

**Capítulo IV**  
**"RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN"**

---

## IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Como ya se había comentado anteriormente, en este capítulo se presentarán los resultados obtenidos del instrumento de medición los cuales ayudarán a la elaboración del plan de negocios y así cumplir con los objetivos planteados en esta investigación.

El instrumento final de medición (**Anexo 1**) se aplicó a 350 personas incluyendo las 30 personas del cuestionario piloto (**Anexo 2**), y fue aplicado a personal administrativo de Adams, Volkswagen, y en los centros comerciales: Plaza Dorada y Galería Las Animas, así como a estudiantes de la Universidad de las Américas. La información obtenida de dicho instrumento fue codificada y capturada en el paquete Excel a través de distribuciones de frecuencias para obtener los siguientes resultados.

### **4.1 Preguntas para identificar el conocimiento hacia el negocio**

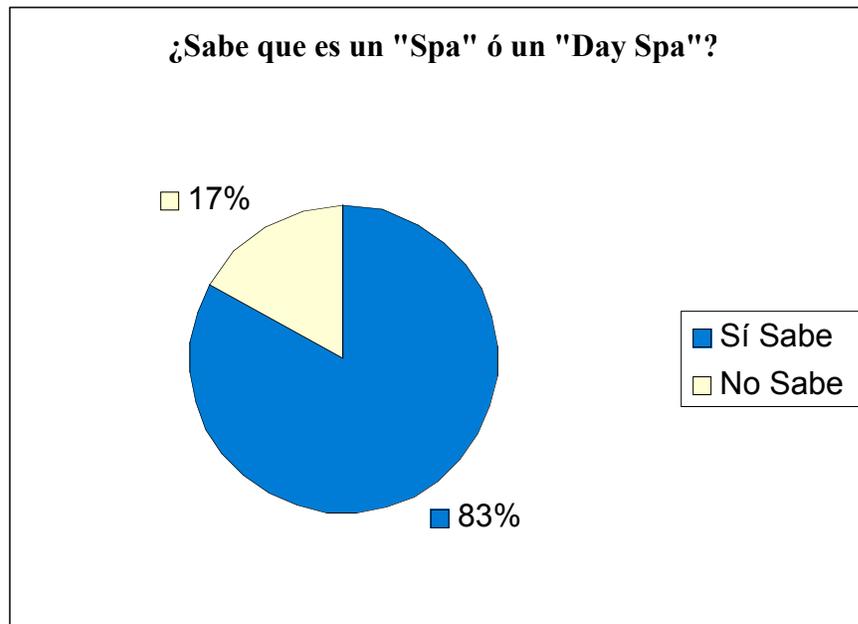
#### **Pregunta 1 ¿Sabe que es un Day Spa o un Spa?**

Esta pregunta fue elaborada con el propósito de identificar si las personas conocen lo que es un Day Spa o Spa y tomar en cuenta los resultados obtenidos para de esta manera determinar si es necesario informarlos, a través de la promoción y publicidad que se determine en plan de marketing.

La razón por la que no se preguntó por un Day Spa separado de lo que es un Spa es porque en las encuestas piloto se identificó que la gente no conoce la diferencia entre un Day Spa y un Spa a pesar de que conocen los servicios que se ofrecen en ambos lugares.

De las 350 encuestas que se aplicaron, 291 personas sí sabían que era un Day Spa o Spa y 59 no sabían que era, en la **gráfica 4.1** se puede observar en porcentaje los resultados obtenidos de esta pregunta.

**Gráfica 4.1** *¿Sabe que es un Day Spa o un Spa?*



Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la gráfica anterior la mayoría de las personas encuestadas sí sabían que era un Day Spa o un Spa por lo que una estrategia informativa en el plan de

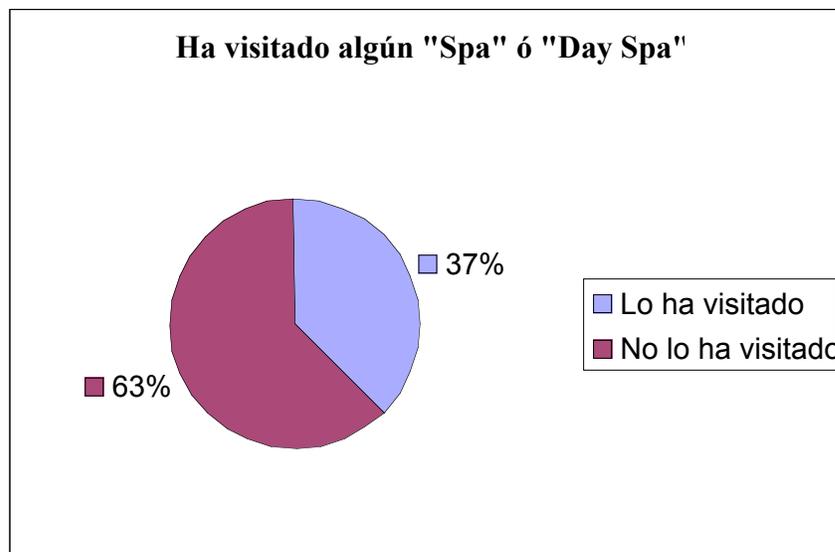
marketing no sería necesaria, aunque podría señalarse la diferencia entre un Day Spa y un Spa.

### **Pregunta 2 ¿Ha visitado algún Day Spa o un Spa?**

El objetivo de esta pregunta era identificar cuantas de las personas que saben lo que es un Day Spa o Spa han visitado alguno, los resultados obtenidos de esta pregunta fueron que 131 personas si han visitado algún Day Spa o Spa y 259 no lo han visitado, como se muestra en la gráfica 4.2.

Estos resultados son importantes porque ayudan a identificar el porcentaje de personas que estarían dispuestas a asistir al Day Spa debido a que conocen los servicios que se ofrecen y porque ya han visitado alguno.

