el momento y los resúmenes deben anotarse en primera persona.
- Las opiniones y deducciones del observador deben anotarse por separado.

Ordenación

- Las notas deben revisarse lo más rápido posible, para efectuar las correcciones y adiciones necesarias.
- Las notas deben ser clasificadas.

1.4.2 Planeación de la observación

Objetivo de la observación

Conocer los servicios que se ofrecen en los Spa, cuáles son los más solicitados por mujeres, su precio y el valor agregado que puedan llegar a tener los servicios, instalaciones y personal de dichos negocios.

El cuadro siguiente describe los elementos a observar.

GUIA DE OBSERVACIÓN

SERVICIOS

Servicios (Breve descripción del servicio)	Precio	Horarios	Persona que Recibe servicio H/M	Restricciones del servicio	No. De personas por sesión
Servicios físicos					
• Masaje relajante					
• Otro servicio físico (especificar)					
• Otro servicio físico (especificar)					
Servicios Psicológicos					
• Platicas manejo de estrés					
• Otras platicas (especificar)					
Servicio más solicitado					
• Especificar servicio					
Productos a la venta					
• Especificar producto					

ATENCION AL CLIENTE

¿Hay seguimiento del cliente? (Servicio post venta)	Si	No	Técnica
Número de mujeres (clientas) que se encuentran en ese momento	Solicitando los servicios No. _____		Saliendo de recibir servicio No. _____

COLABORADORES

Personal Femenino que ofrece el servicio	¿En que servicios se encuentra? (Escribir el nombre del servicio)	Número de personas
Personal Masculino que ofrece el servicio	¿En que servicios se encuentra? (Escribir el nombre del servicio)	Número de personas

INSTALACIONES

Color de las instalaciones	Descripción
Dimensión de las instalaciones	Descripción
Ventilación	Descripción
Plantas	Descripción
Servicios extra fuente de sodas estacionamiento	Descripción
Aparatos y tecnología	Descripción

Circunstancias de la Observación:

La observación se realizó en un SPA Bienestar y Belleza el día 23 de abril del 2005 a las 2 PM, tuvo una duración de dos horas y asistimos a la observación como clientes.

El equipo utilizado fue una grabadora y un cuaderno pequeño con pluma.

1.4.3 Análisis de la observación directa

Los resultados de la observación directa fueron:

GUIA DE OBSERVACIÓN No. 1

SPFP

SERVICIOS					
Servicios (Breve descripción del servicio)	Precio	Horarios	Persona que Recibe servicio H/M	Restricciones del servicio	No. De personas por sesión
Servicios físicos					
• Masaje relajante	\$200	De 9 a 7 PM previa cita.	H y M	Personas enfermas de insuficiencia venosa	1 a 2 dependiendo del horario
• Mesoterapia	\$250	De 9 a 7 PM previa cita.	H y M	Enfermedades específicas y previa cita	1 a 2 dependiendo horario
• Velos de novia	\$1500	9 a 7 PM previa cita	Mujeres	Previa cita	1 a 2 dependiendo del horario
Servicios Psicológicos					
• Psicóloga	\$ 150	Varia. Solo con previa cita	M y H	No hay	1 persona por sesión
• Otras pláticas (especificar)	no	no	no	no	no
Servicio más solicitado					
• Masaje relajante	Varia	9 a 7 PM previa cita	M y H	Personas enfermas de insuficiencia venosa	1 a 2 dependiendo del horario

Productos a la venta					
• Productos naturistas	Varia	9 a 7 PM	M y H	Productos recetados, de acuerdo al padecimiento	

ATENCION AL CLIENTE

¿Hay seguimiento del cliente? (Servicio post venta)	Si	No ✓	Técnica No cuentan con ninguna técnica de servicio post venta. Servicio en recepción: no es bueno Las diferentes áreas no tienen conocimiento de las funciones de los otros.
Número de mujeres (clientas) que se encuentran en ese momento	Solicitando los servicios No. <u>2</u>		Saliendo de recibir servicio No. <u>Ninguna</u>

COLABORADORES

Personal Femenino que ofrece el servicio	¿En que servicios se encuentra? (Escribir el nombre del servicio) Recepción, Medico general Masajes Terapéuticos, Temazcal, sauna, Mesoterapia.	Número de personas Tres personas
Personal Masculino que ofrece el servicio	¿En que servicios se encuentra? (Escribir el nombre del servicio) Dwzone Quiropráctico Masajes terapéuticos	Número de personas Dos personas

INSTALACIONES

Color de las instalaciones	Descripción: Verde claro la recepción y Primer piso Naranja claro el área de masajes terapéuticos
Dimensión de las instalaciones	Descripción: 20M X 12M
Ventilación	Descripción: Buena ventilación en plata baja y primer piso Ventilación en Masajes terapéuticos no muy buena (falta)
Plantas	Descripción: Pocas
Servicios extra fuente de sodas estacionamiento	Descripción: Solo fuente de sodas
Aparatos y tecnología	Descripción: Aparatos para masajes terapéuticos de luz infrarroja Aparatos para saunas, para jacuzzi Aparatos para faciales Aparatos para aromaterapia y musicoterapia

SERVICIOS

Servicios (Breve descripción del servicio)	Precio	Horarios	Persona que Recibe servicio H/M	Restricciones del servicio	No. De personas por sesión
Servicios físicos					
• Masajes relajantes	\$200	9 AM. A 7 PM.	H y M	Debe ser con previa cita.	1
• Temazcal	\$150	9 AM. A 7 PM.	H y M	Previa cita	1
• Camas de fisioterapia	La 1ra vez es gratis y la cuota varía de acuerdo a la frecuencia	9 AM. A 7 PM.	H y M	Previa cita	5 hay varias camas
Servicios Psicológicos					
• Ayuda Psicológica	\$ 150	9 AM. A 7 PM:	M y H	Previa cita	Depende de las necesidades del cliente
• Otras platicas (especificar)	no	no	no	no	no
Servicio más solicitado					
• Masaje relajante o antiestrés	\$200	9 AM a 7 PM	H y M	Ninguna	
Productos a la venta					
• Productos naturistas	Varia	9 AM a 7 PM	H y M	Ninguna	

ATENCION AL CLIENTE

¿Hay seguimiento del cliente? (Servicio post venta)	SI	No	Técnica
		✓	No cuentan con ninguna técnica de servicio post venta.
Número de mujeres (clientas) que se encuentran en ese momento	Solicitando los servicios		Saliendo de recibir servicio
	No. <u>6</u>		No. <u>2</u>

COLABORADORES

Personal Femenino que ofrece el servicio	¿En que servicios se encuentra? (Escribir el nombre del servicio)	Número de personas
	En masaje, psicología, cafetería, recepción	Tres personas
Personal Masculino que ofrece el servicio	¿En que servicios se encuentra? (Escribir el nombre del servicio)	Número de personas
	Dwzone Quiropráctico Masajes terapéuticos	Dos personas

INSTALACIONES

Color de las instalaciones	Descripción: Las paredes son de color Verde agua.
Dimensión de las instalaciones	Descripción: 20m X 12m
Ventilación	Descripción: Solo hay puertas en la entrada
Plantas	Descripción: Hay 5 macetas a lo largo de las paredes y una en el centro.
Servicios extra fuente de sodas estacionamiento	Descripción: Como servicio extra hay una cafetería.
Aparatos y tecnología	Descripción: Camas de fisioterapia Sahumerio eléctrico

Análisis de la Observación directa

La observación se realizó en el SPA Bienestar y Belleza el día 23 de abril del 2005 a las 2 PM, tuvo una duración de dos horas y asistimos a la observación como clientes.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

SERVICIOS

SERVICIOS FISICOS					
	Masaje relajante	Mesoterapia	Velos de novia	Temazcal	Camas de fisioterapia
Precio	Accesible				
Horarios	Tienen horario abierto bajo cita previa de 9 a.m. a 7 p.m.				
Persona que Recibe servicio H/M	Hombre y mujer	Hombre y mujer	Mujer	Hombre y mujer	Hombre y mujer
Restricciones del servicio	Previa cita				
No. De personas por sesión	1 a 2	1 a 2	1 a 2	1 a 2	5

- De los cinco servicios físicos que se pudieron observar en el Spa el 100% tiene, de acuerdo a la evaluación de precios de otros Spas, precios accesibles con un horario abierto de 9 a.m. a 7 p.m. con la única condición de manejar previa cita. El 80% de los servicios son para mujeres y hombres a excepción de los Velos de novia. Por último podemos observar que el Spa tiene capacidad mínima para una o dos personas por sesión en cada servicio.

SERVICIOS PSICOLOGICOS					
Psicóloga					
Precio	Accesible				
Horarios	Varia				
Persona que Recibe servicio H/M	Hombre y mujer				
Restricciones del servicio	Previa cita				
No. De personas por sesión	1	1	1	1	1

- El único servicio psicológico que se ofrece en el Spa es la consulta psicológica. Esta tiene un precio accesible respecto a las citas comunes con psicólogos. El horario varia, ya que solamente es a través de haber realizado previa cita. Y se atiende solamente una persona por cita.

SERVICIO MAS SOLICITADO	
Masaje relajante	
Precio	Accesible
Horarios	Tienen horario abierto bajo cita previa de 9 a.m. a 7 p.m.
Persona que Recibe servicio H/M	Hombre y mujer
Restricciones del servicio	Previa cita
No. De personas por sesión	1 a 2

- De los 5 servicios observados, el masaje relajante es el de mayor demanda, contando con un precio accesible, horario abierto bajo previa cita y pueden asistir dos personas en la misma sesión de 2 horas.

PRODUCTOS A LA VENTA	
Productos naturistas	
Precio	Varia
Horarios	Tienen horario abierto de 9 a.m. a 7 p.m.
Persona que Recibe servicio H/M	Hombre y mujer
Restricciones del servicio	Productos recetados por el medico o que no necesiten de indicación médica.
No. De personas por sesión	No hay sesiones

- En cuanto a los productos que venden dentro del Spa, se observo que tienen una amplia gama de productos que venden en un horario abierto a todas las personas, es a través de receta médica o bien productos que no necesiten receta médica.

ATENCION AL CLIENTE

ATENCION AL CLIENTE	
Seguimiento del cliente o servicio post venta	No hay
Número de mujeres que solicitan los servicios	8
Número de mujeres que salen de recibir algún servicio	2

- No se encontró que contaran con servicio post venta
- El número de mujeres que solicitan los servicios en 4 horas de acuerdo a lo observado son 8, teniendo en promedio 2 personas por hora.
- Así mismo se encontró que salían de recibir servicio 2 personas, comprobando de esta forma que en promedio se atienden 2 personas por hora en los diferentes horarios del Spa.

COLABORADORES

		COLABORADORES	
		Personal Femenino	Personal Masculino
1	Recepción	✓	
2	Medico General	✓	
3	Masajes terapéuticos	✓	✓
4	Temazcal	✓	
5	Sauna	✓	
6	Mesoterapia	✓	
7	Dwzone		✓
8	Quiropráctico		✓
9	Psicología		✓
10	Cafetería	✓	

- Podemos observar que de 10 servicios observados el 70% son dados por mujeres y solo el 40% son dados o en su caso compartidos por los hombres, siendo en su mayoría mujeres el número de personal que trabaja en el Spa.

INSTALACIONES

Color de las instalaciones	Son de colores claros que inspiran tranquilidad
Dimensión de las instalaciones	20m * 12m
Ventilación	No hay salidas de emergencia y la ventilación no es adecuada.
Plantas	Pocas
Servicios extra fuente de sodas estacionamiento	Cuenta con cafetería

Aparatos y tecnología	Aparatos para masajes terapéuticos de luz infrarroja Aparatos para saunas, para jacuzzi Aparatos para faciales Aparatos para aromaterapia y musicoterapia Camas de fisioterapia Sahumerio eléctrico
------------------------------	--

Las instalaciones son amplias y de colores que inspiran tranquilidad. Les falta ventilación y un poco de imagen natural, es decir plantas que den un ambiente fresco. Cuentan con servicio de cafetería y tienen una gran variedad de aparatos que utilizan para los diversos servicios que ofrecen.

Conclusiones

Servicios

Los servicios más solicitados son los masajes para liberar el estrés y la mesoterapia, que consiste en inyecciones en el cuerpo para moldearlo estéticamente. Otro servicio solicitado es el facial el cual consiste en limpiar la cara de impurezas a través de pequeños pellizcos y de mascarillas.

El masaje menos solicitado es el de reducción.

Clientes

Los clientes que asisten a este lugar son hombres y mujeres.

Son personas que se preocupan especialmente por su figura y por su bienestar anímico, en este caso sería el no padecer de estrés.

Constantemente llegan personas a pedir informes sobre los servicios, especialmente por masajes.

Atención al cliente

Los colaboradores de la empresa tienen excelente atención con el cliente, pues les proporcionan la información suficiente de los servicios que se van a recibir y les resuelven todas sus dudas.

La recepción no tiene buen servicio, ya que manda a los propios clientes a que investiguen por su cuenta.

La recepcionista tiene la función de evaluar al personal y posteriormente canalizarlo al servicio que mas le conviene. Desafortunadamente solo una de tres recepcionistas sabe explicar las características de los servicios que aquí se proporcionan.

Las recepcionistas dependen mucho de los especialistas pues cada vez que llega una persona y pregunta por un servicio diferente a los más frecuentes, ellas tienen que buscar al especialista para que resuelva las dudas.

Los especialistas ayudan a los clientes a encontrar a la persona que puede resolver sus dudas.

Colaboradores empresa

Son hombres y mujeres con un horario de 9am a 7 PM

Tienen reconocimientos para comprobar que están capacitados para desempeñar sus actividades. Esto brinda seguridad al cliente.

Tienen excelente atención con los clientes.

Instalaciones

El color es diferente en cada uno de los pisos. En la recepción y la sala de las camas de fisioterapia es de color verde agua, el consultorio de las psicólogas es de color rosa mientras que la sala de espera del los masajes y faciales es de color amarillo y la habitación donde se da éste servicio es de color palo de rosa, la cafetería es de color blanco.

El tamaño de las instalaciones hace ver todo con orden y limpieza. El edificio consta de planta baja y dos pisos, en un área de 20m X 12m aproximadamente. Además tienen áreas que pueden utilizar para dar otros servicios. Uno de los colaboradores comento que la empresa tiene planes para introducir más servicios pues han tenido buena respuesta de los clientes.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

1.5 Entrevista personal

1.5.1 Metodología de entrevista personal

La AMAI define esta técnica como uno de los procedimientos más empleados para estudiar un caso o un problema. Se basa en entrevistas realizadas por entrevistadores acudiendo al lugar donde se encuentra la persona que va a ser entrevistada. Y es preponderantemente cualitativa.

Es una técnica interactiva, dando oportunidad a hacer aclaraciones en cuanto a la información que se solicita. Se aplica a informantes que poseen información o conocimientos clave sobre el tema.

Para realizar la entrevista es necesario contar con una guía de entrevista, en la que se desglosan los temas a tratar en preguntas abiertas.

1.5.2 Planeación de la entrevista

La guía de entrevista será elaborada por los temas a investigar así como por preguntas abiertas, dando oportunidad a que en las respuestas vengan las opiniones y percepciones reales de la persona entrevistada.

Se realizara una cita para tomar una sesión y no se le informará cual es la finalidad de las preguntas.

Objetivo de la entrevista a la cosmeatra

Identificar los servicios más solicitados, las personas que asisten con mayor frecuencia y lo que solicitan. Así como también saber cuales son los problemas de salud que padecen las personas que asisten al Spa y la visión que tiene el negocio en cuanto a los servicios que se ofrecen.

Guía de temas de la entrevista a la cosmetóloga

1. Servicios mas solicitados
2. Personas que mas asisten
3. Estudios para desempeñar sus actividades
4. Importancia de la salud
5. Problemas de salud mas comunes en los clientes
6. Consecuencia del estrés
7. Otros servicios ofrecidos en el negocio
8. Platicas ofrecidas en el negocio
9. Tecnología

Objetivo de la entrevista a mujeres del mercado meta

Identificar los conocimientos de las entrevistadas a cerca del estrés, las soluciones que ellas le dan, lo que les gustaría hacer para manejarlo y el precio que pagarían por ello.

Guía de temas de la entrevista a mujeres del mercado meta

1. Definición y síntomas del estrés
2. Soluciones dadas al estrés
3. Soluciones al estrés físico y psicológico
4. Servicios deseados
5. Tiempo invertido en cada uno de los servicios
6. Precio que pagarían por cada uno de los servicios

1.5.3 Análisis de entrevista

Entrevista a cosmetóloga que trabaja tiempo completo de 9am a 7 PM en un Spa, dando servicios de masajes relajantes, temazcal, sauna, mesoterapia,

1. ¿Cuál es el servicio más solicitado?
El más solicitado son los masajes y los faciales. Los masajes relajantes son más solicitados en las mañanas ya que después se sienten con energía y tranquilos para hacer lo que tengan que hacer en el día.
2. ¿Quiénes son las personas que asisten con mayor frecuencia, mujeres u hombres?
Ambos géneros
3. ¿Qué estudios se necesitan para dar masajes?
Debes tomar un curso para ser cosmetóloga, hay muchas escuelas particulares y de gobierno. Por ejemplo en el CECATI puedes estudiar la carrera en tres años, posteriormente debes seguir tomando cursos.
4. ¿Qué estudios se necesitan para dar temazcal?
En la carrera aprendes anatomía y distintas técnicas para ayudar curar de una manera natural.
5. ¿Cuál es la importancia de venir aquí a cuidar tu salud?
Básicamente es el hecho de no sentirte mal. Con todos los problemas que hay allá afuera, es necesario descansar un poco. Y primordialmente del estrés, pues te puede llevar a la muerte.
6. ¿Cuál es el problema más común que aqueja a los clientes?
El estrés, la mayoría de las personas vienen a tomar masajes relajantes.

