



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE PUEBLA**

**FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE
POSGRADO**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA
“THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA**

TESIS

Para Obtener el Grado de
Maestro en Administración

PRESENTAN:

**RAFAEL ALBERTO CAMPOS MORALES
JUAN PABLO VILLANUEVA GÓMEZ**

DIRECTOR:

MTRO. DANIEL GONZÁLEZ OLIVARES

Puebla, Pue. Noviembre, 2016

M.A. JOSÉ FRANCISCO TENORIO MARTÍNEZ
Director de la Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto el que suscribe en mi calidad de **Director** de la tesis denominada: “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA**”, elaborada por los alumnos de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

RAFAEL ALBERTO CAMPOS MORALES
JUAN PABLO VILLANUEVA GÓMEZ

Informo a usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Sin otro particular, quedo de usted.

ATENTAMENTE
H. Puebla de Z., a 31 de agosto de 2016

M.A. DANIEL GONZÁLEZ OLIVARES



M.A. JOSÉ FRANCISCO TENORIO MARTÍNEZ
Director de la Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto el que suscribe en mi calidad de **Asesor** de la tesis denominada: “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA**”, elaborada por los alumnos de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

RAFAEL ALBERTO CAMPOS MORALES
JUAN PABLO VILLANUEVA GÓMEZ

Informo a usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Sin otro particular, quedo de usted.

ATENTAMENTE
H. Puebla de Z., a 26 de octubre de 2016

DR. JOEL CRUZ CALDERÓN



M.A. JOSÉ FRANCISCO TENORIO MARTÍNEZ
Director de la Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Presente

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de **Asesora Metodológica** de la tesis denominada: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA "THE YOGA LAB" EN LA CIUDAD DE PUEBLA**, elaborada por los alumnos de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

RAFAEL ALBERTO CAMPOS MORALES
JUAN PABLO VILLANUEVA GÓMEZ

Informo a usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de usted.

H. Puebla de Z., a 19 de agosto de 2016

Atentamente


DRA. MARÍA ANTONIETA MONSERRAT VERA MUÑOZ



M.A. JOSÉ FRANCISCO TENORIO MARTÍNEZ
Director de la Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto el que suscribe en mi calidad de **Asesor** de la tesis denominada: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA”**, elaborada por los alumnos de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

RAFAEL ALBERTO CAMPOS MORALES
JUAN PABLO VILLANUEVA GÓMEZ

Informo a usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Sin otro particular, quedo de usted.

ATENTAMENTE
H. Puebla de Z., a 26 de octubre de 2016


M.A. JOSÉ LUIS HUGO DÍAZ BIFFANO





BUAP

Oficio No. FCP-SIEP/110/16
Asunto: Digitalización de Tesis

**C. RAFAEL ALBERTO CAMPOS MORALES
JUAN PABLO VILLANUEVA GÓMEZ**

PRESENTE

Por medio del presente tengo a bien comunicarle que se autoriza la digitalización en formato PDF, de la tesis denominada **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA "THE YOGA LAB" EN LA CIUDAD DE PUEBLA"**, a fin de sustentar el examen profesional para obtener el grado de **MAESTROS EN ADMINISTRACIÓN**.

Sin más por el momento, quedo de ustedes.

ATENTAMENTE

"Pensar Bien, Para Vivir Mejor"

H. Puebla de Z., 08 de noviembre de 2016

M.A. LUIS ALEJANDRO LOUVIER HERNÁNDEZ
Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado



60
AÑOS DE
AUTONOMÍA
UNIVERSITARIA

c.c.p. SIEP
ECA

Facultad
de Contaduría
Pública

Blvd. Valsequillo 70,
Col. Universidades,
Ciudad Universitaria,
Puebla, Pue. C.P. 72570
01 (222) 229 55 00 Ext. 5552

Índice

RESUMEN	i
ABSTRACT	ii
I. INTRODUCCIÓN	iii
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	v
II. JUSTIFICACIÓN.....	vi
III. OBJETIVOS.....	vii
a) Objetivo general	vii
b) Objetivos Específicos	vii
IV. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	viii
V. HIPÓTESIS	viii
VI. VARIABLES	ix
Variable independiente	ix
Variables dependientes	ix
VII. DISEÑO METODOLOGICO	ix
VIII. ALCANCES Y LIMITACIONES	x
CAPÍTULO I	1
PLAN DE NEGOCIOS	1
1.1 Definición de Plan de Negocios.....	1
1.2 Importancia del Plan de Negocios.....	3
1.3 Objetivos del Plan de Negocios.....	4
1.4 Beneficios de un Plan de Negocios	4
1.5 Resumen Ejecutivo	5
1.6.1 Aspectos relevantes.....	6
CAPÍTULO II	16
ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DE LA FILOSOFÍA DEL YOGA	16
2.1 El Hinduismo.....	16
2.1.1 El concepto del Sanatana Dharma.....	16
2.1.2. La terminología del hinduismo a través del tiempo	16
2.1.3 El Hinduismo y la diferencia con el Brahmanismo	17
2.2 Los sistemas filosóficos de la India.....	18
2.3 El Padre de la Yoga “Patanjali”	20
2.4 Historia del Yoga	22
2.4.1 Orígenes del Yoga, año 4500 antes de Cristo.	22
2.4.2 El Yoga en las escritura hindús más antiguas.....	23

2.4.3 El Yoga en la poesía, hacia el año 500 antes de Cristo	23
2.4.4 Los Yoga Sutras como base del Yoga.	24
2.4.5 El Hatha Yoga	25
2.4.6 Yoga Tântrico y origen probable del Hatha Yoga.....	26
2.4.7 El Yoga en la época actual	29
2.4.8. Hatha Yoga Pradipika.....	30
2.4.9 El Yoga en la actualidad	33
CAPÍTULO III.....	36
ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS	36
3.1 Identificación de necesidades	36
3.2 Análisis de alternativas de solución	36
3.3 Selección de alternativa	38
3.4 Nombre y descripción de la empresa.....	39
3.5 Misión.....	39
3.6 Visión.....	40
3.7 Objetivos de la Empresa	40
3.8 ESTUDIO DE TÉCNICO DE PRODUCCIÓN PARA EL PLAN DE NEGOCIOS	41
Descripción del producto	41
b.1 Descripción del proceso	47
b.2 Identificación de equipo y recurso humano	48
b.3 Descripción de Instalaciones.....	56
b.4 Organigrama.....	57
b.5 Presupuesto de personal.....	57
b.6 Análisis de localización del proyecto.....	58
b.7 Capacidad de producción	59
b.8 Presupuesto de costo de producción.....	61
3.9 ESTUDIO DE MERCADO.....	62
c.1 Situación actual de la industria o sector	62
c.2 Segmentación del mercado y definición del mercado meta.....	63
c.3 Análisis de la demanda.....	64
c.4 Investigación del mercado	66
3.10 PLAN FINANCIERO	78
3.10.1 Ventas.....	78

3.10.1.1	Ventas anuales proyectadas	79
3.10.1.2	Costo de venta mensual	80
3.10.2	Inversión inicial en equipo y mobiliario	80
3.10.3	Gastos administrativos y operativos.....	81
3.10.4	Depreciación.....	82
3.10.4.1	Depreciación general.....	83
3.10.5	Estados de Resultados Proyectado	83
3.10.5.1	Estado de resultados	84
3.10.6	Evaluación Financiera.....	85
3.10.6.1	Escenario de evaluación	87
3.11	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	88
d1.	Puntos a favor	88
d2.	Áreas de oportunidad	89
d3.	Análisis de la oferta	89
d4.	Estrategias de promoción y publicidad	91
3.11.	LA ENTREVISTA: EXPERIENCIA DE OTROS CUATRO ESTUDIOS DE	
YOGA.....	94
e1.	Matriz de sistematización.....	96
e2.	FODA.....	98
CAPÍTULO IV	PROPUESTA.....	100
4.1	PROPUESTA DE DIAGRAMA DE FLUJO PARA APERTURA DE UN	
ESTUDIO DE YOGA.....	100
4.2	Consideraciones finales	104
CAPÍTULO V.	CONCLUSIONES.....	106
ANEXO.	ENTREVISTAS y RESUMEN EJECUTIVO..	¡Error! Marcador no definido.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA

RESUMEN

En la actualidad se cuenta con un exceso de competencia, crisis mundial, velocidad de cambio... todo ello obliga a buscar nuevos productos o servicios para satisfacer a clientes cada vez más exigentes, sin embargo, lo anterior se debe conjugar con algo igual de significativo que es garantizar la supervivencia del negocio, esto es, una vez que se ha decidido emprender se debería tener claro el cómo asegurar la permanencia de éste en un mercado tan cambiante y la clave para ello es la importancia de contar, previa a la apertura, con un plan de negocios.

El presente trabajo de investigación denominado PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA, tiene un impacto positivo no sólo en la población meta a la cual va dirigido el proyecto, sino que de una manera integral se generan y evalúan las mejores prácticas que pueda incluir un plan para aperturar un negocio ofreciendo los mejores estándares de calidad y servicio que existen en el mercado.

Palabras clave: Plan de negocios y Yoga

ABSTRACT

Today, there is too much competition, global crisis, rate of change ... all forced to seek new products or services to satisfy increasingly demanding customers, however, this is due to the fact that when combining with something equally significant that is to ensure the survival of the business. Once it has been decided to undertake one, we should be clear how to ensure the permanence of it in a changing market and the key of this is the importance of having a business plan, prior to the opening.

This research paper called, BUSINESS PLAN FOR OPENING "THE YOGA LAB" IN THE CITY OF PUEBLA, has a positive impact not only on the target population to which the project is addressed to, but in a comprehensive manner the best practices are generated and evaluated that may include a plan for opening a business, offering the highest quality standards and service to the market.

Key words: Business plan & Yoga

I. INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación denominado PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA, ofrece una visión integral y estructurada de la investigación de cómo elaborar un plan para emprender cualquier negocio considerando las diferentes variables que éste conlleva.

Por lo anterior, la tesis se estructuró en cinco capítulos, a saber:

Capítulo I. Plan de negocios. Para este capítulo la línea de acción que orientó la investigación fue la de definir qué es un plan de negocios, lo cual conllevó a resaltar su importancia, objetivos, beneficios y el resumen ejecutivo de éste.

Capítulo II. Antecedentes y evolución de la filosofía del yoga. Para este capítulo la línea de acción que orientó la investigación fue la de revisar los antecedentes del yoga haciendo un recorrido desde el hinduismo, la historia del yoga, sus orígenes, tipos hasta conceptualizar al yoga de nuestra actualidad.

Capítulo III. Elaboración del plan de negocios. Para este capítulo la línea de acción que orientó la investigación fue establecer un modelo que parta del plan de negocio que permita conceptualizar los requerimientos a considerar para realizar un estudio tanto de recursos, técnico, mercadológico como financiero.

Capítulo IV. Propuesta para aperturar un estudio de Yoga. Para este capítulo la línea de acción que orientó la investigación fue evaluar el modelo de negocio a través de los 4 estudios (tanto de recursos, técnico, mercadológico como financiero) para realizar la propuesta y así poder establecer alternativas de solución antes de aceptar o rechazar el plan de negocio.

Capítulo V. Conclusiones. En este capítulo se da respuesta a la consecución del objetivo general, las conclusiones por capítulo obtenidas, así como las aportaciones del nuevo conocimiento relativo al objeto de análisis, para finalizar con la aceptación o refutación de la hipótesis propuesta.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad vivimos en un mundo saturado, partiendo desde el aspecto físico, en el cual, desde la gente hasta los automóviles saturan el espacio físico, hasta el sensorial, en el que, nuestra propia formación social, nos lleva a colapsar bajo el peso de tener demasiado estrés laboral debido a que México se ubica a la cabeza del ranking mundial, superando por primera vez a China, que hasta ahora lideraba esta temida clasificación.

Cerca de un 40% de los empleados mexicanos padecen las consecuencias del estrés laboral, es decir, sólo en el país, aproximadamente 18.4 millones de personas conviven con este tipo de estrés y Puebla como ciudad industrializada es permeada por este, debido a su densidad demográfica. Llama la atención que este mal está escalando posiciones en las economías emergentes, que parecen exigir un esfuerzo extra a sus trabajadores. Por otra parte (paradójicamente), las importantes pérdidas económicas debido al mayor ausentismo y a la bajada de la productividad son sólo uno de sus efectos. Es importante recalcar que la mayoría de nuestro tiempo reside en trabajos de oficina, mal sentados, vivimos usando la computadora, el teléfono, la mala postura es parte de nuestras vidas y la asociamos al descanso, los trayectos a casa son más largos y a su vez estresantes, y no solo los efectos de este estrés se ven plasmados en la empresa, sino que lo trasladamos a casa, con nuestras relaciones interpersonales.

Es necesario el poder tener un lugar donde hacer una pausa y podamos reconectar con nosotros mismos, respirar, mover el cuerpo, bajar los niveles de estrés y regresarle al cuerpo la salud y patrón óptimo lo cual tendrá un impacto en

la vida, tanto en lo personal como en lo laboral, es importante poder nutrirnos para poder nutrir a nuestra familia, empresa y sociedad.

Partiendo de lo anterior es un punto neurálgico el realizar este trabajo de investigación el cual tendrá un impacto positivo en la población de una manera integral y siendo un negocio con los mejores estándares de calidad y servicio que existen en el mercado.

II. JUSTIFICACIÓN

Debido al desarrollo industrial y laboral que existe en la ciudad de Puebla los niveles de estrés aumentan y los niveles de relajación disminuyen en la vida de los habitantes de la misma. Por eso; es necesario el poder tener un lugar donde hacer una pausa y podamos reconectar con nosotros mismos, respirar, equilibrar estos niveles y regresarle al cuerpo la salud y patrón óptimo.

El desarrollo de un centro de bienestar integral que regrese a los puntos nominales de salud, tendrá un impacto en la vida, personal como laboral, Es importante poder mantener estos indicadores en equilibrio para promover el correcto desarrollo laboral y cotidiano de las personas en la ciudad de Puebla.

Las personas en general como ya se mencionó buscan para su desarrollo el bienestar físico y emocional, los cuales se ven afectados debido al ritmo laboral en el que se desempeñan, de aquí radica la importancia en la creación de un negocio para el equilibrio a través del yoga.

Es necesario contar con un centro de bienestar integral como lo es The Yoga Lab para dar salud y mejorar la calidad de vida de las personas. Pues es importante recalcar que el yoga es una vertiente de la psicoterapia y nos referimos a los abordajes terapéuticos cuyo medio es la palabra (“Sancaipa”: Es el sello o mudra del compromiso de la intención con la cual enfocamos nuestra practica de yoga, esta se hace al principio de la misma) que es la intención de la práctica y que tiene como objetivo general “*promover y restablecer el bienestar anímico de una persona*” (Deck, Etal, 1979; Keegan, 2007).

III. OBJETIVOS

a) Objetivo general

Generar y evaluar el plan de negocios para la apertura de un negocio de yoga en la ciudad de Puebla "Yoga Lab".

b) Objetivos Específicos

- Definir Plan de Negocios
- Establecer un modelo que parta del plan de negocio que permita conceptualizar los requerimientos a considerar para realizar un estudio de recursos, técnico, mercadológico y financiero.
- Evaluar el modelo de negocio atreves de los 4 estudios.

IV. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

- ¿Qué antecedentes y referencias existen de centros de bienestar integral en la ciudad de Puebla?
- ¿Qué recursos (Físicos Económicos, Humanos Tecnológicos etc.) se necesitan para emprender “Yoga Lab y donde y como se obtendrán?
- ¿Cuáles son los desembolsos necesarios para poner en marcha el proyecto?
- ¿Cuáles son los principales problemas a solucionar una vez que el proyecto esté funcionando?
- ¿Cuáles son los costos fijos que deberán enfrentarse?
- ¿Cómo está estructurado productivamente un centro de bienestar integral?

V. HIPÓTESIS

La creación del plan de negocios para la apertura de un centro de bienestar integral como “The Yoga Lab” suponemos tendrá un impacto positivo en la vida de los “usuarios” y en el negocio.

NOTA: Sustituimos la palabra clientes por usuario debido a que creemos que va más de la mano con el concepto de bienestar y es más apropiada debido a la naturaleza del tema.

VI. VARIABLES

Variable independiente

Existe una necesidad en la ciudad de Puebla de centros de bienestar integral, mismo que será entendida con la creación de un plan de negocios “The Yoga Lab”

Variables dependientes

La mejora en la calidad de vida en la vida de los usuarios de “The Yoga Lab” de forma integral: Nutriendo su cuerpo mente y espíritu.

C. Palabras claves

- Centro de Bienestar Integral
- Plan de negocios

VII. DISEÑO METODOLOGICO

A. Tipo de investigación

Esta investigación es de carácter descriptivo ya que se muestra a detalle la metodología así como el plan de trabajo. Para esta investigación se pretende estructurar el plan de negocios a detalle considerando todos los factores implícitos que conlleven a la correcta apertura “The Yoga Lab”

B. Tipos de métodos a implementar

Debido a que esta investigación es de carácter descriptivo se detallaron cuatro estudios, que servirán para el análisis y toma de decisiones en la realización del proyecto “The Yoga Lab”

VIII. ALCANCES Y LIMITACIONES

Los alcances se enmarcan en el conocimiento del entorno ya que esto puede facilitar, aprovechar primero que los demás las oportunidades que se presentan en el mercado. Conocimiento del cliente esto tendrá un impacto positivo entre el segmento y la misión y visión de la empresa.

1.- Desarrollo de la estrategia, esto permite establecer prioridades enfocando los recursos hacia la dirección definida, hacer frente a los retos del entorno para la sustentabilidad del negocio.

2.- Propuesta de valor, es la promesa de la experiencia que vivirá el cliente y los beneficios que recibirá por elegir los productos y servicios “The Yoga Lab”

3.- Diseño de productos-servicios, relación con los usuarios, se busca mantener un lazo de intercambio y comunicación para retener clientes, atraer clientes nuevos y recibir información que pueda nutrir “The Yoga Lab” para poder satisfacer las necesidades de los usuarios.

4.- Fuente de ingresos, estos representan el flujo de efectivo que el negocio genera, el fortalecimiento del modelo de negocio requiere de la búsqueda continua de nuevas fuentes de ingreso para el crecimiento y la conciliación del negocio.

5.- Recursos y capacidades, son los activos tangibles e intangibles más importantes para llevar a cabo la ejecución de la estrategia y modelo de negocio.

6.- Alianzas, son las relaciones de mutuo beneficio, usuarios, socios estratégicos, etc. que enriquecen la propuesta de valor haciéndola más competitiva.

Las limitaciones recaen en la creación del plan de negocios debido a que esta investigación es la primera aproximación para en un segundo término hacer una investigación de la repercusión real en los usuarios de “The Yoga Lab” debido a que dependiendo del tiempo que lleven con nosotros y su asistencia a las clases será directamente proporcional al beneficio que obtengan, por lo cual sugerimos que podría ser un siguiente tema de tesis el estudio cualitativo y cuantitativo de la calidad de vida de los usuarios de un centro de Bienestar Integral como lo es “The Yoga Lab” .

CAPÍTULO I

PLAN DE NEGOCIOS

1.1 Definición de Plan de Negocios

Los planes de negocios surgen en las décadas de los 60 y 70 en Estados Unidos, como una necesidad para determinar necesidad para determinar con mayor certeza y menor riesgo donde se debían invertir los denominados excedentes financieros de las empresas.

La diferencia entre elaborar un proyecto y elaborar el plan de negocios es básicamente el contenido de la información. Un proyecto se limita a describir un conjunto de actividades que se tienen que realizar para lograr un objetivo particular, con un costo y tiempo determinado. Un plan de negocios es un documento de análisis para la toma de decisiones sobre cómo llevar a la práctica una idea, iniciativa o proyecto de negocio. Tiene entre sus características ser un documento ejecutivo, demostrativo de un nicho o área de oportunidad, en el que se evidencie el beneficio buscado, así como la estrategia a seguir para generar un negocio viable.

El Plan de Negocios es un documento escrito, hecho por el empresario, cuya finalidad es documentar la información más relevante relacionada con la nueva empresa y su mercado. El plan de negocios puede verse como un mapa donde se identifican claramente los objetivos de la empresa, las rutas a seguir para alcanzar los objetivos, los obstáculos que se enfrentarán en el camino, las herramientas que

utilizarán el empresario para superar los obstáculos y los mecanismos para medir el avance del proceso.

La importancia de los planes de negocios para la organización ha crecido tanto en los últimos tiempos, sobre todo con la apertura a un mercado global que exige que las empresas sean competitivas es decir: tener un buen precio, calidad en los productos, entregas a tiempo y con cumplir con las especificaciones que el cliente le solicite aportación que realiza (Porter, 2007).

Bajo este horizonte de mercado en el que se mueve los negocios, las compañías se ven obligadas a planear y visualizar el comportamiento del mismo a través del tiempo, por lo que elaborar un plan resulta de su importancia para este contexto real.

Un plan de negocio se le denomina según Longenecker (2007) un documento en el que se describe la idea básica que fundamenta una empresa y en el que se describen consideraciones relacionadas con su inicio y su operación futura.

Un Plan de Negocios es, en síntesis, una simple información escrita, con palabras y números, acerca de quién es el dueño o los socios de la empresa, qué desea hacer y qué necesita para lograrlo, ya sea que se trate de su actual empresa o para un nuevo emprendimiento (More, 2006).

Es un resumen detallado sobre su empresa, los productos y servicios que suministra, las operaciones comerciales que desarrolla, cuáles son sus planes

futuros, y el financiamiento con que cuenta y el que está requiriendo para su evolución empresarial.

Un Plan de Negocios es un documento que describe el desarrollo futuro de un emprendimiento, y que muestra que el mismo es o no factible.

1.2 Importancia del Plan de Negocios

Elaborar adecuadamente un plan de negocios permitirá al empresario conocer y entender adecuadamente las reglas del mercado, al realizar un análisis a conciencia de la industria donde competirá su empresa. Su elaboración servirá al empresario para criticar y clarificar sus propias ideas, le permitirá prevenir errores poco evidentes, le ayudará a identificar los principales puntos críticos para alcanzar el éxito y a medir el verdadero potencial del negocio. Desarrollar un buen plan de negocio permitirá al empresario mostrar con mayor claridad el funcionamiento y desempeño de la empresa.

Es importante mencionar, que actualmente un Plan de Negocios bien elaborado es un elemento indispensable para visualizar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, por lo que es una herramienta solicitada por los bancos o inversionistas privados para evaluar la posibilidad de financiar una nueva empresa.

El Plan de Negocios es siempre una herramienta útil, porque mientras el empresario lo elabora y lo revisa se puede dar cuenta de riesgos, oportunidades, prueba estimaciones diferentes; percibe las necesidades financieras y las vincula con los parámetros proyectados del negocio.

1.3 Objetivos del Plan de Negocios

- Clarificar la idea del negocio y enfocar los esfuerzos en las actividades importantes.
- Realizar una comparación entre los diferentes competidores, para definir una estrategia viable.
- Hacer proyecciones de ingresos y gastos lo más cercanas a la realidad.
- Convertir la idea del negocio en una realidad.

1.4 Beneficios de un Plan de Negocios

- Permite repensar su empresa e investigar algunas opciones.
- Reconoce oportunidades y riesgos, y probar algunas de las estimaciones
Identifica las necesidades financieras de su negocio.
- Bajo ciertas circunstancias, se puede utilizar también para negociar créditos de proveedores.
- Será de gran utilidad para informar a empleados, a socios y a otros sobre sus planes y estrategias

- Proporciona un punto de partida que le permitirá comparar el funcionamiento de su empresa.

Conviene revisar siempre el último Plan de Negocios elaborado y no solamente cuando se inicia un nuevo emprendimiento, o cuando está ocurriendo un cambio importante en su negocio o, lo que sucede con mayor frecuencia, cuando la empresa requiere un préstamo o una inversión adicional.

De este modo, podrán realizar, si fuera necesario, las modificaciones correspondientes con respecto al Plan anterior.

1.5 Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo describe los puntos más importantes del negocio. A fin de identificar claramente los puntos medulares, el resumen ejecutivo se elabora después de terminar el plan de negocios.

Elaborar un buen resumen ejecutivo es sumamente importante. El resumen ejecutivo es una primera impresión del contenido del documento (plan de negocios) y su objetivo es despertar el interés del lector para que continúe leyendo el documento, debe ser breve y conciso, deberá incluir:

- La descripción de la empresa o proyecto y la proyección de sus productos y servicios.
- La estructura organizativa, los propietarios y la gerencia de la empresa.
- Sus principales iniciativas y objetivos
- Las oportunidades de mercado.
- Las principales ventajas competitivas.
- Los componentes de su estrategia de comercialización
- Las principales proyecciones económicas y financieras.

Deberá considerar los aspectos más relevantes del proyecto, la metodología utilizada. Sector, campo o área al que corresponde y una breve descripción de los logros y hallazgos.

Factibilidad, viabilidad y vulnerabilidad. Valor agregado del proyecto, información principal de cada área analizada en el plan de negocios, que permita la evaluación preliminar técnica, económica, financiera y mercadológica del proyecto redactado en forma concisa y clara. No exceder de 3 cuartillas.

1.6.1 Aspectos relevantes

1.6.1.1 Descripción de la empresa

a. Misión

La misión de la empresa describe la esencia del negocio, es decir, a que se dedica efectivamente la empresa. Las labores de la empresa pueden variar desde el diseño, el desarrollo, la producción, la fabricación, la distribución o la venta de productos o servicios, para clientes específicos. Es importante definir los productos que hace y para quién los elabora. La empresa deberá incluir dentro de la misión cuáles serán sus principales competencias. Ejemplos de estas competencias podrían ser la eficiencia en producción, la atención al cliente, la fabricación personalizada, el bajo costo, etc. Las destrezas y las actividades de cada empresa dependerán, por supuesto, del giro del negocio al que se estén dedicando. En pocas palabras, la misión debe dejar totalmente claro para las personas que laboran en la empresa, qué hacen, para quién lo hacen y en qué deberán ser los mejores para competir contra el resto de empresas

b. Visión

La visión de la empresa es lo que el negocio llegará a ser dentro de un determinado período de tiempo. Debe incluir los objetivos que pretende lograr y el período de tiempo en el que lo piensa realizar. Debe ser clara, sencilla y creíble para que todos los colaboradores de la empresa se sientan identificados y motivados con lo que hacen, sabiendo exactamente hacia donde se dirigen.

c. Objetivos de la Empresa

Establecer objetivos claros permitirá tener puntos de referencia para evaluar el avance del proyecto, el desempeño del negocio y la eficacia de gestión gerencial de la empresa. Las metas u objetivos pueden ser administrativos, financieros, de crecimiento de la organización y deberán ser medibles y alcanzables dentro de un plazo de tiempo establecido como límite.