**Gráfica 4.2** ¿Ha visitado algún Day Spa o Spa?

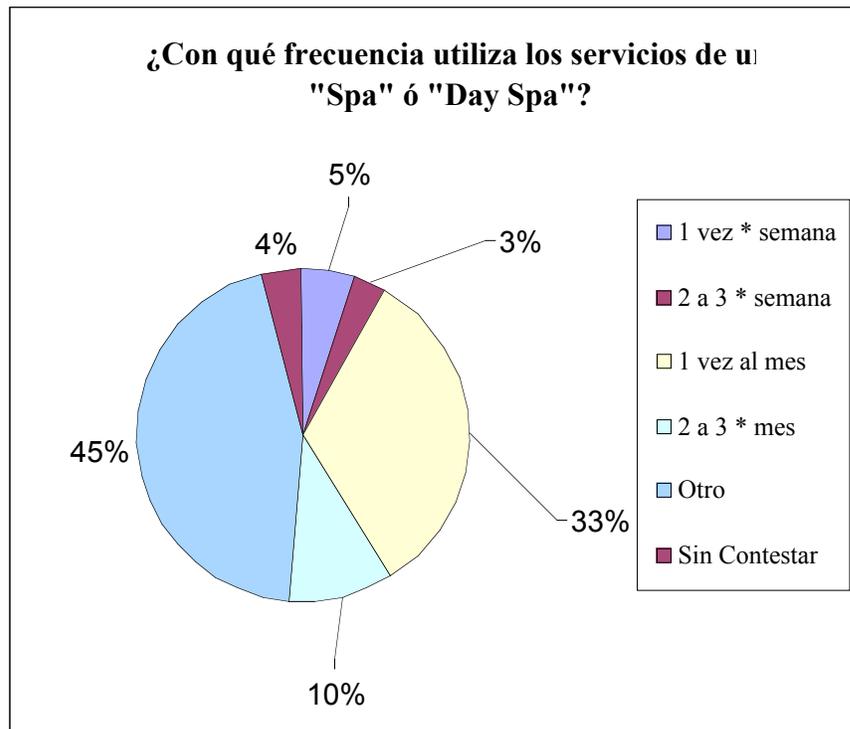


Fuente: Elaboración propia

**Pregunta 3**    **¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de un Day Spa o Spa**

Esta pregunta fue dirigida únicamente a las personas que en la pregunta anterior respondieron, “que sí habían visitado” algún Day Spa o Spa. Los resultados obtenidos se muestran en la **gráfica 4.3**, en donde podemos observar que el 45% de las personas encuestadas tuvieron otra frecuencia de uso diferentes a las propuestas en el anexo 1, señalando como principales frecuencias: Cada año, cada 3 meses y cada 6 meses, 2 veces al año y cada 2 meses. El 33% ha visitado algún Day Spa o Spa 1 vez al mes y el 10% de 2 a 3 veces por mes, etc.

**Gráfica 4.3**    *¿Con que frecuencia utiliza los servicios de un Spa o Day Spa?*

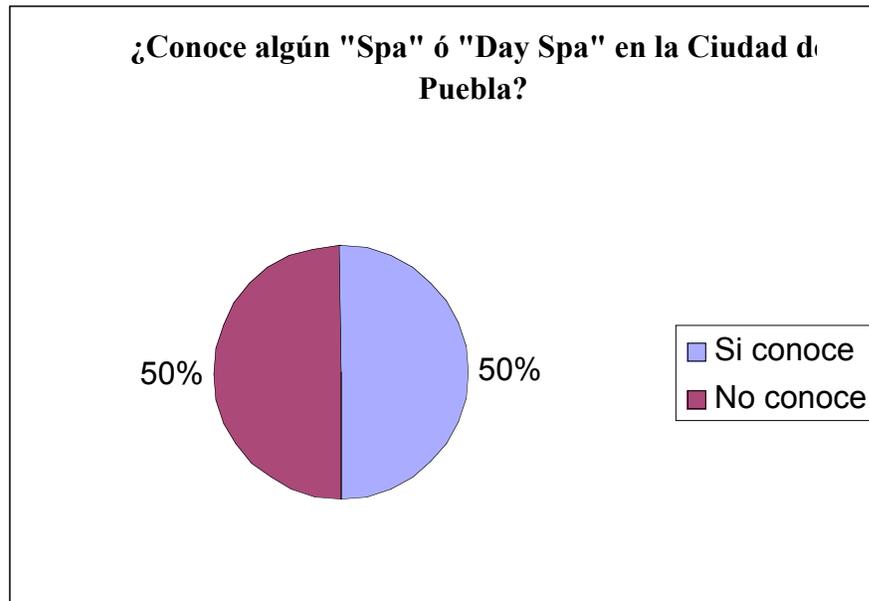


Fuente: Elaboración propia

#### 4.2 Preguntas para identificar y evaluar a la competencia

##### **Pregunta 4 ¿Conoce algún Day Spa o Spa en la Ciudad de Puebla?**

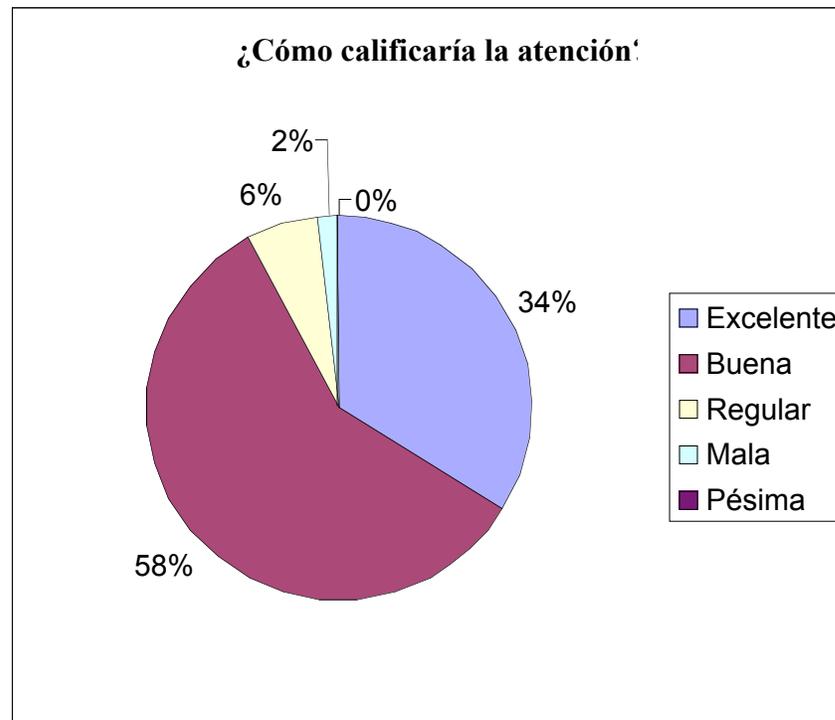
Esta pregunta se aplicó a las personas que respondieron afirmativamente a la pregunta 2, de las cuales 65 personas respondieron que si conocían algún Day Spa en la Ciudad de Puebla. y 66 no conocían ninguno. Esta pregunta se elaboró con el fin de conocer la competencia que existe en Puebla pudiendo identificar los siguientes competidores: Visage Day Spa; Piel, Alma y Cuerpo; Skin Care Center y el área de Spa del Hotel Fiesta Americana. Es importante mencionar que en Puebla solo existen Day Spas.

