



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN SPA SHAMÁNICO PARA LA
CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN TURISMO

AUTOR:

FABIAN BOLIVAR HUILCAREMA BENAVIDES

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN SPA SHAMÁNICO PARA LA
CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN TURISMO

AUTOR: FABIAN BOLIVAR HUILCAREMA BENAVIDES

DIRECTOR: Dr. CARLOS BENJAMÍN RICAURTE YÉPEZ

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Fabian Bolivar Huilcarema Benavides

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Fabian Bolivar Huilcarema Benavides, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 29 de noviembre de 2023



Fabian Bolivar Huilcarema Benavides
0604085829

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto Técnico, **DETERMINACIÓN DE LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SPA SHAMÁNICO PARA LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por el señor: **FABIAN BOLIVAR HUILCAREMA BENAVIDES**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

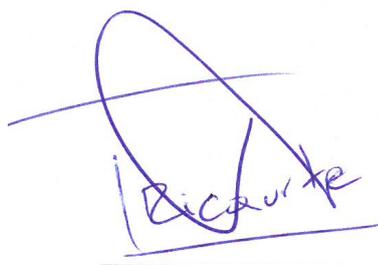
FECHA

Dra. Rosa del Pilar Castro Gómez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



2023-11-29

Dr. Carlos Benjamín Ricaurte Yépez
DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



2023-11-29

Econ. Flor María Quinchuela Pozo
ASESORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



2023-11-29

DEDICATORIA

A ti, mi amor y compañera inseparable en este camino, te dedico con todo mi corazón esta tesis que hoy he culminado. Gracias por creer en mí, por tu paciencia ante mis estados de ánimo y mis arduas jornadas de estudio, por estar a mi lado secándome las lágrimas y dándome ánimos cuando pensé que no lo lograría. Tu apoyo incondicional y tus palabras de aliento han sido mi fortaleza para llegar hasta aquí. Hoy celebramos juntos este gran logro que no hubiera sido posible sin tenerte a mi lado. Te amo.

Fabian

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todos aquellos que fueron parte fundamental en el proceso de culminar mi tesis de grado. A mis profesores, agradezco su inestimable orientación y dedicación, ya que su experiencia y apoyo fueron cruciales para dar forma a mi investigación. A mi pareja, familia y amigos, les agradezco por su paciencia, comprensión y aliento constante.

Fabian

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	2
1.1 Antecedentes.....	2
1.2 Problema.....	6
1.3 Justificación.....	7
1.4 Objetivos.....	9
1.4.1 <i>Objetivo general</i>	9
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i>	9

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	10
2.1 Ámbito económico	10
2.1.1 <i>Proyecto</i>	10
2.1.2 <i>Proyecto de inversión privada</i>	10
2.1.3 <i>Proyecto de inversión social</i>	11
2.1.4 <i>Estudio de factibilidad</i>	12
2.1.5 <i>Estudio de mercado</i>	13
2.1.6 <i>Oferta</i>	14

2.1.7 <i>Demanda</i>	14
2.1.8 <i>Mercado</i>	15
2.1.9 <i>Población</i>	15
2.1.10 <i>Segmentos de mercado</i>	16
2.1.11 <i>Estudio técnico</i>	16
2.1.12 <i>Estudio Administrativo</i>	17
2.1.13 <i>Estudio Económico</i>	17
2.1.14 <i>Estudio Financiero</i>	18
2.2 Ámbito salud	21
2.2.1 <i>Spa</i>	21
2.2.2 <i>Spa Shamánico</i>	21
2.2.3 <i>Temazcal</i>	22
2.2.4 <i>Medicina ancestral</i>	23
2.2.5 <i>Hidroterapia</i>	23
2.2.6 <i>Estrés</i>	25
2.2.7 <i>Ansiedad</i>	25
2.2.8 <i>Depresión</i>	26
2.2.9 <i>Turismo medicinal</i>	26
2.2.10 <i>Medicina preventiva</i>	27

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO	29
3.1 Determinar la viabilidad comercial del proyecto	29
3.1.1 <i>Estudio de mercado</i>	29
3.2 Establecer la viabilidad técnica del proyecto	41
3.2.1 <i>Análisis de requerimientos técnicos</i>	41
3.2.2 <i>Evaluación de la ubicación</i>	42
3.2.3 <i>Evaluación de recursos humanos</i>	43