Deberán definirse objetivos de corto, mediano y largo plazo, como pasos intermedios para hacer realidad los objetivos establecidos en la visión de la organización

1.6.1.2 Estudio técnico de producción

Este estudio está en función sobre lo que produce para la venta de los productos de la empresa. Entendiendo que es la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos. Tales productos pueden ser bienes y servicios. Producto. Es el resultado final de un proceso de transformación, el cual puede ser un bien o servicio, que presenta un satisfactor para el consumidor. Los tipos de bienes son: Bienes industriales. Son productos que se utilizan para producir otros bienes como lo menciona Sánchez (2004). En tanto que los bienes de consumo son los productos usados por los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales, que puede ser bienes duraderos o perecederos. En relación a los servicios, también menciona Sánchez (2004), son comerciales o profesionales, entendiendo por lo primero la reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo, diseño de instalaciones etc.; los servicios profesionales son los administración como el que prestan los médicos, las escuelas, asesoría etc. Las especificaciones que comprende el producto o servicio tiene las siguientes características: Simplicidad y

practicidad, confiabilidad (que no falle), calidad (bien hecho, durable, etc.) por lo que para que este aspecto se complete se considera también el color, materiales y otras que lo especifiquen.

Con todos estos elementos se puede describir el proceso de producción o prestación del servicio, mismo que va permitir identificar los costos en que incurren para su elaboración u otorgamiento del servicio, para ello se tiene que tomar en cuenta:

1. Determinar las actividades para su producción o prestación del servicio.
2. Organizar las actividades de manera secuencial
3. Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.

El proceso productivo va determinar las necesidades a realizar así como el equipo y herramientas requeridas e insumo necesarios para este estudio. Para iniciar este proceso la materia prima que se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está hecho el producto o servicio, se detalla las cantidades de insumos que están en función de el volumen de producción y al período de ser elaboradas; la identificación de los proveedores y sus cotizaciones, establecer la relación directa con el departamento de compras y sobre todo estar en bajo el esquema de la capacidad instalada de la empresa hasta lograr establecer el presupuesto de producción donde se contempla: las adquisiciones de insumos, pago a proveedores, stock de inventarios y política de calidad, control de gastos de fábrica. Este estudio también permite determinar la mano de obra necesaria para producir y por ende se podrá calcular la inversión de costos directos del proyecto y el tiempo requerido para la proyección del plan de negocios, considerando desde su pago hasta de sueldos, previsión social, los impuestos, derechos y prestaciones de

seguridad social como: IMSS, SAR, INFONAVIT Y Crédito al salario, el cual estará alineado a los resultados de la empresa y a las necesidades de flujo de efectivo.

Estudio técnico de producción

- a. Descripción del producto
- b. Descripción del proceso
- c. Identificación de equipo y recurso humano
- d. Presupuesto de maquinaria y equipo
- e. Depreciación de maquinaria y equipo
- f. Descripción de Instalaciones
- g. Organigrama
- h. Presupuesto de personal
- i. Análisis de localización del proyecto
- j. Capacidad de producción
- k. Presupuesto de costo de ventas o costo de producción
- l. Conclusiones del capítulo

1.6.1.3 Estudio de mercado

El análisis de mercado proporciona la información relacionado con las necesidades de este sobre los productos y servicios requeridos en él, además permite identificar nichos de oportunidades y a buscar un mercado potencial.

El objetivo de realizar este estudio es identificar de forma directa al cliente, especialmente en los aspectos relacionados con el producto o servicio

Una vez que se identifica el producto o servicio se debe determinar la forma de obtener la información ya sea por los instrumentos de: encuesta, entrevista y datos duros, es decir estadísticas proporcionados por fuentes indirectas confiables como son: INEGI y otros organismos de la misma índole.

La información recabada a través del estudio y análisis del mercado permitirá tomar decisiones con respecto al precio, presentación y distribución del producto.

Puntos a considerar

Distribución y punto de venta

La distribución esta función de cómo hacer llegar los productos o servicios a manos de los consumidores, buscando que el canal de distribución sea el adecuado y que cumple con las características de ser entregado en tiempo y forma; en tanto el empresario deberá considerar el costo que este concepto ocasiona, el control que pueda tener, la calidad y la capacidad de la empresa a distribuir el producto.

Promoción del producto o servicio

En función de la promoción del producto o servicio es esencialmente un acto de información, persuasión y comunicación que incluye varios aspectos de importancia, como son: la publicidad, la promoción de venta, las marcas, etiquetas y el empaque. Este debe de apoyarse en un programa de promoción que permita incrementar el consumo del producto o servicio.

Promoción de ventas, marca, etiqueta y empaque.

La marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño como lo menciona González (2007) en su texto de planes de negocios para emprendedores de éxito.

Este elemento permite identificar los bienes o productos y señala una clara diferencia con los de su competencia.

En relación a la etiqueta esta permite cuidar de forma impresa la información del producto, además de que lo exige la ley cuida la imagen del producto, por lo tanto, es inevitable diseñarlas con mucho cuidado y esmero. Otro punto que no se debe de olvidar es el empaque el cual también es un medio publicitario, aumentando el valor del producto ante el cliente.

En cuanto a la política de fijación de precios es importante que esté en función de la competencia y del valor esperado que desea recibir el empresario, por lo que en el estudio financiero se hará un análisis de la inversión en comparación a su recuperación.

Estudio de mercado

- a. Situación actual de la industria o sector
- b. Segmentación del mercado y definición del mercado meta
- c. Análisis de la demanda
- d. Investigación del mercado
- e. Proyección de la demanda
- f. Análisis de la oferta
- g. Análisis de precios
- h. Comercialización y canales de distribución
- i. Estrategias de promoción y publicidad
- j. Presupuesto de ventas

1.6.1.4 Estudio económico y financiero

Para realizar este estudio el plan de negocios deberá contemplar para la puesta en marcha del proyecto la herramienta de contabilidad la cual le va permitir la buena administración del proyecto y mantener monitoreado constantemente las operaciones del plan de negocios.

El plan de negocios genera información que tendrá que estar enlazada con todos los estudios y que a su vez permitirá proyectar al tiempo en los que planee dicho proyecto.

Los informes financieros que contemplaran las operaciones requeridas y pronosticadas en el plan de negocios, situándose en el comportamiento que tendrá el efectivo del dinero tanto de ingresos o bien entradas de efectivo al proyecto y comparándose con la salidas ó egresos del mismo.

Una vez realizada las proyecciones financieras para la elaboración de plan de negocios, también se puede apoyar en indicadores económicas que permitan identificar el rendimiento de la inversión, los flujos comparados en el tiempo y traerlos a valor presente y ver la tasa de rendimiento esperado así como el tiempo de recuperación, todo estos elementos financieros sin duda son de gran importancia para la elaboración del plan.

- a. Presupuesto de Inversión Inicial
- b. Presupuesto de operación
- c. Tabla de Depreciación
- d. Estado de resultados Pro-Forma
- e. Valor Actual Neto
- f. Periodo de Recuperación de la Inversión
- g. Tasa Interna de Retorno

Para este capítulo se definió qué es un plan de negocios, lo cual conllevó a resaltar su importancia, objetivos, beneficios y el resumen ejecutivo de éste. En el capítulo siguiente se revisarán los antecedentes del yoga haciendo un recorrido

desde el hinduismo, la historia del yoga, sus orígenes, tipos hasta conceptualizar al yoga de nuestra actualidad.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DE LA FILOSOFÍA DEL YOGA

2.1 El Hinduismo

2.1.1 El concepto del Sanatana Dharma

En la India al Hinduismo se le llama Sanatana Dharma, es decir, Dharma o Ley (Religión) Eterna (Sanatana). Tal como señala Benjamín Preciado (1993) El concepto del Dharma es muy diferente al de nuestra religión, ya que Dharma implica al mismo tiempo una ley, un modo de vida y un orden cósmico.

2.1.2. La terminología del hinduismo a través del tiempo

El término actual hindú lo podemos encontrar por primera vez como un concepto geográfico persa para referirse a la población que vivía más allá del río Indo (Sindhu en sánscrito).

Mientras que el término hindú, en un sentido más actual, fue empleado recién hacia fines del siglo XVIII por los británicos para referirse a la gente del Indostán (tierra del Indo), al noroeste de la India.

Así, «hindú» o «hindoo» terminó prácticamente equivaliendo a indio no musulmán, jainista, cristiano, budista o sij, sirviendo, por tanto, para definir todo un conjunto de creencias y prácticas religiosas. Se añadió el sufijo «ismo» alrededor

de 1830 para denominar la cultura y religión de los brahmanes (sacerdotes) de casta alta y diferenciarlos así de otras religiones.

Un tiempo después, el término fue aplicado por los propios indios en el contexto del establecimiento de una identidad nacional como contrapartida al colonialismo británico, aunque el término hindú ya fue empleado en algunos pocos textos sánscritos como contraste al de musulmán en el siglo XVI, pero no de manera generalizada (Gavin, 1998).

2.1.3 El Hinduismo y la diferencia con el Brahmanismo

Ahora bien, ¿qué es el Hinduismo? y ¿cuál es la diferencia con el término Brahmanismo? Una respuesta fácil e inmediata para esta pregunta sería señalar que para la gran mayoría del mundo contemporáneo occidental, el término Hinduismo se utiliza para referirse a la religión mayoritaria en la India y Nepal, la cual es practicada además en otros países de Asia, así como también por numerosas comunidades de hindúes en Europa, América, África Oriental y Australia. Únicamente en la India es seguida por aproximadamente un poco más del 80% de los 1.210 millones de indios, es decir, una de las religiones con más adeptos en el mundo (Government of India, 2011).

Asimismo, es importante señalar que el término brahmanismo, para designar la religión de los hindúes, fue aplicado erróneamente por primera vez por los orientalistas en Europa. No se apoya en ninguno de los textos sagrados de los hindúes. El término «hinduismo» ha sido aceptado por el uso para significar el Santana Dharma, particularmente en sus aplicaciones al Dharma de los hindúes.

El brahmanismo o hinduismo no es sólo la más antigua de las religiones de misterios, o más bien de las disciplinas metafísicas, de las que tenemos un conocimiento pleno y preciso proveniente de fuentes literarias, y, en lo que concierne a los últimos dos mil años, también de documentos iconográficos, sino, quizás, también la única de éstas que ha sobrevivido con una tradición íntegra, y que es vivida y comprendida en el presente día por muchos millones de hombres, de quienes, algunos son campesinos, y otros hombres instruidos bien capaces de explicar su fe, tanto en lenguas europeas como en sus propias lenguas.

Sin embargo, y aunque las escrituras y prácticas antiguas y recientes del hinduismo han sido examinadas por eruditos europeos durante más de un siglo, apenas sería una exageración decir que podría darse una estimación fiel del hinduismo en la forma de una negación categórica de la mayor parte de las afirmaciones que se han hecho a su respecto, tanto por los eruditos europeos como por los eruditos indios educados en nuestros modos modernos de pensamiento escéptico y evolucionista (Coomaraswamy, 1998).

2.2 Los sistemas filosóficos de la India

La historia del pensamiento indio durante el período que precede el nacimiento y la misión del Buddha (ca. 563-483 A.C.) revela una gradual intensificación de la importancia de este problema del redescubrimiento y asimilación del Yo.

Los diálogos filosóficos de las Upánishad indican que durante el siglo VIII a.C. hubo un cambio de orientación intelectual que desplazó la atención de los problemas referentes al universo externo y a las esferas tangibles del cuerpo concentrándola en lo íntimo e intangible, y llevando a sus últimas conclusiones lógicas las peligrosas implicaciones de esta dirección. La gente se retiraba del mundo normalmente conocido.

En general, se desvaloraban y postergaban las potencias del macrocosmos y las facultades correspondientes del microcosmos, con tanta audacia que todo el sistema religioso del período anterior corría peligro de derrumbarse. Los reyes de los dioses, Indra y Váruña, y los divinos sacerdotes de los dioses, Agni, Mitra, Bṛhaspati, ya no recibían su cuota de plegaria y sacrificio.

En lugar de dirigir la mente hacia estos simbólicos guardianes y modelos del orden natural y del orden social, sosteniéndolos y manteniendo su efectividad con una continua secuencia de ritos y meditaciones, los hombres dirigían toda su atención hacia lo íntimo, esforzándose por alcanzar un estado de permanente autoconciencia mediante el mero pensar, el autoanálisis sistemático, el control de la respiración y las severas disciplinas psicológicas del yoga (Zimmer, 2010).

Yoga es uno de los seis Darshanas, es decir está dentro de los seis sistemas filosóficos, que forman parte de las doctrinas tradicionales de India.

Los seis sistemas ortodoxos de la filosofía india son enseñanzas concernientes a la Verdad Suprema y se conoce como Darshanas. La palabra Darshana viene de la raíz sánscrita Drs, que significa “punto de vista”, también

significa espejo, donde podemos reflejarnos y ver nuestra Verdadera Naturaleza. Giran en torno a los conceptos de Brahman y Arman (Estudio de Yoga, 2015).

Brahman es la naturaleza verdadera de la realidad, y Atman es la naturaleza verdadera del hombre. Todo en el universo debe progresar hacia la naturaleza de su verdadero ser. El proceso del mundo avanza inexorablemente hacia la culminación del propósito final de la creación; la reintegración de Atman en Brahman, es la coronación suprema de la vida. Cada uno de éstos Darshanas tomó su propio rumbo, unos sistemas son monistas como la Vedanta otros pluralistas, algunos más intelectuales y ateos como el Shankya, otros más vivenciales y teístas como el Yoga. Todos ellos tratan de dar una enseñanza para liberar el ser humano del sufrimiento, ya que los rsi o sabios - 5 - descubrieron que la confusión de la unión del alma sensible con el mundo material no sensible es la causa de sus miserias (Estudio de Yoga, 2015).

2.3 El Padre de la Yoga “Patanjali”

Quien recogió, ordeno y sistematizó la práctica de Yoga, fue Patanjali, a través de su obra “Yoga Sutras” la cual está compuesta por 185 aforismos, subdivididos en 4 capítulos, en el apartado de la Historia del Yoga se precisa qué son los Yoga Sutras.

Como antecedentes de la Vida de Patanjali (considerado por algunos como Padre de la Yoga) nace en Bharata Varsha (India) el año 250 antes de Cristo, siendo su padre Angiras y su madre Gonika (emanación de Sati).

Cabe señalar que antes de nacer en la tierra Patanjali era Adisesa o Ananta la serpiente de Vishnu quien fue premiada por este para reencarnar como ser humano. Un día Vishnu quedo encantado ante la danza de Shiva (Nataraj) el padre del Yoga, llegando a vibrar profundamente con la danza del rey de los yoguis, fue así que Adisesa que lo sostenía le pregunto qué le pasaba.... y Vishnu le dijo que el placer de la danza de Shiva lo hizo vibrar hasta el infinito teniendo un samadhi, Adisesa la gran serpiente de Vishnu quiso encarnarse en hombre para aprender la danza y el yoga. Vishnu y Shiva lo premiaron naciendo en la tierra. La madre de Patanjali, históricamente es Gonika una yoguini devota del antiguo yoga tántrico shivaita, quien anhelaba un hijo yogui. Todos los días realizaba el sagrado Surya Namaskar solicitando al dios Surya que la pudiera bendecir con un hijo yogui. Escuchando este pedido Shiva aceptó, y en ese momento Ananta se encarnó en su futura madre Gonika. Quien lo llamó como hombre Patanjali. Pero Gonika era a su vez la encarnación de Sati (Parvati) esposa de Shiva que bendijo a Ananta en su propio vientre.

La tradición del yoga dice que el Yoga fue enseñado por Shiva a Parvati y que habiendo escuchado estas enseñanzas Matsyendra se transformó en el primer yogui. Parvati como Sati encarno en Gonika. Por esta razón Patanjali nació sabiendo el yoga intuitivamente por obra de Sati. Pat significa caído del cielo y Anjali describe la postura de oración, ruego o plegaría Cuenta la leyenda que en la primera noche de febrero Angiras su padre visitó a Gonika y juntos concibieron a Patanjali quien luego se manifestó en un río en forma de serpiente pequeña a su madre avisando su llegada en octubre (A fines de octubre el día 30 o 31 de cada año se celebra el Patanjali Jayanthi o nacimiento de Patanjali declarado por la comunidad mundial del yoga como: día mundial del yoga). El Patanjali Jayanthi es siempre dos días antes del Diwali o Festival de las Luces dedicado a Lakshmi.

Patajanli vivió como yogui aprendiendo las enseñanzas de su época siendo su maestro Hiranyagarbha del linaje de Kapila fundador del Sankhya. También tenía una vida social normal contrayendo matrimonio con Lolupa quien fue su única esposa, teniendo por hijo a Nagaputra, quien según la tradición naga se convirtió en su sucesor y a la vez fue maestro de Naganand quien enseñó en el yoga en Nagaland. Otro discípulo de Patanjali y Nagaputra fue el legendario Dattatreya guru de Samkriti, quienes escribieron tratados del Yoga Darshana (Estevez, 1993).

2.4 Historia del Yoga

2.4.1 Orígenes del Yoga, año 4500 antes de Cristo.

La historia señala a la India como la fuente del Yoga. La India despertó la imaginación de los demás pueblos desde el tercer milenio antes de Cristo. Los habitantes de mesopotámica hablaban del sueño de visitar el valle del Indo, que lo denominaban “dilmun”, que significa “el lugar de la pureza”.

Los orígenes del Yoga se remontan a la prueba arqueológica más antigua encontrada, data aproximadamente del año 4500 antes de Cristo, y se trata de sellos de piedras con figuras de posturas de yoga de avanzada dificultad, en ambos sellos la postura que se realiza se llama shakti-chalani-asana; estas figuras fueron encontradas en Mohenjo-dhara, una antigua civilización sobre la rivera hindú. En las figuras aparece el dios Shiva con tres caras, que representa el presente, pasado y el futuro. La postura que realiza está diseñada para liberar la energía shakti, la energía kundalini desde la raíz hasta la coronilla de la cabeza.

2.4.2 El Yoga en las escritura hindús más antiguas

Las escrituras hindúes se encuentran entre las más antiguas del mundo y en ellas se hace referencia al Yoga. La cultura hindú y en general todo conocimiento religioso-filosófico de la India, tiene su origen en los Vedas, textos sagrados que originalmente provienen del lenguaje sánscrito. Constituye todo un acopio de sabiduría en el campo del conocimiento del ser humano a nivel físico, metafísico y puramente espiritual. Este conocimiento védico se conservó de generación en generación por tradición oral, mediante la recitación de su contenido en forma de aforismos. Fueron recogidos por escrito, por primera vez, hace unos cinco mil años.

Las primeras pruebas escritas se encuentran en las escrituras vedicas, de los cuatro Vedas, particularmente en el Rig-veda y en el Atharva-veda, las cuales se remontan al año 2500 antes de Cristo. En occidente la parte más conocida de los Vedas son los Upanisads, tratados y poemas filosóficos y místicos que exploran la naturaleza del alma humana. Es en los Upanisads, la última parte de los vedas, (1500 antes de Cristo) donde se encuentra la base de las enseñanzas yóguicas. Surge la filosofía vedanta sobre la realidad o conciencia absoluta.

2.4.3 El Yoga en la poesía, hacia el año 500 antes de Cristo

Hacia el 500 antes de Cristo surgen dos grandes poemas épicos, el Ramayana de Valmiki, y el Mahabharata de Vyasa, que narran las encarnaciones de Dios. Entre la narración se tratan temas morales y filosóficos. Una parte importante del Mahabharata es el Bhagavad Gita, este consta de dieciocho capítulos, en los que se discuten distintos aspectos del Yoga. Hacia el 500 antes de Cristo el sabio Patanjali, recopiló todo el conocimiento existente sobre el Yoga en el libro titulado

“Yoga Sutras”, (sutra=tratado), texto básico reconocido unánimemente por todas las escuelas yóguicas.

2.4.4 Los Yoga Sutras como base del Yoga.

El Yoga de Patanjali constituye lo que podríamos llamar el yoga clásico, sistemático: un preciso conjunto de reglas prácticas y de realizaciones. A lo largo de los años numerosos autores han comentado los Yoga Sutras de Patanjali, en los cuales están clasificados los 8 pasos progresivos hacia la realización personal. (ashtanga yoga, ashta=ocho, anga=partes o miembros).

El ashtanga yoga, o yoga de los ocho pasos incluye un conjunto de técnicas complementarias entre sí que constituyen toda la práctica del yogui. Los primeros 4 pasos desarrollan particularmente la práctica "externa", los últimos 4 pasos la práctica "interna" o más personal.

Los pasos del ashtanga son:

1)Yama: Actitudes éticas, no violencia -ahimsa-, veracidad -satya-, honradez -asteya- , moderación -brahmacarya-, posesión justa -aparigraha-;

2) Niyama -Observancias - pureza física y mental -shauca-, contento -shantosha-, austeridad o disciplina -tapas-, estudio o autoinvestigación -svadhyaya-, desapego o actuación correcta -ishvarapranidhana-;

- 3) Asana -Posiciones físicas –;
- 4) Pranayama –manejo de la respiración;
- 5) Pratyahara -Abstracción sensorial;
- 6) Dharana –Concentración;
- 7) Dyana – Meditación;
- 8) Samadhi - Interiorización profunda-

Los Yogasutras de Patanjali son difíciles de entender, por el tema que ocupan, por los conceptos filosóficos que aparecen y porque la vida y el pensamiento contemporáneo parecen muy lejanos de estas enseñanzas clásicas. Muchos autores a lo largo de la historia han comentado los Yogasutras de Patanjali. Los aforismos encierran en pocas palabras un gran significado, son una guía a descifrar. El Yoga contemporáneo inicia hacia el 1900 D.C., numerosos maestros llegaron a occidente creándose así el origen de las diferentes escuelas conocidas actualmente. La cultura occidental ha desconocido la filosofía india hasta hace poco más de cien años; prácticamente, hasta que algunos filósofos europeos comenzaron a estudiar el sánscrito en el siglo XIX.

2.4.5 El Hatha Yoga

El hatha yoga designa el conjunto de disciplinas y técnicas prácticas para manejar

el cuerpo y las energías vitales con el objeto de tener un cuerpo físico saludable. Este manejo se ejerce sobre el cuerpo físico que, al ser fuerte y saludable facilitara el control del cuerpo sutil. Es también una revalorización del cuerpo humano, pero no se limita al acondicionamiento corporal por que su objetivo último no es desarrollar el cuerpo como fin en sí mismo, si no desarrollarlo como instrumento para algo superior; es una etapa previa, es una escalera para los que quieren llegar a las alturas más elevadas del Yoga. Hay acuerdo general en que la palabra hatha está compuesta por dos sílabas ha, “sol” y tha, “luna”. De acuerdo a esto, hatha yoga sería, así la unión del sol y de la luna, porque así se designan los dos canales de energía principales o venas místicas por donde pasa el prana o “esencia vital”. Parece que esta explicación se da por primera vez en un comentario sobre el libro Goraksa-sataka de Gorakhnath. Pero hatha literalmente es esfuerzo, obstinación, y esto coincide con la técnica del hatha-yoga: es un conjunto de ejercicios, algunos de ellos sencillos y otros sumamente difíciles, que requieren de esfuerzo y sacrificio. Es un camino lleno de riesgos, arduo, que hace imprescindible la ayuda o guía del maestro, porque si bien lleva a la liberación, también pueden dañar.

Hay innumerables tratados de hatha yoga, los más importantes son: el hatha yoga pradipika de Svatmarama, el gheranda-samhita, de un vaisnavita de Bengala, Gheranda, que presenta sus enseñanzas a un discípulo suyo llamado canda kapali. Es un texto muy semejante al anterior, pero concede más atención a las purificaciones y medidas de higiene y, el tercero es el shiva-samhita, más largo que los dos primeros. Contiene 517 versos, aunque los tres tienen poco de filosofía y lo que más interesa en ellos es la práctica física y fisiológica que conduce a la meditación.

2.4.6 Yoga Tántrico y origen probable del Hatha Yoga.

Por tantrismo se designa, en general, el conglomerado de cultos que adoran principalmente a deidades femeninas y se relacionan con mantras, yantras, (símbolos místicos gráficos) y con la teoría del cuerpo sutil del ser humano (nadis, chakras, etc.) es muy difícil definir su marco exacto porque es un conjunto de tradiciones que “conciernen al ser, al cosmos, al macrocosmo, al microcosmo, a la iniciación, al culto, a las técnicas de la yoga..., es una explicación del mundo”. Se acepta que el termino tantra o escritura significa literalmente extender o aumentar y, así, tantra sería lo que extiende el conocimiento. Pero también significa sistema o código y considerado de esta forma sería una rama del conocimiento con un método sistemático.

El origen no es claro: es popular a la vez que elitista y, en ciertos aspectos, es un desarrollo del ocultismo y de la magia. Alrededor del siglo 4 D.C. ya aparece como toda una corriente religiosa que pudo influir en los aspectos de la cultura en su totalidad e integrarse a las religiones indias y, así, hay un tantrismo budista y otro hindú. A veces se han considerado a los tantras hindúes como el quinto veda. Estos tantras hindúes se basan en las instrucciones de Shiva, aunque, en general, no hay en ellas contenido filosófico sistematizado.

Pero a pesar de la heterogeneidad que manifiestan en los temas básicos, tienen como divinidad predominante a la diosa madre, es decir, al principio femenino. El simbolismo feminizante se eleva a nivel cósmico como fuerza o energía llamada Shakti. Esta idea no es nueva y se encuentra en casi todas las culturas muy antiguas. El principio femenino fue, luego, identificado con la prakrti del Samkhya y es ella la que engendra y nutre porque el purusa o principio masculino, identificado con Shiva, es lo inmóvil y lo contemplativo. En el tantrismo budista las características de Shiva y Shakti, llamados upaya y prajña,

respectivamente, cambian: upaya es el activo y prajña es pasiva. Una de las características principales del tantrismo en su estructura de iniciación, lo que comparte con el yoga, porque su doctrina era secreta y porque sólo el gurú la podía transmitir cuando la preparación del estudiante es suficiente.