**Gráfica 4.4** *¿Conoce algún Spa o Day Spa en la ciudad de Puebla?*

Fuente: Elaboración propia.

Las preguntas siguientes se realizaron con el fin de evaluar a la competencia obteniendo los siguientes resultados. De las 65 personas que sí conocían algún Day Spa o Spa en Puebla, la mayoría calificaron a la competencia como Day Spas o Spas con buena atención, buenas instalaciones, a precios accesibles y de buena ubicación para ellas, como se muestra en las gráficas **4.6**, **4.7** y **4.8**. Por lo que estos resultados podrán ayudar a elaborar una estrategia que lleve a mejorar a la competencia.

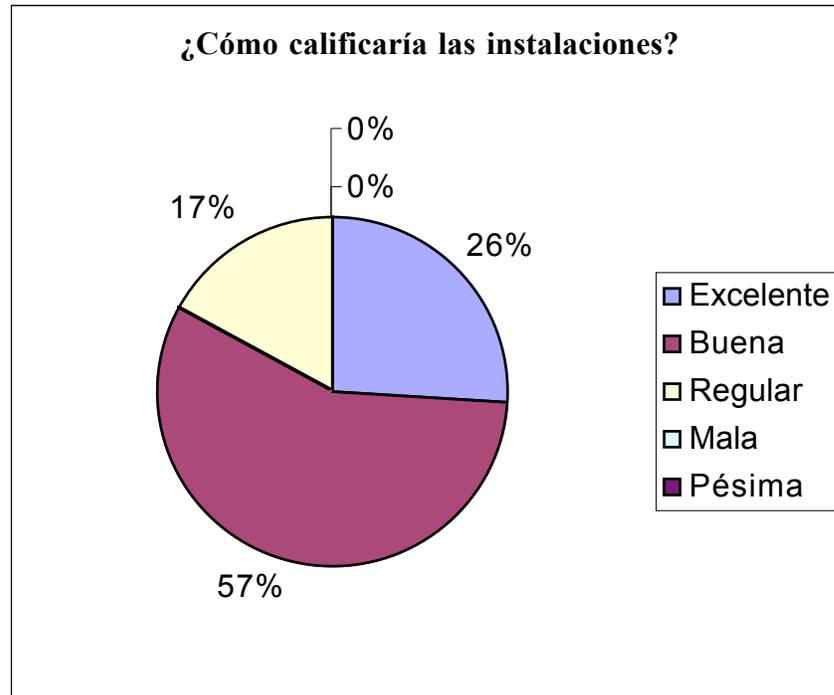
**Gráfica 4.5** *¿Cómo calificaría la atención que recibe en el Day Spa de la Cd. De Puebla que usted conoce?*



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la gráfica anterior el 58% de las personas consideran que la atención que reciben en el Day Spa o Spa que conocen es buena, sin embargo sólo el 34 % lo considera excelente por lo que este resultado sería un punto de mejora a considerar dentro del plan de marketing para el Day Spa que se pretende crear.

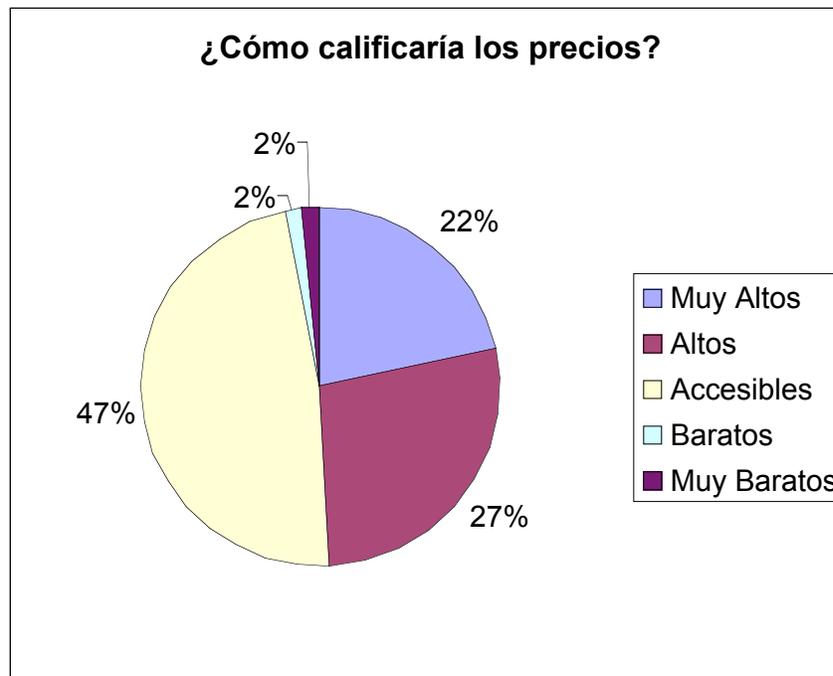
**Gráfica 4.6** *¿Cómo calificaría las instalaciones del Day Spa de la Cd. De Puebla que usted conoce?*