3.2.4	<i>Evaluación de riesgos</i>	44
3.3	Estructurar la viabilidad legal y administrativa del potencial empresa	46
3.3.1	<i>Viabilidad legal</i>	46
3.3.2	<i>Viabilidad administrativa</i>	48
3.3.3	<i>Viabilidad ambiental</i>	49
3.4	Realizar el análisis de viabilidad económica y financiera	50
3.4.1	<i>Identificación del proyecto</i>	51
3.4.2	<i>Estudio de mercado</i>	52
3.4.3	<i>Análisis técnico</i>	52
3.4.4	<i>Evaluación económica</i>	53
3.4.5	<i>Evaluación financiera</i>	53
3.4.6	<i>Análisis de riesgos</i>	54

CAPÍTULO IV

4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	56
4.1	Determinar la viabilidad comercial del proyecto	56
4.1.1	<i>Análisis de la demanda</i>	56
4.1.2	<i>Análisis de la competencia</i>	80
4.1.3	<i>Demanda insatisfecha</i>	81
4.1.4	<i>Plan mercadotécnico</i>	82
4.2	Establecer la viabilidad técnica del proyecto	87
4.2.1	<i>Requerimientos técnico del proyecto</i>	87
4.2.2	<i>Ubicación</i>	98
4.2.3	<i>Recursos humanos</i>	103
4.2.4	<i>Riesgos</i>	107
4.3	Estructurar la viabilidad legal, administrativa y ambiental de la potencial empresa 116	
4.3.1	<i>Estudio legal</i>	116
4.3.2	<i>Estudio administrativo</i>	119

4.3.3 <i>Estudio ambiental</i>	131
4.4 Realizar el análisis de viabilidad económica y financiera	143
4.4.1 <i>Resumen de inversión</i>	143
4.4.2 <i>Punto de Equilibrio</i>	149
4.4.3 <i>Estado de resultado</i>	152

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	156
5.1 Conclusiones	156
5.1.1 <i>Conclusión para el objetivo específico 1: Determinar la viabilidad comercial del proyecto</i>	156
5.1.2 <i>Conclusión para el objetivo específico 2: Establecer la viabilidad técnica del proyecto</i> .	156
5.1.3 <i>Conclusión para el objetivo específico 3: Estructurar la viabilidad legal y administrativa de la potencial empresa</i>	156
5.1.4 <i>Conclusión para el objetivo específico 4: Realizar el análisis de viabilidad económica y financiera</i>	156
5.2 Recomendaciones	157
5.2.1 <i>Recomendación para determinar la viabilidad comercial del proyecto</i>	157
5.2.2 <i>Recomendación para establecer la viabilidad técnica del proyecto</i>	157
5.2.3 <i>Recomendación para estructurar la viabilidad legal y administrativa de la potencial empresa</i>	157
5.2.4 <i>Recomendación para el análisis de viabilidad económica y financiera</i>	157

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3-1: Matriz para realizar la investigación mercado-demanda	31
Tabla 3-2: matriz para realizar la investigación mercado-competencia	34
Tabla 3-3: Requerimientos técnicos del proyecto	41
Tabla 3-4: Requerimiento para la evaluación de la ubicación del proyecto.....	42
Tabla 3-5: Requerimientos para la evaluación de los recursos humanos	44
Tabla 3-6: Requerimientos para la evaluación de riesgos	45
Tabla 3-7: Principales tipos de empresas en el Ecuador según la LORTI	47
Tabla 3-8: Etapas de la metodología de evaluación de impacto ambiental.....	49
Tabla 4-1: Población de Riobamba por zonas.....	56
Tabla 4-2: Población de Riobamba por parroquias	58
Tabla 4-3: Muestra por parroquia.....	59
Tabla 4-4: Frecuencias observadas de rangos de edades	60
Tabla 4-5: Frecuencias observadas de género.....	61
Tabla 4-6: Frecuencias observadas de alternativas de establecimientos	62
Tabla 4-7: Frecuencias observadas de productos de preferencia del Spa Shamánico.....	64
Tabla 4-8: Frecuencia de visitas a lugares de relajación y esparcimiento.....	65
Tabla 4-9: Frecuencia de número de visitantes por viaje	67
Tabla 4-10: Gasto promedio individual	68
Tabla 4-11: Medios de información	70
Tabla 4-12: Forma de pago	71
Tabla 4-13: Demanda actual por producto	75
Tabla 4-14: Bases de cálculo para establecimiento de mínimos cuadrados	76
Tabla 4-15: Demanda proyectada	77
Tabla 4-16: Demanda proyectada por servicios	79
Tabla 4-17: Competencia actual por clientes y productos	80
Tabla 4-18: Demanda insatisfecha	82
Tabla 4-19: Capacidad operativa proyectada	88
Tabla 4-20: Distribución del consumo aparente.....	90
Tabla 4-21: Distribución del consumo aparente por servicio.....	91
Tabla 4-22: Lista de equipos necesarios	93
Tabla 4-23: Lista de equipos necesarios	96
Tabla 4-24: Matriz comparativa de macro localización	100
Tabla 4-25: Recursos humanos necesarios.....	103