Por los siglos XI y XII aparece un asceta semilegendario, Gorakhnath, funda la orden de los yoguis kanphata. Hay gran cantidad de leyendas acerca de su vida y, según se cree, fue el autor de un texto de hatha yoga desaparecido y de otro que se conserva, el goraksk-satka. Ambos serían la expresión escrita de esa escuela de yoga.

La orden de kanphata usaba la expresión hatha yoga para designar su disciplina, pero se extendió a todas las técnicas que sirven para perfeccionar el cuerpo y dominarlo. Y en general, los tratados de hatha-yoga arrancan de la literatura escrita o popularizada por los yoguis de gorakhnath, aunque la técnica propiamente dicha tiene un origen mítico basado en enseñanzas de Shiva a su esposa Parvati. Los yoguis kanphata decían que su secta era anterior a la aparición del mundo y que los dioses Brahma, Visnú y Shiva fueron los primeros discípulos de Gorakhnath, quien les habría enseñado la teoría. Cuando Shiva se la repetía a su esposa, algunos yoguis famosos la habrían escuchado y luego divulgado. Otras veces, en algunas leyendas, Gorakhnath es identificado como Shiva mismo, lo cual podría considerarse como un indicio de la antigüedad del método.

Todo esto podría explicar la relación entre sivaismo, tantrismo y yoga, relación tan estrecha como para que algunos autores como Renou consideren al tantrismo como un desarrollo autónomo del yoga. Nace también de todo esto un ritual sexual que puede ser simbólico o real.

De esta forma, en épocas relativamente más recientes, ya no es posible separar en forma tajante hatha-yoga, tantrismo y sivaismo. Los conceptos básicos son semejantes y las conexiones son muchas. El yoga de los kanphata es el hatha y usan elementos básicos en sus enseñanzas, como en las fórmulas básicas y los rituales eróticos. Tantrismo, yoga en su variedad hatha, sivaismo y saktismo, a lo largo de varios siglos se fueron enriqueciendo unos a otros hasta formar un conjunto casi inseparable en sus ramas.

2.4.7 El Yoga en la época actual

En la antigüedad, el conocimiento del yoga permaneció como una tradición de boca a oído, una tradición donde el gurú, reunido con sus discípulos en una ermita o en un ashram, transmitía sus enseñanzas y prácticas de yoga. No era abierto al público, inclusive, no se transmitía a mujeres, solo monjes o yoghis dedicados completamente a perfeccionarse. Durante muchos años, todas estas enseñanzas permanecieron ocultas; posteriormente, la región del Tíbet y de la India, eran reconocidas por su misticismo, por su magia y sabiduría, sin conocer claramente los secretos que guardaba, surgieron gran cantidad de leyendas mágicas, las personas occidentales trataban de explicarse el porqué de esta magia en esa zona del mundo; la curiosidad llevo a los exploradores a buscar la fuente de la eterna juventud, (pensaban que una fuente mágica mantenía a los yoghis sanos a gran edad), buscaban la piedra filosofal o la piedra de toque para convertir el plomo en oro, (pensaban que existía un material que permitía esa transmutación), siendo que transmutar el plomo en oro es un símbolo que indica trabajar nuestra energía del primer chacra asociado con el plomo, hasta el séptimo chacra asociado con el oro. Los alquimistas lograron un gran avance en lo que hoy conocemos como química,

pero no lograron interiorizarse y buscar en su dentro de ellos para descubrir el proceso de esta transformación.

Hoy, el yoga se ha actualizado a los tiempos modernos, ya no buscamos internarnos en una ermita o en un ashram para practicar yoga, con nuestras múltiples actividades, a veces resulta difícil dedicar un par de horas a nosotros mismos; ya no es exclusivo de hombres, la práctica de yoga es abierta y por igual a hombres y mujeres, encontrando muchos ejemplos donde la mayoría de practicantes son mujeres, que en la actualidad tienen una mayor conciencia del cuidado del organismo y mayor respeto por su propio cuerpo; hoy, el yoga nos vuelve la vista hacia nuestro interior, nos da una pausa en el camino y nos hace vivir el presente.

“El éxito en el Yoga lo alcanza sólo quien practica, ¿Cómo podría conseguirse sin la práctica?, el éxito en el Yoga no se alcanza sólo con leer libros”.

2.4.8. Hatha Yoga Pradipika

La palabra Yoga deriva del vocablo sánscrito Yug, que significa unión, está enfocada en lograr la unión entre el espíritu individual (jivatam), y el espíritu universal (brahman). En el Yoga clásico, se considera que el objetivo de la vida humana es salir del ciclo eterno de renacimientos, llamado samskara, y obtener la liberación del ser, regresar a la fuente de la cual nos originamos, nos habla de que la felicidad que nos dan las cosas externas es momentánea y fugaz, las ataduras e implicaciones de la vida terrenal son aparentes, por ello, la liberación del samskara es el camino verdadero.

En la actualidad, al comenzar a practicar Yoga, nos hace colocar una pausa en medio del ritmo de vida habitual, y mediante la constancia, nos hace reflexionar sobre nosotros mismos. El Yoga se aplica constantemente en todos los momentos de la vida: la capacidad de conservar la calma en medio de aguas turbulentas, de mantener la mente clara en situaciones confusas, son las características que distinguen a un practicante de Yoga. Frecuentemente se utiliza la analogía de la flor de loto:

La flor de loto (el practicante de yoga)

Vive en el estanque (el mundo material)

Sin ser influido por él, abre sus propios pétalos (la mente, el corazón y el alma)

A la gracia amorosa del sol (Dios)

Los pétalos de la flor de loto no son tocados por el agua (deseos)

Ni por el estanque (el mal),

Mientras que su espléndido tallo (el bien)

Viene a mostrar que se puede sobrevivir en el mundo terrenal

Pero que sin el sol (Dios)

La flor de loto (practicante de yoga)

Muere.

La forma en cómo caemos en trampas en la vida cotidiana que nos causan malestares físicos, mentales, emocionales, etc. Son provocados por nuestra falta de atención a nosotros mismos, a no discernir adecuadamente entre lo que realmente nos hace bien y lo que no, existe una historia del maestro Satia Sai Baba que dice: “Los cazadores de monos llenan recipientes de cuello largo con avellanas, de modo que los monos una vez atraídos, meten la mano en el recipiente toman las

avellanas y al cerrar el puño, aferrándose a ellas, la mano no puede salir y son capturados.

El hombre se parece al mono, si abriera la mano y soltara las avellanas (deseos), conseguiría sacar la mano y liberarse, huyendo del cazador; al no soltar las avellanas, solo resta esperar la llegada del cazador (muerte)". La capacidad para distinguir es esencial, saber analizar cada pensamiento o acción para comprender si nos conduce a nuestro objetivo o nos aleja de él. Existe sin embargo la dificultad de saber elegir en los momentos más confusos, cuando la mente no está tranquila. Disminuir las ataduras volvernó capaces de amar incondicionalmente son objetivos deseables a obtener, solo basta un deseo sincero de ser mejores, aplicar disciplina, ser constantes, para que los beneficios del yoga aumenten gradualmente. El Hatha Yoga (Yoga físico), es muy utilizado como un ejercicio que nos ayuda a comprender de forma clara la forma de controlar los desequilibrios que la vida actual nos genera, es muy útil para disminuir tensiones, estrés, aunque los aspectos emocionales también se benefician. En Hatha Yoga se utilizan aspectos como regulación de la respiración, meditación, manejo de energía, etc.

Como primer paso, se practican las posturas de yoga (asanas), hasta que se está familiarizado con ellas y se ejecutan con facilidad, combinándolas, con la respiración, concentración, etc. Poco a poco, las posturas pasan de ser un simple ejercicio físico a transformarse en meditación activa en la que la atención de la mente se encuentra en lo que el cuerpo realiza. Una vez alcanzada la postura, la pausa se convierte en el momento de meditación pasiva en el que la mente se centra en algún punto del cuerpo. Con el manejo de la respiración activamos la energía base (kundalini), que sube a través de la espina dorsal hasta la cabeza. Con el perfeccionamiento de la práctica de Hatha Yoga, la mente del yogui se volverá

tranquila y lisa como la superficie de un lago sereno, consiguiendo una fusión con el ser, el verdadero yo.

Los ejercicios físicos del Yoga se llaman asanas, término que significa “postura”. Las posturas se centran en dar salud a la columna vertebral, fuerza y flexibilidad, ya que en ella está el centro del sistema nervioso, la principal red de comunicación de los impulsos que tiene el cuerpo; manteniendo la flexibilidad y la fuerza de la columna vertebral gracias al ejercicio, la circulación mejora y las terminaciones nerviosas reciben un óptimo aporte de oxígeno y elementos nutritivos. Las asanas ejercen influencia sobre los órganos internos y sistema endocrino (glándulas y hormonas).

2.4.9 El Yoga en la actualidad

El yoga es en la actualidad un sistema plural y multicultural; en sí mismo, cuenta con disciplinas y técnicas específicas que van desde la limpieza personal y la alimentación, el trabajo corporal y el desarrollo de nuestra energía sutil, el conocimiento de diversas modalidades en la respiración, el desarrollo de las capacidades sensoriales, hasta la mística, la meditación y la filosofía. El Yoga, más que una doctrina cerrada, es una tradición que se recrea continuamente y que reflexiona y experimenta permanentemente acerca del ser humano y su identidad con la naturaleza y el universo, con infinitud de vertientes a través del tiempo. Hay que destacar que el Yoga exige disciplina en su sentido básico. Más que un conocimiento, como un conjunto de teorías, nos permite acceder al largo y antiguo camino de la sabiduría, a descubrir, percibir, sentir y desarrollar nuestra propia energía. A vivir la experiencia de Ser.

Nuestro cuerpo tiene un lenguaje que podemos descifrar. El primer paso es vivir la experiencia de su unidad y de su multiplicidad simultánea. Somos materia, agua, aire y fuego; nos expresamos a partir de nuestra existencia como cuerpo físico, emocional, mental y espiritual. No somos cuatro cuerpos en disputa, sino una sola energía que se expresa en diversos niveles de organización y manifestación en un solo espacio en el que se puede vivir en armonía. Nuestro cuerpo, único y diverso, cuenta con una larga historia y a la vez está escribiendo su futuro, pero la experiencia del yoga es el presente fugaz, aquí y ahora. Trabajar con nuestro cuerpo, en este sentido amplio y múltiple, con sabiduría, nos permite volver a descubrir y a participar con plenitud en la corriente de la vida. El Yoga es una vía para romper la rutina, desencadenar y experimentar nuestros potenciales, descubrir nuestro ritmo, explorar nuestra sombra, potenciar y afinar cada uno de nuestros sentidos: reaprender a mirar, a escuchar, a oler, a sentir, a gustar, a fluir. El Yoga es la experiencia del instante, de la pausa y del encuentro con nosotros mismos, en un sentido profundo y trascendente.

Los primeros pasos del Yoga nos abren la puerta para que las partes del ser humano se comuniquen, se identifiquen y se unifiquen gradualmente. Después, nos permite empezar a aflojar las tensiones corporales y los nudos emotivos; observar las ideas propias y las muchas ideas prestadas, inservibles o no, que creíamos nuestras; escuchar los sueños, escuchar nuestras palabras y las de aquellos que nos rodean con una nueva atención; empezar a vivir aquí y ahora. Entonces viviremos la experiencia de la intuición como la capacidad de entender la totalidad, en un instante, en una mirada. La energía empieza a fluir y experimentamos la alegría de estar vivos, en movimiento permanente. Las fronteras que antes eran incuestionables empiezan a percibirse relativas.

De esta forma, la mente que es activa, puede intervenir en el flujo de pensamientos, no solo es un receptáculo de sensaciones y emociones. El desarrollo de las funciones psíquicas adquieren, así, un eje, y las sensaciones, las percepciones, la memoria, la imaginación, el razonamiento, la voluntad, la resolución y la acción, el contacto con los objetos, los sujetos y con el sí mismo, son diversos modos en que opera nuestra energía.

Toda fuente de sufrimiento es la ignorancia de nuestro propio potencial, del apego, del deseo por detener lo fugaz. Lo que provoca una alineación de nuestra relación con el mundo. En la Asociación de Yoga Dharma, motivamos al alumno a que tenga experiencias superiores o sutiles en su vida, que transformen la negatividad y las derrotas de la vida en oportunidades positivas que nos permitan crecimiento. Cuando un ser humano conoce experiencias de mayor calidad en los diversos planos, no necesitará de experiencias menores por su pobreza o densidad, y por lo tanto, no las buscará. El pacer no es concebido dentro de yoga como una meta en sí mismo, la búsqueda de yoga tiene como intención trascender la dualidad del dolor y placer, alegría y tristeza, agonía y éxtasis, al trascender estas experiencias relativas adquirimos la experiencia del ser en sí, que trasciende estos aspectos, sin negarlos. El espíritu y la tendencia natural del ser humano es la trascendencia.

En este capítulo se describieron los antecedentes y la evolución histórica del yoga hasta la actualidad, sus beneficios y práctica en el ser humano. En el siguiente capítulo se explicarán los modelos de negocios actuales.

CAPÍTULO III

ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

3.1 Identificación de necesidades

Del promotor

- Generar un sustento estable para la toma de decisiones en la inversión de un nuevo negocio.
- Determinar el nivel de factibilidad de un modelo de negocio en la industria del bienestar físico y emocional.
- Identificar el nivel de beneficio que se obtendrá por el proyecto.

Del entorno

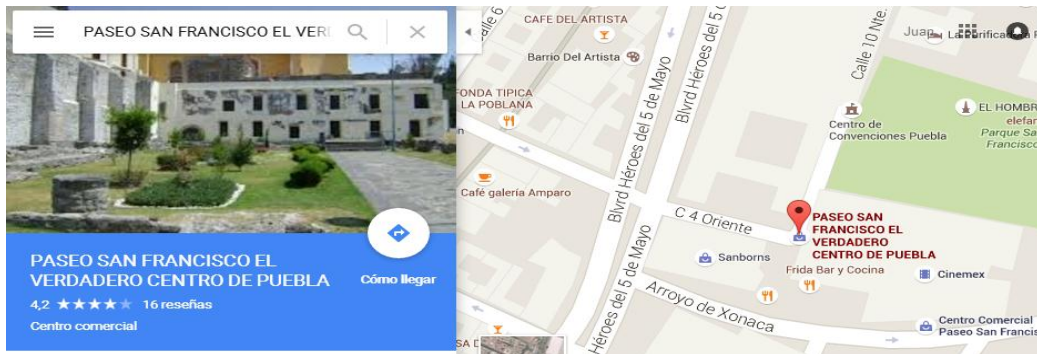
- Tener a disponibilidad un mayor número de opciones para alcanzar el bienestar físico y emocional.
- Reducir los niveles de estrés y malestar físico provocados por el ritmo laboral y demográfico de la ciudad.
- Identificarse con un estilo de vida que logre diferenciarlos de la población en general.

3.2 Análisis de alternativas de solución

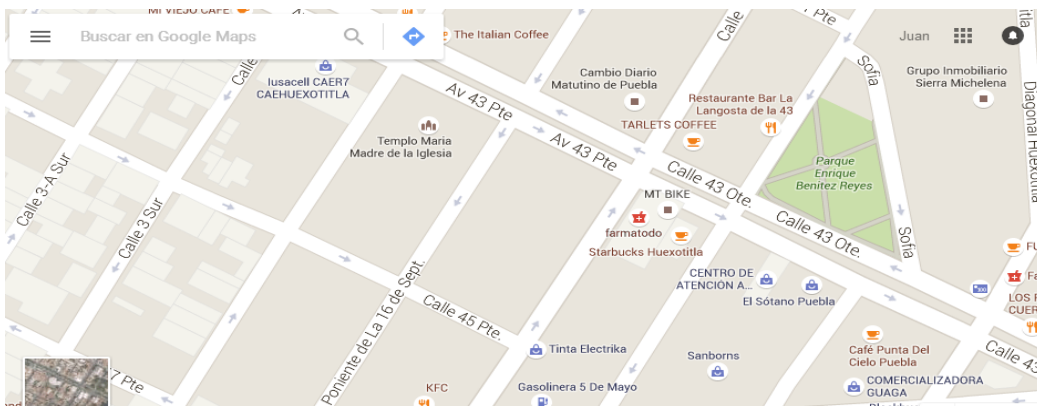
Acorde al planteamiento del problema existen tres lugares donde se puede ubicar “The Yoga Lab” con una captación del mercado meta, que más adelante de mostrará a profundidad.

Esquema 1. Lugares donde se puede ubicar “The Yoga Lab”

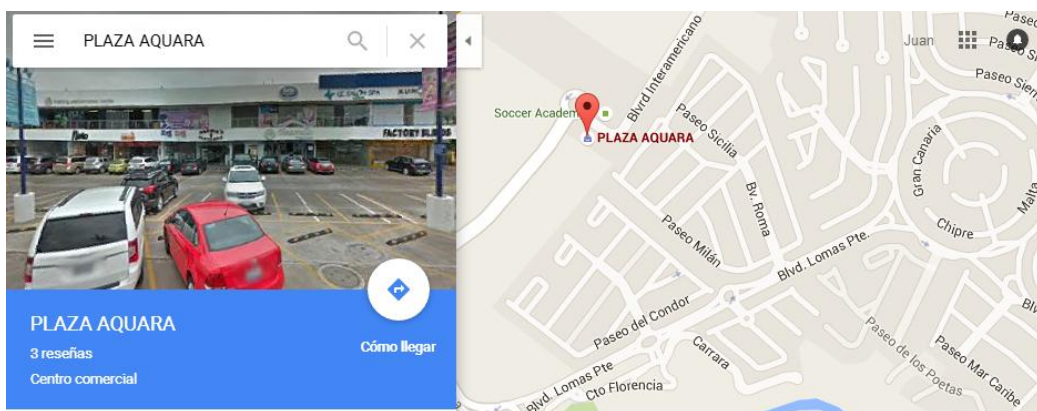
1. Paseo de San Francisco



2. Zona Dorada



3. Lomas de Angelópolis



Fuente: Elaboración propia

3.3 Selección de alternativa

Se han considerado tres alternativas para ubicar el centro de bienestar integral “The Yoga Lab”

Elemento A: Plaza de San Francisco

Elemento B: Lomas de Angelópolis

Elemento C: Zona Dorada

Se han considerado tres variables a considerar para la apertura:

Accesibilidad: Rutas de acceso, ciclo vías y vialidades principales con mayor índice de conexiones entre avenidas de alto flujo

Costo: Renta mensual + un valor representativo por los gastos de adecuación

Estacionamiento: Número de cajones o estacionamientos disponibles en un radio de 500 mts. Tabla 3.1.

Tabla 1. Análisis de las alternativas de ubicación centro de bienestar integral “The Yoga Lab”

VARIABLES	PESO	VALOR DE REFERENCIA			CALIFICACIÓN			CALIFICACIÓN PONDERADA		
		A	B	C	A	B	C	A	B	C
Accesibilidad	35%	3	2	6	5	3.3	10	1.75	1.15	3.5
Costo	45%	30,000	35,000	15,000	5	4.5	10	2.25	2	4.5
Estacionamiento	20%	750	200	175	10	3	2.5	2	.6	.5
	100%									
TOTAL								6	3.75	9

Fuente: Elaboración propia

3.4 Nombre y descripción de la empresa

Esquema 2. Logo “The Yoga Lab”



Fuente: Elaboración propia

“The Yoga Lab” es una empresa dedicada a la práctica y enseñanza de una actividad de origen milenario: “el yoga”. Buscando atraer a un mayor número de personas en México que se incorporan a la industria creciente del bienestar físico. La empresa se caracteriza por su servicio amable y personalizado que ofrece una variedad de opciones a escoger, desde estilos en la disciplina, oferta de productos, instalaciones de primer nivel hasta la posibilidad de llevar la asesoría de nutriólogos para una alimentación balanceada.

“The Yoga Lab” no solo se enfoca a un sector en la edad de nuestros usuarios si no que busca encontrar una sinergia desde niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad gracias a la flexibilidad de la disciplina creando una comunidad abierta e inclusiva.

3.5 Misión

“The Yoga Lab” es un lugar donde proporcionaremos a nuestros clientes bienestar mental, espiritual y físico profesionalizado, a través de la práctica del yoga utilizando nuestras técnicas de Asana, Pranayama, Meditación, dentro de un ambiente cálido y agradable para vivir una experiencia memorable.

La empresa se encuentra en etapa de evaluación y contará con personal capacitado para realizar cada una de las tareas y técnicas, proporcionar sinergia de calidad y tradición en nuestros servicios.

3.6 Visión

“The Yoga Lab” será el espacio de transformación líder en el municipio de Puebla, mejorando el estilo de vida de la gente, equilibrando mente, cuerpo y espíritu, ser reconocida por la calidad humana y profesional.

Nuestra empresa contribuye a la comunidad genera valor en las personas con un mejor estilo de vida, a través de experimentar con su cuerpo.

3.7 Objetivos de la Empresa

- Apertura o inauguración “The Yoga Lab” con un mínimo de 40 clientes.
- Poner al alcance de nuestros clientes servicios y elementos complementarios para una óptima practica del yoga.
- Aumentar el 15% de clientes captados cada mes a partir de la apertura por un periodo de 10 meses.
- Proporcionar una gran variedad de horarios y clases para poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Realizar un estudio de mercado para el estudio de factibilidad del centro de bienestar integral.
- Presupuestar y proyectar los recursos físicos, Humanos y Tecnológicos para la apertura del centro de bienestar integral.

3.8 ESTUDIO DE TÉCNICO DE PRODUCCIÓN PARA EL PLAN DE NEGOCIOS

Descripción del producto

“The Yoga Lab” ofrece sus servicios de la siguiente manera:

Horarios

Lunes a sábado de 7:00 a.m. a 9:30 p.m.

Sábado de 8:30 a.m. a 12:00 a.m.

Tabla 2. Horarios

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
7 - 8:30 am	Rafa Power Vinyasa	Rafa Power Vinyasa	Rafa Power Vinyasa	Rafa Power Vinyasa	Rafa Power Vinyasa	
9 - 10:30 am	Julieta Vinyasa Krama	Julieta Vinyasa Krama	Julieta Vinyasa Krama	Julieta Vinyasa Krama	Julieta Vinyasa Krama	Rafa Power Vinyasa
10 - 11:30am	Sesión Freelance	Sesión Freelance	Sesión Freelance	Sesión Freelance	Sesión Freelance	Sesión Freelance
6 -7:30 pm	Rafa Yin yoga	Rafa Yin yoga	Rafa Yin yoga	Rafa Yin yoga	Rafa Yin yoga	
8- 9:30 pm	Julia Power vinyasa	Julia Power vinyasa	Julia Power vinyasa	Julia Power vinyasa	Julia Power vinyasa	

Fuente: Elaboración propia

Paquetes

“The Yoga Lab” ofertan tres distintos paquetes que los usuarios pueden adquirir desde su inscripción:

Paquete uno: de 4 sesiones al mes

Paquete dos: de 8 sesiones al mes

Paquete tres: ilimitado de sesiones al mes

Infraestructura

“The Yoga Lab” ofrece sus servicios dentro de un establecimiento con las siguientes características:

Shala de 100 a 120 m², vías de acceso en auto, bicicleta y transporte público; cuenta con regaderas, sanitarios sala de estar área de shopping y juice bar.

Diseño

“The Yoga Lab” se caracteriza por su diseño minimalista conformado por muros de concreto en bruto que se resaltan por la mezcla de colores brillantes representativos de la marca en el piso, ambientado con música de relajación.

Equipamiento

“The Yoga Lab” facilita a los usuarios equipo para su desarrollo integral durante las sesiones durante el lapso que requiera para adquirir o no su equipo personal:

Tapetes, Pelotas, Bloques y tiras para yoga,
Estantería para guardar equipo

Personal

“The Yoga Lab” cuenta con un equipo de trabajo altamente calificado, preparado y organizado el cual se conforma de la siguiente manera:

2 Recepcionistas
2 Responsable de limpieza
1 Coordinador

2 Instructores de planta
1 Nutriólogo

****Para fines de conceptualización se describe las responsabilidades de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo de The Yoga Lab***

Tabla 3. Descripción de puestos del personal

Cargo: Recepcionistas	Edad: 18-30 años
<p>Descripción del puesto</p> <p>Es una persona amable con facilidad de palabra y trato al cliente, debe contar con actitud de servicio ser puntual y poder brindar soluciones a los usuarios sin salir del marco de “The Yoga Lab”</p>	
<p>Descripción de actividades</p> <p>Registrarse en la bitácora de asistencias Responsabilizarse del llenado de la bitácora de asistencia y control de sesiones impartidas. Estar pendiente de los usuarios desde su llegada hasta su última sesión. Aprenderse el nombre de cada usuario para saludarlo por su nombre. Generar y actualizar una base de datos con la información de los usuarios. Asegurarse que usuarios que se anoten en la clase que guste tomar. Ofrecer los productos en venta a cada uno de los usuarios. Llevar el control de las ventas y reportar los consumos al coordinador para su reabastecimiento. Recordarles a los maestros que el shala debe quedar ordenado después de sus clases y que no olviden poner en su lugar el material que se utilizó en la sesión. Revisar que los salones se encuentren limpios y listos para practicar después de la limpieza. Devolver objetos olvidados a los usuarios.</p>	

Cargo: Responsable de Limpieza	Edad: 18-25 años
<p>Descripción del puesto</p> <p>Es una persona con percepción del orden y la limpieza desarrollados actitud de servicio puntualidad y sentido de urgencia.</p>	
<p>Descripción de actividades</p> <p>Registrarse en la bitácora de asistencias Limpiar las instalaciones , regaderas ,baños ,shala , recepción y juice bar , Al finalizar cada clase debe barrer y pasar el mop para limpiar el shala, Abrir los ventanales para que circule el aire. Entregar objetos olvidados al recepcionista para la atención al usuario. Reportar al coordinador daños en las instalaciones. Llenar los check list de limpieza y consumo de materiales</p>	

Cargo: Coordinador	Edad: 25 años en adelante
<p>Descripción del puesto</p> <p>Es una persona certificada o con amplios conocimientos comprobables de la disciplina, habilidad de coordinar a personal, toma de decisiones y liderazgo.</p>	
<p>Descripción de actividades</p> <p>Registrarse en la bitácora de asistencias. Entregar objetos olvidados al recepcionista. Supervisión de los instructores para el cumplimiento de su asistencia e inicio de sesiones. Generar un reporte de las sesiones impartidas para el cálculo del pago mensual a cada maestro con ayuda de la bitácora y control de sesiones. Dirigir juntas semanales para la generación de ideas de mejora y sugerencias de los usuarios. Abastecer al recepcionista y al responsable de limpieza los formatos que requieran. Abastecer de artículos para la venta e insumos para la barra de jugos. Gestionar la compra de consumibles para el responsable de limpieza, recepcionista. Promover ventas y hacer autosustentable el área de shopping junto con el recepcionista a través de los ingresos generados de los productos.</p>	

Cargo: Instructor	Edad: 20 años en adelante
<p>Descripción del puesto</p> <p>Es una persona certificada o con amplios conocimientos comprobables de la disciplina, liderazgo, amable capaz de transmitir la disciplina a cada usuario</p>	
<p>Descripción de actividades</p> <p>Registrarse en la bitácora de asistencia y control de sesiones impartidas Aprenderse el nombre de cada uno de los usuarios. Impartir sesiones con puntualidad y profesionalismo. Entregar objetos olvidados al recepcionista. Reportar cualquier daño en el equipo e infraestructura al coordinador. Asegurar que el material utilizado en la sesión sea acomodado en su lugar.</p>	

Cargo: Nutriólogo	Edad: 25 años en adelante
--------------------------	----------------------------------

Descripción del puesto

Es una persona certificada capaz de orientar a los usuarios para una alimentación balanceada, debe ser responsable y comprometido.