Fuente: Elaboración propia

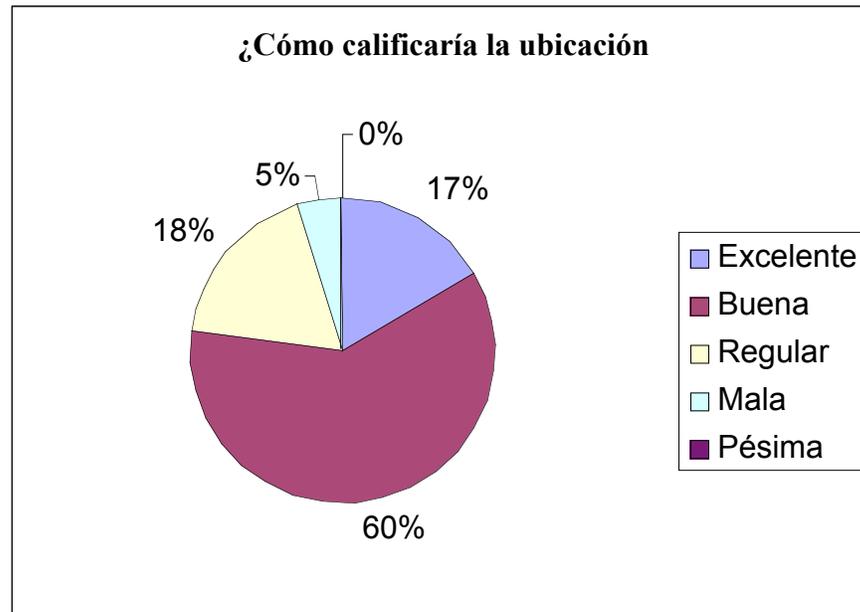
Esta pregunta fue elaborada para conocer la percepción de la gente respecto a las instalaciones de la competencia y como se observa en la gráfica 4.6 el 57% considera que las instalaciones del Day Spa que conoce son buenas, el 17% que son regulares y sólo el 26% considera que las instalaciones son excelentes.

**Gráfica 4.7** *¿Cómo calificaría los precios que tiene el Day Spa o Spa de la Cd de Puebla que usted conoce?*



Fuente: Elaboración propia

Conocer la percepción de la gente hacia los precios que tiene la competencia es otro aspecto que hay que tomar en cuenta para elaborar el plan de marketing y determinar los precios que tendrá el Day Spa que se pretende crear. Como se muestra en la gráfica 4.7 el 47% de las personas que sí conoce un Day Spa en Puebla consideran que sus precios son accesibles, el 27% como altos y sólo el 22% considera que son muy altos. Esto muestra que a pesar de que los precios que tiene la competencia son altos las personas los perciben como accesibles.

**Gráfica 4.8** *¿Cómo calificaría la ubicación del Day Spa que usted conoce?*

Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta fue elaborada con el propósito de identificar como perciben la ubicación que tiene el Day Spa que conocen, 39 de las 65 personas que contestaron consideran que la ubicación del Day Spa que conocen es buena, 12 mencionaron que es regular y 11 que es excelente.

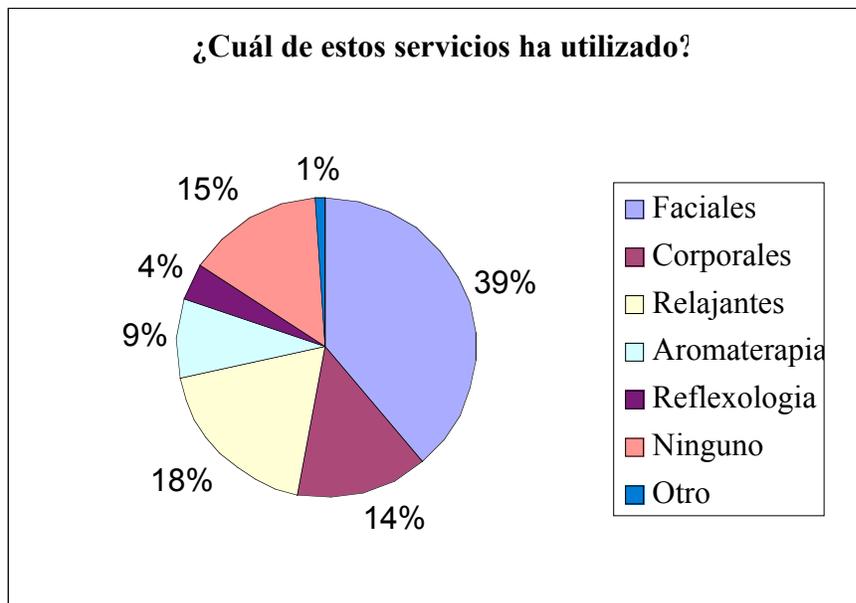
### 4.3 Preguntas para identificar la demanda y la ubicación

#### Pregunta 9

**Enumere de acuerdo al orden de uso de los siguientes servicios (donde 1 es el más utilizado y 6 el menos utilizado) ¿Cuál de estos servicios ha utilizado?**

Esta pregunta se hizo para tratar de identificar los servicios a los que más asiste la gente en lugares que no son precisamente Day Spas, pero que sin embargo ofrecen servicios similares a los que ofrece un Day Spa, como por ejemplo clínicas de belleza o dermatológicas, etc.