Tabla 4-26: Características de los recursos humanos.....	106
Tabla 4-27: Matriz de clasificación de riesgos.....	114
Tabla 4-28: Funciones y responsabilidades generales del personal del spa.....	121
Tabla 4-29: Temas tentativos para el plan de capacitación y desarrollo del spa.....	126
Tabla 4-30: Ajustes y mejoras al estudio ambiental del spa	137
Tabla 4-31: Impactos negativos del estudio ambiental	138
Tabla 4-32: Matriz Lázaro Lagos.....	141
Tabla 4-33: Activos Fijos.....	144
Tabla 4-34: Activos Diferidos.....	145
Tabla 4-35: Costos y Gastos	145
Tabla 4-36: Análisis de Inversión	146
Tabla 4-37: Usos y Fuentes.....	146
Tabla 4-38: Pago de la Deuda	147
Tabla 4-39: Presupuesto de Egresos.....	148
Tabla 4-40: Costos Fijos y Variables	149
Tabla 4-41: Presupuesto de Ingresos.....	151
Tabla 4-42: Punto de Equilibrio	152
Tabla 4-43: Balance de Pérdidas y Ganancias	152
Tabla 4-44: Flujo de Caja.....	154
Tabla 4-45: Valor actual neto, Tasa interna de retorno, Relación beneficio costo, Periodo de recuperación del capital.....	155

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2-1: Proyectos de inversión privada	11
Ilustración 2-2: Elementos del estudio de mercado	14
Ilustración 3-1: Fórmula para el cálculo de la demanda insatisfecha.....	38
Ilustración 3-2: Etapas del estudio económico-financiero.....	51
Ilustración 4-1: Rangos de edades-encuesta.....	60
Ilustración 4-2: Rangos de género	62
Ilustración 4-3: Rangos de alternativas de establecimientos	63
Ilustración 4-4: Rangos de productos de preferencia del Spa Shamánico	64
Ilustración 4-5: Visitas a lugares de relajación y esparcimiento	66
Ilustración 4-6: Número de visitantes por viaje.....	67
Ilustración 4-7: Gasto promedio individual.....	69
Ilustración 4-8: Medios de información	70
Ilustración 4-9: Forma de pago	71
Ilustración 4-10: Logotipo empresarial	84
Ilustración 4-11: Macro ubicación del Spa Shamánico	99
Ilustración 4-12: Planos del Spa Shamánico	102
Ilustración 4-13: Flujograma de procesos del spa	107
Ilustración 4-14: Pasos para la elaboración de la matriz de riesgos del Spa	109
Ilustración 4-15: Organigrama del Spa Shamánico Yurak Samay	120
Ilustración 4-16: Proceso de selección y contratación del personal del spa.....	123
Ilustración 4-17: Elementos clave del sistema de control de calidad integral del spa.....	129