7. ¿Cuáles son las consecuencias del estrés con las que te has encontrado que padecen tus clientes?

Me he enterado de muchos padecimientos, que desgraciadamente terminan con sus vidas, como lo son los infartos, pero aquí llegan personas que son muy nerviosas que tiemblan muchísimo y ya no lo pueden evitar. También hay muchas personas con parálisis facial, a las que se les da terapia para ayudarlas un poco.

Incluso han llegado personas que sienten dolor en el cuerpo y tienen malestar al estar de pie, sentadas o acostadas.

8. ¿Cuál es el precio del temazcal?

\$150.00

9. ¿Cuál es el precio de acupuntura?

\$150.00

10. ¿Ofrecen distintos tipos de masajes?

Si, esta el masaje relajante, piedras calientes, reducción de peso y linfático.

Su precio es de \$350 pesos

11. ¿Cuál es el más solicitado y por que?

El más buscado es el relajante por que la gente esta muy estresada, el que menos solicitan es el reductivo.

12. ¿Tienen alguna especie de Pláticas para el manejo de estrés o para elevar la autoestima?

No por el momento, pero se da una platica de la importancia que cada uno de los servicios ofrecidos tiene en la salud. Por otra parte se cuenta con dos psicólogas que atienden previa cita.

13. ¿Cuáles son los aparatos indispensables para poder dar tu servicio satisfactoriamente?

Básicamente no necesitas muchos aparatos, solo el temazcal y para los faciales utilizas una lámpara con lupa.

Entrevista a Mujeres que se encuentran dentro del mercado meta.

No. 1

Lic. Laura Nava Edad: 27 años

Jefa de Vinculación Académica

COPLADA TEL. 5483-7031 o 7025 / Fax. 5483-7148

1. ¿Que es para usted el estrés?

Es un estado físico y mental de tensión extrema causado por factores externos como son relaciones personales, de relaciones de trabajo, etc.

2. Describa los síntomas que tiene cuando se siente estresada.

Cansancio, constante tensión, sensibilidad y un poco de irritabilidad.

3. Cuando se siente estresada, ¿qué hace para sentirse mejor? Es decir, ¿Cómo se libera del estrés?

Practicar algún deporte o un poco de relajación.

Nota aclaratoria:

Existen dos tipos de estrés:

Físico. Son todos los problemas a nivel corporal que podemos llegar a tener como son: Dolor de cuello y espalda, ardor en los ojos, manchas en la piel, etc.

Psicológico. Son todos los problemas que afectan a nivel mental como: fastidio, mal humor, desesperación, nerviosismo, etc.

4. ¿Cuándo se siente cansada físicamente por el estrés, qué hace para sentirse mejor?
Tomar suplementos alimenticios o vitaminas.
5. ¿Cuándo se siente fatigada psicológicamente por el estrés, qué hace para sentirse mejor?
Hacer alguna actividad recreativa y cerca de la naturaleza, pero creo que es un poco más difícil de combatir.
6. ¿Qué entiende por Centro de manejo de estrés para la mujer[*]?
Es un lugar donde ofrecer alternativas y soluciones para el manejo del estrés.
7. ¿En compañía de quien le gustaría asistir a una sesión para liberar el estrés?
Sola
8. Describa una sesión perfecta para eliminar su estrés
En un lugar cerca de la naturaleza, que en lo personal me resulta muy relajante.
9. Mencione todos los servicios y actividades que le gustaría recibir
Masajes, deporte, aromaterapia, meditación, baños sauna, etc.
10. ¿Qué días le gustaría asistir para eliminar su estrés?
Los domingos o viernes por la tarde
11. ¿Cuántas horas por sesión invertiría en su salud?
En realidad si hago alguna actividad deportiva mínimo 5 veces por semana a la cual ya le dedico 1 hora y media. Me parece que podría dedicarle unas tres horas a una sesión semanal.

^{*} Es un centro donde recibirá servicios que le proporcionen alivio para el estrés.

12. ¿Cuántas sesiones al mes necesitaría para eliminar su estrés?
Cuatro
13. Defina los servicios que le gustaría recibir
Servicios principalmente enfocados al manejo psicológico, en realidad no sé que tipo de estos exista.
14. ¿Sería de su interés algunas pláticas para el manejo del estrés? y ¿Qué temas le gustaría que se traten?
Tipos consecuencias, soluciones, manejo, etc.
15. ¿Cuánto tiempo considera usted que estas platicas deberían durar?
Ser cortas, concisas y prácticas.
16. ¿Cuánto dinero esta dispuesta a invertir por sesión? Por favor describa los servicios que desea recibir y cuanto invertiría en ellos.
Depende del servicio y no tenga idea de lo que cueste, un servicio para manejar el cansancio psicológico, ni en que consista.

1. ¿Que es para usted el estrés?
Es una respuesta no específica del organismo a cualquier demanda del exterior, que se manifiesta en una serie de síntomas físicos y psicológicos.
2. Describa los síntomas que tiene cuando se siente estresada.
Hiperactividad, falta de apetito, mal humor, desesperación, dolor de cabeza, cansancio, depresión.
3. Cuando se siente estresada, ¿qué hace para sentirse mejor? Es decir, ¿Cómo se libera del estrés?
Hago algún deporte: ciclismo o baloncesto y platico con mis mejores amigas o novio. Nota aclaratoria: Existen dos tipos de estrés: Físico. Son todos los problemas a nivel corporal que podemos llegar a tener como son: Dolor de cuello y espalda, ardor en los ojos, manchas en la piel, etc. Psicológico. Son todos los problemas que afectan a nivel mental como: fastidio, mal humor, desesperación, nerviosismo, etc.
4. ¿Cuándo se siente cansada físicamente por el estrés, qué hace para sentirse mejor?
Dormir, leer, ver TV.
5. ¿Cuándo se siente fatigada psicológicamente por el estrés, qué hace para sentirse mejor?
Dormir, leer, ver TV.

6. ¿Qué entiende por Centro de manejo de estrés para la mujer⁴⁷?
No tengo información, pero supongo que es una organización en la que se da orientación a la mujer para manejar el estrés, así como actividades con la misma intención.
7. ¿En compañía de quien le gustaría asistir a una sesión para liberar el estrés?
De mis dos mejores amigas.
8. Describa una sesión perfecta para eliminar su estrés
Meditación como Yoga, ejercicio, ejercicios de respiración, masajes antiestrés.
9. Mencione todos los servicios y actividades que le gustaría recibir
Masajes, instalaciones deportivas, gimnasio, área de lectura y conferencias, asesoría psicológica, área de atención médica.
10. ¿Qué días le gustaría asistir para eliminar su estrés?
Sábados y domingos.
11. ¿Cuántas horas por sesión⁴⁷ invertiría en su salud?
Hasta 3 horas.
12. ¿Cuántas sesiones al mes necesitaría para eliminar su estrés?
Mínimo 3
13. Defina los servicios que le gustaría recibir
Con los servicios señalados anteriormente.

⁴⁷ Es un centro donde recibirá servicios que le proporcionen alivio para el estrés.

⁴⁷ Es cada una de las visitas que hace al centro de manejo de estrés para la mujer.

14. ¿Sería de su interés algunas pláticas para el manejo del estrés? y ¿Qué temas le gustaría que se traten?

Si, en los que se haga referencia al concepto de estrés, cómo controlarlo, cómo nos afecta en la vida familiar y social, qué opciones de tratamiento existen, que otras opciones alternativas hay para manejarlo.

15. ¿Cuánto tiempo considera usted que estas pláticas deberían durar?

No más de 2 horas.

16. ¿Cuánto dinero esta dispuesta a invertir por sesión? Por favor describa los servicios que desea recibir y cuanto invertiría en ellos.

Hasta \$500.00 pesos. Las pláticas deberían ser abiertas al público, en cuanto a masajes \$300, uso de instalaciones deportivas o de instructores de diversas técnicas y disciplinas de relajación \$50.00.

Análisis de las entrevistas

Los siguientes puntos fueron los que se consideraron más importantes para el análisis de la información y las conclusiones.

1. Definición y síntomas del estrés

El 100% de las mujeres entrevistadas define claramente al estrés.

2. Soluciones dadas al estrés.

50% masajes

25% suplementos alimenticios

25% tratamientos faciales

3. Soluciones que normalmente se dan al estrés físico

25% Alimentos

25% Actividades en áreas techadas

50% Masajes y Tratamientos faciales

4. Soluciones que normalmente se dan al estrés psicológico

75% Actividades en áreas techadas.

25% Actividades al aire libre.

5. Servicios deseados

Servicio	Frecuencia	Porcentaje representativo
Masajes	3	25%
Naturaleza	1	8%
Meditación o Yoga	3	25%
Aromaterapia	1	8%
Baños, sauna o temascal	2	17%
Pláticas acerca de las soluciones para el estrés	2	17%

6. Día de la semana en que asistirían a alguno de los servicios.

Día	Porcentaje representativo de menciones
Viernes	25%
Sábado	25%
Domingo	50%

7. Precio que pagarían por cada uno de los servicios

Cantidad	Porcentaje representativo de menciones
\$150.00 – \$300.00	75%
\$500.00	25%

Conclusiones

Los servicios más solicitados son los masajes relajantes debido a la necesidad de las personas de tener un buen desempeño en sus diversas actividades diariamente.

Las consecuencias del estrés en la salud son muy difíciles de superar, por lo que las personas buscan ayuda como los masajes y en grados extremos hay que recurrir a las terapias, ya que no hay posibilidad de tener una recuperación óptima sin estos servicios.

Las personas están interesadas en prevenir enfermedades y recurren a estos servicios para sentirse bien y poder continuar con todas sus actividades. También nos podemos percatar de que no hay servicios que ayuden o enseñen al cliente a manejar su estrés fuera de un Spa.

Por último, no es necesario tener mucha tecnología para prestar los servicios. Lo que se paga es el beneficio de los servicios que da el colaborador, no el lujo o la tecnología con la que cuentan.

1.6 Conclusiones generales investigación de mercado

Las mujeres saben que es el estrés y reconocen algunos de los síntomas que ellas mismas presentan cuando lo padecen. Pero no tienen conocimiento de las consecuencias de no atenderse esta enfermedad.

Ellas no saben la diferencia entre estrés físico y psicológico, solamente saben diferenciar los síntomas como a ellas se les presentan; ya sean malestares físicos como dolor de espalda o psicológicos como el mal humor, irritación y nerviosismo. Por eso, nuestra finalidad es hacerles ver, a través de los servicios que ofrecerá el CMEM, la importancia de atenderse el estrés y las consecuencias de no hacerlo a tiempo.

Tienen mucho interés en el cuidado de su salud y en todas las diversas opciones que tienen para hacerlo, solo que no están bien informadas y debido a sus múltiples ocupaciones les resulta complicado buscar servicios que las ayuden a mejorar su salud.

Los servicios que ellas desean tomar son todos aquellos en los que puedan relajarse, descansar, sentirse bien consigo mismas y con lo que les rodea. En dichos servicios les gustaría pasar varias horas al día descansando. Aproximadamente desde 2 horas, hasta llegar al día completo en un lugar que les proporcione los servicios que les den un bienestar integral. Además de tener como primera opción, el asistir a tomar los servicios en Viernes o Sábado, prefiriendo asistir solas a estos lugares y de esta forma olvidarse de los problemas que las rodean. Por otra parte, nos percatamos que muy esporádicamente irían acompañadas de sus amigas o familiares.

Los servicios más solicitados son los que tienen que ver con la liberación de estrés. Y principalmente son las sesiones de masajes relajantes que duran mínimo 2 horas. Aunque, también buscan servicios que les ayuden en el aspecto psicológico como son: citas con el psicólogo y pláticas que eleven su autoestima, las cuales deben ser cortas y concisas.

Con respecto a los precios, las mujeres tienen conocimiento de los servicios que les puede ofrecer un SPA para relajarse. Pero no saben los precios de dichos servicios, por lo que

tienen la percepción de que estos son muy elevados y no podrían pagarlos ni tomarlos con frecuencia.

En cuanto a la competencia indirecta, tenemos que son Los SPA's, empresas que dan los servicios iguales o más similares a los de nuestro proyecto del Centro de Manejo de Estrés para la Mujer. Estos no cuentan con pláticas de autoestima o para manejo de estrés. Se enfocan principalmente a la parte estética que puede captar la atención de los clientes. Cabe destacar que muy pocos cuentan con citas con un psicólogo, además de no contar con un programa adecuado para dar seguimiento al cliente.

En estos mismos negocios hay colaboradores certificados para cada especialidad. Dichos colaboradores saben la importancia de la salud, además de identificar claramente los síntomas del estrés y las consecuencias del mismo. También cuentan con los conocimientos para dar una excelente atención al cliente.

Respecto al párrafo anterior, es para nosotros de suma importancia la certificación del profesional que prestará el servicio. Por lo que, interesadas en el bienestar del cliente y en su confianza para con la empresa, es necesario exigir comprobantes oficiales que avalen a los profesionales en el servicio que van a prestar.

CAPITULO IV

PLAN DE MERCADOTECNIA

CAPITULO IV PLAN DE MERCADOTECNIA

Este capítulo pretende analizar detalladamente las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas y las 4 P's para saber si el proyecto es viable en el área de mercadotecnia.

1. DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN

Misión del negocio

Somos una empresa dedicada a proporcionar servicios físicos y psicológicos de calidad para la mujer que sufre de estrés, ayudándola a que goce de una salud integral.

Objetivos del negocio

- Incrementar la capacidad instalada de los servicios en un 30% y de clientes en un 35%, en un periodo de un año a través de las promociones y la calidad de los servicios que ayuden al manejo del estrés de la mujer.
- Diseñar promociones que ayuden a incrementar la asistencia de la clientela en un 10% cada cuatrimestre, al Centro de Manejo de estrés para la mujer.
- Mejorar el sistema de servicio postventa, cada cuatrimestre, para incrementar la satisfacción de la clientela y como consecuencia aumentar la frecuencia de su visita al centro.
- Mejorar el sistema de ventas, cada cuatrimestre, para informar a la clientela sobre los beneficios que puede obtener.
- Capacitar a todo el personal, dos veces al año, en técnicas de atención al cliente con la finalidad de mejorar el servicio.

2. ANÁLISIS FODA

2.1 Fortalezas

- La fuerza laboral se conformará por personas que cuenten con un documento que avale sus conocimientos en el área donde presten el servicio.
- Se ofrecerán servicios con materiales de buena calidad. El precio de los servicios se encontrarán dentro de los más accesibles del mercado.
- El CMEM se enfocará de manera integral al tratamiento del estrés. Se tratará el estrés en dos niveles físico y psicológico. Por lo anterior consideramos que es un servicio diferenciado.
- El CMEM se enfocará a un solo padecimiento de salud, el estrés.
- Se contará con los servicios que el mercado meta demanda, amplia gama de horarios y precios accesibles para llevar a cabo promociones exitosas.

2.2 Oportunidades

- Se mantendrá un crecimiento constante en la población de mujeres económicamente activas.
- La mujer continuará incrementando sus actividades y responsabilidades.
- La vida actual en la ciudad será más estresante por consiguiente la población padecerá con mayor frecuencia de estrés y sus consecuencias.
- No hay un negocio que se enfoque sólo al manejo del estrés en la mujer.

2.3 Debilidades

- El nombre de la empresa no será bien conocido por el mercado meta ya que es nuevo.
- Esta microempresa comenzará con pocos servicios (los servicios básicos que demanda el mercado meta.)
- Las personas no saben y no reconocen que el estrés es una enfermedad, así como también desconocen sus consecuencias.

2.4 Amenazas

- Habrá un incremento en los negocios que ofrecen servicios similares.
- La regulación legal no es clara, ni concisa.

3. MEZCLA DE MERCADOTECNIA

3.1 SERVICIO

A continuación se encuentran los servicios con los que se contará, especificando la definición del servicio (mencionadas ya anteriormente) y la estructura de los horarios en que se dará cada servicio.

Objetivo de servicio

Establecer con servicios que se enfoquen o auxilien en el manejo del estrés de la mujer, ayudándola a que disfrute de una salud integral y contribuyendo al mismo tiempo a conformar la ventaja competitiva del CMEM.

3.1.1 Servicios físicos

3.1.1.1 Masaje

Definición:

El terapeuta manipula los tejidos blandos del cuerpo pellizcándolos, amasándolos e incluso, estrujándolos, logrando que el paciente perciba claramente las tensiones acumuladas y libere la tensión física, eliminando también la ansiedad y la angustia que suele aparecer con el estrés.

3.1.1.2 Temazcal ⁴⁸

Definición:

Baño medicinal de vapor que ayuda al fortalecimiento del corazón pues esto crea un mayor flujo de energía y líquidos.

⁴⁸ <http://www.mundomaya.com.mx/temazcal/index.htm>

Masajes y Temazcal

Tabla de programación de Masajes y Temazcal diarios.

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
9 AM	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal
10 AM	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal
11 AM	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal
12 PM	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal
1 PM	COMIDA					
2 PM	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal
3 PM	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	
4 PM	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	
5 PM	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	
6 PM	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	Masaje Temazcal	
7 PM	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	Temazcal	

Capacidad:

Dos personas por servicio en la misma hora

Condiciones:

Se dará el servicio previa cita, y los casos urgentes se atenderán en el momento.