**Gráfica 4.9** *¿Cuál de estos servicios ha utilizado?*

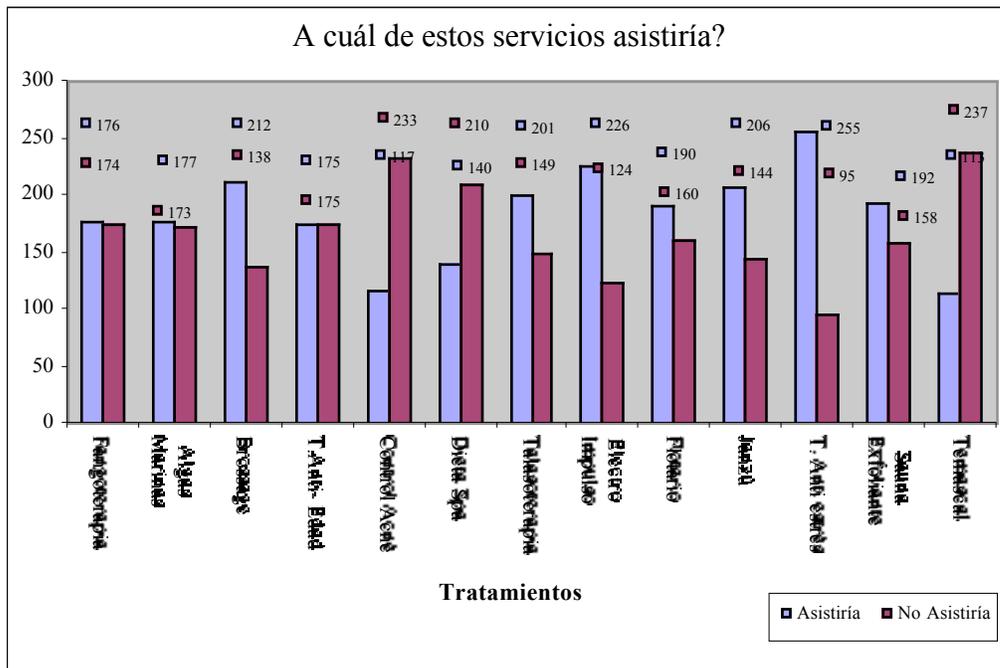


Fuente: Elaboración propia

**Pregunta 10** Si existiera un lugar que le proporcione alguno de estos servicios, indique con una “X” a cuál de estos asistiría y deje sin contestar los servicios a los que no asistiría o le parezcan irrelevantes.

Con esta pregunta se trató de identificar la aceptación que tendrían los servicios del Day Spa que se pretende crear con el fin de seleccionar los servicios que le interesa a la gente y proponer paquetes con los tratamientos que más le interesan a la misma, así como eliminar los que no tendrían aceptación. Los principales servicios que les interesaron a los 350 encuestados como se puede observar en la **gráfica 4.10** son los tratamientos relacionados a combatir el estrés, con 255 personas interesadas en asistir a este tipo de servicios, 206 en asistir a Jazuzú, 201 a talasoterapia, así como los tratamientos para mejorar la belleza del cuerpo, como son electro impulso con 226 personas interesadas, 212 a brossage y 192 a sauna exfoliante.

**Gráfica 4.10** ¿A cuál de estos servicios asistiría?

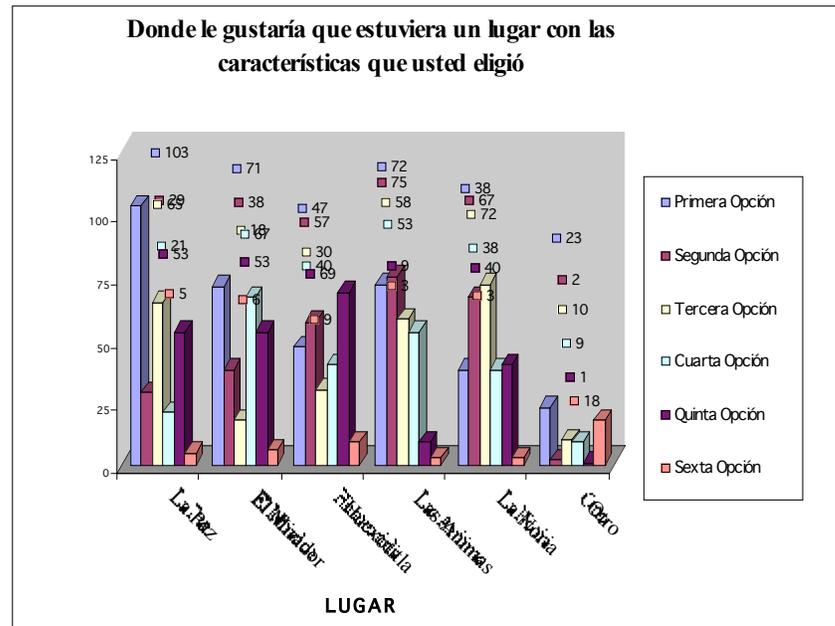


Fuente: Elaboración propia

**Pregunta 11 Indique en orden de importancia para usted (donde 1 es el más importante y 6 el menos importante) Si existiera un lugar con los servicios que usted eligió ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado?**

El objetivo de esta pregunta fue de conocer las preferencias de la gente, ya sea por cercanía, conveniencia, etc.; y así poder elegir un lugar adecuado que pueda satisfacer las necesidades de los mismos. Como se muestra en la siguiente gráfica (4.11) la colonia seleccionada como mejor ubicación para el Day Spa que se pretende crear es la Paz.

**Gráfica 4.11** ¿Donde le gustaría que estuviera ubicado un lugar con las características que usted eligió?



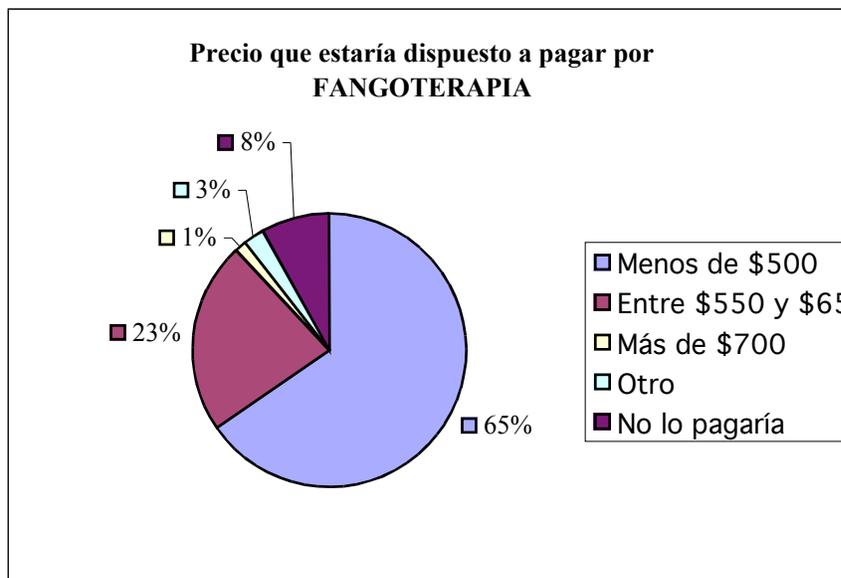
Elaboración: Fuente propia

#### 4.4 Preguntas para determinar los precios de los servicios

Las siguientes preguntas fueron para identificar los precios que la gente estaría dispuesta a pagar por los siguientes servicios los cuáles son servicios innovadores ya que no se proporcionan en los Day Spas que existen en Puebla.