Descripción de actividades

Registrarse en la bitácora de asistencia.
Aprenderse el nombre de cada uno del usuario.
Entregar objetos olvidados al recepcionista.
Llenar las hojas de vida y alimentación de cada uno de los usuarios.
Dar seguimiento a la alimentación de los usuarios.
Generar un menú cambiante conforme a los productos de temporada.
Instruir al responsable de la barra los ingredientes de cada uno de los jugos.
Reportar daños a la infraestructura al coordinador

Cargo: Responsable de Barra**Edad:** 18 años en adelante**Descripción del puesto**

Es una persona amable con sentido de urgencia capaz de trabajar bajo presión con orden y limpieza, puntual y responsable.

Descripción de actividades

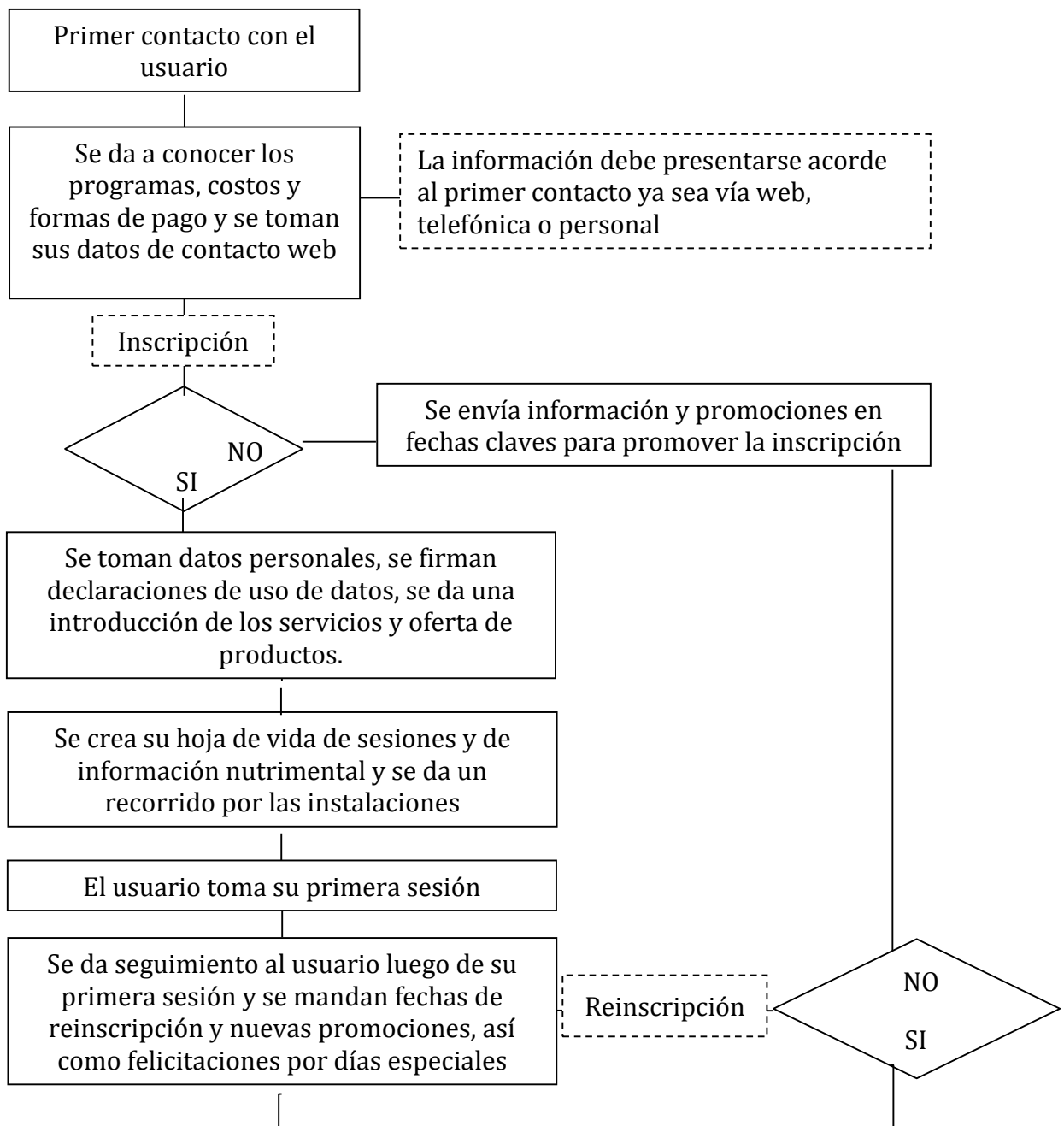
Registrarse en la bitácora de asistencia
Realizar los pedidos que los usuarios pidan del menú pronto y con calidad.
Mantener limpia su zona de trabajo.
Lavar el equipo y reportar cualquier daño en el o en la infraestructura del lugar.
Llenar los formatos de consumibles y pedidos para entregárselos al coordinador.
Promover ventas y hacer autosustentable la juice bar junto con el nutriólogo a través de los ingresos generados de los productos.
Entregar objetos olvidados al recepcionista.

Fuente: Elaboración propia

b.1 Descripción del proceso

Para fines de entendimiento y visualización del trato al cliente se muestra el flujo de atención y seguimiento de los usuarios.

Esquema 3. Descripción del proceso



***La descripción del proceso productivo no aplica debido a que The Yoga Lab ofrece un servicio.**

Fuente: Elaboración propia

b.2 Identificación de equipo y recurso humano

Se identifican los elementos que se necesitaran para la puesta a punto y la apertura de “The Yoga Lab” así mismo se obtiene un costo inicial de cada uno de los recursos.

Equipo

1. Tapetes de Yoga.
2. Pelotas para Yoga
3. Bloques.
4. Tiras de yoga
5. Lockers.
6. Sistema de audio.
7. Computadora
8. Piso pulido
9. Mostrador
10. Sanitarios completos para Hombres y Mujeres.
11. Iluminación para los espacios. (Lámparas, Tubo conduit, cable etc.)
12. Zona de estar.
13. Sillas
14. Juego de cuchillos
15. Licuadora
16. Exprimidor
17. Extractor
18. Tabla para cortar
19. Frigo bar

Esquema 4. Equipo para yoga

<p>Tapetes para Yoga</p>  <p>Resultados de Google Shopping para tapete... Enlaces Patrocinados ⓘ</p> <table border="1"><tr><td><p>Tapete de Yoga High 6mm \$720.00 Total Medic</p></td><td><p>Tapete de Yoga 6mm \$390.00 Total Medic</p></td><td><p>Tapete de Yoga Flor The \$219.00 Walmart.com...</p></td><td><p>Tapete De Yoga Earth ... \$733.70 biovea.net/mx</p></td><td><p>Tapete de Yoga Gaiam ... \$279.00 Netshoes</p></td></tr></table>	 <p>Tapete de Yoga High 6mm \$720.00 Total Medic</p>	 <p>Tapete de Yoga 6mm \$390.00 Total Medic</p>	 <p>Tapete de Yoga Flor The \$219.00 Walmart.com...</p>	 <p>Tapete De Yoga Earth ... \$733.70 biovea.net/mx</p>	 <p>Tapete de Yoga Gaiam ... \$279.00 Netshoes</p>
 <p>Tapete de Yoga High 6mm \$720.00 Total Medic</p>	 <p>Tapete de Yoga 6mm \$390.00 Total Medic</p>	 <p>Tapete de Yoga Flor The \$219.00 Walmart.com...</p>	 <p>Tapete De Yoga Earth ... \$733.70 biovea.net/mx</p>	 <p>Tapete de Yoga Gaiam ... \$279.00 Netshoes</p>	
<p>Para cotizar con el fabricante</p> <p>http://www.pisosdeportivos.com.mx/tapetesypisos/samistore/formas/productos_detalle.php?id_producto_seleccion=31</p>					

Pelotas para Yoga

Resultados de Google Shopping para Pelota... Enlaces Patrocinados ⓘ

 <p>Kit de Pelota para Moldear ... \$269.00 Netshoes</p>	 <p>Pelota para Ejercicio ... \$249.00 Walmart.com...</p>	 <p>Pelota de Yoga Adidas \$599.00 Netshoes</p>	 <p>Kit Pelota para Ejercicios The Firm \$319.00 Walmart.com...</p>	 <p>Pelota para Yoga y Pilates \$219.00 Linio MX</p>
---	--	--	--	---

Para cotizar con el fabricante

<http://www.quiminet.com/shr/es/vida-plena-1257815478/productos.htm?pp=18448472527>

Bloques para Yoga

Resultados de Enlaces Patrocinados ⓘ
Google Shopping

 <p>Ladrillo de Yoga Gaiam Chai \$139.00 Netshoes</p>	 <p>2pcs Yoga Pilates EVA Foam Block \$674.00 Linio MX</p>	 <p>Bronceado Yoga Yoga Corcho ... \$517.00 Linio MX</p>	 <p>Alta densidad de Mingyue Yoga ... \$294.00 Linio MX</p>
--	--	--	---

Para cotizar con el fabricante

http://www.solostocks.com.mx/venta-productos/yoga_b

Tiras para Yoga

	<p>Bloques y cinta para yoga, par de bloques para yoga, namaste</p> <p>Kit especial de yoga Contiene: 2 Bloques para yoga de 12cm de ancho x 23cm de largo x 7cm de espesor 1 Cinta para yoga de algodón de 183cm de</p> <p>Proveedor externo Fabricante de Deporte y entretenimiento en Aguascalientes</p>	<p>\$ 196 /par Cantidad mínima: 1 par</p> <p>Contactar por e-mail</p>
---	--	--

Para cotizar con el proveedor

http://www.solostocks.com.mx/venta-productos/yoga_b

Lockers

Resultados de Google Shopping para lockers Enlaces Patrocinados ⓘ

Uline Lockers - Dos Puertas, ... \$7,906.56 ULINE	Uline Lockers - Seis Puertas, ... \$8,017.92 ULINE	Lockers Industriales - ... \$15,998.72 ULINE	Uline Lockers - Una Puerta, ... \$7,238.40 ULINE	Locker personal LFP ... \$1,759.00 Linio MX

Para cotizar con el proveedor

http://www.lockersmexico.com.mx/?gclid=CjwKEAiAhagzBRDNltaS0pW5mWgSJADd7cYDB6iLsa_EdwwMbB1JA7dKf3Ncc6wt2z0tVmHYP7OQ0BoCB-iw_wcB

Sistema de audio

Resultados de Enlaces Patrocinados ⓘ
Google Shopping

Samsung - Teatro en casa con Blu- ... \$3,399.00 Best Buy México	LG - Teatro en casa con Blu-ray, ... \$3,499.00 Best Buy México	Samsung - Teatro en Casa HT-J550 \$12,499.00 Best Buy México	Teatro en Casa LG BH4030S, ... \$2,299.00 Linio MX

Computadora

Resultados de Enlaces Patrocinados ⓘ
Google Shopping

COMPUTADORA ESCRITORIO ... \$5,690.00 Ofix	All In One Hp 23-Q006la. Intel@ ... \$19,599.00 Linio MX HP	Computadora de Escritorio Acer ... \$4,999.00 Walmart.com.mx	Hp elitedesk 800 g1 twr corei7 \$12,906.00 Pedidos.com

Piso Pulido

Catalizador Epóxico (pintura) \$ 835⁰⁰ 12 meses de \$ 82 ⁴⁹	Aquacreto L-500 Pintura Epoxica 12lts \$ 4,428⁰⁰ 12 meses de \$ 437 ⁴⁵

Para cotizar con el proveedor

<http://www.comex.com.mx/CATALOGUE/Catalogue/Comex-Industrial-Coatings/Sistemas-para-pisos.aspx>

Mostrador



Vitrina **Mostrador** Exhibidor
Entrepapeños Cristal...larga 2mts

\$ 3,490⁰⁰
12 meses de **\$ 344⁷⁸**

Artículo nuevo
7 vendidos
Estado De México



Vitrina **Mostrador**, Muebles

\$ 1,790⁰⁰
12 MSI de **\$ 149¹⁷**

Artículo nuevo
19 vendidos
Jalisco

Para cotizar con el fabricante

http://www.mostradores.mx/pass_req-mostradores-para-tienda.html

Sanitarios paquete completo con equipo de instalación



\$2,197⁰¹

LAMOSA
PAQUETE SANITARIO
EXTREMO DUAL
SKU: 600422



\$2,197⁰¹

LAMOSA
PAQUETE SANITARIO KENZO
BLANCO
SKU: 111371



\$1,099⁰⁰

CAPIZZI
LAVABO/PEDESTAL
WINSTON CAFÉ
SKU: 104802



\$2,597⁰⁰

CASTEL
PAQUETE SANITARIO
CASABLANCA BLANCO
SKU: 600248

Para cotizar con el proveedor

http://www.homedepot.com.mx/comprar/es/santa-fe/paquete-sanitario-cadiz?qclid=Cj0KEQIAzai0BRCs2Yydo8yptuIBEiQAN3_IFh1_wN4aFK-AMpgeTltJ4_YjumsWtkJyb97tt9nl75EaApFv8P8HAQ

Iluminación "Tubo Conduit y Conectores"



\$97⁰⁰

MUELLER
"TUBO GALVANIZADO 1/2"*****



\$127⁰⁰

MUELLER
"TUBO GALVANIZADO 1.22 M"



\$55⁰⁰

RAWELT
CAJA OVAL ROSCADA OLR
1"



\$119⁰⁰

RAWELT
CAJA OVAL ROSCADA OLR
1 1/4"

Para cotizar con el proveedor

<http://www.homedepot.com.mx>

Iluminación "Lámparas"



\$135⁰⁰

PHILIPS
LÁMPARA FLUORESCENTE T-
5 28W



\$999⁰⁰

LUMINA
LÁMPARA FLUORESCENTE
MARBELLA CEREZO



\$175⁰⁰

PLASKOLITE
PANEL DE LUZ 2 X 4 CLR



\$135⁰⁰

PLASKOLITE
PANEL DE LUZ 2 X 4 PRISMA
BLANCO

Para cotizar con el proveedor

<http://www.homedepot.com.mx>

Iluminación "Cable Cinta"



\$499⁰⁰

INDIANA
CABLE THW-LS/THHW-LS
CALIBRE 12 CON 100 M
SKU: 767301



\$499⁰⁰

INDIANA
CABLE THW-LS/THHW-LS
CALIBRE 12 CON 100 M
SKU: 770601



\$6⁵⁰

INDUSTRIAL DE TERMINALES
CINTA AISLANTE ELÉCTRICA
DE PVC
SKU: 862736



\$11⁵⁰

TUK
CINTA ELÉCTRICA 330
NEGRA 19MM X
SKU: 182798

Para cotizar con el proveedor

<http://www.homedepot.com.mx>

Zona de estar



Love Seat Luver
tapizado
\$2,996.00



Love Seat Fiore
tapizado
\$2,550.00



Sala Esquinera
Julie tapizada
\$5,100.00



Sala Versa 3
piezas ...
\$9,116.00



Love Seat Fiore
tapizado
\$2,550.00

Para cotizar con el proveedor

<http://www.bodegademuebles.com/love-seats/>

Sillas



Silla operativa regia
\$979.70



Silla multiusos sin brazos tapiz
\$438.60

Para cotizar con el proveedor

http://www.todooficina.com/sillas-sillones-oficina.html?gclid=Cj0KEQiAzai0BRCS2Yydo8yptuIBEiQAN3_IFm5VtUmmwsFuggfsOdanQ3ijxqxYYu6xzQHriYn0qYaAmHC8P8HAQ

Juego de cuchillos



Contado:
\$559

\$30
quincenal



Contado:
\$129

\$7
quincenal



Contado:
\$109

\$6
quincenal



Contado:
\$199

\$11
quincenal

Para cotizar con el proveedor

<http://www.coppel.com/juego-de-cuchillos-gibson-home/107281/4>

Licuada



Contado:
\$1,099



Contado:
\$2,199

Para cotizar con el proveedor

<http://www.coppel.com/search.php?skip=1&search=licuadora&cat=Hogar&numciudad=4>

Exprimidor



Contado:
\$549

Para cotizar con el proveedor

<http://www.coppel.com/search.php?skip=1&search=exprimidor&cat=Hogar&numciudad=4>

Extractor



Contado:
\$1,099



Contado:
\$849



Contado:
\$759

Para cotizar con el proveedor

<http://www.coppel.com/search.php?search=extractor&cat=&numciudad=4>

Frigo bar



Contado:
\$2,899



Contado:
\$4,299



Contado:
\$4,899

Para cotizar con el proveedor

<http://www.coppel.com/search.php?skip=1&search=Frigobar&cat=L%C3%ADnea+Blanca&numciudad=4>

Recurso Humano

- 20.2 Recepcionistas
- 21.2 Responsable de limpieza,
- 22.1 Coordinador de instructores
- 23. 2 Instructores de planta
- 24.1 Nutriólogo.
- 25. 1 Responsable de barra

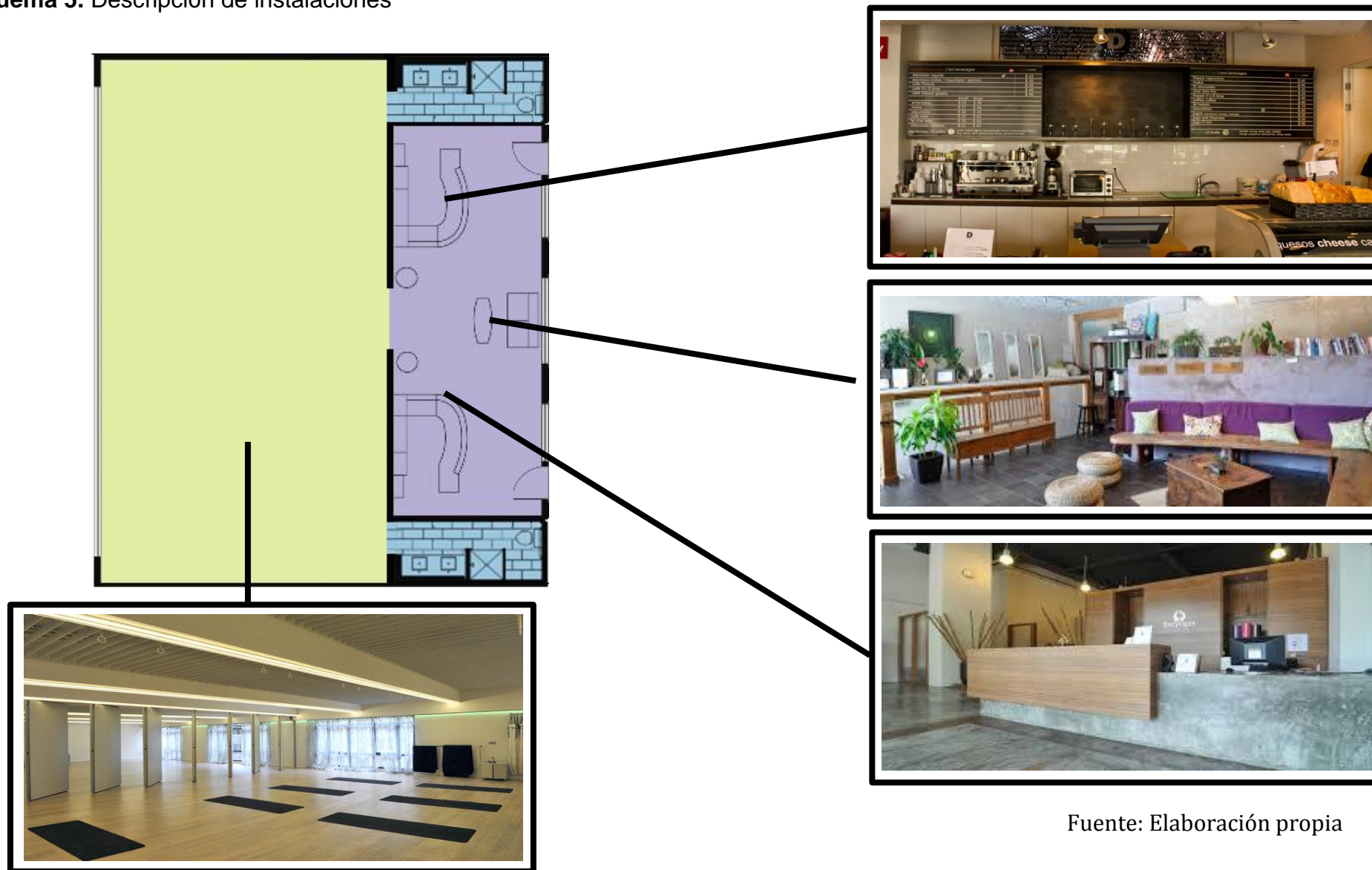
Tabla 4. Recurso Humano

PERSONAL	Jibamukti	Ohm	Amma Yoga
Recepcionista	\$ 5,000.00	\$ 4,500.00	\$ 4,600.00
Responsable de limpieza	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,700.00
Coordinador	N/A	\$ 12,000.00	\$ 15,000.00
Instructores	\$6,000.00	\$7,000.00	\$ 9,000.00
Nutriólogo	\$ 4,000.00	N/A	N/A
Responsable de barra	\$ 3,500.00	N/A	\$ 4,500.00

Fuente: Elaboración propia

b.3 Descripción de Instalaciones

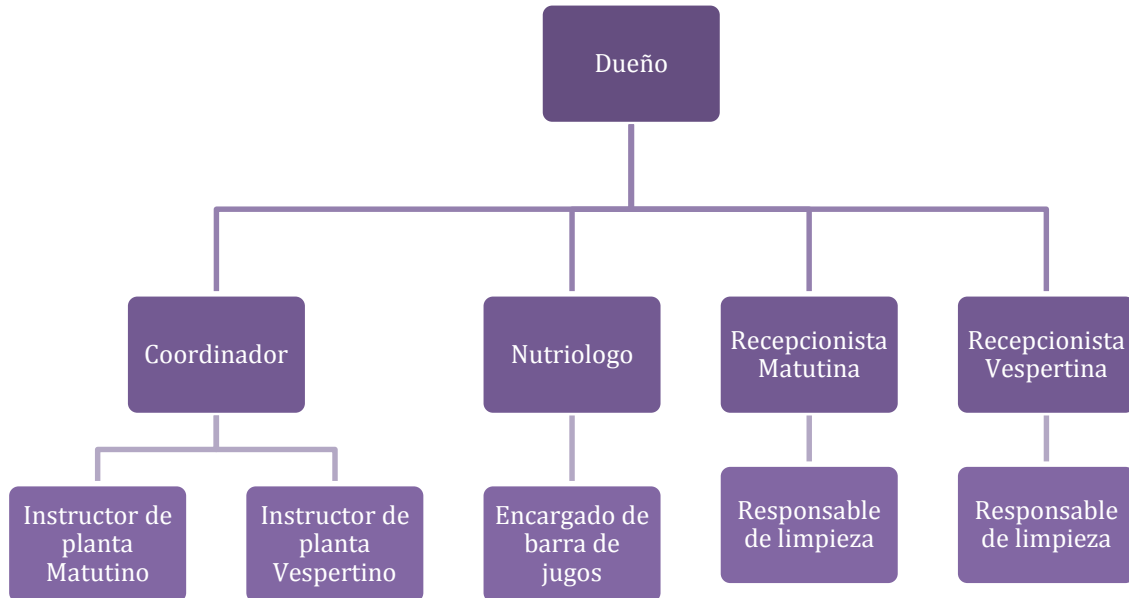
Esquema 5. Descripción de instalaciones



Fuente: Elaboración propia

b.4 Organigrama

Esquema 6. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

b.5 Presupuesto de personal

Tabla 5. Presupuesto de personal

PERSONAL	SUELDO MENSUAL
Coordinador	\$ 15,000.00
Instructor	\$ 7,000.00
Nutriólogo	\$ 4,600.00
Encargado de barra	\$ 4,600.00
Recepcionista	\$ 6,000.00
Personal de limpieza	\$ 2,000.00
	\$ 39,200.00

*.*La información salarial se obtuvo por analogía con otros centros de bienestar de Yoga en Puebla fuente de información primaria.*

Fuente: Elaboración propia

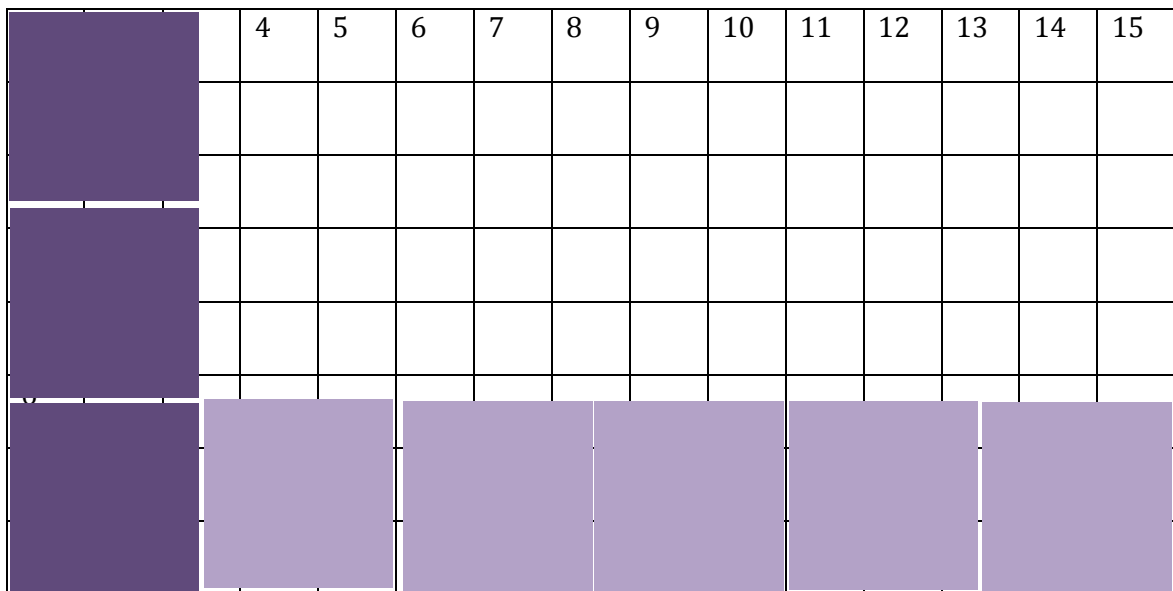
b.7 Capacidad de producción

El espacio ideal para practicar yoga debe ser una superficie plana de al menos 2.5 m x 2.5 m = 6.25 m² por usuario.