3.1.1.3 Yoga⁴⁹

Definición:

Armoniza el cuerpo, la mente y las emociones. Permite que las diferentes funciones del cuerpo se coordinen para que trabajen por el bienestar integral del cuerpo.

⁴⁹ INSTITUTO MEXICANO DE YOGA. AC.

3.1.1.4 Tai Chi⁵⁰

Definición:

Cultivo de la fuerza interna, ejecutado con gran suavidad y concentración por el practicante.

Mejora y estimula las funciones de la corteza cerebral

Condiciones

La primera sesión del mes de Yoga y Tai Chi será gratuita, con el propósito de hacer que más clientes reales y potenciales se interesen en ellos.

La duración del curso de Yoga y Tai Chi será de 6 meses cada uno.

Cuenta con las mismas bases de cliente frecuente y programa de invitados.

Horario de Yoga y Tai Chi

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCO- LES	JUEVES	VIERNES	SABADO
	1a	1	2a	2	3a	3
9 AM	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi
10 AM	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga
11 AM	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi
12 PM	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga
1 PM	COMIDA					
2 PM	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi
3 PM	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	
4 PM	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	
5 PM	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	
6 PM	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	
7 PM	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	Yoga	Tai Chi	

⁵⁰ <http://www.natura.com.mx/articulos/tai-chi.html>

3.1.1.5 Aromaterapia⁵¹

Definición:

La aromaterapia es la ciencia de los aceites esenciales que tienen la habilidad de sanar no sólo en un nivel celular y físico, sino en el emocional, intelectual y espiritual. Principalmente se alivia del estrés ayudando a calmar, relajar la mente y contrarrestar sentimientos de ansiedad, nerviosismo y depresión.

Condiciones

La aromaterapia es complementaria de los demás servicios. No se da individualmente.

Se dará con todos los servicios físicos y a petición del cliente.

3.1.1.6 Musicoterapia⁵²

Definición:

Es el uso de la música para mejorar el funcionamiento físico, psicológico, intelectual o social de personas que tienen problemas de salud o educativos. Hace cambios positivos en su estado de ánimo, desarrollando un sentido de control de sus vidas a través de experiencias de éxito.

Condiciones

La musicoterapia es complementaria de los demás servicios. No se da individualmente.

Se dará con todos los servicios físicos y a petición del cliente.

3.1.1.7 Acupuntura⁵³

Definición:

Método de prevenir, diagnosticar, tratar enfermedades y malestares insertando unas agujas especiales de metal en lugares específicos del cuerpo, (los puntos de acupuntura).

⁵¹ [Http://aromaterapia.entomomedico.org](http://aromaterapia.entomomedico.org)

⁵² El Instituto de Musicoterapia y Terapias Centradas en la Música de la Ciudad de México. [Http://www.musicoterapia.com.mx](http://www.musicoterapia.com.mx)

⁵³ Dr. Orlando Méndez B. [Www.fundacionvive.org](http://www.fundacionvive.org)

Condiciones

Se darán con previa cita.

Opciones de mezcla de los servicios físicos

	Aromaterapia	Musicología
Masaje	✓	✓
Yoga	✓	✓
Tai Chi	✓	✓
Acupuntura	✓	✓
Temazcal	✓	✓

3.1.2 Servicios psicológicos ⁵⁴

3.1.2.1 Pláticas de administración del tiempo

Definición:

Ayuda a organizar su tiempo en sus diversas actividades, contribuyendo al manejo eficaz del estrés.

Temario

1. Primer módulo
 - a. Concepto de Administración del tiempo.
 - b. Consecuencias de la mala administración del tiempo.
 - c. Análisis de las actividades que actualmente se realizan.
2. Segundo módulo
 - a. Módulo de Stephen Covey.
 - b. Conceptos básicos.
 - c. Descripción de un día normal de actividades.

⁵⁴ M. Michal
© 1992 ediciones roche
f. Hoffman-la roche sa, bale, suize

3. Tercer módulo

- a. Método para administrar el tiempo de acuerdo al Grupo Lidex.
- b. Planeación.
- c. Jerarquizar.
- d. Seguimiento.
- e. Método Planificación = +rendimiento y – estrés.
- f. Elección y aplicación de un método.

3.1.2.2 Pláticas de manejo del conflicto

Definición:

Ayudan a equilibrar los intereses de las personas, eliminando la tensión y permitiéndole ver más opciones a las cuales acudir.

Temario

1. Primer módulo

- a. Definición de Conflicto
- b. Tipos de Conflicto
- c. Causas del Conflicto
- d. Consecuencias del conflicto

2. Segundo módulo

- a. Técnicas para dar solución al conflicto
- b. Estrategias de negociación
- c. Soluciones creativas
- d. Metodología de la decisión

3. Tercer módulo

- a. Práctica

Esta práctica consiste en la conformación de equipos con tareas similares, con el propósito de demostrar lo aprendido en el taller.

3.1.2.3 Pláticas de nutrición

Definición:

Ayuda a ver la importancia de una adecuada alimentación hoy en día, adaptándonos a las actividades y necesidades del cliente.

Temario

1. Primer módulo
 - a. Conceptos.
 - b. Beneficios de una buena nutrición.
2. Segundo módulo
 - a. Alimentos benéficos para el manejo del estrés.
 - b. Recetas.
3. Tercer módulo
 - a. Dieta ajustada a las necesidades de cada cliente.

3.1.2.4 Pláticas de manejo del estrés

Tienen como principal finalidad ayudar a las mujeres a identificar y manejar sus fuentes de estrés.

Temario

1. Primer módulo
 - b. Definición de estrés.
 - c. Respuesta ante el estrés.
 - d. Estrategias para hacer frente al estrés
 - e. Prevención del estrés
2. Segundo módulo
 - f. Estrés en el mundo laboral.
 - g. Estrés, llevando a cabo el trabajo.
3. Tercer módulo
 - h. Autodiagnóstico de estrés
 - i. Técnicas para manejar el estrés.

Pláticas

Las pláticas se dividirán en 3 módulos cada una. El primer modulo consistirá en dar una introducción acerca del tema. El segundo módulo le permitirá a la persona identificar puntos

específicos que le sean de ayuda. Y en el tercer modulo, encontrará prácticas para verificar lo aprendido.

Condiciones:

- Las pláticas se reservaran con previa cita (una semana de anticipación).
- Las pláticas tienen cupo para 15 personas.
- Se pueden aplicar los mismos descuentos por invitados.
- El pago podrá ser al 100% al momento de su reservación o del 50%. Y liquidará en el segundo día que asista.

Horario pláticas

HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
	1a	1	2a	2	3a	3
9 AM	Admón del tiempo	Admón del tiempo	Técnicas Admón del tiempo	Técnicas Admón del tiempo	Practicas Admón del tiempo	Practicas Admón del tiempo
10 AM	Manejo del Estrés	Manejo del Estrés	Técnicas Manejo del estrés	Técnicas Manejo del estrés	Practica Manejo del estrés	Practica Manejo del estrés
11 AM	Manejo del conflicto	Manejo del conflicto	Técnicas Manejo del conflicto	Técnicas Manejo del conflicto	Practica Manejo del conflicto	Practica Manejo del conflicto
12 PM	Nutrición 1	Nutrición 1	Nutrición 2	Nutrición 2	Nutrición 3	Nutrición 3
1 PM	COMIDA					
2 PM	Nutrición 1	Nutrición 1	Nutrición 2	Nutrición 2	Nutrición 3	Nutrición 3
3 PM	Nutrición 1	Nutrición 1	Nutrición 2	Nutrición 2	Nutrición 3	
4 PM	Nutrición 1	Nutrición 1	Nutrición 2	Nutrición 2	Nutrición 3	
5 PM	Admón del tiempo	Admón del tiempo	Técnicas Admón del tiempo	Técnicas Admón del tiempo	Practicas Admón del tiempo	
6 PM	Manejo del Estrés	Manejo del Estrés	Técnicas Manejo del estrés	Técnicas Manejo del estrés	Practica Manejo del estrés	
7 PM	Manejo del conflicto	Manejo del conflicto	Técnicas Manejo del conflicto	Técnicas Manejo del conflicto	Practica Manejo del conflicto	

Mezcla de pláticas con servicios físicos

	Aromaterapia	Musicología
Manejo de conflicto	✓	✓
Administración de tiempo	✓	✓
Alimentación		✓
Manejo de estrés	✓	✓

3.2 PRECIO

Objetivo de precio de acuerdo al ingreso:

Estimular el crecimiento de las ventas a través de ajustar precios, descuentos y promociones con el fin de atraer nuevos clientes.

Objetivo de precio de acuerdo a la competencia:

Enfrentar la competencia indirecta basando el precio en la cantidad y calidad de beneficios por servicio que conformarán el valor que los clientes percibirán como justo a pagar.

Como resultado de:

- La determinación de los objetivos del precio para el CMEM,
- La importancia que el mercado meta da al precio en los resultados de la investigación de mercado,
- Los precios de la competencia indirecta,
- La demanda esperada de los servicios y
- Los costos en que incurrimos en cada uno de ellos.

Determinamos que la estrategia general para todos los servicios será una estrategia de alto valor, es decir tiene su base en un precio monetaria medio con una alta calidad y un conjunto de valores que respaldan el precio establecido.

Masaje

Este servicio tiene un precio de \$300.00 pesos por sesión de 2 horas. Incluye los aceites a gusto del cliente, aromaterapia y musicoterapia, además de los artículos desechables que el cliente necesite.

Operativamente:

El precio fue estructurado de acuerdo a los costos en que se incurriría para poder ofrecerlo, es decir: Los materiales que se consumen, el pago al cosmetólogo y la ganancia para el centro.

Promocionalmente:

El servicio se tendrá en promociones, buscando minimizar los costos al mismo tiempo que se ofrece un descuento.

Yoga

Este servicio tiene un precio de \$20.00 pesos por persona por clase. Las clases se componen de grupos de 5 personas como mínimo con la finalidad de dar una mayor atención personal. Se proporciona flexibilidad en el horario para tomar una clase de esta disciplina. Pudiendo tomar la siguiente clase en el día y hora de su conveniencia de acuerdo a la tabla de horarios. Además de que tenemos diferentes formas de pago.

Operativamente:

El precio esta estructurado de acuerdo a los costos que serían el pago al instructor, los materiales que se usan y la ganancia para el centro.

Promocionalmente:

El servicio se tendrá dentro de promociones continuamente, buscando minimizar los costos al mismo tiempo de que se aumente la demanda de este.

Tai Chi

Este servicio tiene un precio de \$20.00 pesos por persona por clase. Al igual de la Yoga, las clases se componen de grupos de 5 personas como mínimo con la finalidad de dar una mayor atención personal. Se proporciona flexibilidad en el horario para tomar una clase de esta disciplina. Pudiendo tomar la siguiente clase en el día y hora de su conveniencia de acuerdo a la tabla de horarios. Además de que tenemos diferentes formas de pago.

Operativamente:

El precio esta estructurado de acuerdo a los costos que serían el pago al instructor, los materiales que se usan y la ganancia para el centro.

Promocionalmente:

El servicio se tendrá dentro de promociones continuamente, buscando minimizar los costos al mismo tiempo de que se aumente la demanda de este.

Acupuntura

Este servicio tiene un precio de \$150.00 pesos por consulta para una persona. Se le da el tratamiento físico que necesita.

Operativamente:

El precio esta estructurado de acuerdo a los costos que serían el pago al médico, los materiales que se usan y la ganancia para el centro.

Promocionalmente:

Este servicio no entra dentro de las promociones ya establecidas.

Temazcal

Este servicio tiene un precio de \$150. La duración es de una hora. Incluye musicoterapia y aromaterapia, además de contar con un horario flexible.

Operativamente:

Se ha incluido el pago al especialista y los materiales que se utilizarán para prestar el servicio así como también la ganancia que obtendrá el centro.

Promocionalmente:

El servicio se tendrá en promociones, buscando minimizar los costos al mismo tiempo que se ofrece un descuento.

Platicas Psicológicas

- Platicas de administración del tiempo
- Platicas Manejo del conflicto
- Pláticas de nutrición
- Platica manejo de estrés

Todas las pláticas tienen un precio de \$50.00 pesos por persona por plática. Las clases se componen de grupos de 15 personas como mínimo. Se proporciona el temario y el material de trabajo, además de contar con horarios flexibles y reposiciones de pláticas en caso de no poder asistir.

Operacionalmente:

El precio cubre el pago del instructor, materiales que se usan y la ganancia para el centro.

Promocionalmente:

Este servicio se tendrá en promociones frecuentes.

3.2.1 Tabla de precios por servicios

SERVICIO	DURACIÓN	CAPACIDAD INSTALADA POR DÍA	PERSONAL	TOTAL SERVICIOS AL DÍA	CLIENTES POR SESIÓN	CLIENTES POR DÍA	PRECIO UNITARIO DEL SERVICIO	PRECIO TOTAL (CLIENTES POR DÍA* PRECIO UNITARIO)
Temazcal	1 hora	9 servicios	1	9	2	18	\$150	\$2700
Acupuntura	1 hora	9 servicios	1	9	1	9	\$150	\$1350
Platicas de nutrición y psicología	1 hora	9 servicios	1	9	15	135	\$50	\$6750
Yoga	1 hora	9 servicios	1	9	5	45	\$20	\$900
Tai Chi	1 hora	9 servicios	1	9	5	45	\$20	\$900
Masajes	2 horas	9 servicios	1	9	2	18	\$300	\$5400
Total		45 servicios	5 colaboradores			261	\$690	\$18000

3.3 PLAZA

Es un centro de manejo de estrés para la mujer que pertenece al sector servicios y se encuentra ubicado en el Distrito Federal.

Objetivo de plaza

Seleccionar el lugar más adecuado para el establecimiento del CMEM, donde se cuente con los servicios públicos necesarios y los aspectos básicos para poder explotar al máximo el potencial del lugar en beneficio de los clientes y del centro.

3.3.1 Elementos para seleccionar el local

ELECCION DEL LOCAL

A continuación se encuentran enlistadas las características mínimas que debe cubrir el local en el que se instalara el Centro de manejo del estrés para la mujer.

Los aspectos importantes que se tomaron como referencia para realizar la mejor evaluación del local fueron basados en un artículo de Luis Manuel Balderas⁵⁵:

1. CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO

Primero definimos el negocio y mercado al que estamos dirigiéndonos.

1. Nuestro negocio es un centro en el que se ofrecen distintos servicios que ayudan a la mujer al manejo de su estrés.
2. El mercado meta al que estamos enfocándonos esta formado por las mujeres que pertenecen a la clase media, tienen entre 25 y 54 años que viven en el Distrito

⁵⁵ Luis Manuel Balderas. Consultor especializado en localización de sitios para firmas comerciales. ¡Pido la esquina! Luis Manuel Balderas. Entrepreneur. Volumen 12 número 09. Pág. 52-54

Federal, trabajan y/o se ocupan de su hogar y tienen ingresos por arriba de los \$4,500.00 pesos mensuales.

3. El servicio debe prestarse en un lugar que se encuentre cerca de una avenida, lo cual les permitirá acceder fácilmente. Además la iluminación es importante por ello debe contar con una ventana por habitación, o cuando menos con un domo que permita la entrada de luz natural.

4. Seleccionar 3 zonas y recorrerlas detenidamente, en distintos horarios en días hábiles y fines de semana.

Analizar donde se concentra la población

Buscar los detractores de la demanda

5. Observar a la competencia

6. Obtener una constancia de zonificación de uso de suelo para asegurarse que el giro esta permitido.

2. HOJA DE EVALUACIÓN

De acuerdo con el artículo titulado "para elegir local" del consultor Luis M. Balderas⁵⁶ diseñamos un cuadro que nos servirá como formato para realizar la evaluación del local.

La hoja de evaluación contiene las definiciones para cada rubro de la evaluación que se le da a cada concepto.

⁵⁶ Luis Manuel Balderas. Consultor especializado en localización de sitios para firmas comerciales. "Para elegir local" Entrepreneur. Volumen 13 Numero 01. Pág. 88- 91

**HOJA DE EVALUACIÓN PARA LA
ELECCIÓN DEL LOCAL**

Evaluación / Concepto	Bueno	Regular	Malo
Nivel de ingresos de las personas que viven y transitan frente al local	Personas de la clase media	Clase media alta	Clase baja
Tráfico peatonal	Más de 1500 por hora = 5ptos	750* hora o 12 * min. = 3 Pts	Menos de 750 personas =0 Pts
Trafico vehicular	500 por hora. Velocidad no mayor a 45 kilómetros. Los camiones de carga, trailers, y transporte colectivo no cuentan.		
Ubicación	En la esquina	Media calle	Calle escondida o parte trasera
Visibilidad	En automóvil se ubica el lugar a 50 segundos antes de pasar frente a él.	En automóvil se ubica el lugar a 30 segundos antes de pasar frente a él.	
Señalización	Se debe poder colocar un anuncio visible para el publico		
Altura	Mayor a 4 metros		
Estacionamiento	Tiene algunos cajones para los clientes	Contratado	
Permisos	Las autoridades permiten el giro. No hay arreglos.	No hay opción	No hay opción
Renta	No supera el 10% de la venta mensual		
Generadores e inhibidores de demanda	Hay oficinas corporativas y otros centros comerciales		Terminal de transporte.
Contratos	Explicar claramente derechos y obligaciones, terminación o recesión del mismo.		

Las cuestiones legales en cuanto al contrato y formas de pago del local son las siguientes:

Cuestiones legales

- Firma de contratos por tres años de vigencia obligatorios para su arrendador y un año de vigencia para el CMEM.
- No aceptaremos incrementos anuales mayores a lo establecido por el INPC.