Las opciones propuestas para estas preguntas fueron elaboradas en base al precio que tienen los Spas que proporcionan estos servicios en otras ciudades de México, uno de ellos es Hostería las Quintas en Cuernavaca, Morelos.

**Gráfica 4.12** Precio que estaría dispuesto a pagar por una sesión de Fangoterapia

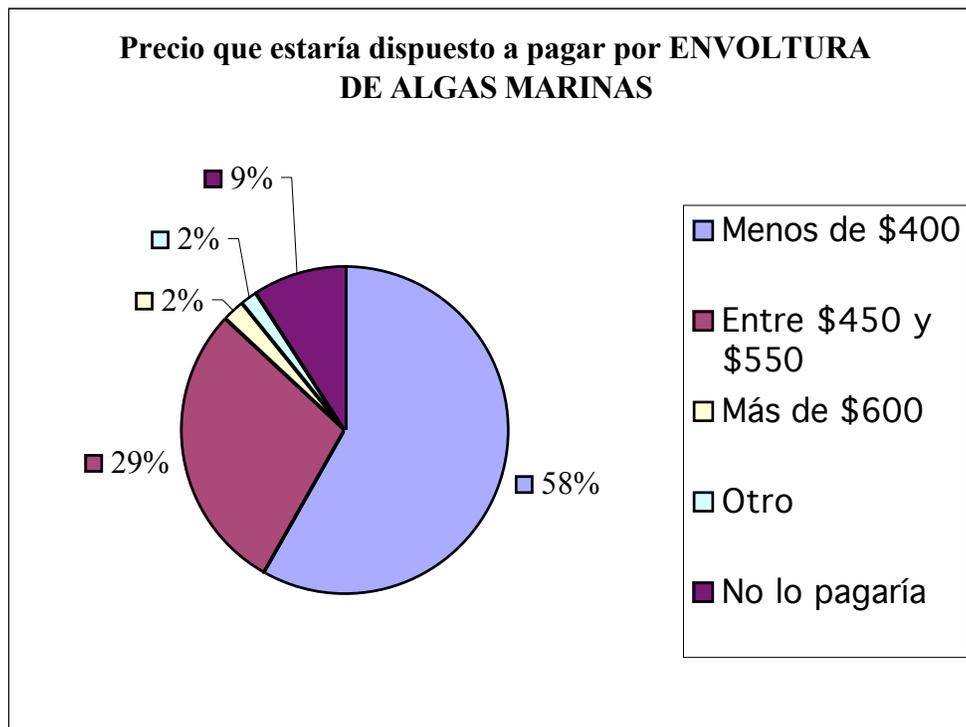


Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la gráfica anterior (4.12), el 65 % de las personas pagarían menos de \$500 por un tratamiento de fangoterapia, este precio está por debajo del

rango que manejan los spas que cuentan con este servicio el cual varia de \$550 pesos a \$650 por sesión y sólo el 23% pagaría esa cantidad.

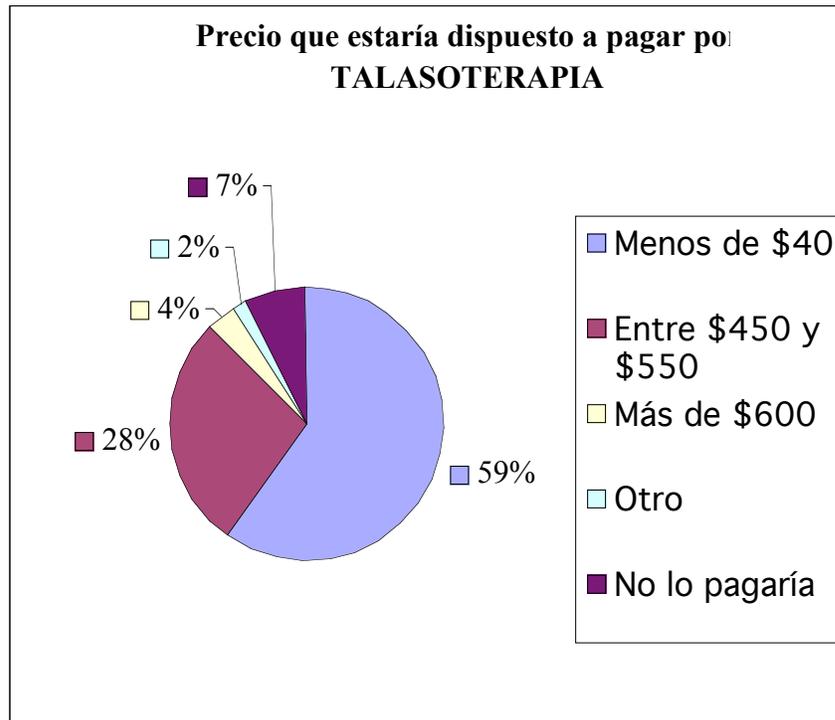
**Gráfica 4.13** "Precio que estaría dispuesto a pagar por un sesión de Envoltura de algas marinas"