ÍNDICE DE ANEXO

ANEXOS A: Encuesta

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo determinar la factibilidad para la implementación de un Spa Shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Se aborda la problemática de identificar si es viable comercialmente, técnicamente, legalmente y financieramente establecer un spa con enfoque en prácticas shamánicas en esta localidad. Para alcanzar esta meta, se adoptó una metodología combinada que involucra un enfoque cualitativo y cuantitativo con técnicas de investigación de campo y documentales. Se realizaron encuestas, con potenciales clientes para conocer sus necesidades y preferencias. También se obtuvieron datos secundarios sobre el mercado y la competencia para respaldar el análisis. Los resultados muestran una alta demanda de servicios relacionados con prácticas espirituales y bienestar, lo que indica una viabilidad comercial favorable. Además, se constató que la ubicación y diseño del spa son adecuados para brindar una experiencia única y atractiva. Desde el punto de vista legal, se identificaron los requisitos y permisos necesarios para la operación del spa, asegurando su cumplimiento con la normativa vigente. El análisis financiero muestra que el proyecto es rentable y tiene un alto potencial de crecimiento. Se calculó un Valor Actual Neto (VAN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 57%, lo que indica una inversión sólida y atractiva.

Palabras clave: <SPA SHAMÁNICO>, <FACTIBILIDAD>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <VIABILIDAD FINANCIERA>, <TURISMO DE RELAJACIÓN>.



ABSTRACT

The present study aims to determine the feasibility for the implementation of a Shamanic Spa in the city of Riobamba, Chimborazo province. The issue addressed is to identify whether it is commercially, technically, legally, and financially viable to establish a spa with a focus on shamanic practices in this locality. To achieve this goal, a combined methodology was adopted, involving a qualitative and quantitative approach with field and documentary research techniques. Surveys were conducted with potential customers to understand their needs and preferences. Secondary data about the market and competition were also obtained to support the analysis. The results show a high demand for services related to spiritual practices and well-being, indicating favorable commercial viability. Additionally, it was found that the location and design of the spa are suitable to provide a unique and attractive experience. From a legal perspective, the requirements and permits necessary for the operation of the spa were identified, ensuring compliance with current regulations. The financial analysis shows that the project is profitable and has a high growth potential. A positive Net Present Value (NPV) and an Internal Rate of Return (IRR) of 57 % were calculated, indicating a solid and attractive investment.

Keywords: <SHAMANIC SPA>, <FEASIBILITY>, <MARKET STUDY>, <FINANCIAL VIABILITY>, <RELAXATION TOURISM>



INTRODUCCIÓN

La determinación de la factibilidad para la implementación de un Spa Shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, constituye un análisis exhaustivo de los elementos básicos para la viabilidad y éxito de este innovador emprendimiento. Para comprender mejor el desarrollo de esta investigación, el estudio se estructura en distintos capítulos, cada uno abordando aspectos específicos del proyecto. ´

El Capítulo I, se realiza una contextualización integral que destaca la relevancia del Spa Shamánico en el entorno local y cómo se inserta en la industria del bienestar y el turismo. Se examina la demanda de servicios relacionados con prácticas shamánicas y se plantea el problema central a resolver: ¿Es factible establecer un spa de este tipo en Riobamba? Se justifica la necesidad de realizar la investigación y se delinear los objetivos fundamentales que guiarán el estudio.

El Capítulo II recoge los antecedentes y la fundamentación teórica necesaria para comprender en profundidad el contexto del spa shamánico. Se revisan las prácticas espirituales, el turismo de bienestar y la relación entre estas tendencias y la demanda del público. Se citan diversos autores que respaldan la importancia y viabilidad de este tipo de establecimiento, y se formula la hipótesis a confirmar a lo largo del análisis.

El Marco Metodológico, presentado en el Capítulo III, describe la metodología empleada para recopilar y analizar los datos. Se enfatiza en la combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos para lograr una comprensión integral de la viabilidad del proyecto. Se detallan los procedimientos de investigación de campo, como encuestas a potenciales clientes, así como la recopilación de información secundaria sobre el mercado y la competencia. Además, se explican los parámetros descriptivos utilizados en el análisis.

El Capítulo IV revela la interpretación de los resultados obtenidos mediante el uso de herramientas estadísticas y software especializado. A través de tablas, gráficos y estudios de mercado, se presentan los datos recopilados y se evalúan en función de los objetivos planteados. Asimismo, se discuten las limitaciones del estudio, ofreciendo una visión completa y transparente del análisis realizado. El estudio culmina con las conclusiones y recomendaciones extraídas de todo el proceso, brindando orientación clara para la toma de decisiones.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