- Otorgaremos un fiador con bienes y raíces o una fianza.
- Pediremos un mes de gracia, para montar el centro.
- En el contrato se deberán explicar claramente derechos y obligaciones de ambas partes y la terminación o rescisión del mismo. Recibir asesoría de un abogado.

3.3.2 Microlocalización ⁵⁷

Tomando como base los conceptos anteriormente mencionados en la elección del local, llevamos a cabo la microlocalización.

La microlocalización hace referencia a la ponderación de todos los aspectos necesarios que debe tener la localización del negocio respecto a los servicios esenciales con los que debe contar, así como también que la estructura del inmueble sea adecuada para los fines del negocio.

- Matriz de ponderación de puntos de aspectos cualitativos

Con esta Matriz se pretende establecer específicamente las condiciones óptimas que deberá tener el inmueble para poder dar todos los servicios que ofrece el Centro de manejo del estrés para la mujer.

⁵⁷ MORALES CASTRO, José y MORALES CASTRO Arturo. Proyectos de inversión en la práctica. Editorial Gasca, México 2003.

Matriz de ponderación de puntos de aspectos cualitativos para el Centro de manejo del estrés para la mujer.

Factor relevante	Peso asignado	Alternativa 1		Alternativa 2	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Tipo de construcción	6%	10	0.6	10	0.6
Instalaciones especiales requeridas para prestar los servicios	5%	10	0.5	10	0.5
Nivel de ingresos de las personas que viven y transitan frente al local	8%	9	0.72	7	0.56
Tráfico peatonal	10%	8	0.8	7	0.7
Trafico vehicular	10%	8	0.8	9	0.9
Ubicación	9%	7	0.63	7	0.63
Visibilidad	7%	7	0.49	7	0.49
Señalización	4%	9	0.36	9	0.36
Acceso al predio	6%	9	0.54	9	0.54
Altura	4%	7	0.28	6	0.24
Estacionamiento	6%	5	0.3	5	0.3
Disponibilidad de servicios	9%	10	0.9	8	0.72
Permisos	4%	10	0.4	10	0.4
Renta	5%	7	0.35	5	0.25
Generadores de demanda	7%	8	0.56	9	0.63
Suma	100%	Puntuación	8.23	Puntuación	7.82
		Final		Final	

Nota: Los factores relevantes fueron tomados del libro *Proyectos de inversión en la práctica*⁵⁸ y del consultor Luis M. Balderas⁵⁹, tomando como base las necesidades del Centro de manejo de estrés para la mujer.

⁵⁸ MORALES CASTRO, José y MORALES CASTRO Arturo, *Proyectos de inversión en la práctica*, Editorial Gasca, México 2003.

⁵⁹ Luis Manuel Balderas. Consultor especializado en localización de sitios para firmas comerciales. "Para elegir local" *Entrepreneur*. Volumen 13 Numero 01. Pág. 88- 91

La alternativa No. 1 es el inmueble ubicado en:	Benito Juárez No. 12 Unidad habitacional Zapata
La alternativa No. 2 es el inmueble ubicado en:	Lirio No. 78 Insurgentes Mixcoac

El centro de manejo del estrés para la mujer se establecerá de preferencia en la alternativa no. 1 de localización del inmueble ubicado en: Benito Juárez No. 12, Unidad habitacional Zapata. Porque tomando como principales factores el tráfico vehicular y peatonal que hay en la zona, el nivel de ingresos de la colonia, la visibilidad que tendría el centro y la disponibilidad de los servicios; Este local cuenta con los elementos necesarios para el buen funcionamiento del Centro, es decir, tendremos las condiciones requeridas para darlo a conocer y por consiguiente las estrategias publicitarias y promocionales tendrán el éxito esperado, puesto que dichos factores serán una parte muy importante para que la demanda vaya en aumento.

3.4 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Objetivo de Publicidad y Promoción

Dar a conocer los servicios que ofrece el Centro de manejo del estrés para la mujer, así como también su ubicación y promociones.

3.4.1 Publicidad

A través de la publicidad del centro se busca impactar al consumidor y hacer conciencia de la gravedad del estrés, para ello se utilizará información acerca de las consecuencias de esta enfermedad e imágenes con las que se identifique el mercado meta.

3.4.1.1 Banner

BANNER

Análisis de la situación.

El centro de manejo del estrés para la mujer es un negocio nuevo que necesita que el mercado meta este consciente de los servicios que se ofrecen.

Objetivos.

Lograr que el mercado meta sepa que contamos con servicios que les ayudaran a satisfacer sus necesidades a precios accesibles.

Descripción del grupo objetivo.

Mujeres económicamente activas de entre 25 a 54 años, que gusten de los servicios ofrecidos en el centro, busquen satisfacer su necesidad de servicios de calidad que les ayude a manejar su estrés.

Periodo de duración.

La duración de la promoción es de dos meses pues es el periodo en el cual se sustituyen los banners. Esto tiene la finalidad de tener una buena imagen para el cliente y que identifique el CMEM fácilmente.

Área de trabajo.

El área de trabajo para colocar el banner es:

- La fachada del local.
- Avenidas de mayor circulación.

Cobertura

El banner solo se colocará en el local y en las avenidas de mayor circulación.

Mecánica a seguir

Se elaborarán tres banners con la información necesaria, dos se colocaran en avenidas principales y uno en la fachada del local. Se cambiaran cada dos meses dependiendo del deterioro que hayan sufrido.

Recursos humanos

- Una persona que los colocará.

Los volanderos cooperaran para colocar los banners.

Las condiciones para ser volandero (a) son:

- Tener más de 18 años
- Tener Preparatoria trunca concluida o estar cursándola.

Programa de supervisión

El administrador visitará sin previo aviso al volandero. Verificará que éste haya colocado correctamente el banner en forma y lugar. Verificará que no haga mal uso de las banners.

Equipo promocional

Los cupones servirán para dar a conocer la información expuesta en los banners.

Productividad estimada

Se pretende tener un impacto a 1000 personas y 500 vehículos por hora. Esperando que el 10% de ellos pregunten por los servicios en los primeros 4 meses de haber iniciado operaciones.

Controles y reportes

Forma para evaluar la correcta colocación del banner

Control para la supervisión de la correcta colocación de el banner		
Semana No. ____ Del ____ de ____ de 200__ al ____ de ____ de 200__		
Responsable: _____		Puesto: Volandero
1. ¿Extender el banner en el lugar acordado?	Si	No
Aclaraciones:		
2. ¿el banner tiene las perforaciones necesarias?	Si	No
Aclaraciones:		
3. ¿Extender el banner en el lugar acordado?	Si	No
Aclaraciones:		

Instrucciones:

- En cada una de las preguntas, deberá señalar con una cruz en la respuesta que el consideré de acuerdo a lo observado.
- Sí considera pertinente realizar alguna aclaración en ese momento anotarla en el área de aclaraciones.
- El volandero elaborará conclusiones y sugerencias para mejorar el resultado de la promoción.

Control para el cambio de el banner		
Semana No. ____ Del ____ de ____ de 200__ al ____ de ____ de 200__		
Responsable: _____ Administrador		Puesto: _____
1. ¿Esta limpio el banner?	Si	No
Aclaraciones:		
2. ¿Esta descolorido el banner?		
Aclaraciones:		
3. ¿Esta completo, sin ninguna rotura?		
Aclaraciones:		
4. ¿Ha habido algunos problemas legales?		
Aclaraciones:		
5. ¿Ya se acabo la vigencia de las promociones que se anuncian en el banner?		
Aclaraciones:		
6. Otro motivo para solicitar el cambio de banner		

Instrucciones:

- Si se contesto Si en las preguntas 2,4 y 5 se debe solicitar al administrador una nueva banner.
- Si se contesto No en las preguntas 1 y 3 se debe hacer el cambio del banner. Si solo esta sucia se le debe solicitar al volandero que la limpie.
- De existir otro motivo para el cambio del banner se deberá anotar las razones del cambio.

Costos.

El costo de las banners es de \$200.⁰⁰ por metro cuadrado con impresión láser.

CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD

En ella se mencionara un mensaje que llame la atención por ejemplo:

¡Estresada!
Ya no sufra
Nosotros tenemos la solución

Posteriormente aparecerá el nombre del centro, con letras mayúsculas.

Centro de manejo del estrés para la mujer

Se enlistaran los servicios que se ofrecerán y se agregaran imágenes del catálogo de la empresa.

Además se anotará la fecha de vigencia de las promociones.

Al pie del banner se anotará la dirección y el teléfono en el cual pueden pedir informes.

Los dummy del Banner se muestran a continuación.



¡ESTRESADA!
No sufra
NOSOTROS
tenemos la solución

**CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS
PARA LA MUJER**

MASAJES  **YOGA**
AROMATERAPIA  **TAI CHI**
MUSICOTERAPIA **NUTRICIÓN**
PLATICAS PSICOLOGICAS

Calle Benito Juárez #12
Unidad Habitacional Zapata

Telefono 55 20 82 42

¡ESTRESADA!
 Ya no sufras
 nosotros tenemos la solución

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRES PARA LA MUJER

MASAJES
YOGA
TEMAZGAL
MUSICOTERAPIA
PLÁTICAS PSICOLÓGICAS

TAI CHI
NUTRICION
AROMATERAPIA

Calle zapata
 Col Benito Juárez, delegación Coyoacán
 Tel. 54 58 56 52

CONDICIONES DE LA PUBLICIDAD

- La vigencia de las promociones es una de las condiciones.
- Las restricciones legales de los lugares donde se colocaran las banners.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PUBLIDIDAD

CLIENTE

Ventajas

- Puede saber los servicios que ofrecemos.

Desventajas

- No se muestran los costos y horarios.

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER

Ventajas

- Se da a conocer el lugar donde se encuentra el CMEM y el teléfono donde pueden pedir más información.
- Se puede tener un mayor número de impactos visuales.

Desventajas

- No hay posibilidad de dar información amplia.
- Puede haber restricciones legales en las avenidas que impidan su colocación.

3.4.2 Promoción de Venta

Las Promociones de venta que se llevarán a cabo en el Centro, tienen como propósito principal, dar a conocer el negocio y facilitar la asistencia de los clientes que desean tomar los servicios.

Las siguientes promociones van dirigidas al consumidor:

3.4.2.1 Cliente frecuente

CLIENTE FRECUENTE

Análisis de la situación.

El centro de manejo del estrés para la mujer es un negocio nuevo que pretende darse a conocer a través de promociones.

Objetivos.

Motivar a los clientes que gustan de los servicios, a que sigan asistiendo frecuentemente a cambio de un descuento y cita segura en el horario y día de su preferencia.

Descripción del grupo objetivo.

Mujeres económicamente activas de entre 25 a 54 años que gusten de los servicios ofrecidos en el centro, que busquen asistir frecuentemente y necesiten de organizar su asistencia con mucha anticipación.

Periodo de duración.

Indefinida

Área de trabajo.

El área de trabajo para dar a conocer la promoción son:

- El mismo Centro de manejo de estrés para la mujer

Cobertura

Se repartirán 150 folletos toda la semana. Y la promoción se realizará dentro del Centro de manejo del estrés para la mujer. Abarcará a todas las personas que visiten el centro, ya sea que vivan o no dentro de la Delegación Coyoacan.

Mecánica a seguir

La recepcionista dará a las clientas la información en un folleto y al mismo tiempo les explicará los beneficios que obtendrán, así como también las condiciones de dicha promoción.

Recursos humanos

Una persona para el área de trabajo.

- Recepcionista

El dar información y hacer del conocimiento las promociones a las clientas es parte de las funciones del puesto de Recepcionista.

Programa de supervisión

El administrador supervisará a la recepcionista una vez al día y llenará el formato de control acerca del desempeño de la misma.

Equipo promocional

Folletos con la información de la promoción de Cliente Frecuente.

Productividad estimada

Se pretende tener 3 clientas por quincena inscritas en Cliente Frecuente

Controles y reportes

Control para la supervisión de la recepcionista Promoción Cliente Frecuente						
Semana No. ____ Del ____ de ____ de 200__ al ____ de ____ de 200__						
Responsable: _____ Puesto: Administrador						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
4. ¿Da información explicando con folleto en mano al cliente?						
Aclaraciones:						
5. ¿Como da la información?						
▪ ¿Amablemente, aclarando las dudas de la clienta?						
Aclaraciones:						
▪ ¿Rápidamente con dificultad de que la información sea comprendida por la clienta?						
Aclaraciones:						

Instrucciones:

- En cada una de las preguntas, así como en las viñetas que conforman el cuestionario, deberá señalar con una cruz, en la respuesta que él considere de acuerdo a lo observado.
- Si considera pertinente realizar alguna aclaración en ese momento a la recepcionista o bien tenerlo como futura nota. Lo redactará en el espacio que se encuentra debajo de cada una de las preguntas.
- Así como también deberá elaborar un reporte semanal de cada uno de los conceptos del control que llevará a cabo la recepcionista en cuanto a cliente frecuente se refiere. Para ello

deberá pedir a la recepcionista le haga entrega de todos los controles que ella elaboró en la semana.

- Elaborará conclusiones y sugerencias para mejorar el resultado de la promoción.

Control para la promoción de cliente Frecuente						
Semana No. ____ Del ____ de ____ de 200__ al ____ de ____ de 200__						
Responsable: _____ Recepcionista						Puesto:
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1. Número de folletos obsequiados a clientas.						
2. Personas que preguntan por la promoción de cliente frecuente						
3. Personas que solicitan la promoción de cliente frecuente						
4. Personas que solicitan la promoción de cliente frecuente y preguntan por una forma de pago diferente						
Señalar la forma de pago señalada por la clienta	1					
	2					
	3					

Solución que se le dio	1
	2
	3

Instrucciones:

- En las preguntas 2,3 y 4 se marcará una cruz cada vez que un cliente pregunte para identificar número de personas que han preguntado por la promoción en cada una de las diferentes situaciones.
- En los incisos de las viñetas, se anotará textual y brevemente lo que se pide.
- Al finalizar el día se anotará el número de folletos que se han dado.

Costos.

El costo de los 200 folletos a la semana es de \$ 30.00, siendo preferible comprar el millar de folletos por \$150.00

CONTENIDO DE LA PROMOCIÓN

Cliente frecuente

Dos citas a cualquier servicio físico por semana durante 6 meses y asistir a una plática completa (los 3 módulos).

Se hará el descuento de 20% sobre el monto que resulte de la suma de todos los servicios que se recibirán durante los 6 meses.

En caso de requerir dos servicios físicos y una plática (3 módulos). El descuento será de 30%.

Y así consecutivamente.

Ver: Tabla de descuentos según cantidad de servicios recibidos 1.1 y Tabla de descuentos especificando mezcla de servicios 1.2

Por servicio físico se entiende lo siguiente:

- Una sesión de masaje
- Una sesión de temazcal
- Taller yoga (El taller completo dura 6 meses)
- Taller Tai Chi (El taller completo dura 6 meses)

1.1 Tabla de descuentos según cantidad de servicios recibidos

SERVICIOS	UNA VEZ POR SEMANA	DOS VECES POR SEMANA	TRES VECES POR SEMANA	+	PLATICAS
Un servicio físico	20%	25%	30%	+	4 platicas
Dos servicios físicos	25%	30%	35%	+	4 platicas
Tres servicios físicos	35%	35%	35%	+	4 platicas
Cuatro servicios físicos	40%	40%	40%	+	4 platicas

Tabla de descuentos especificando mezcla de servicios 1.2

SERVICIO	VECES POR SEMANA		
	UNA VEZ POR SEMANA	DOS VECES POR SEMANA	TRES VECES POR SEMANA
Masaje	20%	25%	30%
Temazcal	20%	25%	30%
Yoga	20%	25%	30%
Tai Chi	20%	25%	30%
Masaje y temazcal	25%	30%	35%
Masaje y yoga	25%	30%	35%
Masaje y Tai Chi	25%	30%	35%
Temazcal y yoga	25%	30%	35%
Temazcal y Tai Chi	25%	30%	35%
Yoga y tai Chi	25%	30%	35%
Masaje + Temazcal + yoga	35%	35%	35%
Masaje + Temazcal + Tai Chi	35%	35%	35%
Masaje + yoga + tai Chi	35%	35%	35%
Temazcal + yoga + Tai Chi	35%	35%	35%
Masaje + Temazcal + Yoga + Tai Chi	40%	40%	40%

En cuanto a Yoga y Tai Chi se darán tres veces a la semana como taller durante 6 meses.

CONDICIONES DE LA PROMOCIÓN

- El descuento se realizará sobre el monto total de la membresía.
- El pago de la membresía se puede realizar en una sola exhibición (efectivo) o en dos mensualidades.

- La reservación de las actividades elegidas por día y hora. Será registrada con una anticipación de 15 a 20 días. Según la conveniencia de los clientes.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PROMOCIÓN

CLIENTE

Ventajas

- Tiene el servicio seguro durante 6 meses. En las fechas y horarios que el cliente fije.
- Descuento sobre el monto total de la membresía.
- Facilidades de pago.

Desventajas

- El descuento varía de acuerdo a los servicios que desee incorporar a su membresía.
- Puede encontrarse con problemas de cupo en las sesiones. (En temporadas altas)

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER

Ventajas

- Pago de la totalidad de los servicios en una o dos exhibiciones (en un periodo no mayor a dos meses)
- Se tiene asegurada la asistencia del cliente. Y aunque no le sea posible asistir, se tiene cubierto el costo.

Desventajas

- Se otorgan descuentos

3.4.2.2 Invitados

INVITADOS

Análisis de la situación.

El centro de manejo del estrés para la mujer es un negocio nuevo que pretende darse a conocer a través de promociones.

Objetivos.