Se cuenta con una superficie de 8 m * 15 m = 120 m²

Tabla 6. Capacidad de producción

1 Cada recuadro representa 1m²



Fuente: Elaboración propia

La distribución del espacio disponible es de 120 m², cada usuario requiere 6.25m² y el instructor necesita un espacio frontal de 3 lugares:

USUARIOS POR SESION:

$$UPS = (120 \text{ m}^2 / 6.25 \text{ m}^2 \text{ por usuario}) - 20 \text{ m}^2 = 15 \text{ usuarios}$$

Se imparten 5 sesiones al día y 2 los días sábados cada una con 15 usuarios como capacidad máxima:

CAPACIDAD MAXIMA DIARIA

CMD = UPS * Numero de sesiones diarias = 5 * 15 = **75 usuarios.**

CAPACIDAD MAXIMA SABATINA:

CMS = UPS * Numero de sesiones en sábados = 2 * 15 = **30 usuarios.**

Podemos considerar los 75 usuarios diarios y 30 en sábados como espacios disponibles:

Capacidad de usuarios por sesiones = Lugares disponibles

LES = 75 lugares por 20 días = **1500 lugares entre semana**

LFS = 30 lugares por 4 días = **120 lugares en días sábado**

Lugares disponibles al mes

LDM = LES + LFS = 1500 + 120 = **1620 lugares disponibles al mes**

Se plantean 3 escenarios de acuerdo que “The Yoga Lab” puede mantener como capacidad de producción máxima de acuerdo a los paquetes que oferta partiendo de supuestos donde todos los usuarios pertenecen a una clase:

Clases:

- Usuarios de 4 sesiones
- Usuarios de 8 sesiones
- Usuarios de 30 sesiones

Capacidad con solo usuarios de 4 sesiones

CS4 = LDM / número de sesiones disponibles = 1620 / 4 = **405 usuarios**

Capacidad con solo usuarios de 8 sesiones

CS8 = LDM / número de sesiones disponibles = 1620 / 8 = **202 usuarios**

Capacidad con solo usuarios de 30 sesiones

CS30 = LDM / número de sesiones disponibles = 1620 / 30 = **54 usuarios**

Tabla 7. Capacidad con solo usuarios de 30 sesiones

Usuarios de 4 sesiones	Usuarios de 8 sesiones	Usuarios de 30 sesiones
405 usuarios	202 usuarios	54 usuarios

**Debido a que los usuarios cuentan con una inscripción no se puede ofertar una mayor cantidad de lugares al día, esto se traduce como el límite de producción*

Fuente: Elaboración propia

b.8 Presupuesto de costo de producción

Tabla 8. Presupuesto de costo de producción

Concepto	Unidad	Cantidad	P.U	Importe
Renta local	1	\$ 19,000.00	\$ 19,000.00	\$ 19,000.00
Luz	1	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
Agua	1	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Salarios	1	\$ 39,200.00	\$ 39,200.00	\$ 39,200.00

TOTAL	\$ 59600.00
--------------	--------------------

** La renta ya incluye IVA, mantenimiento plaza y seguridad*

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Presupuesto área de shopping y juice bar

Concepto	Monto asignado
Presupuesto para área de shopping	\$ 10,000.00
Presupuesto para juice bar	\$ 3,000.00

TOTAL	\$ 59,600.00
--------------	---------------------

**Los costos variables de área de shopping y juice bar no se consideran dentro de los costos de producción mensual ya que parten de una inversión inicial y se deben auto sustentar con sus ingresos de venta gestionados por el coordinador*

y el responsable de la juice bar; se nombran en este punto para fines de cálculo en el punto de equilibrio.

Fuente: Elaboración propia

3.9 ESTUDIO DE MERCADO

c.1 Situación actual de la industria o sector

Los estudios de yoga se han convertido en uno de los segmentos de negocios con mayores proyecciones de desarrollo debido al creciente interés de hombres y mujeres por alcanzar un equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu. Esta disciplina, originaria de la india, promete un estado físico y mental armónico que redundará en ese estado de bienestar que persiguen, sobre todo, los habitantes de las grandes urbes sometidos a niveles de estrés.

Crecimiento de escuelas y establecimiento en México:

- 450 escuelas formadas de manera profesional
- 600 micro establecimientos

Principales ubicaciones en el país:

- Ciudad de México.
- Monterrey
- Guadalajara
- Cancún

Marco legal:

- 300 inscritas ante la Federación Mexicana de Yoga.
- 85 en proceso de afiliación

Promedio de estudiantes por escuela:

- 200 alumnos en escuelas formadas de manera profesional
- 80 alumnos en micro establecimientos

Cantidad de estudiantes estimados a nivel nacional:

- 140,000 practicantes de yoga a nivel nacional:
 - 90,000 alumnos en escuelas formadas de manera profesional
 - 50,000 alumnos en micro escuelas.

Perfil promedio del usuario:

Nivel socioeconómico: C, C+ .

Género: Hombres y mujeres de entre 18 y 45 años de edad.

Formación mínima: Estudios universitarios,

Gustos particulares: Gusto por el contacto con la naturaleza, preocupados por su espacio y bienestar

Variación promedio de la matrícula debido a la exigencia de disciplina:

- Alumnos que si se comprometen con la práctica 1 a 2 años
- Alumnos promedio 3 a 11 meses
- Alumnos que no se comprometen y abandonan la practica en lapsos de 1 a 2 meses.

c.2 Segmentación del mercado y definición del mercado meta

Para el mercado meta que “The Yoga Lab” captar está dado por.

Género: Hombres y mujeres

Edad: 15 a 30 años

Nivel socioeconómico: B, C y C+

De forma directa: Personas que tengan este nivel de ingresos.

De forma indirecta: Hijos de personas con este nivel de ingresos

Gustos e intereses: Personas que buscan el cuidado integral de salud, mente y espíritu.

Región: Habitantes de la ciudad de Puebla.

POR UBICACIÓN: Personas que vivan en un radio de 4 km entorno a “The Yoga Lab”

POR DISPOSICION DE TRASLADO: Personas que estén dispuestas a trasladarse entre 15 y 25 min

Formación: Preparatoria Universidad Posgrado

La selección del mercado meta parte de las características generales en las que se encuentra el marco común de las escuelas de Yoga dentro del país

c.3 Análisis de la demanda

Tabla 10. Análisis de la demanda

CONCEPTO	NÚMERO O PORCENTAJE
Número de habitantes en el País	118,395,054 millones
Número de personas en el Estado de Puebla	5,779,829 millones
Número de habitantes en la Ciudad de Puebla	1,539,819 millones
Número de hombres de la Ciudad de Puebla entre 18 y 30 años	Hombres 27.2 %
Número de mujeres de la Ciudad de Puebla entre 18 y 30 años	Mujeres 27.8 %
Número de personas con nivel socioeconómico B	1 %
Número de personas con nivel socioeconómico C	5 %
Número de personas con nivel socioeconómico C +	14 %

Fuente: Elaboración propia

Esquema 8. Análisis de la demanda: INEGI

The screenshot shows the INEGI website interface with the following data:

Población, Hogares y Vivienda	
Población Ver más	
☺ Población a mitad de año (Número de personas), 2013	118,395,054
☺ Población total (Número de personas), 2010	112,336,538
☺ Tasa de crecimiento total, 2010	1.40
☺ Porcentaje de población en localidades de menos de 2 500 habitantes, 2010	23.2
☺ Relación hombres-mujeres (Hombres por cada 100 mujeres), 2010	95.4
Natalidad y fecundidad Ver más	
☺ Nacimientos (Nacimientos), 2014	2,463,420
☺ Tasa global de fecundidad, 2010	2.39
☺ Tasa de fecundidad de las adolescentes de 15 a 19 años, 2010	56.86
Mortalidad Ver más	
☺ Defunciones por homicidio. Hombre (Defunciones), 2014	17,503
☺ Defunciones generales (Defunciones), 2013	623,600
☺ Esperanza de vida al nacer (Años), 2015	74.95
Nupcialidad Ver más	
☺ Matrimonios, 2013	583,264
☺ Divorcios (Divorcios), 2013	108,727
Migración Ver más	
☺ Porcentaje de población emigrante, 2010	3.30
☺ Porcentaje de población inmigrante (migración reciente), 2010	NA
☺ Porcentaje de población no nativa (migración acumulada), 2010	NA
Hogares Ver más	

Superciudad de otros tipos de vegetación (kilómetros cuadrados), 2005		200.43
Población, Hogares y Vivienda		
Población Ver más		
?	Población total (Número de personas), 2010	5,779,829
?	Tasa de crecimiento total, 2010	1.30
?	Porcentaje de población en localidades de menos de 2 500 habitantes, 2010	28.2
?	Relación hombres-mujeres (Hombres por cada 100 mujeres), 2010	92.0
Natalidad y fecundidad Ver más		
?	Nacimientos (Nacimientos), 2014	150,633
?	Tasa global de fecundidad, 2010	2.52
?	Tasa de fecundidad de las adolescentes de 15 a 19 años, 2010	56.54
Mortalidad Ver más		
?	Defunciones generales (Defunciones), 2013	33,100
?	Tasa bruta de mortalidad, 2010	4.9
?	Esperanza de vida al nacer (Años), 2015	74.81
Nupcialidad Ver más		
?	Matrimonios, 2013	19,229
?	Divorcios (Divorcios), 2013	3,100
Migración Ver más		
?	Porcentaje de población emigrante, 2010	2.70
?	Porcentaje de población inmigrante (migración reciente), 2010	2.60
?	Porcentaje de población no nativa (migración acumulada), 2010	9.20
Hogares Ver más		
?	Hogares (Hogares), 2010	1,373,770

Población, Hogares y Vivienda		
Población Ver más		
?	Población total (Número de personas), 2010	1,539,819
?	Relación hombres-mujeres (Hombres por cada 100 mujeres), 2010	91.2
Natalidad y fecundidad Ver más		
?	Nacimientos (Nacimientos), 2014	30,900
Mortalidad Ver más		
?	Defunciones generales (Defunciones), 2013	8,229
Nupcialidad Ver más		
?	Matrimonios, 2013	5,176
?	Divorcios (Divorcios), 2013	1,967
Hogares Ver más		
?	Hogares (Hogares), 2010	394,155
?	Tamaño promedio de los hogares (Número de personas), 2010	3.8
?	Hogares con jefatura femenina (Hogares), 2010	112,172
Vivienda y Urbanización Ver más		
?	Total de viviendas particulares habitadas (Viviendas), 2010	406,408
?	Promedio de ocupantes en viviendas particulares habitadas (Promedio), 2010	3.8
Sociedad y Gobierno		
Educación Ver más		
?	Población de 5 y más años con primaria (Número de personas), 2010	406,050
?	Personal docente en educación especial, 2011	477
?	Total de escuelas en educación básica y media superior, 2011	2,296

Fuente: www.inegi.org

Número de habitantes de la C. Puebla Hombres entre 18 y 30 años

$$\text{NHCPH} = 1,539,819 \cdot .272 = 419,831$$

Número de habitantes de la C. Puebla Mujeres entre 18 y 30 años

$$\text{NHCPM} = 1,539,819 \cdot .282 = 434,229$$

Número de habitantes en la C. Puebla con nivel socioeconómico B

$$\text{NHCPNS B} = (\text{NHCPH} + \text{NHCPM}) \cdot 1\% = (419,831 + 434,229) \cdot .01 = 85,406$$

Número de habitantes en la C. Puebla con nivel socioeconómico C

$$\text{NHCPNS C} = (\text{NHCPH} + \text{NHCPM}) * 5\% = (419,831+434,229)*.05 = 42,703$$

Número de habitantes en la C. Puebla con nivel socioeconómico C+

$$\text{NHCPNS C+} = (\text{NHCPH} + \text{NHCPM}) * 14\% = (419,831+434,229)*.14 = 119,568$$

Tamaño del mercado meta

$$\text{TMM} = (\text{NHCPNS B}) + (\text{NHCPNS C}) + (\text{NHCPNS C+}) = 247,677$$

Tabla 11. Tamaño del mercado meta

CONCEPTO	Tamaño en número de personas
Tamaño del mercado meta	247,677

Fuente: www.inegi.org

c.4 Investigación del mercado

“The Yoga Lab” realiza una encuesta aplicada a una muestra de la población 247,677 (habitantes en la ciudad de Puebla con ingresos de B a C+) con una confianza del 95 % y un error del .05 %

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

N= Número de total de la población

Z= 95% (1.96valor en tablas)

p=.5

q=.5

E=.05

$N = ((1.96^2)(247677*(.5*.5)))/(.05^2(247677-1)+1.96^2(.5*.5)) = 151$ personas encuestadas

Tabla 12. Muestra

CONCEPTO	Número de personas a encuestar
Tamaño de la muestra	151

Fuente: Elaboración propia

**Por motivos de tiempo se aplica la encuesta solo a 50 personas en zona dorada cuyos resultados se muestran a continuación*

Esquema 9. Encuesta aplicada



Por favor conteste seleccionando la respuesta que usted considere adecuada

Sexo _____ Edad _____

1 ¿Conoce usted los beneficios de practicar Yoga? SI NO

2 ¿Sufre usted de insomnio o estrés?

Nunca Casi Nunca En ocasiones Frecuentemente

3 ¿Considera que se necesita hacer ejercicio para estar en bienestar físico y emocional? SI NO

4 ¿Le gustaría poder estar en bienestar físico a través del Yoga? SI NO

Porque: _____

5 ¿Cuál es el tiempo que estaría dispuesto en tardarse para llegar a un centro de Yoga?

15 min 30 min 45 min Otro: _____

6 ¿Cuál es el costo que usted estaría dispuesto a pagar por una mensualidad de sesiones de Yoga?

\$ 500 \$ 1000 \$ 1500 Otro: _____

7 ¿Cuál es su forma de pago preferida?

Descuento sobre tarjeta Efectivo Terminal punto de venta Otro: _____

8 ¿Cuáles son los horarios en los que usted podría practicar Yoga?

Matutino Vespertino Especifique:

9 ¿Qué servicios adicionales le gustaría tener con las sesiones de Yoga?

Nutriólogo Barra de licuados Venta de equipo Otro: _____

10 ¿Qué tipo de ejercicio prefiere usted practicar?

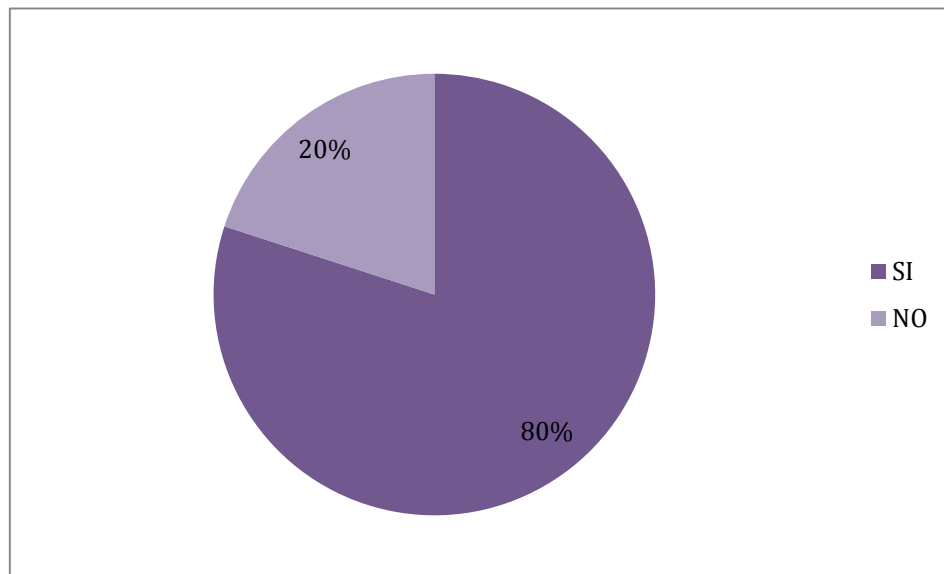
Tranquilo Moderado Intenso

SUGERENCIAS o COMENTARIOS:

Fuente: Elaboración propia

1. ¿Conoce usted los beneficios de practicar Yoga?

Gráfica 1. Beneficios del Yoga



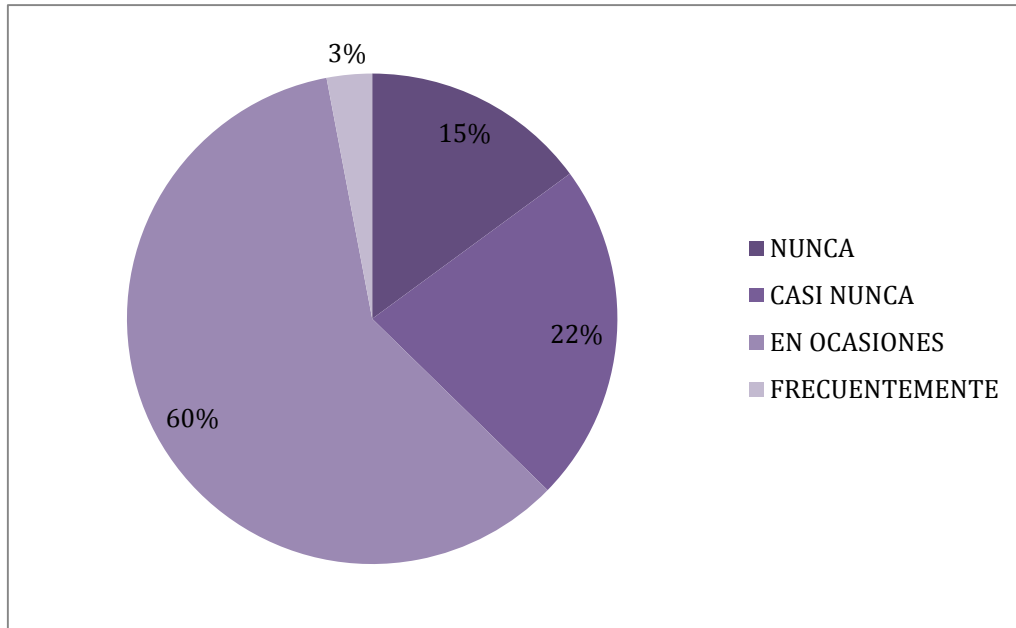
Fuente: Elaboración propia

A partir de estos datos podemos asumir que la mayoría de la población tiene idea de cuáles son los beneficios que existen al practicar Yoga.

Crear una campaña de información acerca de los beneficios que se tiene al practicar esta disciplina aumentara el número de personas que la tomen como una otra opción para llegar al bienestar físico y emocional.

2.- ¿Sufre usted de insomnio o estrés?

Gráfica 2. Insomnio o estrés



Fuente: Elaboración propia

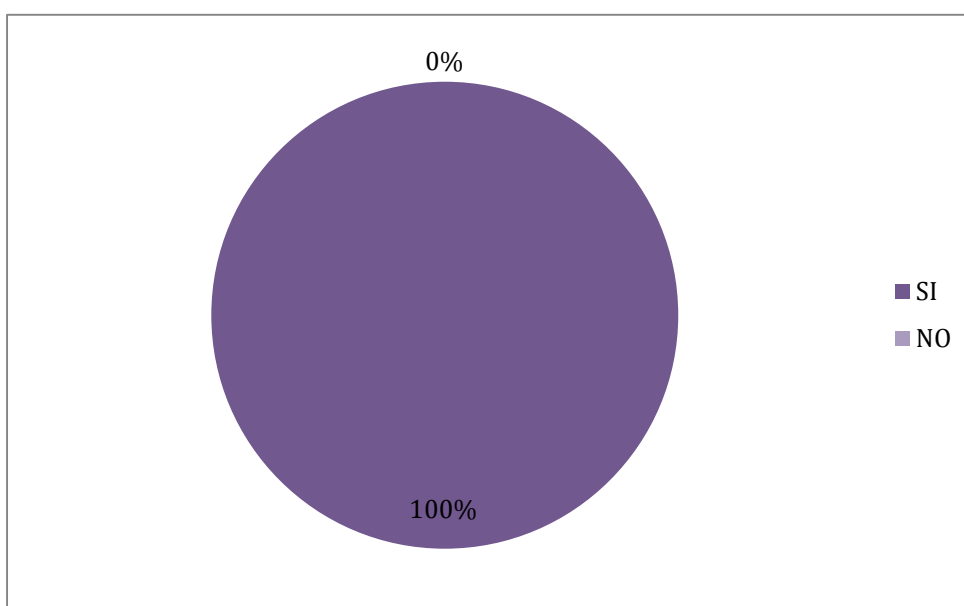
Más de la mitad de la población sufre de estrés mientras que en una minoría no lo padece.

Si la población en su mayoría no tuviera padecimientos de estrés ofrecer Yoga Lab como una opción para reducir estos índices o eliminarlos, no sería una buena decisión.

Partir de esta premisa para la campaña de publicidad abarca la atención de más del 50 % de la población.

3.- ¿Considera que se necesita hacer ejercicio para estar en bienestar físico y emocional?

Gráfica 3. El ejercicio para estar en bienestar físico y emocional



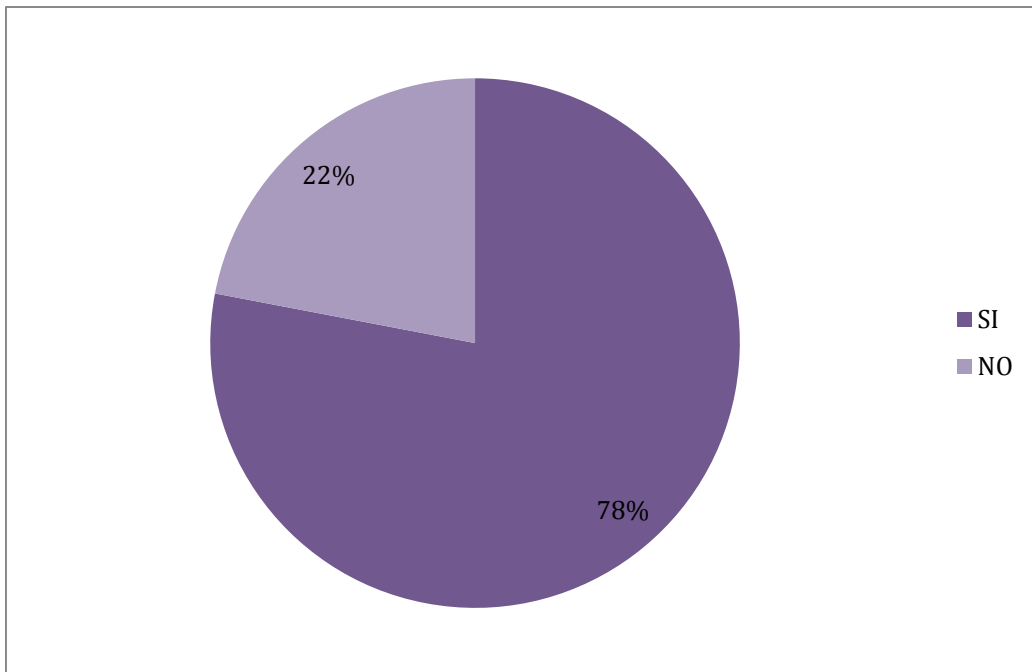
Fuente: Elaboración propia

En su totalidad la población sabe que es necesario hacer ejercicio para alcanzar el bienestar físico y emocional.

Esta información nos indica que el mercado solo debe elegir el ejercicio que más le guste. Yoga Lab debe ofrecer una mayor gama de opciones para captar más segmentaciones en la competencia indirecta.

4.- ¿Le gustaría poder estar en bienestar físico a través del Yoga?