En el trabajo de Pelcastre (1999) titulado "La cura shamánica: una interpretación psicosocial", se examina el tipo de relación establecida entre el chamán, el paciente y el grupo, así como la construcción de una realidad simbólica compartida y la influencia de la visión del mundo del chamán en las personas. El enfoque adoptado en el estudio fue el psicosocial, que proporciona un marco interpretativo para comprender el proceso de curación chamánica. Se propone una explicación basada en el establecimiento de un acto comunicativo como escenario donde se construye una realidad simbólica, materializándose a través de la cura y la participación del paciente en cada sesión. Además, se analiza la perspectiva mágica del chamanismo y su impacto en el proceso de salud-enfermedad. El estudio concluye destacando que la valoración de los elementos naturales en el contexto de la cura chamánica se origina en la cosmovisión particular de los grupos involucrados. Esta cosmovisión atribuye una importancia significativa a la naturaleza y considera que la enfermedad tiene una causa de naturaleza sobrenatural. Entre las enfermedades o dolencias tradicionales más comunes se encuentran el espanto, el mal de ojo, la pérdida del alma y el empacho. La etiología y el tratamiento de muchas de estas enfermedades se fundamentan en la concepción dicotómica de frío y calor, donde se sostiene que la enfermedad surge debido a un desequilibrio entre estos dos elementos.

Betún Pilco (2012), en su trabajo "estudio de factibilidad para la implementación de un centro cosmetológico y spa en el cantón naranjito", manifiesta que ante la creciente demanda de las personas por embellecer su cuerpo y encontrar un espacio de relajación para reducir el estrés causado por la rutina diaria, surgió la oportunidad de implementar un centro cosmetológico y spa en el cantón Naranjito. El objetivo de esta investigación fue evaluar la viabilidad de crear este centro para satisfacer las necesidades de la población local. Para lograr este objetivo, se empleó una metodología basada en el análisis de mercado y estrategias de marketing. Se realizaron estudios de mercado para identificar las preferencias y necesidades de los potenciales clientes, así como para evaluar la competencia existente en el área. Además, se desarrollaron estrategias de desarrollo de servicios, establecimiento de precios, promoción adecuada y determinación de la ubicación óptima del centro. Se consideró fundamental contar con un equipo de personal capacitado y especializado en los servicios ofrecidos. Se realizó una planificación detallada para la contratación y capacitación del personal, asegurando que estuvieran en capacidad de brindar

los servicios de manera profesional y satisfactoria para los clientes. Para evaluar la viabilidad financiera del proyecto, se elaboraron estados financieros que reflejaban los movimientos de efectivo y la utilidad proyectada durante el período contable. Estos estados permitieron evaluar la rentabilidad y el flujo de efectivo esperado, proporcionando una visión clara de la situación financiera del centro propuesto. Los resultados de la investigación indicaron que la implementación de un centro cosmetológico y spa en el cantón Naranjito era viable y tendría una buena acogida por parte de la población. Las estrategias de mercado y el enfoque en la calidad de los servicios permitirían destacar frente a la competencia y mantener una participación sólida en el mercado laboral local.

En “propuesta de factibilidad para la creación de un spa en el cantón biblián” de Balbuca Muñoz & Dután Tacuri, (2014), el objetivo de esta investigación fue evaluar la factibilidad de crear un Spa en el Cantón Biblián, con el fin de brindar un servicio que actualmente no está disponible en la zona y ofrecer a las personas la oportunidad de escapar de sus rutinas diarias. Se buscó aplicar los conocimientos adquiridos durante el estudio y contribuir al bienestar de la comunidad. Para dar cumplimiento a este objetivo macro, en primera instancia se realizó una abundante revisión bibliográfica que abarcó diversos enfoques como el financiero, el de marketing, el de servicios y el de organización. Se analizaron los aspectos más relevantes de cada tema para sentar las bases necesarias para el estudio de factibilidad. Luego se procedió a realizar un trabajo de campo en el que se llevó a cabo un diagnóstico del mercado actual de los Spa, a través de una encuesta, que además aportó con valiosa información para comprender los gustos y preferencias de los potenciales clientes al introducir este nuevo servicio. Los resultados de la investigación indicaron que la creación del Spa "Beauty & Relax" en el Cantón Biblián era factible y respondería a una demanda latente en la zona. El estudio de mercado reveló un interés por parte de los clientes potenciales y la evaluación financiera demostró la viabilidad económica del proyecto. Con base en estos resultados, se concluyó que la implementación del Spa sería beneficiosa tanto para la comunidad como para los emprendedores involucrados.