Motivar a los clientes que gustan de los servicios, a que inviten a otras mujeres a que conozcan los servicios; Y al mismo tiempo beneficiarse de descuentos por el número de mujeres invitadas que asistan a los servicios.

Descripción del grupo objetivo.

Mujeres económicamente activas de entre 25 a 54 años, que gusten de los servicios ofrecidos en el centro, busquen asistir acompañadas de amigas, conocidas, familiares, etc.

Periodo de duración.

Indefinida

Área de trabajo.

El área de trabajo para dar a conocer la promoción son:

- El mismo Centro de manejo del estrés para la mujer

Cobertura

Se repartirán 150 folletos toda la semana. Y la promoción se realizará dentro del Centro de manejo del estrés para la mujer y abarcará a todas las personas que visiten el centro, ya sea que vivan o no dentro de la Delegación Coyoacan.

Mecánica a seguir

La recepcionista dará a las clientas la información en un folleto y al mismo tiempo les explicará los beneficios que obtendrán, así como también las condiciones de dicha promoción.

Recursos humanos

Una persona para el área de trabajo.

- Recepcionista

El dar información y hacer del conocimiento las promociones a las clientas es parte de las funciones del puesto de Recepcionista.

Programa de supervisión

El administrador supervisará a la recepcionista una vez al día y llenará el control correspondiente acerca del desempeño de la misma.

Equipo promocional

Folletos con la información de la promoción de Invitados.

Productividad estimada

Se pretende tener en promedio 3 clientas por quincena solicitando los servicios que se ofrecen como invitadas.

Controles y reportes

Control para la supervisión de la recepcionista Promoción Invitados						
Semana No. ____ Del ____ de ____ de 200__ al ____ de ____ de 200__						
Responsable: _____ Administrador						Puesto:
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1. ¿Da información explicando con folleto en mano al cliente?						
Aclaraciones:						
2. ¿Como da la información?						
▪ ¿Amablemente, aclarando las dudas de la clienta?						

Aclaraciones:						
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Rápidamente con dificultad de que la información sea comprendida por la clienta? 						
Aclaraciones:						

Instrucciones:

- En cada una de las preguntas, así como en las viñetas que conforman el cuestionario, deberá señalar con una cruz en la respuesta que el consideré de acuerdo a lo observado.
- Sí considera pertinente realizar alguna aclaración en ese momento a la recepcionista o bien tenerlo como futura nota. Lo redactará en el espacio que se encuentra debajo de cada una de las preguntas.
- Así como también deberá elaborar un reporte semanal de cada uno de los conceptos del control que llevará a cabo la recepcionista en cuanto a Invitados se refiere. Para ello deberá pedir a la recepcionista le haga entrega de todos los controles que ella elaboró en la semana.
- Elaborará conclusiones y sugerencias para mejorar el resultado de la promoción.

Control para la promoción de Invitados

Semana No. ____ Del ____ de ____ de 200__ al ____ de ____ de 200__

Responsable: _____ Puesto: Recepcionista

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1. Número de folletos obsequiados a clientas.						
2. Personas que preguntan por la promoción de invitados						
3. Personas que solicitan la promoción de invitados						
4. Personas que solicitan la promoción de invitados y preguntan por una forma de pago diferente						
Señalar la forma de pago señalada por la clienta	1					
	2					
	3					
Solución que se le dio	1					
	2					
	3					
5. Número de invitados que inscriben	Número de invitados inscritos por cliente al día					
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Primer Cliente por día						
Segundo Cliente por día						
Tercer Cliente por día						
Cuarto Cliente por día						
Quinto Cliente por día						

Instrucciones:

- En las preguntas 2,3 y 4 se marcará una cruz para identificar el número de personas que han preguntado por la promoción en cada una de las diferentes situaciones.
- En los incisos de las viñetas, se anotará textual y brevemente lo que se pide.
- En la pregunta 5 se deberá llenar con el número de invitados que inscribe el cliente al día.
- Al finalizar el día se anotará el número de folletos que se han dado.

Costos.

El costo de los 150 folletos a la semana es de \$ 30.00, siendo preferible comprar el millar de folletos por \$150.00

CONTENIDO DE LA PROMOCIÓN

Invitados

Si el cliente asiste con un invitado se le hace el 10% de descuento al cliente sobre el total de los servicios a pagar.

Si el cliente asiste con dos invitados. El cliente recibirá un 12% de descuento sobre el total de los servicios a pagar. Y el invitado recibirá el 9%.

Si el cliente asiste con tres invitados o más. Se mantendrá sujeto a las condiciones anteriores. A diferencia de que se aumentará el porcentaje de descuento al cliente por cada dos invitados en un 5%.

Ver Tabla de descuento por número de invitados 1.3

Tabla de descuento por número de invitados 1.3

NÚMERO DE INVITADOS	DESCUENTO	
	CLIENTE	INVITADO
1	10%	0%
2	15%	5%
3	15%	5%
4	20%	7%
5	20%	7%
6	25%	9%

Nota: El descuento de invitado es sobre el monto de los servicios solicitados por todos los invitados.

CONDICIONES DE LA PROMOCIÓN

- De preferencia al contado.
- El pago de los servicios solicitados por el cliente, así como las invitadas será pagado por ellas en dos partes iguales, es decir el 50% del monto total (ya incluido el descuento correspondiente).
- La reservación de los servicios que soliciten se realizará con una semana o 15 días de anticipación.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PROMOCIÓN

CLIENTE

Ventajas

- Tiene el servicio seguro para ella y sus invitadas en los días y hora que ellas fijan.
- Descuento considerable sobre el monto total por los servicios que va a recibir.
- Facilidades de pago.

Desventajas

- El descuento varía de acuerdo al número de invitados que asistan.
- Puede encontrarse con problemas de cupo en las sesiones. (En temporadas altas)

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER

Ventajas

- Pago de la totalidad de los servicios en dos exhibiciones (en un período no mayor a 15 días)
- Se tiene asegurada la asistencia del cliente y las invitadas. Y aunque no le sea posible asistir, se tiene cubierto el costo.

Desventajas

- Se otorgan descuentos

3.4.2.3 Técnicas Promocionales

Las técnicas promocionales con las que contará el Centro de Manejo del estrés para la mujer, tienen la finalidad de dar a conocer los servicios que se ofrecerán, al mismo tiempo que se contrarresta la falta de publicidad.

Las técnicas promocionales con las que se contará son cupones y Folletos.

3.4.2.4 Cupones

Análisis de la situación.

El centro de manejo del estrés para la mujer es un negocio nuevo que pretende darse a conocer a través de promociones y técnicas promocionales.

Objetivos

Dar a conocer nuestro centro y los servicios que ofrecemos para motivarlos a que asistan al centro.

Descripción del grupo objetivo

Mujeres económicamente activas de entre 25 a 54 años que gusten de los servicios ofrecidos en el centro, busquen asistir acompañadas de amigas, conocidas, familiares, etc.

Periodo de duración

De acuerdo al objetivo de la promoción.

Área de trabajo

Las áreas de trabajo para dar a conocer la promoción son:

- El mismo Centro de manejo de estrés para la mujer
- Zonas cercanas al centro, previamente evaluadas.

Cobertura

Se repartirán 500 cupones al día. En dos distintas zonas diariamente.

La repartición será de acuerdo al perfil de los transeúntes.

La promoción aplica a todas aquellas mujeres que pagan un servicio y presentan su cupón.

Mecánica a seguir

EL volandero entregará el cupón en la mano de las mujeres que se vean de entre 25 y 54 años.

La clienta acude al Centro de manejo del estrés para la mujer solicita un servicio y presenta su cupón.

La recepcionista entregara un regalo a la clienta.

Recursos humanos

Se requerirá de dos personas, el volandero y la recepcionista.

- Volandero

Su responsabilidad es repartir los cupones en la zona previamente establecida y a las mujeres adecuadas.

- Recepcionista

Parte de sus obligaciones es dar información acerca de los servicios y promociones. Además debe hacer valida la promoción establecida del cupón.

Programa de supervisión

El administrador supervisará al volandero a través de la forma de control correspondiente.

Recepcionista se deberá revisar que no haga mal uso de los regalos que se ofrecen en los cupones.

Equipo promocional

Cupones con la información adecuada y regalos.

Productividad estimada

Se espera cuando menos que una clienta al día se entere de nosotros y que al menos una asista al Centro de manejo del estrés para la mujer y solicite un servicio.

Controles y reportes

Control para la supervisión del volandero		
Semana No. ____ Del ____ de ____ de 200__ al ____ de ____ de 200__		
Responsable: _____ Administrador		Puesto:
	Si	No
1. ¿Dar el cupón en mano al cliente?		
Aclaraciones:		
2. ¿Da información del Centro de manejo del estrés para la mujer?	Si	No
¿Amablemente?		
Aclaraciones:		
3. ¿Tira los cupones o deja basura en el lugar donde reparte los cupones?		
Aclaraciones:		

Instrucciones:

- En cada una de las preguntas, así como en las viñetas que conforman el cuestionario, deberá señalar con una cruz en la respuesta que el consideré de acuerdo a lo observado.
- Sí considera pertinente realizar alguna aclaración en ese momento al volandero o bien tenerlo como futura nota. Lo redactará en el espacio que se encuentra debajo de cada una de las preguntas.

Costos.

El costo de un millar de cupones es de \$ 200

CONTENIDO DE LA TECNICA PROMOCIONAL

DESCRIPCION DEL CUPÓN

En el se indicará una frase que llame la atención del futuro cliente.

- Estresada
- Ya no sufra más
- Nosotros tenemos la solución

Posteriormente aparecerá el nombre del centro y los servicios que ofreceremos y una frase de promoción:

"En la presentación de este cupón obtendrá un regalo"

Cabe aclarar que al pie del cupón se anotará la restricción de esta promoción que consiste en adquirir un servicio de nuestro catálogo.

Por último aparecerá la dirección y teléfono del Centro de manejo del estrés para la mujer.

A continuación se presenta el dummy del cupón.

¡ESTRESADA!
YA NO SUFRAS

**Centro de manejo del estrés
para la mujer**

Nosotros tenemos los mejores servicios
que te ayudarán a manejar tu estrés.
Ven y te sentirás relajada y sin estrés.

Masaje
Tai Chi
Pláticas
psicológicas
Yoga
Nutrición
Aromaterapia
Musicoterapia

¡Te ofrecemos
un delicioso
obsequio por
este cupón!

Telefono: 55 20 82 42
Calle Benito Juárez #12 Unidad Habitacional Zapato

Validez: del 1 de Julio al 30 de octubre • A petición de cliente

CONDICIONES DE LA TECNICA PROMOCIONAL

- El cliente deberá pagar un servicio para poder recibir su regalo. En el caso de las pláticas deberá tomar las tres clases.
- La reservación de los servicios que soliciten se realizará con una semana o 15 días de anticipación dependiendo de la disponibilidad del centro.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PROMOCIÓN

CLIENTE

Ventajas

- Recibe un regalo
- Aprenderá distintas técnicas de manejo del estrés. Podrá tener el curso completo

Desventajas

- Tiene que asistir a los tres módulos en el caso de las pláticas
- Puede encontrarse con problemas de cupo en las sesiones. (En temporadas altas)

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER

Ventajas

- Tener un cliente que tomará un curso completo en el caso de las pláticas
- Se tiene asegurada la asistencia del cliente y las invitadas.

Desventajas

- Puede ser que el cliente sólo busque el regalo.

3.4.2.5 Folletos

Análisis de la situación.

El centro de manejo del estrés para la mujer es un negocio nuevo y por consiguiente le hacen falta recursos para más publicidad, Por dicha razón necesita de técnicas promocionales para darse a conocer.

Objetivos

Dar a conocer el centro y los servicios que se ofrecen, motivando a los consumidores para que asistan al centro.

Descripción del grupo objetivo

Mujeres económicamente activas de entre 25 a 54 años que gusten de los servicios ofrecidos en el centro, busquen asistir acompañadas de amigas, conocidas, familiares, etc.

Periodo de duración

Indefinida

Área de trabajo

El área de trabajo para repartir los Folletos y proporcionar información:

- El mismo Centro de manejo del estrés para la mujer

Cobertura

Habrán folletos de todos los servicios.

Los folletos serán dados a aquellas personas que entren al Centro de manejo del estrés para la mujer y se interesen por los servicios.

Mecánica a seguir

La recepcionista dará los Folletos a las mujeres que pregunten o tengan interés por los servicios y les explicará detalladamente los puntos dentro del Folleto. Así como también aclarará cualquier duda de los clientes.

Recursos humanos

Solamente se requiere de la recepcionista.

- Recepcionista

Parte de sus obligaciones es dar información acerca de los servicios y promociones.

Programa de supervisión

El administrador supervisará a la recepcionista a través de la forma de control correspondiente.

Equipo promocional

Folletos con la información de cada una de los servicios que se ofrecen.

Productividad estimada

Se espera que de 200 Folletos repartidos asista el 10% al iniciar operaciones el Centro de manejo del estrés para la mujer.

Controles y reportes

Control para la supervisión de la recepcionista Folletos		
Semana No. _____ Del _____ de _____ de 200__ al _____ de _____ de 200__		
Responsable: _____ Administrador		Puesto: _____
	Si	No
1. ¿Dar y explicar detalladamente la información dentro del folleto?		
Aclaraciones:		
2. ¿Aclarar cualquier duda que el cliente tenga?	Si	No
¿Amablemente?		
Aclaraciones:		

Instrucciones:

- En cada una de las preguntas, así como en las viñetas que conforman el cuestionario, deberá señalar con una cruz en la respuesta que el consideré de acuerdo a lo observado.

Dummy del FOLLETO DE YOGA

FRENTE

Yoga

Nació en la India hace más de 4.000 años. Lo que busca es conseguir, mediante un conjunto de ejercicios y posturas determinadas, el dominio y desarrollo armónico del cuerpo y la mente.

Mediante las posturas-asanas- y el estudio de la respiración, se accede a elevados estados de conciencia que ayudan a la persona a alcanzar la relajación.

Beneficios

La práctica del yoga tiene enormes beneficios para mejorar la salud y prevenir enfermedades, ya que relaja el cuerpo y permite el mejor funcionamiento del sistema nervioso, glandular, cardiovascular y digestivo.

Al llevar el oxígeno a todas las partes del cuerpo y propiciar una respiración profunda, la mente se tranquiliza y el cuerpo descansa.

En términos prácticos, lo que hace es que armoniza el cuerpo, la mente y las emociones. Permite que las diferentes funciones del cuerpo se coordinen para que trabajen por el bienestar integral del cuerpo.

Horarios

TIPO DE CLASE	DIAS	HORA	DURACIÓN	PRECIO	RESERVA	TELÉFONO
YOGA	LUNES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	MARTES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	MIERCOLES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	JUEVES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	VIERNES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	SÁBADO	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	DOMINGO	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	LUNES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	MARTES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	MIERCOLES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	JUEVES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	VIERNES	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	SÁBADO	18:00	120	1000	1000	1000
YOGA	DOMINGO	18:00	120	1000	1000	1000

Para tomar yoga necesitas:

- La primera sesión será gratuita.
- Se requiere cita previa (mín. 15 días)
- La duración del curso es de 6 meses.
- Cuenta con las mismas bases de cliente frecuente y programa de invitados.

REVERSO

Centro de manejo del estrés para la mujer

Somos una empresa dedicada proporcionar servicios físicos y Psicológicos de calidad para la mujer que sufre de estrés, ayudándola a que goce de una salud integral. **¡Ven y conoce los servicios pensados en ti!**

Tenemos:

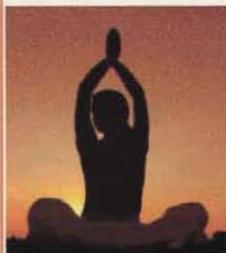
Masajes relajantes
Temascal
Yoga
Tai Chi
Acupuntura

Pláticas de:
Manejo del estrés
Manejo del conflicto
Administración del tiempo
Nutrición

Centro de manejo del estrés para la mujer

Dirección
TEL.
Horario: Lunes a sábado de 9 AM a 7 PM

Yoga



CONDICIONES DE LA TENCICAPROMOCIONAL

- El Folleto solo se entregará a los clientes que pregunten por los servicios.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PROMOCIÓN

CLIENTE

Ventajas

- Tiene la información a la mano y la puede consultar cuando ella lo necesite y cuantas veces lo requiera.
- Se resolverán sus dudas.

Desventajas

- No hay regalos ni descuentos por tener el Folleto.

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER

Ventajas

- Los clientes tendrán la información a la mano, con una previa explicación del contenido del folleto.
- El cliente puede pasar el folleto a alguien que lo necesite o este interesado en el servicio.

Desventajas

- El centro invierte dinero en la impresión de los folletos.