Fuente: Elaboración propia

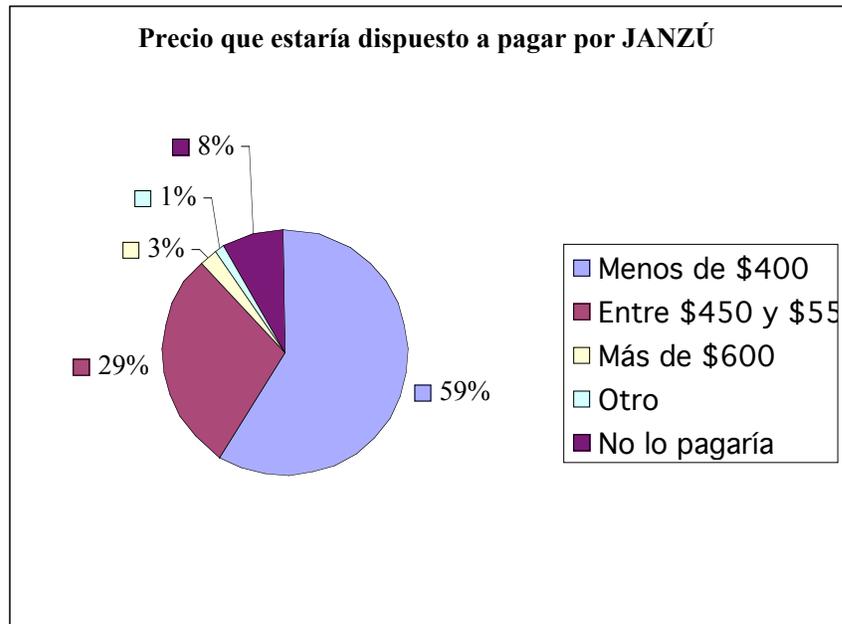
En el caso del tratamiento de envoltura de algas marinas, el 58% pagaría menos de \$400 por ese servicio, el cual también esta por debajo del rango que manejan los spas que cuentan con este servicio.

**Gráfica 4.14** "Precio que estaría dispuesto a pagar por una sesión de Talasoterapia"



Fuente: Elaboración propia

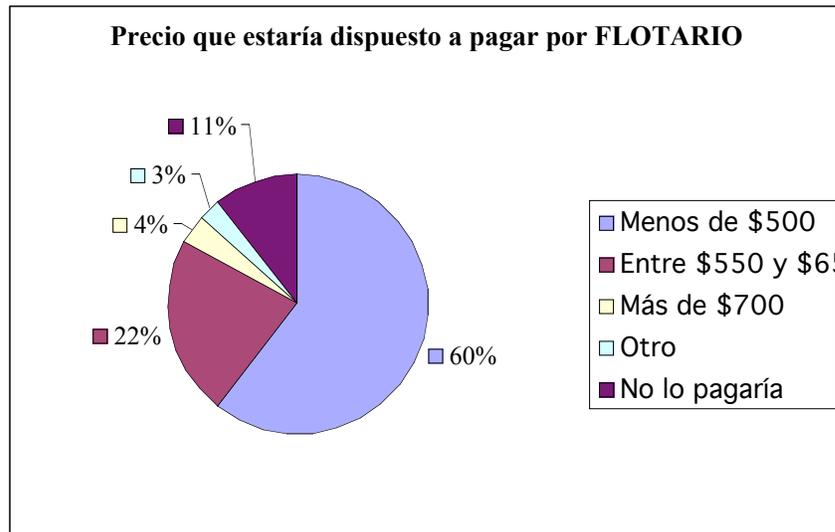
De las 350 personas encuestadas, 208 pagarían menos de \$400 por una sesión de talasoterapia, 98 pagarían entre \$450 y \$550 y 25 no asistirían a este servicio.

**Gráfica 4.15** "Precio que estaría dispuesto a pagar por una sesión de Janzú"

Fuente: Elaboración propia

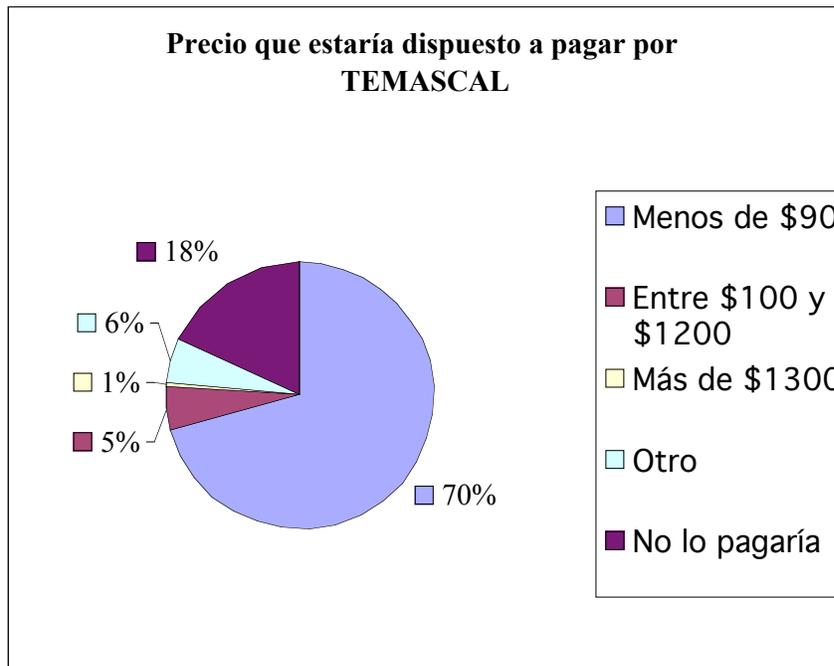
El 59 % de las personas encuestadas pagarían menos de \$400 por una sesión de Janzú y el 29% entre \$450 y \$550, sólo el 8% no asistiría a este servicio.