Las autoras Díaz Carabalí, Lara Bastidas y López Agudelo (2017) tuvieron el objetivo de determinar la factibilidad de establecer un Spa en la ciudad de Cali, que ofreciera una amplia gama de servicios a precios accesibles, tanto para clientes individuales como para empresas o grupos. Se buscó aprovechar la creciente demanda de servicios de Spa en el país y generar expectativas de desarrollo en el sector. Además, se analizó el creciente interés de los clientes en buscar nuevas experiencias y las estrategias de diferenciación implementadas por las empresas para ofrecer productos únicos en el mercado. La metodología utilizada en este estudio se basó en la recopilación de datos e información relevante sobre la industria del Spa en el país y en la ciudad

de Cali; para ello se realizó un análisis de mercado para identificar la demanda existente y las oportunidades de negocios; además, se llevó a cabo un estudio de viabilidad financiera para evaluar la rentabilidad del proyecto y se consideraron aspectos legales y de ubicación. Los resultados obtenidos indicaron que la creación de un Spa en la ciudad de Cali era factible y presentaba oportunidades de crecimiento. El análisis de mercado reveló una demanda sostenida de servicios de bienestar y una creciente competencia en el sector. Asimismo, el estudio financiero demostró la viabilidad económica del proyecto, con proyecciones favorables de ingresos y rentabilidad. Como principales conclusiones, se determinó que la apertura de un Spa en la ciudad de Cali era una inversión viable y prometedora. El aumento del estrés y la preocupación por el bienestar físico y psicológico de las personas ofrecían un mercado potencialmente favorable. Además, se identificaron oportunidades para diferenciar el Spa y ofrecer experiencias únicas a los clientes.

Haciendo referencia al trabajo de Calderón Alvarez & De los Ángeles Tomalá Pita (2019) el objetivo de este antecedente investigativo fue evaluar la viabilidad de crear un Spa y determinar los aspectos necesarios para su implementación. Se empleó un enfoque bibliográfico, mixto y descriptivo, utilizando métodos de investigación descriptiva, explicativa y correlacional. Se recopiló información de fuentes primarias y secundarias, obtenida a través de encuestas y entrevistas a una muestra de 109 personas. El análisis se realizó utilizando métodos inductivos, científicos y estadísticos. Los resultados del estudio de mercado describieron las características del producto y revelaron la demanda existente en el sector. En el estudio técnico se analizó el tamaño del proyecto y se determinó la capacidad de servicio del Spa M&C. En el estudio organizacional se estableció el organigrama del Spa, identificando los roles y funciones de cada puesto. Por último, en el estudio financiero se abordaron los ingresos, los costos de materiales, el financiamiento, el estado de resultados, el flujo de efectivo y se realizó la evaluación económica del TIR (Tasa Interna de Retorno) del 14% y el VAN (Valor Actual Neto) de \$12,996.56. Las principales conclusiones de este antecedente investigativo fueron que la creación del Spa era factible y presentaba oportunidades en el mercado. El estudio de mercado reveló una demanda establecida y el estudio financiero demostró la viabilidad económica del proyecto, con resultados positivos en términos de ingresos y rentabilidad. Además, el análisis técnico y organizacional proporcionó las bases para la implementación y gestión efectiva del Spa.

Analizando la investigación de Baud (2019), “El arte de ver. Chamanismo y búsqueda visionaria en los awajún (Perú)” el objetivo del trabajo fue analizar los procesos de construcción de la persona y la adquisición de vitalidad en la sociedad awajún. Se utilizó una metodología basada en el análisis del uso de plantas psicoactivas, como el tabaco, el floripondio, la ayahuasca y el