4. IMPLEMENTACIÓN

Periodo: 3 Cuatrimestres

Primer cuatrimestre

- Abrir negocio.
- Utilizar promociones de prueba.
- Repartir cupones para dar a conocerle CMEM. Utilizar banners para promocionar los servicios.
- Llevar una relación de los servicios que los clientes piden.
- Colocar una libreta de sugerencias y revisarla todos los días.
- Aplicar cuestionarios de satisfacción del cliente (el cliente evalúa el servicio recibido). Ver Anexo VI
- Promocionar cliente frecuente.
- Evaluación de proveedores, calidad del producto, precio y puntualidad.
- Carteles con información de los beneficios de los servicios dentro del CMEM. Anexo VI
- Breves pláticas o conferencias de la importancia del servicio.
- Seguimiento al cliente (personalizado). Ver formato en Anexo VI

Segundo cuatrimestre

- Evaluar el resultado de las promociones y seguir implementando las de mayor éxito.
- Diseñar nuevos servicios con base en las sugerencias de los clientes.
- Mejorar el servicio con base en las quejas y cuestionarios de satisfacción del cliente.
- Promocionar los beneficios de cliente frecuente.
- Calcular cuál es el servicio más solicitado y conocer por qué otros servicios no son solicitados.
- Seguimiento al cliente (personalizado). Anexo VI

Tercer cuatrimestre

- Introducción de servicios y/o cambio de servicios.
- Implantación de nuevas promociones.
- Incremento de cupones para generar conciencia de los servicios existentes.
- Seguimiento al cliente (personalizado). Anexo VI

Matriz de oportunidades estratégicas

	Producto actual	Producto nuevo
Mercado actual	<p><u>Desarrollo de mercado</u> Vender servicios existentes a las personas que se están haciendo concientes de su padecimiento</p>	<p><u>Penetración de mercado</u> Introducción de nuevos servicios</p>
Mercado nuevo	<p><u>Desarrollo de mercado</u> Abrir una sucursal en el Estado de México</p>	<p><u>Penetración de mercado</u> Introducción de nuevos servicios</p>

CONCLUSIONES GENERALES

CONCLUSIONES GENERALES

Estrés y rol de la mujer

El estrés es una enfermedad de la cual no podemos escapar. No podemos decir que no la padecemos o no padeceremos, puesto que es causada por factores tan diversos como podrían ser: el dinero limitado, fricciones personales, enfermedad de un pariente, el tráfico y la inseguridad de la ciudad, falta de tiempo, exceso de trabajo, múltiples responsabilidades, falta de ejercicio y de actividades recreativas, etc.

Es decir, todas las situaciones donde haya agentes estresantes para los cuales no sintamos tener los recursos suficientes para hacerles frente, nos causaran estrés. Adicionalmente a esta situación, no es fácil identificar si el estrés que padecemos es pasajero, intermitente o crónico. Y desgraciadamente se descubre hasta que nuestra salud física y/o psicológica se ven afectadas.

En la situación específica de la mujer, ella presenta un mayor número de padecimientos por el estrés debido a su particular fisonomía y por esta razón las consecuencias son más severas.

Esta situación biológica que enfrenta, también va de la mano con la diversidad de roles que desarrolla. Pues actualmente la mujer se encuentra trabajando, estudiando, atendiendo el hogar, la familia, etc. Y dichas actividades son estresantes. Surge de esto que en ella recaiga el tomar decisiones clave para cada actividad y por consiguiente tiene responsabilidades de mucho peso.

La mujer que trabaja se enfrenta a difíciles retos porque esta en ella el equilibrar su tiempo y los roles a cumplir a lo largo del día. Por lo que es de admirarse la posición que ha ido tomando dentro de las empresas al paso de los años. Se ha ido ganando puestos importantes, los cuales requieren de mucho tiempo y dedicación. Pero a pesar de esto, la gran mayoría de las mujeres no dejan de lado el aspecto personal. Es decir los demás roles que le gusta o gustaría desarrollar, y para llevar a cabo estas actividades necesitan estar saludables física y mentalmente.

Adicionalmente, en la mujer aún se encuentra el rol de educadora no solo de la familia, sino del lugar del trabajo. Ella es la parte más importante en el proceso de traer vida humana al mundo y debido a esta función que desarrolla, lleva también la función social. Ella es el centro de la familia. Es quien, principalmente, transmite los valores y costumbres, es de quien dependen las bases de la educación social del hombre y por ende la educación de buenos ciudadanos. Aquí es donde radica la importancia del cuidado de la salud de la mujer. Una salud física y mental que vaya con ella en todas sus actividades diarias y que permanezca todo el día, apoyándola en la escuela, trabajo, familia, hogar, amigos, etc.

Mercado Meta

La mujer que es nuestro mercado meta es económicamente activa, puesto que los precios de los servicios y cultura que ellas necesitan para poder manejar su estrés van enfocados a una clase media. Y son pagados, en su mayoría, por personas que tienen sus propios ingresos. Sin embargo no se discrimina a aquellas mujeres que no estén dentro de dicho grupo.

El rango de edad del mercado meta es de 25 a 54 años porque dentro de éste se encuentra el mayor porcentaje de mujeres económicamente activas dentro del Distrito Federal. Aunque la atención no se limita a personas de dicha edad, puesto que, los servicios son para las mujeres de todas las edades que los necesiten y soliciten. Decimos que "de todas las edades" porque las mujeres jóvenes, adultas y mayores padecen los mismos síntomas del estrés, presentando incluso las mismas enfermedades, aunque por diferentes causas. Por ejemplo: El rango de fertilidad de la mujer es muy amplio, así como puede concebir a los 15 años, también lo puede hacer a los 40. Si ella llegase a tener un impedimento biológico, puede acudir con un médico y aún después de someterse a estudios y tratamientos, puede no encontrar la cura, siendo muy probable que la causa sea el estrés.

También hay otra parte muy importante, sus gustos e intereses. Y descubrimos que todas piden los mismos servicios para el manejo del estrés. Es por esta razón que los que se ofrecerán en el Centro pueden ser tomados por mujeres de todas las edades y niveles sociales. Siendo la finalidad del Centro de manejo del estrés para la mujer, ofrecer servicios que ayudarán a las mujeres a manejar cada una de las causas del estrés, teniendo la seguridad de que estos serán dados por profesionales.

Investigación de mercados

Con la investigación de mercados pudimos definir las características del mercado meta y sus necesidades, por lo que podemos decir que las mujeres no saben reconocer muchos síntomas que son consecuencia del estrés y al mismo tiempo no tienen conocimiento de las enfermedades ni de cómo tratarse médicamente.

Muchas mujeres hacen lo que este a su alcance para relajarse, pero la gran mayoría de las veces no es suficiente. Todas tienen malestares que no quieren seguir sintiendo e incluso enfermedades que podrían mejorarse si la mujer supiera manejar su estrés. Esta es la razón que tienen ellas para demandar servicios que las ayuden con sus padecimientos. Surge de esto que los servicios que a nuestro mercado meta le gustaría recibir son precisamente los que fueron planteados como los servicios básicos que ofrecerá el Centro de manejo del estrés para la mujer:

- Los masajes relajantes son definitivamente el servicio más solicitado, ya que para ellas significa relajarse y consentirse al mismo tiempo.
- El temazcal, les gusta por ser un baño relajante y medicinal.
- Las pláticas de nutrición, administración del tiempo, manejo del conflicto, manejo del estrés y psicológicas, siendo esta última la que más llamo su atención.
- Yoga y Tai Chi no son muy conocidas por nuestro mercado meta, pero saben que son disciplinas que ayudarán a su propio control físico y mental.
- Musicoterapia y Aromaterapia como herramientas que ayudan a la relajación de la mente y el cuerpo, formando parte complementaria de los servicios antes mencionados.

El interés que vimos en nuestro mercado meta por estos servicios es debido a que están consientes y preocupadas por su bienestar. Quieren conocer las herramientas que saben las ayudarán a solucionar y manejar sus problemas en la vida diaria.

Dentro de la misma investigación, una parte muy importante fue la de los precios, cómo es que los perciben de acuerdo al servicio que quieren. Nos encontramos con que a muchas les parecía que los servicios similares que se ofrecen comúnmente en otros lugares como los

Spa son caros, por lo que nosotras buscamos ponerlos al alcance de la mayoría de las mujeres, pues consideramos que es necesario crear conciencia de la importancia que tiene atenderse el estrés. Y para que no duden en atenderse esta enfermedad ofreceremos los precios más accesibles., con mayor valor en atención y beneficios.

Al seleccionar los precios nos basamos en las investigaciones de mercado, las necesidades del mercado meta y los objetivos del proyecto. Por lo que a través de un servicio de calidad, proporcionado por personas capacitadas, instalaciones en óptimas condiciones y precios accesibles, ayudaremos a las mujeres a atenderse el estrés.

Servicios

Masaje	<ul style="list-style-type: none"> • 2 horas de duración. • Previa cita en el horario de su conveniencia. Incluye aromaterapia y musicoterapia. 	\$300.00
Temascal	<ul style="list-style-type: none"> • 1 hora de duración. • Previa cita en el horario de su conveniencia. • Incluye aromaterapia y musicoterapia. 	\$150.00
Acupuntura	<ul style="list-style-type: none"> • Previa cita con el médico. • Incluye cita médica y tratamiento con agujas. 	\$150.00 por consulta
Platicas	<ul style="list-style-type: none"> • 1 hora de duración tres veces a la semana. • Dos grupos en el día por plática. • Previa cita, a elección del cliente el grupo al que quiera asistir. • Incluye musicoterapia y aromaterapia. 	\$50.00 por día
Yoga y Tai Chi	<ul style="list-style-type: none"> • 1 hora de duración 3 veces a la semana durante 6 meses. • 5 horarios al día a elección del cliente. • Reposición de clase, si llega a faltar el cliente. • Incluyen musicoterapia y aromaterapia. 	\$20.00 por clase

Ahora bien, una vez que definimos los servicios, el precio y el lugar donde se van a prestar, nos restaba saber cómo darlo a conocer. Para ello incluimos el apartado de promoción. En él mencionamos las alternativas más viables para dar a conocer el Centro de manejo del estrés para la mujer.

Las promociones tuvieron su base en el mercado meta al que van dirigidos, los objetivos del centro, los planes que tenemos a futuro y en la flexibilidad que necesita el cliente para poder tomar los servicios. Con ellas pretendemos dar a conocer el centro en la zona periférica de las instalaciones y posteriormente en otras localidades, pretendemos que se identifiquen con la publicidad, aumentando el número de clientes que pregunten y tomen los servicios. Decimos que "pregunten por ellos", ya que sabemos que las ventas tienen mucho que ver con la forma en que se ofrezcan los servicios.

Otra finalidad de las promociones y de las formas de evaluación es que a través de ellas también nos podemos dar cuenta de los gustos, inconformidades, sugerencias y/o servicios que los clientes necesiten como: pláticas motivacionales que nos encontramos en la investigación de mercado, las cuales formarán parte de los servicios del CMEM en cuanto empiece operaciones y nos percatemos de los resultados, necesidades y preferencias de los clientes. Al mismo tiempo, queremos que las personas vean que nos interesamos en ellas, pues hay promociones en las que las mismas mujeres pueden elegir los servicios y horarios de su preferencia.

Finalmente, sabemos que elaboramos una estructura para el funcionamiento del centro de manejo del estrés para la mujer, pero pretendemos que el centro se ajuste en la medida de lo posible a las necesidades y preferencias del cliente.

Análisis financiero

Comprobamos que el mercado meta acepta y demanda los servicios que se ofrecerán en el Centro de manejo del estrés para la mujer. También realizamos un breve estudio financiero que nos dio resultados muy satisfactorios. Aseguramos que este centro es viable porque nos demuestra la recuperación de la inversión en un mes, utilizando solamente la tercera parte de la capacidad máxima. Esto, tomando en cuenta que la recuperación será siempre y cuando se cumplan las condiciones con las que fueron calculadas la demanda diaria esperada y la proyección de ventas, es decir, se tenga al día 15 servicios y 43 personas. Estamos concientes que los primeros meses son los que serán utilizados para dar a conocer el Centro, por lo que calculamos que las condiciones necesarias para la recuperación de la inversión se darán en un periodo aproximado de 6 meses, siendo los gastos de publicidad mayores, ya que la gente no conoce las características del Centro. (Ver Anexo V)

Ventaja competitiva

Tenemos como ventaja competitiva el enfocarnos a la atención de un solo padecimiento. Lo que implica prestar mejores servicios, donde todos ellos contribuyan a que la mujer goce de una salud integral.

Estamos concientes que las mujeres gustan de sentirse más atractivas, asistiendo a lugares que les ofrecen servicios estéticos, como son: masajes reductivos, mascarillas, cambios de imagen, etc. Pero nosotras pensamos que lo importante es el bienestar que va de nuestro interior, es decir física y mentalmente sanas, para que dicho bienestar se vea reflejado en nuestro exterior. No como comúnmente nos han enseñado que la belleza externa, además de ser lo más importante, es primero. Y que si la tenemos, todo nuestro entorno estará bien. Nosotras pensamos que la belleza externa de la mujer es importante, pero aun mucho más importante es su salud, pues teniendo salud se puede hacer todo. Y teniendo un buen manejo del estrés nos encontramos con que a nivel físico las personas no padecen tantas enfermedades, su recuperación es mucho más rápida y pueden desarrollar más actividades. Por consiguiente su salud a nivel psicológico también es beneficiada, las mujeres tienen mayor auto estima, se sienten más felices, hay más optimismo, se socializan mas fácilmente, se elevan los ánimos para realizar más cosas y de hacerlas con gusto.

Surge de lo anterior el pretender impulsar una cultura de bienestar, una cultura donde las mujeres aprendan a cuidar su salud física y psicológica, porque están realmente preocupadas por ellas mismas y por las personas que las rodean. Pretendemos hacerlas concientes de que si ellas están bien, todo a su alrededor también lo estará, pues como ya hemos mencionado la mujer es ejemplo dentro del amplio número de roles que desarrolla.

Actualmente ha ido creciendo la demanda de servicios y productos para el cuidado de la salud. Es ahí donde nos damos cuenta que realmente hay una preocupación por vivir la vida saludablemente y nosotras queremos contribuir. Por lo que para hacer crecer el negocio se necesita de servicios de calidad y atractivas promociones. En cuanto a calidad se refiere, pensamos que lo que deberá pagar el mercado meta es el beneficio del servicio, no el lujo o la tecnología con la que se cuenta. Y esto lo encontrará en el Centro de manejo del estrés para la mujer.

ANEXOS

ANEXO I

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER

Diseño de la organización

Definición del negocio.

El Centro de manejo del estrés para la mujer se enfoca al mercado meta formado por las mujeres que pertenecen a la clase media, tienen entre 25 y 54 años que viven en el Distrito Federal, trabajan y/o se ocupan de su hogar y tienen ingresos por arriba de los \$4,500.00 pesos mensuales. El centro ofrece servicios para el manejo del estrés, identificando el tipo de estrés que puedan padecer y manejando este de acuerdo a las necesidades y preferencias de cada persona.

Misión

Somos una empresa dedicada proporcionar servicios físicos y Psicológicos de calidad para la mujer que sufre de estrés, ayudándola a que goce de una salud integral.

Visión

Ser empresa líder en el manejo de estrés de la mujer en el Distrito Federal.

Valores

Honestidad: somos personas razonables preocupadas por el seguimiento de las buenas costumbres.

Responsabilidad: Tenemos la capacidad de responder por nuestros actos ante el cliente y el personal.

Amabilidad: es la capacidad de ser agradable, servicial y gentil con el cliente interno y externo.

Empatía: capacidad de identificarnos con el cliente y con nuestros compañeros de trabajo.

Filosofía

Estamos comprometidas con el cuidado de la salud por ello dos de los valores más importantes es la honestidad y responsabilidad que tenemos frente a nuestros clientes. Les ofrecemos los mejores servicios para el manejo de su estrés y por ende el cuidado de su salud.

Estamos empeñadas en ofrecer servicios de calidad con personal que comprenda las necesidades de los clientes y los ayude a tener una vida saludable.

Cada uno de nosotros esta convenido que la mejor manera de dar un servicio es a través de la amabilidad y comprensión.

Estructura Organizacional

Tipo de organización funcional

La finalidad es agrupar los departamentos de la empresa de acuerdo a las funciones que se requieren para cumplir con el logro de los objetivos.

El objetivo fundamental del Centro de manejo del estrés para la mujer es:

Proporcionar servicios físicos y psicológicos de calidad que ayuden al manejo del estrés para la mujer que sufre de dicho padecimiento, y de esta forma ayudarla a que goce de una salud integral.

Por lo cual las funciones básicas son:

1. Administrador general
2. Recepcionista
3. Personal de limpieza (afanadora)

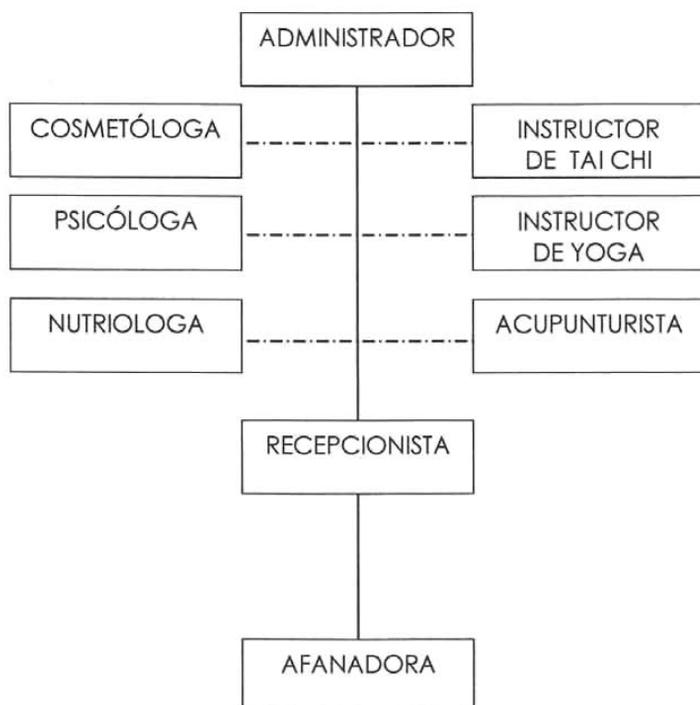
Como personal de staff

1. Cosmetóloga
2. Psicóloga
3. Instructor tai chi
4. Instructor yoga
5. Contabilidad
6. Acupunturista

Las razones para tener como staff a las personas que prestarán los servicios son:

- Es alto el costo de contratarlas, por lo que se llegará a un acuerdo del pago de un porcentaje considerable por cada servicio prestado. En este caso, se les pagaría por honorarios.
- En cuanto a la contabilidad, se contrato a un despacho externo para que lleve dichas funciones.