Gráfica 4. Bienestar físico a través del yoga



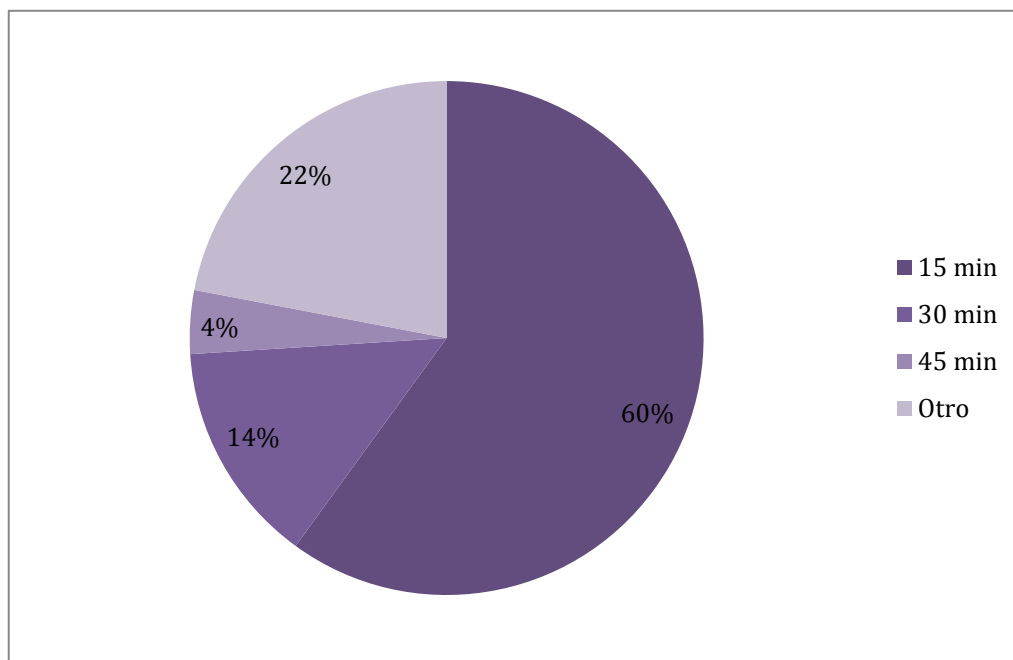
Fuente: Elaboración propia

La mayoría del mercado está abierto a probar la práctica del yoga para alcanzar el bienestar físico.

Yoga Lab debe dar resultados tangibles en un lapso de tiempo corto para no perder el público nuevo que prueba esta disciplina por primera vez.

5.- ¿Cuál es el tiempo que estaría dispuesto en tardarse para llegar a un centro de Yoga?

Gráfica 5. Tiempo en desplazarse al yoga



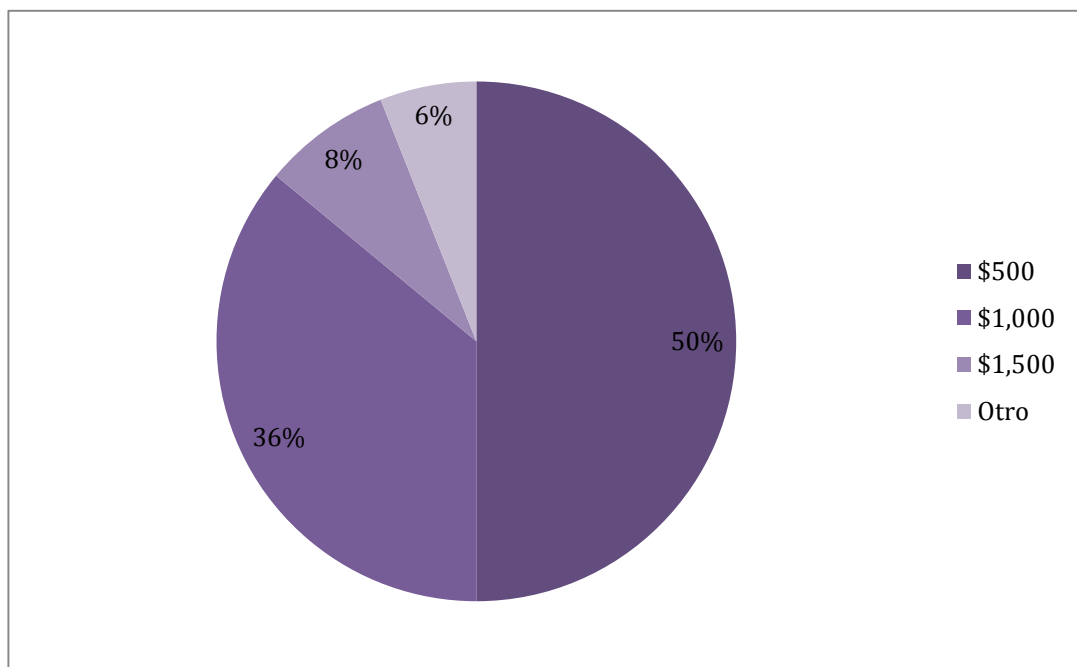
Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de la población aprecia su tiempo de traslado para llegar al lugar deseado mientras que una minoría no le importa viajar cerca de una hora.

Yoga Lab debe ubicarse estratégicamente en un lugar accesible donde el tiempo promedio de cualquiera de sus puntos aledaños se acerque a los 15 min.

6.- ¿Cuál es el costo que usted estaría dispuesto a pagar por una mensualidad de sesiones de Yoga?

Gráfica 6. Mensualidad de las sesiones de yoga



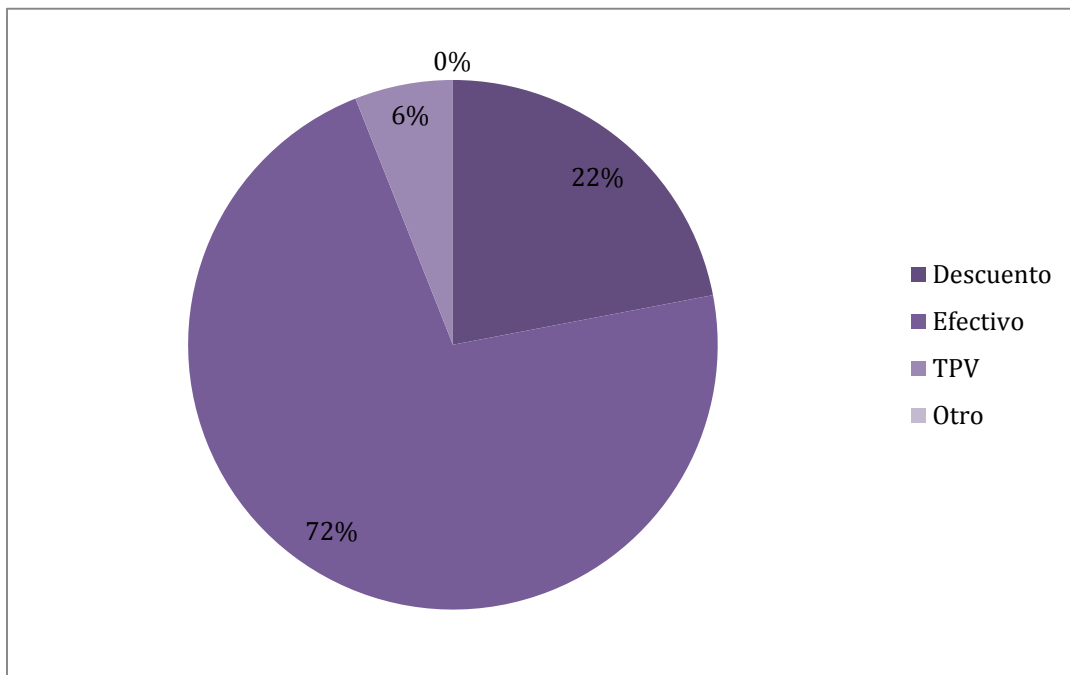
Fuente: Elaboración propia

La mitad de la población está dispuesta a pagar el costo promedio en el que se encuentran los centros de bienestar en general.

Yoga Lab debe mantener su costo por encima del promedio para mantenerse ubicado en el segmento de mercado al que va dirigido y así representar por su costo de adquisición status y distinción entre centros de bienestar integral

7.- ¿Cuál es su forma de pago preferida?

Gráfica 7. Forma de pago



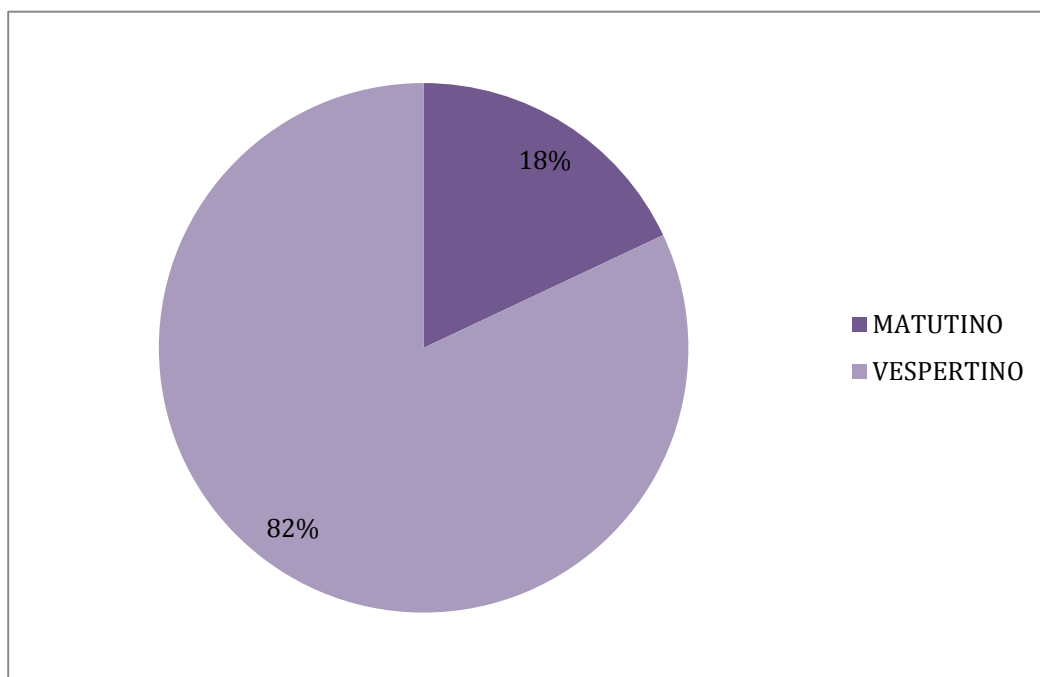
Fuente: Elaboración propia

En su mayoría la población prefiere hacer pagos en efectivo seguida por una cuarta parte que prefiere la comodidad de no estar haciendo movimientos y solo recibir en sus estados de cuenta las transacciones.

Yoga Lab debe fomentar el servicio de descuento sobre la cuenta del usuario para así aumentar su comodidad, satisfacción y retención, de esta forma también se diferencia de la mayor parte de los centros de bienestar que solo hacen el uso de pago en efectivo

8.- ¿Cuáles son los horarios en los que usted podría practicar Yoga?

Gráfica 8. Horarios para practicar yoga



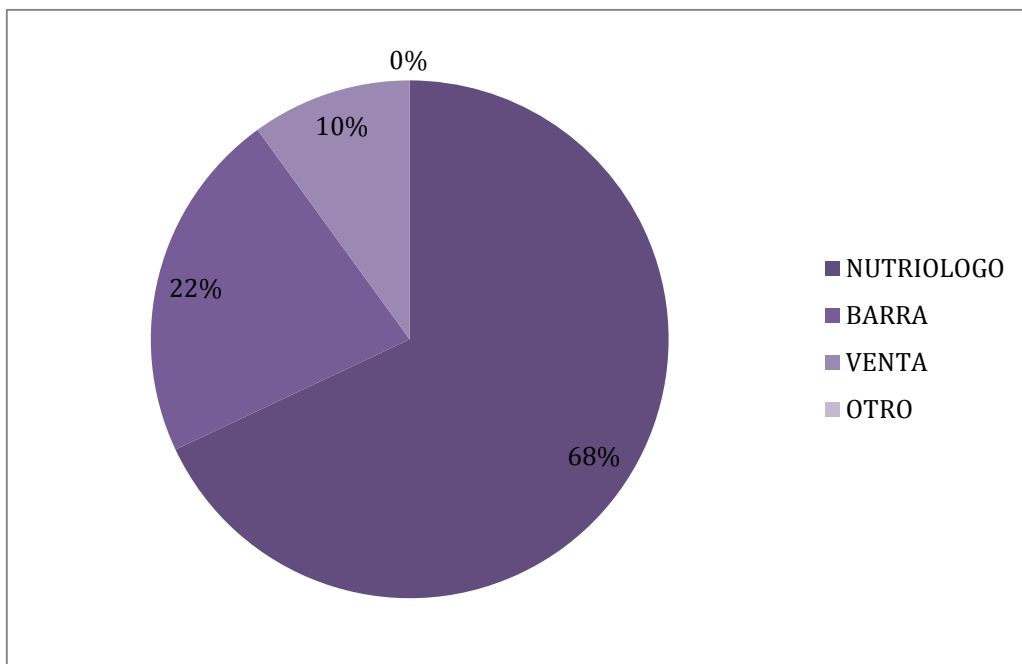
Fuente: Elaboración propia

En su mayor parte la población prefiere la práctica del yoga en turnos vespertinos.

Yoga lab debe ofrecer como prioridad sus servicios en estos horarios, aunque no debe descuidar los horarios matutinos ya que no puede perder al mercado que practica en por las mañanas.

9.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría tener con las sesiones de Yoga?

Gráfica 9. Servicios adicionales



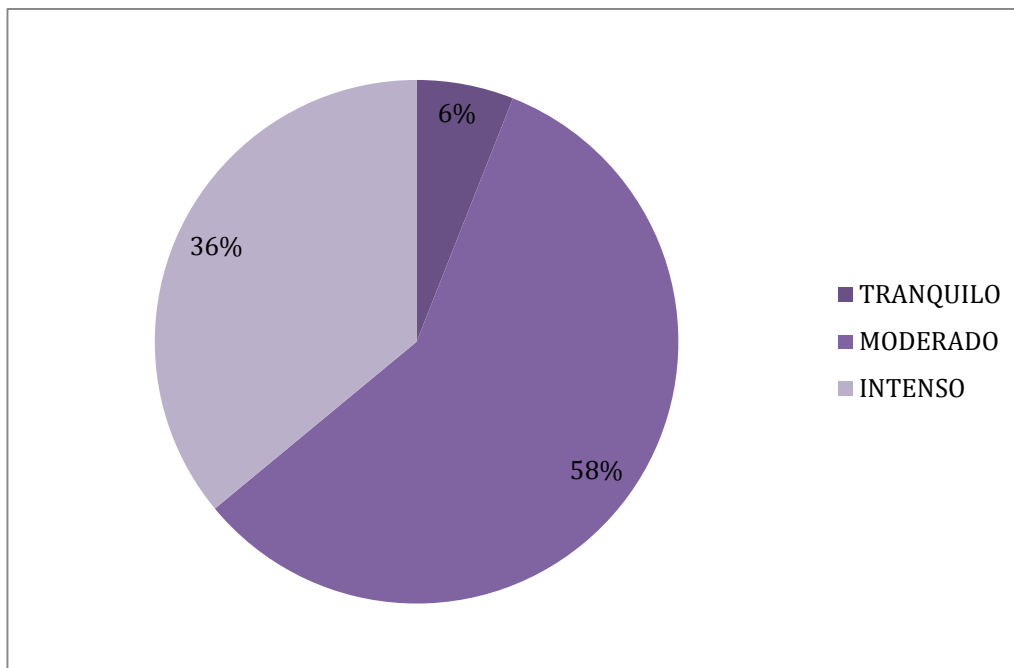
Fuente: Elaboración propia

Gran parte del mercado busca tener servicios extra a parte de la práctica de Yoga.

Yoga Lab debe aprovechar esta búsqueda del cliente y fortalecer sus servicios ofreciendo la mayor cantidad de comodidades relacionadas directamente con el alcance del bienestar.

10.- ¿Qué tipo de ejercicio prefiere usted practicar?

Gráfica 10. Tipos de ejercicio



Fuente: Elaboración propia

La población está más inclinada por el ejercicio moderado que el intenso.

Yoga Lab tiene que hacerle saber al mercado que también existen opciones para personas que prefieren así el ejercicio, abarcar más nichos del mercado aumentara el nivel de clientes y gustos por el alcance del bienestar.

3.10 PLAN FINANCIERO

Se presenta un plan que propone a través de herramientas contables y financieras una presentación cuantitativa del proyecto que apoyará para determinar la viabilidad del mismo económicamente hablando.

3.10.1 Ventas

Considerando el tamaño del mercado calculado para la Ciudad de Puebla obtenido en el instrumento de medición, se tiene una demanda de 15 participantes para cada uno de nuestras sesiones diarias y sabatinas.

A continuación se muestra el detalle de precios, precio mezcla y el potencial de venta mensual:

Tabla 13. Precio de servicios

Oferta	Precio
4 sesiones al mes	\$ 400.00
8 sesiones al mes	\$ 600.00
Ilimitado	\$ 1,200.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Precio mezcla

Oferta	Precio	Porcentaje	Precio Mezcla
4 sesiones al mes	\$ 400.00	20%	\$ 80.00
8 sesiones al mes	\$ 600.00	30%	\$ 180.00
Ilimitado	\$ 1,200.00	50%	\$ 600.00
			\$ 860.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Venta mensual

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Participantes por Horario	15	15	15	15	15	15
Horario	6	6	6	6	6	6
Precio Mezcla	\$ 860.00	\$ 860.00	\$ 860.00	\$ 860.00	\$ 860.00	\$ 860.00
Monto Ingreso Mensual	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Participantes por Horario	15	15	15	15	15	15
Horario	6	6	6	6	6	6
Precio Mezcla	\$ 860.00	\$ 860.00	\$ 860.00	\$ 860.00	\$ 860.00	\$ 860.00
Monto Ingreso Mensual	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00

Fuente: Elaboración propia.

3.10.1.1 Ventas anuales proyectadas

Derivado de las ventas proyectadas conforme a horarios y mezcla de alumnos se definen las siguientes ventas mensuales para el primer año de operación:

Tabla 16. Ventas mensuales primer año

Ventas Mensuales

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Monto Ingreso Mensual	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Monto Ingreso Mensual	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00

Fuente: Elaboración propia

3.10.1.2 Costo de venta mensual

El costo de ventas del servicio se toma directamente de la prestación de los servicios profesional del Instructor o mejor dicho el honorario mensual:

Tabla 17. Costo de venta mensual

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Sueldo Instructor	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00
Número Instructores	2	2	2	2	2	2
Monto Mensual	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Sueldo Instructor	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00	\$ 9,800.00
Número Instructores	2	2	2	2	2	2
Monto Mensual	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00

Fuente: Elaboración propia.

3.10.2 Inversión inicial en equipo y mobiliario

A continuación se presenta la propuesta de equipo y mobiliario necesarios para la operación:

Tabla 18. Inversión inicial en equipo y mobiliario

Concepto	Costo Unitario	Cantidad	Monto
Dos meses de Depósito de Renta	\$ 19,000.00	2	\$ 38,000.00
Renta de espacio mediante remodelación	\$ 19,000.00	3	\$ 57,000.00
Pulido de Piso	\$ 35,000.00	1	\$ 35,000.00
Pintado de Paredes	\$ 26,000.00	1	\$ 26,000.00
Instalación Eléctrica	\$ 28,000.00	1	\$ 28,000.00
Albañilería	\$ 54,000.00	1	\$ 54,000.00
Cancelería	\$ 60,000.00	1	\$ 60,000.00
Permisos de Ayuntamiento	\$ 10,000.00	1	\$ 10,000.00
Tapetes de Yoga.	\$ 390.00	20	\$ 7,800.00
Pelotas para Yoga	\$ 269.00	20	\$ 5,380.00
Bloques.	\$ 294.00	20	\$ 5,880.00
Tiras de yoga	\$ 196.00	20	\$ 3,920.00
Lockers.	\$ 1,759.00	5	\$ 8,795.00
Sistema de audio.	\$ 3,499.00	1	\$ 3,499.00
Computadora	\$ 5,690.00	1	\$ 5,690.00
Mostrador	\$ 3,490.00	1	\$ 3,490.00
Sanitarios completos para Hombres y Mujeres.	\$ 2,590.00	2	\$ 5,180.00
Iluminación para los espacios. (Lamparas, Tubo conduit, cable etc)	\$ 12,000.00	1	\$ 12,000.00
Zona de estar.	\$ 5,100.00	1	\$ 5,100.00
Sillas	\$ 440.00	4	\$ 1,760.00
Juego de cuchillos	\$ 700.00	1	\$ 700.00
Licuadaora	\$ 2,199.00	1	\$ 2,199.00
Exprimidor	\$ 549.00	1	\$ 549.00
Extractor	\$ 1,099.00	1	\$ 1,099.00
Tabla para cortar	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Frigo bar	\$ 4,899.00	1	\$ 4,899.00
Utensilios	\$ 2,500.00	1	\$ 2,500.00
			\$ 388,640.00

Fuente: Elaboración propia.

3.10.3 Gastos administrativos y operativos

Se presentan los gastos administrativos y operativos, representan los gastos recurrentes mensuales asociados al proyecto propuesto en base a los sueldos y los gastos implícitos a la operación de la comercializadora:

Tabla 19. Gastos Administrativos y operativos

PERSONAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO CON PRESTACIONES	CANTIDAD	IMPORTE ANUAL
Coordinador	\$15,000.00	\$15,000.00	1	\$180,000.00
Instructor	\$7,000.00	\$9,800.00	2	\$117,600.00
Nutriólogo	\$4,600.00	\$6,440.00	1	\$77,280.00
Encargado de barra	\$4,600.00	\$6,440.00	1	\$77,280.00
Recepcionista	\$6,000.00	\$8,400.00	2	\$100,800.00
Personal de limpieza	\$2,000.00	\$2,800.00	2	\$33,600.00
Mensual	\$39,200.00		Anual	\$586,560.00

Gastos de Administración Mensual

Concepto	Precio	Unidad	Importe	Anual
Renta	\$ 19,000.00	1	\$ 19,000.00	\$ 228,000.00
Publicidad	\$ 2,500.00	1	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00
Luz	\$ 800.00	1	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Teléfono	\$ 600.00	1	\$ 600.00	\$ 7,200.00
Mantenimiento	\$ 1,500.00	1	\$ 1,500.00	\$ 18,000.00
Varios	\$ 2,000.00	1	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
			\$26,400.00	\$316,800.00

Fuente: Elaboración propia.

3.10.4 Depreciación

Se definen los montos de depreciación para cada activo, considerando a la depreciación como la repartición sistemática del costo de un activo en el tiempo expresado en años y en base a los porcentajes de depreciación establecidos en la Ley de Impuesto Sobre la Renta en su artículo 34.(SHCP, 2014)

3.10.4.1 Depreciación general.

A continuación se muestran las depreciaciones establecidas para el proyecto:

Tabla 20. Depreciación

Concepto	Anual	Porcentaje	Valor Inicial	Depreciación Anual
Computadora	\$ 5,690.00	30% anual	\$ 5,690.00	\$ 1,707.00
Mobiliario y Equipo	\$ 63,460.00	10% anual	\$ 63,460.00	\$ 6,346.00

Fuente: Elaboración propia.

3.10.5 Estados de Resultados Proyectado

Se presentan los estados financieros proyectados que contienen los resúmenes de las operaciones económicas de la comercializadora para el primer año en el caso del estado de resultados y de los primeros 5 años para el caso del balance general. Sólo se considera el incremento de la Inflación para cada uno de los años posteriores por un 4%:

Tabla 21. Ventas por 5 años

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 928,800.00	\$ 965,952.00	\$ 1,004,590.08	\$ 1,044,773.68	\$ 1,086,564.63
(-) Costo de Ventas	\$ 235,200.00	\$ 244,608.00	\$ 254,392.32	\$ 264,568.01	\$ 275,150.73
(=) Utilidad Bruta	\$ 693,600.00	\$ 721,344.00	\$ 750,197.76	\$ 780,205.67	\$ 811,413.90
(-) Gastos de Operación	\$351,360.00	\$ 365,414.40	\$ 380,030.98	\$ 395,232.22	\$ 411,041.50
(-) Gastos de Administración	\$382,800.00	\$ 398,112.00	\$ 414,036.48	\$ 430,597.94	\$ 447,821.86
(-) Depreciación	\$ 8,053.00	\$ 8,053.00	\$ 8,053.00	\$ 6,915.00	\$ 6,346.00
(=) Utilidad Antes de Impuestos	-\$ 48,613.00	-\$ 50,235.40	-\$ 51,922.70	-\$ 52,539.48	-\$ 53,795.46
(-) ISR					
(-)PTU					
(=)Utilidad del Ejercicio	-\$ 48,613.00	-\$ 50,235.40	-\$ 51,922.70	-\$ 52,539.48	-\$ 53,795.46

Fuente: Elaboración propia

3.10.5.1 Estado de resultados

Se obtiene el estado de resultados para el primer año de operación conforme a los datos propuestos de ventas, costo de ventas y gastos, con la finalidad de presentar la rentabilidad durante el primer periodo contable.

Tabla 22. Estado de resultados mensual primer año

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ventas	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$77,400.00
(-) Costo de Ventas	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$19,600.00
(=) Utilidad Bruta	\$ 57,800.00	\$ 57,800.00	\$ 57,800.00	\$ 57,800.00	\$ 57,800.00	\$57,800.00
(-) Gastos de Operación	\$29,280.00	\$29,280.00	\$29,280.00	\$29,280.00	\$29,280.00	\$29,280.00
(-) Gastos de Administración	\$31,900.00	\$31,900.00	\$31,900.00	\$31,900.00	\$31,900.00	\$31,900.00
(-) Depreciación	\$ 671.08	\$ 671.08	\$ 671.08	\$ 671.08	\$ 671.08	\$ 671.08
(=) Utilidad Antes de Impuestos	-\$4,051.08	-\$4,051.08	-\$4,051.08	-\$4,051.08	-\$4,051.08	-\$4,051.08
(-) ISR						
(-)PTU						
(=)Utilidad del Ejercicio	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08
Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$ 77,400.00	\$77,400.00
(-) Costo de Ventas	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$ 19,600.00	\$19,600.00
(=) Utilidad Bruta	\$ 57,800.00	\$ 57,800.00	\$ 57,800.00	\$ 57,800.00	\$ 57,800.00	\$57,800.00
(-) Gastos de Operación	\$29,280.00	\$29,280.00	\$29,280.00	\$29,280.00	\$29,280.00	\$29,280.00
(-) Gastos de Administración	\$31,900.00	\$31,900.00	\$31,900.00	\$31,900.00	\$31,900.00	\$31,900.00
(-) Depreciación	\$ 671.08	\$ 671.08	\$ 671.08	\$ 671.08	\$ 671.08	\$ 671.08
(=) Utilidad Antes de Impuestos	-\$4,051.08	-\$4,051.08	-\$4,051.08	-\$4,051.08	-\$4,051.08	-\$4,051.08
(-) ISR						
(-)PTU						
(=)Utilidad del Ejercicio	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08	-\$ 4,051.08

Fuente: Elaboración propia

3.10.6 Evaluación Financiera

Se presentan los siguientes indicadores financieros, con la finalidad de evaluar los resultados obtenidos de las operaciones de comercializadora para cada año proyectado, considerando los estados financieros obtenidos anteriormente.