**Gráfica 4.16** "Precio que estaría dispuesto a pagar por una sesión de Flotario"



Fuente: Elaboración propia

**Gráfica 4.17** "Precio que estaría dispuesto a pagar por un sesión de Temascal"



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la gráfica anterior (**4.17**) el 70% de las personas pagarían menos de \$900 por una sesión de temascal, sólo el 5 % estaría dispuesto a pagar entre \$1000 y \$12000, que es el rango de precios que manejan los spas que cuentan con este servicio, y el 18% no asistiría a un servicio. E

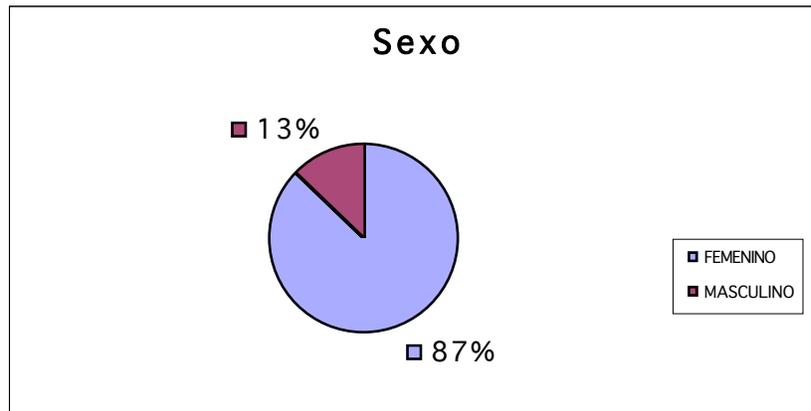
Estos resultados junto con los obtenidos en la gráfica **4.10**, en donde 237 personas contestaron que no asistirían a un servicio como este, muestran que a la mayoría de las personas no les interesa asistir a un Day Spa para recibir un servicio de temascal o bien no estarían dispuestos a pagar los precios que manejan los spas por una sesión de temascal.

Una de las principales razones comentadas por los encuestados es que hay lugares en los municipios de Puebla en donde pueden recibir una buena sesión de temascal hasta por \$300 o menos.

#### **4.5 Datos de Clasificación**

Las siguientes preguntas fueron realizadas para obtener datos para clasificar a los encuestados como son: sexo, edad, si son económicamente activos(as) y el rango de ingresos que reciben las personas encuestadas.

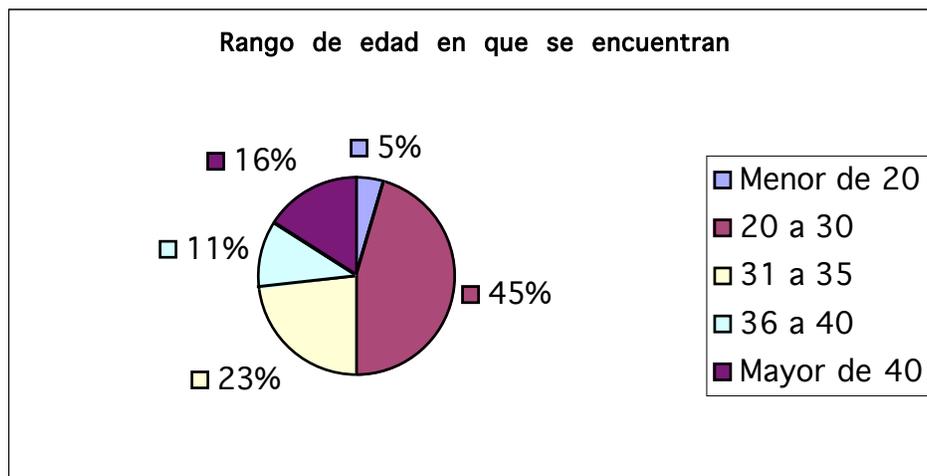
**Gráfica 4.18** "Sexo"



Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la gráfica **4.18** el 87 % de las personas que se encuestaron fueron mujeres y sólo el 13% fueron hombres, esto se debe a que en los lugares donde se realizaron las encuestas, se encontraron más mujeres que hombres, además de que las mujeres son las que más asisten a este tipo de servicios.

**Gráfica 4.19** "Rango de edad en que se encuentra"



Fuente: Elaboración propia

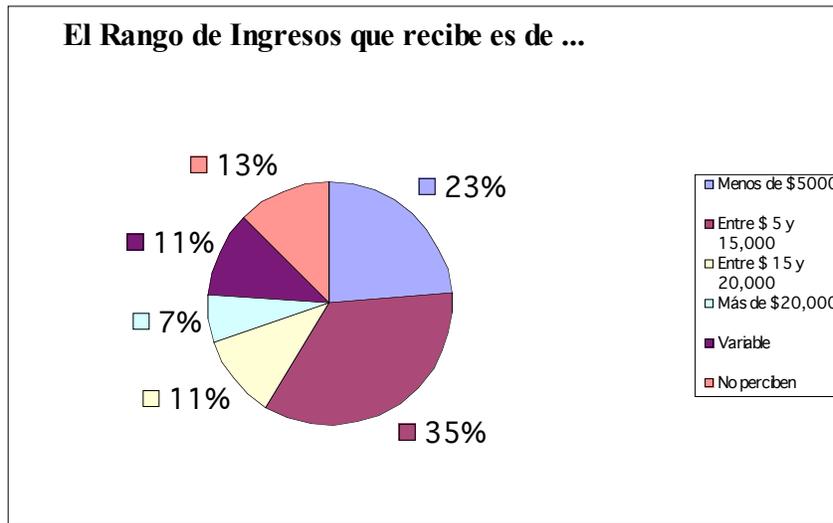
En la gráfica **4.19** se muestran los rangos de edad en que se encuentran las personas encuestadas, donde el 45% de éstas se encuentran entre 20 a 30 años, el 23% entre 31 a 35 años y el 16% son mayores de 40 años.

**Gráfica 4.20** "Es económicamente activa(o)"



Fuente: Elaboración propia

El 73% de las personas encuestadas son económicamente activas y sólo el 27% no tienen actividad económica.

**Gráfica 4.21** "Rango de ingresos que recibe"

Fuente: Elaboración propia

De las 350 personas encuestadas el 35% recibe un ingreso neto mensual entre \$5,000 y \$15,000, el 23% menos de \$5,000, el 11% entre \$15,000 y \$20,000, el 7% más de \$20,000 y sólo el 13% no perciben ingresos.

Si se toma en cuenta las personas que reciben más de \$5,000, entonces el 53% de las personas encuestadas sí podrían pagar los servicios que se ofrecen en un Day Spa.