Organigrama



ANEXO II

PUESTOS

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	NUTRILOGA
AREA :	Servicio al cliente
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Dar asesorías sobre la correcta alimentación
FUNCIONES ESPECIFICAS	Elaborar dietas adecuadas a cada cliente Preparar temas sobre el cuidado de la salud para las pláticas
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Preparatoria
CARRERA O ESPECIALIDAD	Licenciatura o carrera técnica en nutrición
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Conocimientos en los beneficios de los alimentos y el buen funcionamiento del cuerpo humano
EXPERIENCIA LABORAL	Mínima de un año
PAGO MENSUAL	33% sobre pago del servicio prestado

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	PSICÓLOGO
AREA :	Servicio al cliente
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Dar pláticas
FUNCIONES ESPECIFICAS	Elaborar programa y dar pláticas sobre manejo de estrés, manejo de conflicto y administración del tiempo
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Licenciatura
CARRERA O ESPECIALIDAD	Psicología
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Conocimientos del trato con las personas, facilidad de palabra, conocimientos de manejo de estrés y conflicto.
EXPERIENCIA LABORAL	1 año
PAGO MENSUAL	33% sobre pago del servicio prestado

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	CONTADOR
AREA :	contabilidad
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Aplicar el proceso contable
FUNCIONES ESPECIFICAS	Elaboración de estados financieros, cálculo de impuestos.
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Licenciatura
CARRERA O ESPECIALIDAD	Licenciatura en contaduría
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Conocimientos en leyes, ser honesto
EXPERIENCIA LABORAL	Mínimo de un año
PAGO MENSUAL	\$1000.00

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	INSTRUCTOR TAI CHI
AREA :	Servicio al cliente
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Clases de Tai Chi
FUNCIONES ESPECIFICAS	Clases a grupos reducidos de 5 personas
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Preparatoria
CARRERA O ESPECIALIDAD	Instructor de Tai Chi
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Facilidad de palabra, Conocimientos básicos de trato con el cliente
EXPERIENCIA LABORAL	6 meses
PAGO MENSUAL	33% sobre pago del servicio prestado

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	ACUPUNTURISTA
AREA :	Servicio al cliente
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Atención medica a clientes que soliciten los servicios
FUNCIONES ESPECIFICAS	Evaluar el estado de salud de los pacientes Elaborar historial medico Dar tratamiento de acupuntura Recetar tratamientos
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Carrera Técnica
CARRERA O ESPECIALIDAD	Acupunturista
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Tomar cursos de Acupuntura, Medicina general, medicina china y fisiología.
EXPERIENCIA LABORAL	1 año
PAGO MENSUAL	33% sobre pago del servicio prestado

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	INSTRUCTOR YOGA
AREA :	Servicio al cliente
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Clases de Yoga
FUNCIONES ESPECIFICAS	Clases de yoga a grupos reducidos de 5 personas
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Preparatoria
CARRERA O ESPECIALIDAD	Instructor Yoga
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Facilidad de palabra, Conocimientos básicos de trato con el cliente
EXPERIENCIA LABORAL	6 meses
PAGO MENSUAL	33% sobre pago del servicio prestado

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	RECEPCIONISTA
AREA :	Servicio al cliente
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Contestar el teléfono y dar informes sobre los servicios.
FUNCIONES ESPECIFICAS	Contestar teléfono, hacer citas.
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Secundaria
CARRERA O ESPECIALIDAD	No necesaria
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Facilidad de palabra, conocimientos básicos de trato con el cliente, saber operar la computadora, ser amable.
EXPERIENCIA LABORAL	6 meses en puesto similar
PAGO MENSUAL	\$2, 000

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	ADMINISTRADOR
AREA :	administrativa
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Verificar el buen funcionamiento de cada uno de los integrantes de la empresa. Llevar a cabo el proceso administrativo
FUNCIONES ESPECIFICAS	Realizar la planeación estratégica de cada una de las áreas para el crecimiento del centro. Buscar áreas de oportunidad. Evaluar alternativas de nuevos servicios. Estudiar el mercado.
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Licenciatura
CARRERA O ESPECIALIDAD	Licenciatura en administración
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Trabajar bajo presión, ser amable, guste de trabajar en equipo, proactivo, entusiasta.
EXPERIENCIA LABORAL	Mínima de un año.
PAGO MENSUAL	\$4000.00

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	COSMETÓLOGA
AREA :	Servicios de belleza
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Dar servicios al cliente por ejemplo temascal, masajes complementados con música terapia y aromaterapia
FUNCIONES ESPECIFICAS	Dar masajes corporales utilizando aceites especiales Utilizar la musicoterapia y aromaterapia para complementar su servicio Dar servicio de temascal.
NUMERO DE PLAZAS	2
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Estudios en cosmetología/ cosmeatra
CARRERA O ESPECIALIDAD	Cosmeatria
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Conocimientos en la técnica de aromaterapia, musicoterapia, masajes y temascal. Curso quiropráctico
EXPERIENCIA LABORAL	Mínima de 6 meses
PAGO MENSUAL	33% sobre pago del servicio prestado

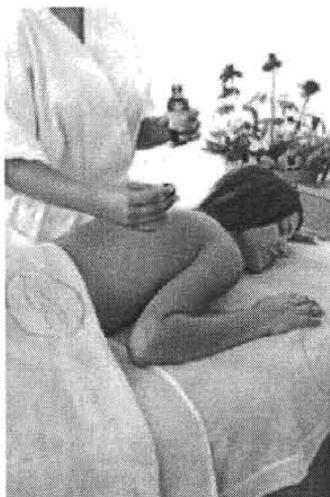
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
PUESTO	AFANADORA
AREA :	servicios de limpieza
FUNCIONES Y ACTIVIDADES A REALIZAR:	Limpiar en general las instalaciones
FUNCIONES ESPECIFICAS	Limpiar diario los muebles de cada una de las áreas, barrer, trapear.
NUMERO DE PLAZAS	1
REQUISITOS DEL PUESTO	
ESCOLARIDAD MÍNIMA	Secundaria
CARRERA O ESPECIALIDAD	ninguna
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Ser amable, tener buena presentación.
EXPERIENCIA LABORAL	ninguna
PAGO MENSUAL	\$2000.00

ANEXO III IMÁGENES CMEM

MASAJES

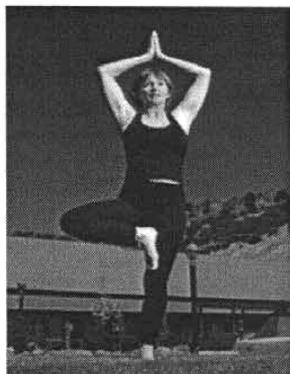


MASAJE No. 1

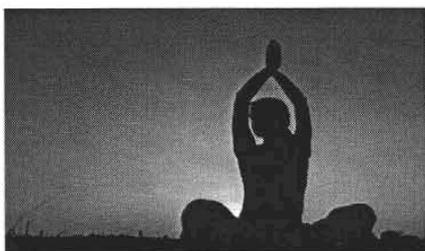


MASAJE No. 2

YOGA Y TAI CHI



YOGA No. 1



YOGA No. 1



TAI CHI No. 1

PLATICAS



NUTRICIÓN No. 1



NUTRICIÓN No. 2



NUTRICIÓN No. 3



ESTRÉS No. 1



ESTRÉS No. 2

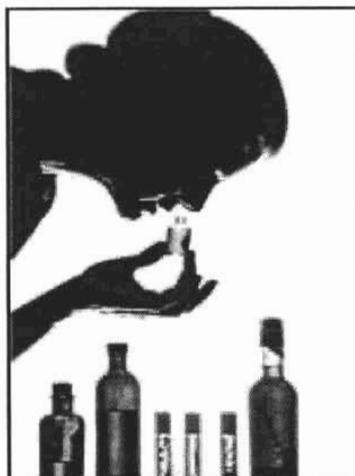


ESTRÉS No. 3

AROMATERAPIA Y MUSICOTERAPIA



AROMATERAPIA No. 1



AROMATERAPIA No. 2



MUSICOTERAPIA No. 1



MUSICOTERAPIA No. 2

ANEXO IV

ESTADÍSTICAS

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA SEGÚN SEXO, 1991-2004

Año	Total	Hombres	Mujeres
1991	31 229 048	21 630 013	9 599 035
1993	33 651 812	23 243 466	10 408 346
1995	36 195 641	24 347 607	11 848 034
1996	36 831 734	24 814 965	12 016 769
1997	38 584 394	25 394 098	13 190 296
1998	39 562 404	26 146 569	13 415 835
1999	39 648 333	26 295 840	13 352 493
2000	40 161 543	26 418 355	13 743 188
2001	40 072 856	26 415 550	13 657 306
2002	41 085 736	26 888 135	14 197 601
2003	41 515 672	27 277 029	14 238 643
2004	43 398 755	28 013 539	15 385 216

NOTA: Con el fin de ofrecer una serie anual amplia y comparable, este tabulado presenta información sólo del segundo trimestre de cada año. Los datos de los demás trimestres, incluyendo los más recientes, se pueden consultar en los productos disponibles de esta Encuesta (Estadísticas por proyecto).

FUENTE: INEGI-STPS. Encuesta Nacional de Empleo.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR ENTIDAD FEDERATIVA SEGÚN SEXO, 2004

Entidad federativa	Total	Hombres	Mujeres
Estados Unidos Mexicanos	43 398 755	28 013 539	15 385 216
Distrito Federal	3 993 242	2 409 621	1 583 621

NOTA: Con el fin de ofrecer información comparable con los demás tabulados de este tema, en éste sólo se presenta información del segundo trimestre. Los datos de los demás trimestres, incluyendo los más recientes, se pueden consultar en los productos disponibles de esta Encuesta (Estadísticas por proyecto).

FUENTE: INEGI-STPS. Encuesta Nacional de Empleo.

TASA DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA POR ENTIDAD FEDERATIVA SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD, 2004

Entidad federativa	Total					Hombres					Mujeres				
	Total	15 a 24 años	25 a 54 años	55 a 64 años	65 años y más	Total	15 a 24 años	25 a 54 años	55 a 64 años	65 años y más	Total	15 a 24 años	25 a 54 años	55 a 64 años	65 años y más
Estados Unidos Mexicanos	55.6	48.3	71.3	55.7	29.7	75.5	64.7	96.4	81.5	47.9	37.5	32.7	49.5	32.0	14.4
Distrito Federal	56.4	42.5	75.4	55.9	19.7	72.7	52.9	95.9	75.9	33.4	42.1	31.8	57.8	38.6	10.9

NOTA: Con el fin de ofrecer información comparable con los demás tabulados de este tema, en éste sólo se presenta información del segundo trimestre. Los datos de los demás trimestres, incluyendo los más recientes, se pueden consultar en los productos disponibles de esta Encuesta (Estadísticas por proyecto).

INGRESO PROMEDIO MENSUAL DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR POR SEXO DEL JEFE Y RANGOS DE SALARIOS MÍNIMOS EQUIVALENTES, 1992-2002

(Pesos corrientes)					
Sexo del jefe		1992 a	1996 b	2000 b	2002 b
Grandes rubros del gasto					
Total		359	613	1 471	1 622
Hasta 2 S.M.		97	211	418	498
Más de 2 y hasta 4 S.M.		213	473	931	1 022
Más de 4 y hasta 8 S.M.		395	910	1 691	1 902
Más de 8 y hasta 14 S.M.		748	1 779	3 115	3 551
Más de 14 S.M.		1 981	4 582	8 266	8 794
Mujer		418	621	1 400	1 593
Hasta 2 S.M.		141	273	529	621
Más de 2 y hasta 4 S.M.		278	564	1 099	1 144
Más de 4 y hasta 8 S.M.		475	1 014	1 945	2 132
Más de 8 y hasta 14 S.M.		871	2 292	3 408	4 014
Más de 14 S.M.		2 496	4 536	7 997	9 050

NOTA: Los hogares se clasificaron con el salario mínimo equivalente (S.M.), el cual representa el valor del salario necesario para obtener los mismos bienes y servicios a los que se tenía acceso con el salario del inicio del periodo, que en este caso es 1992.

La diferencia en el número de unidades (millones y miles de pesos) entre 1992 y los años posteriores se debe a la reforma en el tipo de cambio que creó el *nuevo peso*, vigente a partir del 1 de enero de 1993. La Nueva Ley Monetaria, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de junio de 1992, tuvo el efecto de quitar tres ceros a la moneda, haciendo que el nuevo peso equivaliera a mil pesos de 1992. El tipo de cambio peso/dólar en 1992 era de 3 165.40, pero con el nuevo peso fue de 3.1654. Esta medida tenía cuatro objetivos: facilitar las transacciones dinerarias; facilitar la comprensión de grandes cantidades de dinero; simplificar los cálculos aritméticos importantes nominados en moneda nacional y lograr un empleo más eficiente de los sistemas de cómputo y registro contable.

^a Cifras en millones de pesos.

^b Cifras en miles de pesos.

FUENTE: INEGI. *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, 1992*. Aguascalientes, Ags. 1993.

INEGI. *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, 1996*. Aguascalientes, Ags. 1998.

INEGI. *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, 2000*. Aguascalientes, Ags. 2001.

INEGI. *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, 2002*. Aguascalientes, Ags. 2003.

PORCENTAJE DE CASOS DE MORBILIDAD HOSPITALARIA POR ENTIDAD FEDERATIVA Y PRINCIPALES CAUSAS SEGÚN SEXO, 2001 Y 2002

Entidad federativa Principales causas de morbilidad	2001			2002		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Distrito Federal						
Embarazo, parto y puerperio	26.5	NA	40.5	22.8	NA	35.0
Traumatismos y envenenamientos	7.1	12.6	4.2	6.0	10.4	3.6
Enfermedades del sistema circulatorio	6.5	9.5	4.9	5.5	8.1	4.2
Factores que influyen en la salud y contacto con los servicios de salud	3.9	4.7	3.5	3.6	4.5	3.1
Ciertas afecciones originadas en el periodo perinatal	4.3	6.7	3.0	3.5	5.4	2.5

TASA DE MORBILIDAD DE LOS PRINCIPALES CASOS NUEVOS DE ENFERMEDADES, 2000 Y 2002

(Por 100 mil habitantes) Causa de casos nuevos de enfermedad	2000	2002
Infecciones respiratorias agudas	29 441.3	9 210.1
Infecciones intestinales por otros organismos y las mal definidas	5 206.5	1 364.6
Infección de vías urinarias	2 968.9	810.1
Amibiasis Intestinal	1 354.4	484.3
Úlceras, gastritis y duodenitis	1 285.6	423.4
Otitis media aguda	615.8	382.8
Ascariasis	349.5	171.4
Candidiasis urogenital	303.3	164.0
Intoxicación por picadura de alacrán	209.3	135.6
Desnutrición leve	230.3	118.1
Hipertensión arterial	402.4	117.9
Angina estreptocócica	229.4	115.4
Diabetes mellitus no insulino dependiente (Tipo II)	288.4	114.6
Mordeduras	136.4	108.6
Tricomoniasis urogenital	175.2	107.7

NOTA: Los casos nuevos de enfermedad son los de notificación obligatoria de acuerdo al Sistema de Vigilancia Epidemiológica.

FUENTE: SSA. *Boletín de Información Estadística. Daños a la salud. Volumen II. Núm. 20 y 22. México, D.F.*

POBLACIÓN TOTAL POR MUNICIPIO Y TAMAÑO DE LOCALIDAD, Y SU DISTRIBUCIÓN SEGÚN GRANDES GRUPOS DE EDAD Y SEXO (PARTE 1 Y 2)

Entidad Federativa, Municipio, Tamaño de Localidad	Población total			Distribución según grandes grupos de edad											
				0-14 Años			15-64 Años			65 y más años			No especificado		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
003 Coyoacán	640,423	300,429	339,994	144,619	72,971	71,648	445,025	206,319	238,706	41,711	16,645	25,066	9,068	4,494	4,574
500000 - 999999 habitantes	640,423	300,429	339,994	144,619	72,971	71,648	445,025	206,319	238,706	41,711	16,645	25,066	9,068	4,494	4,574

ANEXO V

ANÁLISIS FINANCIERO

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER

CATALOGO DE CUENTAS

1 ACTIVO

11 ACTIVO CIRCULANTE

1101 CAJA

1102 BANCOS

1102 001 SANTARDER SERFIN, S.A. DE C.V.