Los indicadores financieros aplicados son los siguientes:

Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VPN o VAN).

Es un método que considera el valor del dinero en el tiempo determinando la corriente de los flujos de efectivo netos del proyecto, con la finalidad de

comparar correctamente estos flujos presentados en diferentes periodos a lo largo del tiempo.

Si el valor presente neto de un flujo de efectivo es positivo, se determina que el proyecto es rentable, si es negativo, se determina que no lo es.

El valor presente neto considera una tasa de interés para ajustar los flujos de efectivo, con lo que se determina su valor presente, la tasa aplicada para este proyecto es la TREMA.

Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (TREMA).

Para el cálculo del valor presente neto se considera la TREMA, esta se calculó en base a la tasa que ofrece CETES actualmente del 3% restando el porcentaje de inflación promedio esperado del 4%, obteniendo una tasa del -1%, agregando la tasa de riesgo que se ofrece para la inversión en este proyecto del 9%, se obtiene la TREMA del 8%.

Se plantea una proyección a cinco años considerando el tiempo adecuado para determinar utilidades o pérdidas que apoyen la factibilidad económica del proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

Esta es la tasa de interés que el proyecto va a ofrecer a los inversionistas que decidan invertir en este proyecto. Para considerarlo rentable la TIR debe ser mayor a la TREMA del 20% y /o el Valor Presente Neto Positivo.

3.10.6.1 Escenario de evaluación

Se presentan los flujos de efectivo proyectados con el cálculo de VPN con una tasa de descuento del 10% en los próximos 5 años. El cálculo de la TIR y una TREMA del 20%, además de la TIR, con la finalidad de determinar la rentabilidad económica del proyecto en diferentes escenarios, donde se consideran diferentes proyecciones de ventas para los primeros 5 años de operación de la comercializadora con flujos positivos y negativos.

Tabla 23. Escenario esperado

Inversión Inicial	-\$ 500,000.00
Año 1	-\$ 48,613.00
Año 2	-\$ 50,235.40
Año 3	-\$ 51,922.70
Año 4	-\$ 52,539.48
Año 5	-\$ 53,795.46

Tasa de descuento 10%

VPN **(-\$694,008.71)**

Elaboración Propia

Otra forma de mostrarlo es:

VPN	-\$500,000.00	<u>-\$48,613.00</u>	<u>-\$50,235.40</u>	<u>-\$51,922.70</u>	<u>-\$52,539.48</u>	<u>-\$53,795.46</u>
		$(1+.10)^1$	$(1+.10)^2$	$(1+.10)^3$	$(1+.10)^4$	$(1+.10)^5$
	-\$500,000.00	-48613	-50235.4	-51922.696	-52539.4838	-53795.4632
		1.1	1.21	1.331	1.4641	1.61051
	-\$ 500,000.00	-44193.6364	-41516.8595	-39010.29	-35885.1744	-33402.7502
VPN	- 694,008.71					

Es importante mencionar que este proyecto no deja flujos de efectivo positivo, ya que las ventas producidas de forma mensual y anual se utilizan para erogar la parte operativa y variable mensual. Para realizar el cálculo de la TIR de este proyecto es necesario tener flujos positivos y negativos, en este proyecto tenemos puros flujos de efectivo negativos. No es posible calcular una TIR, o en su defecto sería negativa. Para este trabajo de investigación es suficiente demostrar que el proyecto arroja un Valor Presente Neto negativo de igual forma.

3.11 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Después de aplicar la encuesta Yoga Lab conoce más a su cliente, identifica puntos clave que no debe descuidar y otros en los que debe mantenerse firme para no salir del nicho al que va dirigido. La población tiene idea de los beneficios y no conoce los distintos estilos de la disciplina, lo que sugiere que una vez que el mercado tenga un mayor conocimiento mejor será la aceptación de los individuos por practicar Yoga.

El sector al que va dirigido Yoga Lab es único por lo que la toma de decisiones como: Lugar, costo y servicios debe ser representantes del mismo para no caer en contradicciones.

d1. Puntos a favor

- La cultura que se preocupa por el bienestar físico está en crecimiento y cada vez toma más fuerza a nivel global.

- La competencia directa no está posicionándose en el mercado con una distinción estratégica para diferenciarse.
- La mayor parte de la población son mujeres las cuales aceptan con mayor facilidad la práctica de esta disciplina.

d2. Áreas de oportunidad

- Fomentar el conocimiento de las distintas formas de practicar Yoga abarcara mayor parte del mercado.
- El yoga puede adaptarse a distintas edades y necesidades.
- El yoga puede transportarse a donde se encuentra el cliente, esta flexibilidad favorece al servicio.

d3. Análisis de la oferta

- Matriz de análisis de la oferta
- Incluir precios, precio promedio, desviación estándar y en su caso señalar a los sucedáneos.

Tabla 24. Análisis de la oferta

LOGO	NOMBRE	DIRECCIÓN	COSTO
	Jivamukti Yoga	Santa Fe Punto Comercial Via Atlixcayotl 4008-27, Puebla de Zaragoza	\$1,200 Ilimitado \$1,000 6 Clases \$600 4 clases
	Om Yoga center	Paseo Opera No. 4 Piso 1 No. 101 CC Sonata Lomas de Angelopolis	\$ 950 Ilimitado \$850 6 clases \$ 750 4 clases
	Ananda Yoga Studio	Boulevard Lomas Poniente, San Bernardino Tlaxcalancingo, 72821 San Andrés Cholula, México	\$ 1,800 Ilimitado \$950 6 clases \$ 750 4 clases
	Amma Yoga Center	Center, Calle 3 Norte 412, Barrio San Miguel, 72810 San Andrés Cholula, México	\$ 1,100 Ilimitado \$ 600 5 clases \$350 3 clases
	Inyoga	Plaza La Encomienda la Noria Local 105. Priv. 23 Sur 3702B.	\$ 990 ilimitado \$ 500 5 clases \$300 3 clases

Fuente: Elaboración propia

d4. Estrategias de promoción y publicidad

Tabla 25. Estrategias de promoción y publicidad

MES	OBJETIVO	ACCIÓN	DESCRIPCIÓN	BENEFICIOS
Junio	Apertura en el mes de junio 2016	Repartir volantes promocionales, y marketing online	Repartir volantes 15 días antes de la inauguración	Promocionar a The Yoga Lab en el municipio de Puebla para captar clientes
Julio	Poner al alcance de nuestros clientes, servicios y elementos complementarios para una óptima practica del Yoga	Realizar venta personales brindando servicio opción de nutriólogo, así como servicio del Juice bar, boutique y adicionales	Se mantendrá permanente desde la apertura, creando accesorios de temporada	Incrementar nuestros ingresos
Agosto	Capitación de clientes a atreves de relaciones públicas con el gobierno municipal principalmente con el sector salud, educativa y empresas del sector privado	Realizar patrocinio mediante clases gratuitas, extensiones de venta de promoción, así como marketing directo.	Al final del mes se realizaran clases gratuitas al; sector salud. Instalar stand con información acerca de las promociones vigentes que tiene The Yoga Lab. brindar promociones exclusivas a las mismas	Captar futuros clientes para aumentar ganancias, prestigio y reconocimiento de los poblanos

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Ventas personales		
Atención al cliente	Servicio personalizado con excelente trato por parte de nuestros colaboradores	Atención al cliente desde Redes sociales, Vía telefónica y personal.
Logotipo	Posicionar el logotipo en cada uno de nuestros servicios para hacer sentir al usuario parte de un estilo de vida representado por un logotipo.	En todos los productos, tapetes, ropa, termos etc.
Red Social	Generar una red de usuarios que se encuentren en comunicación constante y actualización de los temas de interés.	Redes sociales vinculadas entre si.

Fuente: Elaboración propia

Tabla27.Relaciones Publicas		
Ofertas para Grupos laborales de alto impacto	Cursos para sectores laborales que sirvan para el posicionamiento de la empresa.	VW Audi Gobernación Instituto Nacional del Deporte.
Relación con la competencia.	Generar acuerdos para el mantenimiento de los precios de las sesiones.	Jivamukti Yoga, Om Yoga center, Amma Yoga Center

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Promociones de Venta		
Descuentos	Generar un precio especial por ser estudiante o trabajador de una empresa aliada.	El costo reduce en un 15% si perteneces a una institución o empresa con relación pública.
Paquetes	Generar la inscripción a largo plazo mediante la reducción de costos por volumen de consumo.	Paquetes ilimitados Paquete Anual Pago mensual
Invitaciones	Promociones de tarifa preferencial por generar más usuarios.	En la generación de 2 usuarios más la tarifa personal se reduce.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29. Marketing Directo		
Invitaciones especiales	Hacer llegar información vía electrónica de forma personalizada.	Inbox, Mail, Mention etc.
Llamadas	Recordatorios de nuevas sesiones o felicitaciones en el cumpleaños.	Celular, Inbox, Mail, Mention etc.
Entregas a domicilio	Generar un trato personalizado en caso de requerirlo.	Llevar hasta el domicilio compras realizadas en el centro de bienestar.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Marketing Online		
Instagram	Generar una cadena de información actualizada de forma diaria donde los usuarios puedan identificar su estilo de vida y temas de interés relacionados con la práctica del Yoga.	En un comienzo con Instagram Facebook y Youtube mientras que a futuro se activara la página web y redes sociales emergentes
Facebook		
Youtube		

Fuente: Elaboración propia

Esquema 10. Marketing online



Fuente: Elaboración propia

3.11. LA ENTREVISTA: EXPERIENCIA DE OTROS CUATRO ESTUDIOS DE YOGA

La entrevista es una técnica de investigación de las más aplicadas que permite recabar información, esto es, recoger datos para medir las variables establecidas en la elaboración de la propuesta (Sampieri, 2014).

Asimismo, se optó por un guión semiestructurado como herramienta de la entrevista, el cual está formado por una serie de preguntas abiertas relacionadas con las variables que se desean medir, mismas que son congruentes con el planteamiento del problema y la hipótesis propuesta.

Objetivo de la entrevista: Recabar información acerca de la percepción de la puesta en marcha de un negocio para generar estrategias que le permitan tener permanencia en el mercado

El desarrollo de la entrevista se tiene de la siguiente manera:

Dirigido a: Empresarios en el giro del yoga

Tiempo aproximado de la entrevista: 10 a 15 minutos

Recursos: la guía de entrevista y grabadora

Fecha de entrevista: semana del 1 al 12 de agosto

Finalmente el instrumento de medición se presenta en el esquema siguiente:

Esquema 11. Instrumento de Evaluación “Entrevista”



El presente instrumento de medición se diseña para obtener información que se requiere para realizar el análisis del tema objeto de investigación, para la cual se elige la técnica denominada entrevista la cual se desarrolla a través de ~~guión semiestructurado~~ el cual consta de 9 preguntas abiertas, mismo que se ha diseñado con fines académicos para el proyecto de tesis titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA”.

Objetivo. El instrumento se ha diseñado para ser aplicado a empresarios en el giro del yoga con el objetivo de recabar información acerca de la percepción de la puesta en marcha de un negocio para generar estrategias que le permitan tener permanencia en el mercado.

NOTA 1. La utilidad de ésta investigación solo es para efectos de desarrollo de la tesis en referencia.

Instrucciones de llenado del instrumento-cuestionario: Responder en los espacios la información requerida.

“Datos informativos del entrevistado”.

Nombre:

Sexo: Masculino: Femenino:

Edad:

Profesión:

Nivel profesional:

Nombre del estudio:

Puesto que ocupa dentro de la empresa:

1. ¿Qué es yoga para usted?
2. ¿Qué tiempo tiene practicando yoga y dando clases?
3. ¿Qué beneficios tiene para el practicante?
4. ¿Cuál es el promedio de alumno por clase? (la más llena y la menos llena)
5. ¿Qué tiempo lleva su estudio?
6. ¿Elaboró usted un plan de negocios para su apertura?
7. ¿Tiene usted conocimientos administrativos?
8. ¿Existe algún factor que haya amenazado la permanencia del Estudio de Yoga?
9. ¿Qué significa para usted el éxito?

e1. Matriz de sistematización.

En este proceso de análisis se obtienen resultados por cada uno de los ítems planteados en el instrumento de medición, mismos que a continuación se presentan en dos tablas, una dónde se codifica el instrumento y la otra donde se sistematizan las respuestas.

Tabla 31 . Matriz de codificación

Codificación ítems			
Ítem			Clave
1	¿Qué es yoga para usted?		P1
2	¿Qué tiempo tiene practicando yoga y dando clases?		P2
3	¿Qué beneficios tiene para el practicante?		P3
4	¿Cuál es el promedio de alumno por clase? (la más llena y la menos llena)		P4
5	¿Qué tiempo lleva su estudio?		P5
6	¿Elaboró usted un plan de negocios para su apertura?		P6
7	¿Tiene usted conocimientos administrativos?		P7
8	¿Existe algún factor que haya amenazado la permanencia del Estudio de Yoga?		P8
9	¿Qué significa para usted el éxito?		P9
Codificación Entrevistados			
Empresario			Clave
1	Esteban Salazar Jiménez		E1
2	Giovana Jiménez Saura		E2
3	Sofía Ramírez Sainz		E3
4	Vivian Cornado		E4

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32. Matriz de sistematización

Entrevistadores: Rafael Alberto Campos Morales y Juan Pablo Villanueva Gómez

Fecha: Inicio: 01/08/2016

Fecha de término: 12/08/2016

	E1	E2	E3	E4
P1	Yoga es el arte y disciplina donde se busca una unión entre varios aspectos internos de cada ser humano, con aspectos externos, es una disciplina donde se basa en la respiración por la nariz, creando estiramientos y ejercicios de tensión isométrica.	Es mi vida. Es la disciplina donde me he desarrollado como ser. Es unión con lo divino. Es calmar mi mente y crecer día a día, logrando mi realización personal.	Yoga significa unión, ya que la meta del Yoga es la unión de la conciencia con el principio Absoluto. El yoga es una ciencia empírica que purifica nuestro cuerpo y nuestra mente, liberándonos de todas las perturbaciones, una ciencia en donde ciertas personas han tratado de sondear los misterios de la mente, del intelecto, de las emociones, del sufrimiento y de la vida. El yoga beneficia a todo ser humano, no importa sea niño o persona mayor. Hombre o mujer. No importan las creencias personales. Con el yoga estiramos nuestro cuerpo. Rejuvenece nuestras células al aportarnos más oxígeno. También rejuvenece nuestro cerebro haciendo que su rendimiento sea más alto. Reduce el estrés al mantener los niveles de cortisol a raya. Nos calma y nos serena, permitiéndonos descansar. Nos da energía y vitalidad. Y nos acerca a nuestro ser interno, descubriendo quienes somos, qué queremos y dónde están nuestras limitaciones.	Es unión y vivir en el momento presente
P2	Practicando 19 años, enseñando 14 años	Practicando 18 años, enseñando 8 años	Practicando 8 años, enseñando 4 años	Practicando 8 años, enseñando 5 años
P4	La más llena 40, la menos llena 5	La más llena 20, la menos llena 5	La más llena 15, la menos llena 3	La más llena 10, la menos llena 1
P5	11 años	18 años	4 años	4 meses
P6	No	No	Si	No
P7	Si	Si	Si	No
P8	Si, costos operativos altos	La situación económica en mi ciudad	La apertura de muchos estudios de Yoga en Puebla y el poco flujo de alumnos	La falta de alumnos, el elevado costo de la renta y el que yo realizara los roles de administrador, maestra, recepcionista y hasta limpieza no sólo amenazaron sino que me hicieron cerrar teniendo que declararme en bancarrota, a la fecha tengo un pasivo del local de 120, 000.00.
P9	Radican en que la calidad de vida suya crezca, que su armonía prevalezca, que los números contables y financieros tengan un superávit, y que podamos contribuir a la sociedad.	Es hacer lo que me hace feliz. Es lo que pueda dar a los demás que les haga bien en su vida.	nc	Qué el resultado de mi trabajo me haga feliz y me haga hacer feliz a los demás.

Fuente: Elaboración propia.

e2. FODA.

El método FODA es considerado una herramienta para el análisis de la situación actual de un proyecto, empresa u organización, se utiliza para la solución de problemas o la generación de estrategias que busquen mejorar esta situación, se basa en obtener un diagnóstico considerando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que permita tomar decisiones para lograr los objetivos planteados (González, 2008).

A continuación, derivado de las entrevistas realizadas se presenta el análisis FODA elaborado para este proyecto y las estrategias planteadas para el logro de los objetivos.

Esquema 11. FODA Entrevista



Fuente: Elaboración propia.

Una vez aplicado el análisis FODA se proponen las siguientes estrategias:

- Elaborar planes con visión al futuro, basados en su experiencia profesional y desarrollar estrategias de marketing
- Desarrollar estructuras formales y sistemas contables a nivel interno que sostengan a las empresas
- Innovar para competir en un mercado saturado de competidores
- Concentrarse en entender mejor el mercado para que la competencia no los supere

Las anteriores estrategias se desprenden del análisis hecho a la situación de los estudios de yoga, analizando sus características internas y su situación externa en una matriz cuadrada de su estructura conceptual sistémica (Ver esquema no.12).

Esquema 12. Matriz de la estructura conceptual del análisis sistémico FODA

Factores Externos	Factores Internos	Lista de Fortalezas F1. Experiencia F2. Conocimiento técnico F3. Emprendedurismo	Lista de Debilidades D1. Costos operativos D2. Poco flujo de alumnos D3. Realizar varios roles en la empresa
Lista de Oportunidades O1. Nuevos canales de publicidad O2. Reingenierías administrativas O3. Elevar la calidad en el servicio O4. Contratar personal con el perfil de desempeño correcto	FO (Maxi - Maxi) <i>Elaborar planes con visión al futuro basados en su experiencia profesional y desarrollar estrategias de marketing</i>	DO (Mini - Maxi) <i>Desarrollar estructuras formales y sistemas contables a nivel interno que sostengan a las empresas</i>	
Lista de Amenazas A1. Desaceleración de la Economía A2. Apertura varios estudios yoga A3. Actividad de moda	FA (Maxi – Mini) <i>Innovar para competir en un mercado saturado de competidores</i>	DA (Mini – Mini) <i>Concentrarse en entender mejor el mercado para que la competencia no los supere</i>	

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV PROPUESTA

Una vez realizado el estudio de recursos, el técnico y el de mercado para el plan de negocios, se lograron sistematizar los datos recolectados, los cuales a su vez se analizaron e interpretaron dando como resultado, previa revisión al estado del arte, orientarnos en la construcción de la propuesta para elaborar el PLAN DE NEGOCIOS que permita la apertura de “The Yoga Lab” en la Ciudad de Puebla.

4.1 PROPUESTA DE DIAGRAMA DE FLUJO PARA APERTURA DE UN ESTUDIO DE YOGA

Después de haber analizado los resultados obtenidos en nuestros instrumentos y sabiendo que no existe un Plan de Negocios especializado para abrir un estudio de Yoga. Nos damos cuenta que del total de nuestros entrevistados ninguno elaboró un plan de negocios. Tuvieron que aprender sobre la marcha y queremos contribuir a dar una herramienta que nos sirva de eje rector para la creación de estas empresas.

El primer paso es la generación de un concepto de negocio. Cual va ser nuestro nombre. Tener una misión, visión, objetivos. Que nos va a diferenciar del resto. Cual va ser nuestro plus.

El segundo paso es la consolidación del modelo de negocio, tener bien definido nuestro concepto que valla de la mano con la misión, visión y objetivos. Tener un nombre que sea atractivo el cual tenga un lema por ejemplo “Yoga Lab experimentando la salud y bienestar”. Saber si tendremos tienda o un Juice bar.

Recomendamos mucho esto por dos aspectos ayuda a que el practicante se involucre más con sus compañeros, alienta el crecimiento de la comunidad “kula” y son fuente de ingresos para el estudio. De igual forma el practicante tendrá a la mano el material necesario para su práctica dentro y fuera del estudio al contar con productos que van desde: los tapetes, props , libros , aceites, proteínas vegetales , ropa adecuada etc....

El tercer paso es el estudio de mercado, es una parte muy importante nos atreveríamos a decir que es la neurálgica del negocio. Pues como lo vimos en los entrevistados es una de las amenazas más fuertes e incluso ocasiono el cierre de un estudio. Sugerimos no rentar un espacio con un costo muy elevado y de igual forma no gastar mucho en la adecuación del lugar, buscar un lugar en donde la inversión sea la mínima. Que la zona donde se establezca el negocio tenga buen acceso y lugares para estacionarse. De preferencia una zona donde se ubique el mercado meta y la competencia sea mínima o de preferencia nula.

El cuarto paso es el estudio Técnico, saber cómo se van impartir las clases de yoga.

Que tiempo tendrán de duración, el espacio entre clase y clase, que de tiempo de preparar para la siguiente. Que horarios son los adecuados para tener más llenas las clases. Tener los profesores certificados y avalados por yoga Alliance. Una lista de profesores para suplencias. Saber que requerimientos de limpieza y mantenimiento necesita el estudio. Contar con el equipo necesario para la disciplina. Si se cuenta con Juice bar o tienda de igual manera contar con los insumos y persona para operar estos rubros.

El quinto paso es el estudio financiero, basado en el capital con el que se pretenda abrir y tener en cuenta todos los escenarios incluyendo el más negativo.

El sexto paso es el estudio de viabilidad, tener el análisis financiero, económico y social de la inversión. Tanto el financiero paso cinco y el de viabilidad paso seis sugerimos que si no se cuenta con la formación o conocimientos para realizarlo contratar a un profesional o pedir la ayuda de un experto en el área para que lo realice.

El séptimo paso es elaborar un calendario con todas las fechas para abrir el estudio y hacerlo de la manera más eficiente en tiempo y forma.

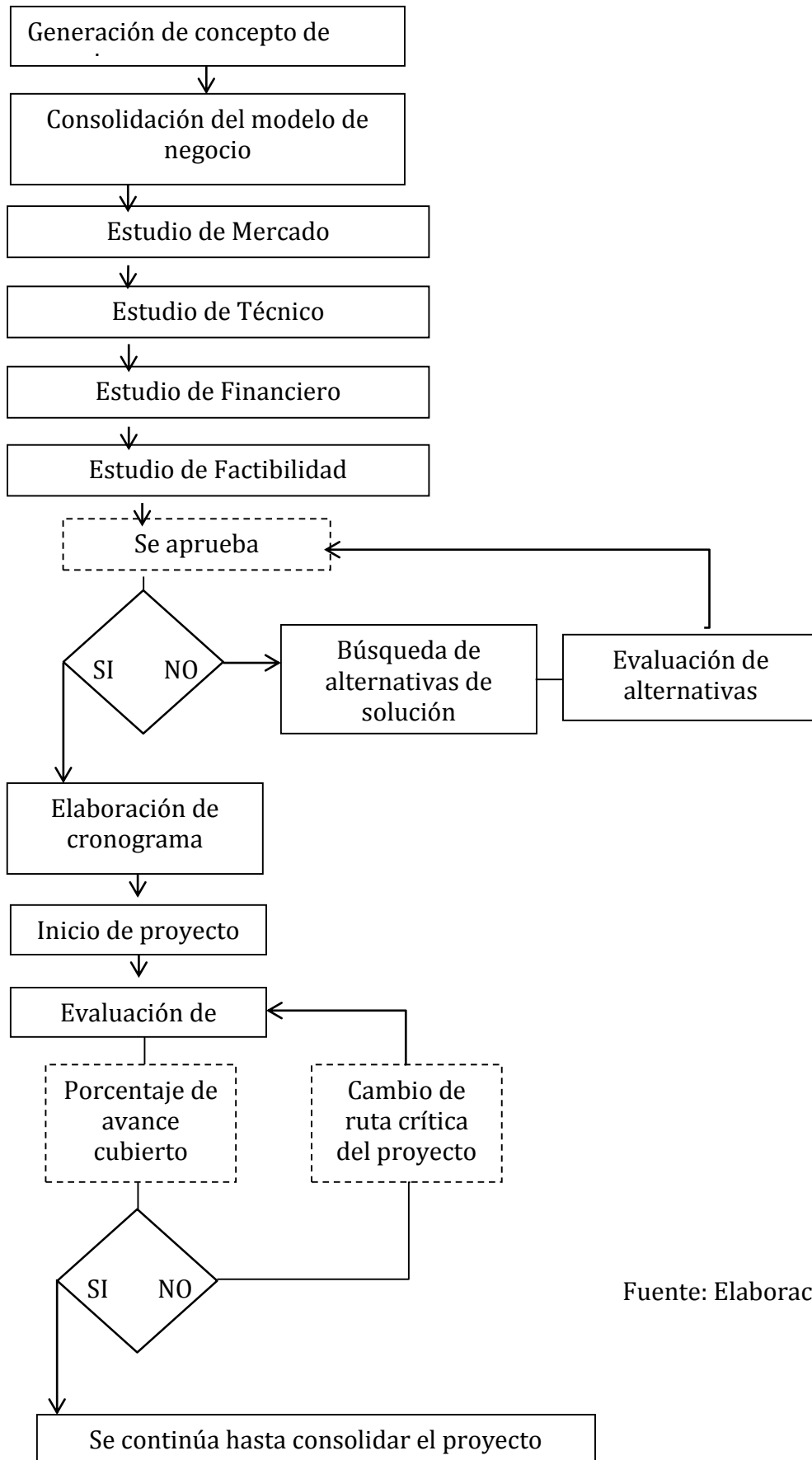
El octavo paso es iniciar con el estudio (abrir)

El noveno es evaluar los avances, si vamos bien seguir con nuestro camino en caso contrario analizar la falla y reestructurar lo que no esté funcionando

El décimo paso es continuar hasta la consolidación del estudio.

A continuación se presenta el diagrama de flujo para la apertura del negocio.

Esquema 13. Diagrama de flujo para apertura de un Estudio de Bienestar Integral (Yoga)



Fuente: Elaboración propia

4.2 Consideraciones finales

El plan no es el negocio, esto es, el desarrollo del plan de negocio es una de las mejores maneras para definir la estrategia y los recursos necesarios para una nueva empresa, se puede decir que este documento se centra y comunica la visión del emprendedor. Sin un plan de negocios, sería difícil arriesgar capital u obtener inversores formales.

En el desarrollo de la investigación algunas consideraciones generales que destacaron fueron las siguientes:

- Hacer el plan lógico, comprensible, legible, y lo más corto posible.
- Articular los riesgos críticos con alternativas creativas de solución
- Discutir los problemas actuales o potenciales en la empresa.
- Identificar varias fuentes de financiamiento.
- Ser creativo en la atención y el interés de los inversores potenciales.

Algunos factores negativos que se deben evitar son:

- Hacer declaraciones ambiguas, vagas, o sin fundamento
- Aceptar el proyecto cuando los beneficios sociales o económicos no son alcanzados
- Descripciones que sólo un experto puede entender

Finalmente, en el plan de negocios “Yoga Lab” se consideraron los detalles ya que éstos permiten identificar una necesidad u oportunidad en un mercado grande y en crecimiento, conceptualizándolo como un negocio que va a satisfacer esa necesidad o que va a tomar ventaja de esa oportunidad, demostrando que se tiene el know-how para construir efectivamente un negocio.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

El objetivo general “Generar y evaluar el plan de negocios para la apertura de un negocio de yoga en la ciudad de Puebla "The Yoga Lab”, se logró gracias a las evidencias encontradas en cada objetivo particular, los cuales a su vez se consiguieron en las investigaciones realizadas para desarrollar cada capítulo de la tesis. Por lo anterior se expresan las conclusiones a que se llegaron en cada uno de ellos.

Empezando por el capítulo primero denominado “Plan de negocios” es el punto clave que nos permitió conocer y entender el mercado, mediante un análisis a conciencia, saber en dónde se compite y con qué herramienta se cubre un requisito indispensable para solicitar un financiamiento, ya sea de bancos o inversionistas privados.

El segundo capítulo de “Antecedentes y evolución de la filosofía del yoga” es el alma del negocio conocer las bases ancestrales de esta disciplina y como sigue dando beneficios a sus practicantes de occidente. Teniendo en cuenta que Yoga es unión y armonía es un estilo de vida, lo que se ve en el tapete es un reflejo de nuestra vida.

Somos mente, alma y cuerpo el tener balanceados estos tres aspectos tendremos salud y armonía en nuestra vida, el yoga es una herramienta para lograrlo y se respalda en una antigua filosofía.

El tercer capítulo “Estudio de recurso de plan de negocio” la necesidad de salud es una necesidad enorme, el crear una empresa que solucione esta necesidad

social debe ser de la forma más estructurada, que su misión, visión y objetivos apunten a mejorarla sin perder de vista que sea un negocio con el beneficio buscado, Creando unas clases de yoga que son el producto, lo mejor posible, en un ambiente idóneo con el personal calificado, creando una experiencia de bienestar para el practicante. El plan financiero desarrollado en este capítulo nos muestra que el resultado operativo de los primeros cinco años es negativo. Baca Urbina menciona que un proyecto debe de considerar:

1. Que exista un mercado potencial insatisfecho que determine la viabilidad de mercado. En nuestro proyecto demostramos que si lo hay.
2. Que los conocimientos y la capacidad para realizarlo determine la factibilidad de realización. Es factible ya que tenemos los análisis que lo demuestran.
3. Que sea rentable. Nuestro proyecto no es rentable. Por tal motivo no se recomienda desde el punto de vista económico.

Por ello, y como se muestran en los flujos de efectivo y estados de resultado el proyecto se rechaza por no ser rentable.

El cuarto capítulo “La propuesta de diagrama de flujo para abrir un estudio de yoga”.

Al haber realizado el trabajo nos dimos cuenta de la necesidad de contribuir con un documento que sirva de guía para abrir este tipo de negocios en nuestro país (Know How).

Finalmente, **la hipótesis** “La creación del plan de negocios para aperturar un centro de bienestar integral como “The Yoga Lab” suponemos tendrá un impacto positivo en la vida de los “usuarios” y en el “negocio”, **se aceptaría**, ya que tener una estrategia bien definida y objetivos más claros permitirá que las toma de decisiones sean mucho más asertivas , sin embargo nos damos cuenta que el poner en marcha este negocio buscando un beneficio económico **no es rentable** , por lo cual nos encontramos con una hipótesis negativa

Es un riesgo latente y puede, como lo vimos en nuestro trabajo, dejarnos en la quiebra. Sabemos que el plan de negocios no es un chaleco anti quiebras o que será una garantía inquebrantable para el éxito del negocio, pero sin duda será un apoyo y un reductor de riesgos que vale la pena elaborar para abrir este tipo de negocios ya conociendo el Know-How.

Por último el negocio es factible buscando otras alternativas como alianzas con gimnasios o inversionistas que ya tengan las instalaciones o vendiendo el proyecto como consultor a estudios de yoga con instalaciones y una cartera de clientes amplia para hacer una re ingeniera del mismo.

REFERENCIAS

- Ansoff, H.I., Hayes, R.L., Declerk, R.P. (1990). *El Planteamiento Estratégico, Nueva Tendencia de la Administración* / Toussant, E., traductor. 2da edición. México, DF: Trillas.
- Calle, R. (1999). *El libro de los yogas*. Madrid, España: Edaf.
- Cazau, P. (2002). *Metodología de la Investigación*. Buenos Aires, Argentina.
- Coomaraswamy, A. K. (1998) *Hinduismo y Budismo*. Boston, E.E. UU.: Museum of Fine Arts.
- Dharma Yoga Center (junio, 2015) Historia del Yoga. Recuperado de: <http://www.yogadharm.org/historiadelyoga.html>
- Eco, Humberto (2015) How to Write a Thesis. Library of Congresss Cataloging. Massachusetts Institute Technology. EE UU.
- Edwards, J., Hermanson, R. H., Salmonson, R. F., Kensicki, P. R. (2003). *Trabajando la Contabilidad Ahora*. EE UU.
- Eliade, M. (1998). *El yoga. Inmortalidad y libertad* (Le Yoga. Inmortalité et liberté). México: Fondo de Cultura Económica.
- Estevez F. (1993) *Traducción e interpretación. Yoga Sutras de Patanjali*. Raja Yoga (Ashtanga Yoga) Recopilación del Curso de Yoga y Filosofías de la India dictado en CCRRR Extensión Universitaria de la Universidad de Buenos Aires y Fundación Aurobindo de Yoga Integral. Bueno Aires, Argentina.
- Estudio de Yoga (junio, 2015) *Curso de Yoga*. Recuperado de: http://www.estudiodeyoga.es/estudiodeyoga/curso_yoga_files/nuriamonzo.pdf
- Gavin, F. (1998). *El Hinduismo*. Madrid, España: Cambridge University Press.
- González, D. M. (2008). *Plan de Negocios Para Emprendedores al Éxito*. Mc Graw Hill Interamericana.
- Government of India-Ministry of Home Affairs (2011). *Our Census, are Future*. Recuperado de: <http://www.censusindia.gov.in/>
- Graham, G. (2010). Behaviorism. En E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* . Recuperado de <http://plato.stanford.edu/entries/behaviorism/>

- Hernández, D. (1997). *Claves del yoga. Teoría y práctica*. La Liebre de Marzo. Barcelona, España.
- Hernández, S. (2014) *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill Interamericana
- Iyengar, B. K. S. (2001). *El árbol del yoga (The tree of yoga)* Barcelona, España: Kairós.
- Jung, Carl Gustav (2008). *Acercas de la psicología de la religión occidental y de la religión oriental. XII. El yoga y Occidente*. Madrid, España: Trotta.
- Longenercher, M. (2007). *Administración de Pequeñas Empresas. Enfoque Emprendedor*, 13ª Edición. México, DF: Thomson.
- Morales, B. H., Benavides, L., Reséndiz, M. E., Haro, K. L., Franco, J. L., Al Dixon, E. (2015). *La Epistemología y la Metodología, un binomio fundamental para la construcción de la Tesis*. Puebla, México: BUAP.
- Myrcea (1999). *Técnicas del yoga (Techniques du yoga)*. Barcelona, España: Kairós.
- Osterwalder, A. (s.f). *Modelo Nacional Para La Competitividad - Micro Y Pequeñas Empresas*. Instituto para el Fomento a la Calidad Total, A.C. Recuperado de: http://www.ibccmx.org/attachments/014_MNC%20Micro%20y%20Peque%C3%B1as%20Empresas%202012.pdf
- Patañjali (2003). Luz sobre los «Yoga sutras» de Patañjali (Light on the “Yoga sutras” of Patañjali). Barcelona, España: Kairós.
- Preciado, B. (1992), *El Hinduismo*, Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, número 147, México, DF: UNAM
- Sariol, G. A., Lucas, A. (1995). *Yogaterapia de la hipertensión arterial esencial*. Revista Cubana de Investigación Médica. Recuperado de http://www.bvs.sld.cu/revistas/ibi/vol15_1_96/ibi05196.htm.
- Sarudiansky, M., Saizar, M. (junio, 2015). *El yoga como terapia complementaria en pacientes con estrés en Buenos Aires*. Centro Argentino de Etnología Americana Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: http://www.ibccmx.org/attachments/014_MNC%20Micro%20y%20Peque%C3%B1as%20Empresas%202012.pdf
- SHCP (2014) Secretaría de Hacienda y Crédito Público. SAT. 2010. 6 de Noviembre de 2014 <<http://www.sat.gob.mx>>.
- Zimmer, H. (2010) *Filosofías de la India*. México: Sexto Piso.

GIMNASIOS DE YOGA REGISTRADOS

Federación Internacional de Yoga (World Wide Yoga Conferences)

Asociación Cubana de Yoga

Federación Mexicana de Yoga A.C.

Instituto Mexicano de Yoga A.C.

ANEXO. ENTREVISTAS Y RESUMEN EJECUTIVO



Entrevista 1

El presente instrumento de medición se diseña para obtener información que se requiere para realizar el análisis del tema objeto de investigación, para la cual se elige la técnica denominada entrevista la cual se desarrolla a través de guión semiestructurado el cual consta de 9 preguntas abiertas, mismo que se ha diseñado con fines académicos para el proyecto de tesis titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA”**.

Objetivo. El instrumento se ha diseñado para ser aplicado a empresarios en el giro del yoga con el objetivo de recabar información acerca de la percepción de la puesta en marcha de un negocio para generar estrategias que le permitan tener permanencia en el mercado.

NOTA 1. La utilidad de ésta investigación solo es para efectos de desarrollo de la tesis en referencia.

Instrucciones de llenado del instrumento-cuestionario: Responder en los espacios la información requerida.

“Datos informativos del entrevistado”.

Nombre: Esteban Salazar Jiménez Sexo: Masculino: X Femenino:

Edad: 37 años

Profesión: Presidente www.kramayoga.com y maestro de yoga

Nivel profesional: MBA. Administración de Empresas énfasis en Mercadeo, estudios en economía

Nombre del estudio: KRAMA

Puesto que ocupa dentro de la empresa: Presidente fundador

1. ¿Qué es yoga para usted?

Yoga es el arte y disciplina donde se busca una unión entre varios aspectos internos de cada ser humano, con aspectos externos, es una disciplina donde se basa en la respiración por la nariz, creando estiramientos y ejercicios de tensión isométrica.

2. ¿Qué tiempo tiene practicando yoga y dando clases?

Practicando Yoga 19 años desde mi primera clase, 14 años muy en serio, y el mismo tiempo enseñando.

3. ¿Qué beneficios tiene para el practicante?

El yoga regala una calidad de vida muy buena a las personas, mejora postura, previene lesiones, baja los índices de estrés, sube los índices de felicidad, funcionan mejor los órganos y sistemas y glándulas del cuerpo.

4. ¿Cuál es el promedio de alumno por clase? (la más llena y la menos llena)

La más llena en clases regulares 40 personas, la más baja 5 estudiantes

5. ¿Qué tiempo lleva su estudio?

11 años en octubre del 2016

6. ¿Elaboró usted un plan de negocios para su apertura?

No

7. ¿Tiene usted conocimientos administrativos?

Si

8. ¿Existe algún factor que haya amenazado la permanencia del Estudio de Yoga?

Si, costos operativos altos

9. ¿Qué significa para usted el éxito?

Radican en que la calidad de vida suya crezca, que su armonía prevalezca, que los números contables y financieros tengan un superávit, y que podamos contribuir a la sociedad.



Entrevista 2

El presente instrumento de medición se diseña para obtener información que se requiere para realizar el análisis del tema objeto de investigación, para la cual se elige la técnica denominada entrevista la cual se desarrolla a través de guión semiestructurado el cual consta de 9 preguntas abiertas, mismo que se ha diseñado con fines académicos para el proyecto de tesis titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA”**.

Objetivo. El instrumento se ha diseñado para ser aplicado a empresarios en el giro del yoga con el objetivo de recabar información acerca de la percepción de la puesta en marcha de un negocio para generar estrategias que le permitan tener permanencia en el mercado.

NOTA 1. La utilidad de ésta investigación solo es para efectos de desarrollo de la tesis en referencia.

Instrucciones de llenado del instrumento-cuestionario: Responder en los espacios la información requerida.

“Datos informativos del entrevistado”.

Nombre: Giovana Jiménez Sauri Sexo: Masculino: X Femenino:
Edad: 45 años
Profesión: Maestra de Yoga y Pilates
Nivel profesional: Lic. en Contaduría
Nombre del estudio: Gioga Pilates y Yoga Studio
Puesto que ocupa dentro de la empresa: Propietaria (de todo), maestra y administradora

1. ¿Qué es yoga para usted?

Es mi vida. Es la disciplina donde me he desarrollado como ser. Es unión con lo divino. Es calmar mi mente y crecer día a día, logrando mi realización personal.

2. ¿Qué tiempo tiene practicando yoga y dando clases?

Tengo 18 años dando clases de Pilates y 8 años dando Yoga

3. ¿Qué beneficios tiene para el practicante?

Es integral. Muchos empiezan por la parte física pero va hacia adentro. Te descubres con mejor salud y paz mental.

4. ¿Cuál es el promedio de alumno por clase? (la más llena y la menos llena)

La más llena de 15 a 20 personas
La menos llena 5 personas

5. ¿Qué tiempo lleva su estudio?

18 años.

6. ¿Elaboró usted un plan de negocios para su apertura?

No pero me gustaría hacerlo ahora. He aprendido en la marcha

7. ¿Tiene usted conocimientos administrativos?

Si

8. ¿Existe algún factor que haya amenazado la permanencia del Estudio de Yoga?

La situación económica en mi ciudad

9. ¿Qué significa para usted el éxito?

Es hacer lo que me hace feliz. Es lo que pueda dar a los demás que les haga bien en su vida.



Entrevista 3

El presente instrumento de medición se diseña para obtener información que se requiere para realizar el análisis del tema objeto de investigación, para la cual se elige la técnica denominada entrevista la cual se desarrolla a través de guión semiestructurado el cual consta de 9 preguntas abiertas, mismo que se ha diseñado con fines académicos para el proyecto de tesis titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA”**.

Objetivo. El instrumento se ha diseñado para ser aplicado a empresarios en el giro del yoga con el objetivo de recabar información acerca de la percepción de la puesta en marcha de un negocio para generar estrategias que le permitan tener permanencia en el mercado.

NOTA 1. La utilidad de ésta investigación solo es para efectos de desarrollo de la tesis en referencia.

Instrucciones de llenado del instrumento-cuestionario: Responder en los espacios la información requerida.

“Datos informativos del entrevistado”.

Nombre: Sofía Ramírez Sainz Sexo: Masculino: Femenino: X
Edad: 28 años
Profesión: psicóloga y maestra de yoga
Nivel profesional: Licenciatura
Nombre del estudio: Dharana Yoga
Puesto que ocupa dentro de la empresa: Dueña y maestra

1. ¿Qué es yoga para usted?

Yoga significa unión, ya que la meta del Yoga es la unión de la conciencia con el principio Absoluto. El yoga es una ciencia empírica que purifica nuestro cuerpo y nuestra mente, liberándonos de todas las perturbaciones, una ciencia en donde ciertas personas han tratado de sondear los misterios de la mente, del intelecto, de las emociones, del sufrimiento y de la vida. El yoga beneficia a todo ser humano, no importa sea niño o persona mayor. Hombre o mujer. No importan las creencias personales. Con el yoga estiramos nuestro cuerpo. Rejuvenece nuestras células al aportarnos más oxígeno. También rejuvenece nuestro cerebro haciendo que su rendimiento sea más alto. Reduce el estrés al mantener los niveles de cortisol a raya. Nos calma y nos serena, permitiéndonos descansar. Nos da energía y vitalidad. Y nos acerca a nuestro ser interno, descubriendo quienes somos, qué queremos y dónde están nuestras limitaciones.

2. ¿Qué tiempo tiene practicando yoga y dando clases?

De practica llevo aproximadamente 8 años y de haber abierto el estudio 4 años

3. ¿Qué beneficios tiene para el practicante?

El yoga sana porque quien lo practica empieza a escuchar a su cuerpo. Se oyen los huesos, los músculos, las articulaciones, todo. Generalmente no estamos atentos a nuestro organismo, así que no lo dejamos hablar. Pero es muy sabio y puede sorprendernos si le prestamos atención. Además de masajear algunas glándulas para que la persona mejore físicamente, también ayuda a concentrarse y a tomar conciencia de lo que sucede. El yoga no es un ejercicio, es una filosofía de vida, de no violencia, de encuentro con uno, de integridad.

4. ¿Cuál es el promedio de alumno por clase? (la más llena y la menos llena)

La más llena 15 alumnos la menos llena 3

5. ¿Qué tiempo lleva su estudio?

4 años

6. ¿Elaboró usted un plan de negocios para su apertura?

Si

7. ¿Tiene usted conocimientos administrativos?

Si

8. ¿Existe algún factor que haya amenazado la permanencia del Estudio de Yoga?

La apertura de muchos estudios de Yoga en Puebla y el poco flujo de alumnos

9. ¿Qué significa para usted el éxito?

-



Entrevista 4

El presente instrumento de medición se diseña para obtener información que se requiere para realizar el análisis del tema objeto de investigación, para la cual se elige la técnica denominada entrevista la cual se desarrolla a través de guión semiestructurado el cual consta de 9 preguntas abiertas, mismo que se ha diseñado con fines académicos para el proyecto de tesis titulado “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA “THE YOGA LAB” EN LA CIUDAD DE PUEBLA**”.

Objetivo. El instrumento se ha diseñado para ser aplicado a empresarios en el giro del yoga con el objetivo de recabar información acerca de la percepción de la puesta en marcha de un negocio para generar estrategias que le permitan tener permanencia en el mercado.

NOTA 1. La utilidad de ésta investigación solo es para efectos de desarrollo de la tesis en referencia.

Instrucciones de llenado del instrumento-cuestionario: Responder en los espacios la información requerida.

“Datos informativos del entrevistado”.

Nombre: Vivian Cornado Sexo: Masculino: Femenino: X
Edad: 27 años
Profesión: Empresaria
Nivel profesional: Preparatoria
Nombre del estudio: Ananda
Puesto que ocupa dentro de la empresa: Dueña, maestra y recepcionista

1. ¿Qué es yoga para usted?

Es unión y vivir en el momento presente

2. ¿Qué tiempo tiene practicando yoga y dando clases?

Llevo ocho años practicando yoga y cinco dando clases

3. ¿Qué beneficios tiene para el practicante?

En primer lugar físicos, después emocionales impactando en los conductuales.

4. ¿Cuál es el promedio de alumno por clase? (la más llena y la menos llena)

La clase más llena diez practicantes y la clase más vacía hasta uno

5. ¿Qué tiempo lleva su estudio?

No duró ni el año, a los cuatro meses de funcionamiento tuve que cerrar y declararme en bancarrota, a la fecha tengo un pasivo del local de 120, 000.00.

6. ¿Elaboró usted un plan de negocios para su apertura?

No

7. ¿Tiene usted conocimientos administrativos?

No

8. ¿Existe algún factor que haya amenazado la permanencia del Estudio de Yoga?

La falta de alumnos, el elevado costo de la renta y el que yo realizara los roles de administrador, maestra, recepcionista y hasta limpieza no sólo amenazaron sino que hicieron que cerrara mi estudio

9. ¿Qué significa para usted el éxito?

Qué el resultado de mi trabajo me haga feliz y me haga hacer feliz a los demás.

RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

The Yoga Lab es una empresa dedicada a la práctica y enseñanza de una actividad de origen milenario: “el yoga”. Buscando atraer a un mayor número de personas en México que se incorporan a la industria creciente del bienestar físico. La empresa se caracteriza por su servicio amable y personalizado que ofrece una variedad de opciones a escoger, desde estilos en la disciplina, oferta de productos, instalaciones de primer nivel hasta la posibilidad de llevar la asesoría de nutriólogos para una alimentación balanceada.

PAQUETES

The Yoga Lab ofertan 3 distintos paquetes que los usuarios pueden adquirir desde su inscripción:

- Paquete de 4 sesiones al mes
- Paquete de 8 sesiones al mes
- Paquete ilimitado de sesiones al mes

INFRAESTRUCTURA

The Yoga Lab ofrece sus servicios dentro de un establecimiento con las siguientes características:

Shala de 100 a 120 m², vías de acceso en auto, bicicleta y transporte público; cuenta con regaderas, sanitarios sala de estar área de shopping y juice bar.

DISEÑO

The Yoga Lab se caracteriza por su diseño minimalista conformado por muros de concreto en bruto que se resaltan por la mezcla de colores brillantes representativos de la marca en el piso, ambientado con música de relajación.

EQUIPAMIENTO

The Yoga Lab facilita a los usuarios equipo para su desarrollo integral durante las sesiones durante el lapso que requiera para adquirir o no su equipo personal:

- Tapetes, Pelotas, Bloques y tiras para yoga,
- Estantería para guardar equipo

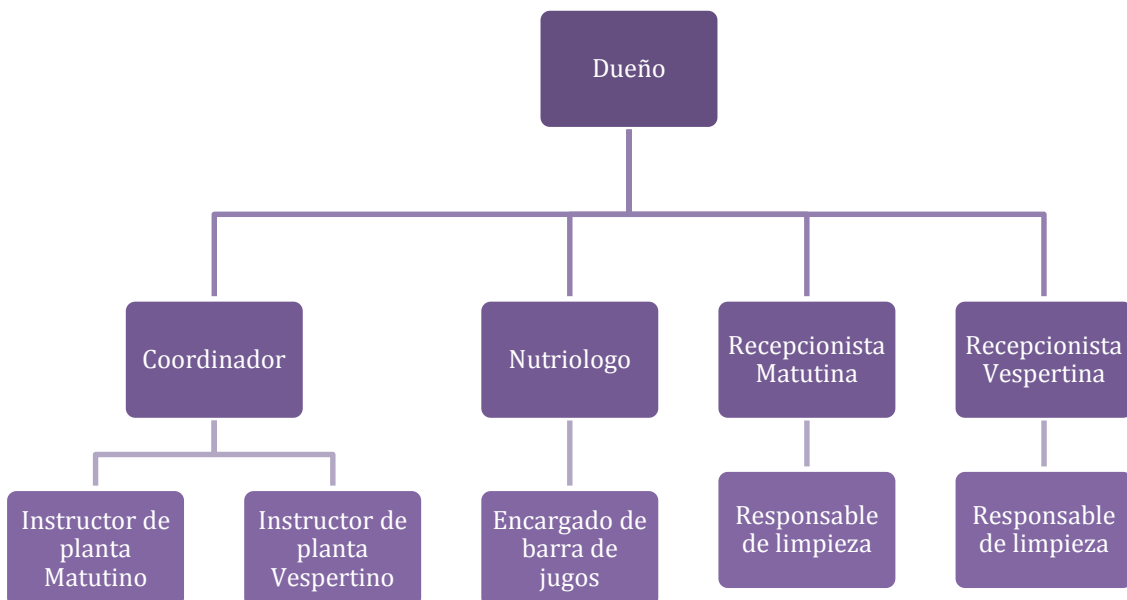
PERSONAL

The Yoga Lab cuenta con un equipo de trabajo altamente calificado, preparado y organizado el cual se conforma de la siguiente manera:

- 2 Recepcionistas
- 2 Responsable de limpieza,
- 1 Coordinador de instructores
- 2 Instructores de planta
- 1 Nutriólogo.
- 1 Responsable de barra

The Yoga Lab será el espacio de transformación líder en el municipio de Puebla, mejorando el estilo de vida de nuestra gente, equilibrando mente, cuerpo y espíritu, siendo reconocida por la calidad humana y profesional. Nuestra empresa contribuye a la comunidad generando valor en las personas con un mejor estilo de vida, a través de experimentar con su cuerpo.

Esquema 1. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

OPORTUNIDADES DE MERCADO

Yoga Lab cuenta con la oportunidad de explotar al máximo el tamaño del mercado meta identificado, que es de 247,677 habitantes, el cual se caracteriza por ser:

- **Género:** Hombres y mujeres
- **Edad:** 15 a 30 años
- **Nivel socioeconómico:** B, C y C+

LAS PRINCIPALES VENTAJAS COMPETITIVAS

Yoga Lab al enfocarse al servicio del usuario en primer plano cuenta con una serie de ventajas ante la competencia las cuales se señalan a continuación:

- Personal altamente calificado.
- Trato personalizado al usuario con una excelente atención
- Instalaciones ubicadas en la zona aledaña al mercado meta.
- Amplia cartera de sesiones y servicios.
- Estudio previo del mercado.

PRINCIPALES PROYECCIONES FINANCIERAS, ECONÓMICAS Y DE MERCADO

“The Yoga Lab” cuenta con una serie de estudios que benefician al usuario así como al inversionista entre ellas podemos encontrar:

- Análisis de la competencia
- Tamaño del mercado meta
- Análisis de la demanda
- Capacidad de producción
- Calculo de inversión inicial
- Análisis de precios
- Proyección de ventas
- Proyección de costos y gastos administrativos
- Estado de resultados proyectados

CONCLUSIONES

Se presenta las conclusiones consolidadas de tal forma que se explica el beneficio que se tiene en el saber cómo elaborar este modelo negocio, además de que se hacen recomendaciones y los por qué es que se acepta la hipótesis pero no se recomienda la realización del proyecto.