1103 IVA PAGADO

12 ACTIVO NO CIRCULANTE

1201 EQUIPO DE OFICINA

1201 001 ARCHIVEROS

1201 002 ESCRITORIOS Y SILLAS

1201 003 SUMADORAS Y CALCULADORAS

1202 EQUIPO DE COMPUTO

1202 001 COMPUTADORAS

1202 002 IMPRESORAS

1203 OTROS MUEBLES

1203 001 SAUNAS Y TEMAZCALES

1203 002 CAMAS PARA MASAJE

1204 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

1204 001 INVESTIGACIÓN

1204 002 ADMINISTRACIÓN

1205 GASTOS DE INSTALACIÓN

1205 001 ELECTRICIDAD

1205 002 DECORACIÓN

1205 002 001 MACETAS

1205 003 ADAPTACIONES

1205 001 001 REMODELACIÓN DEL BIEN INMUEBLE

1206 PROPAGANDO Y PUBLICIDAD

1206 001 RADIO

1206 002 TELEVISIÓN

1206 003 IMPRESOS

1207 PAPELERÍA Y ÚTILES

1208 RENTAS PAGADAS POR ANTICIPADO

1209 OTROS ACTIVOS

2 PASIVO

21 A CORTO PLAZO

2101 PROVEEDORES

2102 IMPUESTOS Y CUOTAS POR PAGAR

2102 001 INFONAVIT

2102 002 SAR

2102 003 IMSS

2103 ISR POR

PAGAR

2104 PTU POR

PAGAR

2105 IVA RETENIDO

2106	IVA POR PAGAR		
22	A CORTO PLAZO		
2201	PRESTAMOS BANCARIOS A LARGO PLAZO		
3	CAPITAL CONTABLE		
3101	CAPITAL SOCIAL		
4	INGRESOS		
4101	VENTAS		
4101 001	AL CONTADO		
4101 002	A CRÉDITO		
5	COSTOS Y GASTOS		
5101	COSTO DE VENTAS		
5102	GASTOS DE VENTAS		
5102 001	SUELDOS		
5102 002	DEPRECIACIÓN		
5102 003	LUZ		
5102 004	TELÉFONO		
5102 005	INFONAVIT		
5102 006	CUOTAS OBRERO PATRONAL IMSS		
5102 007	PAPELERÍA Y ÚTILES		
5102 008	PROPAGANDA Y PUBLICIDAD		
5102 009	RENTA		
		5102 009 001	RENTA DE INMUEBLE
5103	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
5103 001	SUELDOS		
5103 002	DEPRECIACIÓN		
5103 003	LUZ		
5103 004	TELÉFONO		
5103 005	INFONAVIT		
5103 006	CUOTAS OBRERO PATRONAL IMSS		
5103 007	RENTAS		
5103 008	ARTÍCULOS DE LIMPIEZA		
5103 009	OTROS GASTOS		
		5103 009 001	AGENDAS

CAPACIDAD MÁXIMA INSTALADA

SERVICIO	DURACIÓN	CAPACIDAD INSTALADA POR DÍA	PERSONAL POR SERVICIO	TOTAL DE SERVICIOS OFRECIDOS AL DÍA	CLIENTES POR SESIÓN	CLIENTES POR DÍA	PRECIO UNITARIO DEL SERVICIO	PRECIO TOTAL (CLIENTES POR DÍA * PRECIO UNITARIO)
Temazcal	1 hora	9 servicios	1	9	2	18	\$150.00	\$2700.00
Acupuntura	1 hora	9 servicios	1	9	1	9	\$150.00	\$1350.00
Platicas de nutrición y psicología	1 hora	9 servicios	1	9	15	135	\$50.00	\$6750.00
Yoga	1 hora	9 servicios	1	9	5	45	\$20.00	\$900.00
Tai Chi	1 hora	9 servicios	1	9	5	45	\$20.00	\$900.00
Masajes	2 horas	9 servicios	1	9	2	18	\$300.00	\$5400.00
Total		45 servicios	6 colaboradores			261	\$690.00	\$18000.00

DEMANDA DIARIA ESPERADA

SERVICIO	DEMANDA DIARIA APROXIMADA SERVICIOS	TOTAL DE CLIENTES AL DÍA	PORCENTAJE DE PAGO AL TRABAJADOR	PRECIO UNITARIO DEL SERVICIO
Temazcal	3	3	.40	\$150.00
Acupuntura	3	3	.40	\$150.00
Platicas de nutrición y psicología	2	14	.40	\$50.00
Yoga	2	10	.40	\$20.00
Tai Chi	2	10	.40	\$20.00
Masajes	3	3	.40	\$300.00
TOTAL	15	43		

DEMANDA DIARIA DE CLIENTES	DEMANDA SEMANAL (SEIS DIAS)	DEMANDA MENSUAL (24 DIAS)	DEMANDA ANUAL
43	258	1032	12384

GANANCIA POR SERVICIO DE ACUERDO A LA DEMANDA DIARIA ESPERADA

SERVICIOS	DEMANDA DIARIA APROXIMADA SESIONES	TOTAL DE CLIENTES AL DIA	PORCENTAJE DE PAGO AL TRABAJADOR	PRECIO UNITARIO DEL SERVICIO	PRECIO POR EL TOTAL DE SERVICIOS	PAGO A TRABAJADOR POR SERVICIO	GANANCIA POR SERVICIO	INGRESO DIARIO MENOS EL PAGO DEL TRABAJADOR
Temazcal	3	3	0.4	\$150.00	\$450.00	\$60.00	\$90.00	\$270.00
Acupuntura	3	3	0.4	\$150.00	\$450.00	\$60.00	\$90.00	\$270.00
Platicas de nutrición y psicología	2	14	0.4	\$50.00	\$700.00	\$20.00	\$30.00	\$420.00
Yoga	2	10	0.4	\$20.00	\$200.00	\$8.00	\$12.00	\$120.00
Tai Chi	2	10	0.4	\$20.00	\$200.00	\$8.00	\$12.00	\$120.00
Masajes	3	3	0.4	\$300.00	\$900.00	\$120.00	\$180.00	\$540.00
Total	15	43		\$690.00	\$2900.00	\$229.977	\$414.00	\$1740.00

TOTAL DE LAS GANANCIAS POR EL TOTAL DE LOS SERVICIOS	PRECIO UNITARIO DE LOS SERVICIOS	GANANCIA UNITARIA POR SERVICIO
\$ 1740.00	\$ 193.33	\$ 116.00

ELEMENTOS PARA LA PROYECCIÓN DE VENTAS

MUJERES ECONÓMICAMENTE ACTIVAS EN COYOACAN	DEMANDA ANUAL DEL CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER	GANANCIA UNITARIA POR SERVICIO	GANANCIAS ANUALES
196046.7	12348	\$ 116.00	\$ 1,436,544.00

FACTOR DE CRECIMIENTO DE ACUERDO AL INCREMENTO EN EL NÚMERO DE LAS MUJERES ECONÓMICAMENTE ACTIVAS DE MÉXICO POR AÑO	AÑOS	MUJERES ECONÓMICAMENTE ACTIVAS
1.01	1995	11848034.00
1.10	1996	12016769.00
1.02	1997	13190296.00
1.00	1998	13415835.00
1.03	1999	13352493.00
0.99	2000	13743188.00
1.04	2001	13657306.00
1.00	2002	14197601.00
1.08	2003	14238643.00
	2004	15385216.00

MUJERES ECONÓMICAMENTE ACTIVAS EN COYOACAN	DEL 100% QUE REPRESENTA LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE COYOACAN, TOMAREMOS COMO BASE EL 6.317% QUE REPRESENTA LA CANTIDAD DE LA DEMANDA ESPERADA ANUAL PARA LA PROYECCIÓN DE VENTAS DEL CMEM	DEMANDA ANUAL DEL CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER
196046.70		12348
100%		6.317%

PROYECCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO A LA DEMANDA ESPERADA PARA EL CMEM

FACTOR DE CRECIMIENTO	AÑOS	MUJERES ECONOMICAMENTE ACTIVAS	MUJERES ECONOMICAMENTE ACTIVAS EN COYOACAN, CON BASE EN LA DEMANDA ESPERADA DEL CMEM	VENTAS ANUALES	XY	X2
1.01	1995	11848034	9536.82	\$1,106,271.25	10550311045.34	90950957.29
1.10	1996	12016769	9672.64	\$1,122,026.33	10852957582.86	93559979.16
1.02	1997	13190296	10617.25	\$1,231,600.56	13076206285.33	112725916.25
1.00	1998	13415835	10798.79	\$1,252,659.52	13527205780.48	116613842.94
1.03	1999	13352493	10747.80	\$1,246,745.17	13399771668.41	115515273.00
0.99	2000	13743188	11062.28	\$1,283,225.03	14195400667.85	122374143.69
1.04	2001	13657306	10993.16	\$1,275,206.08	14018539201.06	120849475.87
1.00	2002	14197601	11428.05	\$1,325,654.35	15149650502.02	130600435.36
1.08	2003	14238643	11461.09	\$1,329,486.51	15237365413.26	131356598.39
	2004	15385216	12384.00	\$1,436,544.00	17790160896.00	153363456.00
Sumatorias						
					137797569042.61	1187910077.95
Promedios						
			10,870.18862	\$1,260,941.88		118,791,007.80

FORMULA

b=	$\frac{+XY-nXY}{+X2-nX2}$	$\frac{730808387.12}{6300072.30} =$	116.00
a=	Y-bX	Y= 1260941.87955 - 1260941.87955 =	0.00000

VENTAS ANUALES

PROYECCIONES

AÑO 2005			
$y=a+bx$		a	0.00000
		b	116.00
		x	13381.22706
Y=			1552222.338
VENTAS ANUALES PARA 2005			\$1,552,222.338

AÑO 2006			
$y=a+bx$		a	0.00000
		b	116.00
		x	14458.75626
Y=			1677215.726
VENTAS ANUALES PARA 2006			\$1,677,215.726

AÑO 2007			
$y=a+bx$		a	0.00000
		b	116.00
		x	15623.05398
Y=			1812274.261
VENTAS ANUALES PARA 2007			\$1,812,274.261

AÑO 2008			
$y=a+bx$		a	0.00000
		b	116.00
		x	16881.10728
Y=			1958208.444
VENTAS ANUALES PARA 2008			\$1,958,208.444

AÑO 2009			
y=a+ bx		a	0.00000
		b	116.00
		x	18240.46588
Y=			2115894.042
VENTAS ANUALES PARA 2009			\$2, 115,894.042

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Inversión inicial \$100,766.00

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACIÓN
0	-\$ 100,766.00	-\$ 100,766.00	0.07
1	\$ 1,552,222.34	\$ 1,451,456.34	
2	\$ 1,677,215.73		
3	\$ 1,812,274.26		
4	\$ 1,958,208.44		
5	\$ 2,115,894.04		

RESULTADO

Tiempo **0.07**

El periodo de recuperación de la inversión de un mes ,tomando como base la demanda esperada al inicio de las operaciones del CMEM

VPN DE LA INVERSIÓN

TASA DE DESCUENTO	12%	
FNE	AÑO	FLUJO DE EFECTIVO
	0	-\$ 100,766.00
	1	\$ 1,552,222.34
	2	\$ 1,677,215.73
	3	\$ 1,812,274.26
	4	\$ 1,958,208.44
5	\$ 2,115,894.04	

TASA INTERNA DE RETORNO DE LA INVERSIÓN

OPCION	TASAS	VPN
1.	12%	6357245.90
2.	1548	30.98
3.	1549	-34.44
4.	1548.4734%	0

La TIR en la opción 4, ya que con la tasa al 1548.4734% el Valor Presente Neto da 0

ESTADO DE RESULTADOS

CENTRO DE MANEJO DEL ESTRÉS PARA LA MUJER ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	\$199,520.00
COSTO DEL SERVICIO	\$ 32,746.00
UTILIDAD BRUTA	\$166,774.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 20,856.00
GASTOS DE VENTA	\$ 3,200.00
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN ANTES DE IMPUESTOS	<u>\$142,718.00</u>

ANEXO VI

FORMATO PARA LA EVALUACIÓN POSTVENTA Y SEGUIMIENTO DEL CLIENTE

- Evalúa la satisfacción de los clientes, antes y después de haber recibido el servicio solicitado en el Centro de manejo del estrés para la mujer.
- Tiene el propósito de hacernos ver lo que no gusta a los clientes, en que no están de acuerdo, etc. Y de esta forma poder ajustarnos a sus gustos y preferencias, así como también nos da la oportunidad de atenderlas personalmente, pues se le llamará para avisarle de eventos, nuevos cursos, premios, etc.

Procedimiento:

- El formato será entregado directamente al cliente por los encargados de prestar los servicios al terminar la sesión.
- La recepcionista también se hará cargo de su entrega, preguntando a los clientes si ya la han recibido y llenado.
- Todos los formatos deberán ser entregados al administrador
- El administrador se encargará de capturar, hacer una base de datos, estudiar los formatos e implementar las mejoras, según sea el caso.

EVALUACIÓN POSTVENTA

Instrucciones

Por favor conteste las siguientes preguntas de acuerdo a como usted se haya sentido antes y después de haber recibido el servicio que solicito.

Nombre _____

Edad _____ Teléfono _____

1. ¿Cómo se entero de nosotros?
2. ¿Recibió la suficiente información de forma clara y amable en nuestro centro?
3. ¿Qué servicio pago?
4. ¿Por qué se intereso en el servicio que solicito?
5. ¿Fue tratada con amabilidad durante y después de haber recibido el servicio?
6. ¿Qué fue lo que más le gusto del servicio?
7. ¿Esta inscrito a alguna promoción, Cuál?
8. ¿Qué aspectos del centro le gustaría que se mejoraran?
9. ¿Qué otros servicios le gustaría encontrar en el centro?

Agradeciendo su tiempo y atención:

Centro de Manejo del estrés para la mujer

CARTELES INFORMATIVOS PARA LA RECEPCIÓN

Tener información en la entrada (junto a la recepción), a la vista de los clientes.

La información se pondrá en carteles informativos así como también imágenes alusivas al tema. En ellos se explicaran las definiciones necesarias del estrés, las causas síntomas, las consecuencias (haciendo hincapié en la separación del estrés en físico y psicológico), sugerencias de actividades a desarrollar y la importancia del estrés y la mujer.

Procedimiento:

La recepcionista se ofrecerá a explicar un poco más a fondo los carteles, con la finalidad de dejarles clara la información y dar una introducción a los servicios que ofrece el Centro de manejo del estrés para la mujer.

Estructura de la información en los carteles	
Cartel informativo no. 1 <ul style="list-style-type: none">▪ Definición del estrés.▪ Causas que le dan origen.	Cartel informativo no. 2 <ul style="list-style-type: none">▪ Síntomas más comunes.▪ Consecuencias físicas y psicológicas del estrés.
Cartel informativo no. 3 <ul style="list-style-type: none">▪ Importancia de atender el estrés.▪ Sugerencias de actividades para cada tipo de estrés.	Cartel informativo no. 4 <ul style="list-style-type: none">▪ Importancia de la salud de la mujer en la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

- LAMB, Charles, Joseph F. Hair et al. Marketing, trad. Adolfo Deras Quiñones, Erique Palos Báez y Manuel Ortiz Staines, 6ª. Ed. Thomson, México, 2002.
- **Fuente:** Ana María Rédua Giamarino (Gerente de Recursos Humanos de Cosméticos Avon y Expresidente de AAPSA - Asociación de los Administradores de Personal)
http://www.mujeresdeempresa.com/linea_natural/sociedad/sociedad010601.shtml
- VELASQUEZ, Nora, Mujer Integral, El Gran Acontecimiento De Hoy, Vol. I, Editorial Trillas, México 1995.
- KOOSER, Amanda C. "Campos fértiles para 2005", Entrepreneur, impresiones aèress, USA, Volumen 12, número 12.
- GALLÁSTEGUI, Juan Manuel, "En dónde estamos". Entrepreneur. Volumen 13, numero 01. Enero 2005.
- Socio director de la consultaría de Gallástegui-Amella Franquicias. Ex presidente de la AMF y de la Federación Iberoamericana de Franquicias y autor de varios libros sobre el tema.
- WHEATLEY, David. Estrés y el corazón, interacciones entre el sistema cardiovascular, el comportamiento y las drogas psicotrópicas, Editorial CECSA, México, 1990.
- DOMÍNGUEZ T, Benjamín, Pablo Valderrama I, et al. Manual para el taller teórico-practico de manejo del estrés, Editorial Plaza y Valdés, México, 2002.
- WITKIN, Georgia. El estrés de la mujer como reconocerlo y superarlo. Editorial Grijalbo, Barcelona 1985
- <http://www.emprendedoras.com/article429.html>
- HANSON, Peterg. El estrés para el éxito. Editorial SITESA, México, 1991.
- http://www.mujeresdeempresa.com/linea_natural/sociedad/sociedad010601.shtml
- FUENTE: **INEGI-STPS**. *Encuesta Nacional de Empleo*.
- M. Michal © 1992 Ediciones Roche F. Hoffman-La Roche SA, Bale, Suize.
- NARESH, Malhotra K. Investigación de mercados, Un enfoque aplicado. 4ª. Edición, Pentice Hall, México, 2004.
- HAMILTON, Jack. ¿Qué es la investigación de mercados? Asomar, México 1990
- ROJAS, Soriano Raúl. guía para realizar Investigaciones sociales, Editorial Plaza y Valdez, México, 2001.
- Section on Survey Research Methods. American Statistical Association.
- <http://aromaterapia.entornomedico.org>
- Instituto Nacional de la Nutrición "Guías de alimentación"
- INSTITUTO MEXICANO DE YOGA. AC.
- <http://www.natura.com.mx/articulos/tai-chi.html>

- Dr. Orlando Méndez B. www.fundacionvive.org
- El Instituto de Musicoterapia y Terapias Centradas en la Música de la Ciudad de México.
<http://www.musicoterapia.com.mx>
- <http://www.mundomaya.com.mx/temazcal/index.htm>
- BALDERAS Luis Manuel, Pido la esquina!. Entrepreneur. Volumen 12 número 09. pág. 52-54
- BALDERAS, Luis Manuel. "Para elegir local" Entrepreneur. Volumen 13 Numero 01. pág 88- 91
- "Para elegir local" Entrepreneur. Volumen 13 Numero 01. pág 88- 91
- MORALES, Castro José y Castro Arturo Morales . Proyectos de inversión en la práctica, Editorial Gasca, México, 2003.