chagropanga, así como en el estudio de los términos y palabras asociados a ellas y las lógicas involucradas. Además, se aplicó una categorización antropológica que distinguió entre búsqueda visionaria y chamanismo, relevantes en este contexto. Los resultados revelaron que las lógicas relacionadas con el uso de plantas psicoactivas en la sociedad awajún son simultáneamente opuestas y complementarias. Por un lado, la búsqueda visionaria implica una limpieza espiritual y un encuentro con lo sagrado, con el fin de alcanzar una condición de "limpieza, belleza y adornos" y obtener abundancia material. Por otro lado, el chamanismo implica ensuciarse deliberadamente para acceder a lo invisible y protegerse de agresiones mágicas o brujería. Estas dos lógicas se complementan entre sí, ya que el chamanismo tiene la función de preservar los logros obtenidos a través de la búsqueda visionaria. En conclusión, este antecedente investigativo contribuye al esfuerzo de valorización de los materiales originales y busca aportar a la comprensión de los procesos culturales en la sociedad awajún. Se destaca la dualidad y complementariedad de las lógicas presentes en relación con el uso de plantas psicoactivas y el chamanismo, evidenciando la importancia de estos aspectos en la construcción de la persona y la adquisición de vitalidad en esta comunidad.

Finalmente, abordando el trabajo investigativo de Díaz Rubiano & Guerra Reyes (2020), el objetivo del estudio fue evaluar la factibilidad de crear un Spa mental y corporal en la ciudad de Ibagué, con el propósito de mejorar la salud mental de la población local y contribuir al desarrollo socioeconómico de la zona. La investigación se enmarca dentro del programa de investigación de la Especialización en Gerencia de Proyectos, específicamente en la línea de investigación de Innovaciones sociales y productivas, y sublínea de dualidad estructural en la productividad, innovación y tejido empresarial. La metodología empleada se basó en un análisis crítico de la situación global, nacional y local de los negocios de Spa, así como de su contribución a la salud. Se realizó un estudio exhaustivo de las condiciones y necesidades de la población ibaguereña, especialmente en relación con la salud mental y los altos niveles de estrés y tensiones a los que se enfrentan en la sociedad actual. Además, se evaluaron los procedimientos de neurofeedback y técnicas de relajación utilizados en los Spas, con el fin de combinarlos en el Spa Cuerpo y Mente MARIPAU S.A.S. Los resultados obtenidos indican que existe una demanda creciente de servicios de Spa que integren el cuidado mental y corporal. Asimismo, se evidenció la importancia de abordar las problemáticas de salud mental en la población de Ibagué y la necesidad de concienciar sobre la importancia del cuidado mental y hacerlo accesible al público.

1.2 Problema

Una de las enfermedades que han tomado fuerza en la actualidad a raíz de la pandemia por COVID-19 es el estrés, dicha enfermedad genera niveles de ansiedad y depresión elevados, según un informe científico publicado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), el primer año de la pandemia se registró un incremento del 25% de ansiedad y depresión en la población mundial (OMS, 2022).

Este incremento se debe a distintos factores como: el aislamiento social resultante de la pandemia, que limitó la capacidad de las personas para trabajar y buscar su sustento diario, implantó una barrera que impedía el contacto directo con personas cercanas lo que anulaba la idea de apoyarse en sus seres queridos y sobre todo imposibilitaba la interacción social.

La OMS menciona que la sensación de estar solo, el temor a contagiarse, el dolor y la pérdida tanto personal como de cualquier ser querido, la angustia tras el duelo y las inquietudes económicas son también elementos generadores de estrés que pueden desencadenar ansiedad y depresión, pero lo más preocupante sin duda alguna se refleja en los escasos esfuerzos de los gobiernos de Latinoamérica que, a pesar de promulgar la imperante necesidad de trabajar por la salud mental de la población, no destinan el presupuesto necesario para poder combatir este mal que tiene mayor incidencia en jóvenes y mujeres (OMS, 2022).

El bienestar y la búsqueda de un equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu han ganado cada vez más importancia en la sociedad actual (bienestar del consumidor: un recorrido por la salud, el hedonismo, la espiritualidad y las relaciones., 2013). En este contexto, los spas han surgido como espacios para el descanso, la relajación y la revitalización. Sin embargo, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, aún no se ha explorado la posibilidad de implementar un Spa Shamánico, que combine terapias ancestrales y técnicas modernas para brindar experiencias únicas y holísticas a los visitantes.

En el Ecuador los índices de estrés son muy elevados debido a la estilo de vida que se experimenta, la carga laboral diaria, la necesidad de obtener ingresos extras y la inseguridad que vive el país hoy en día, causan que la población viva en un estado de tensión constante, la problemática surge a partir del entendimiento de que en la provincia de Chimborazo en el cantón Riobamba no hay la suficiente oferta de espacios de relajación con características shamánicas que permitan tratar este tipo de afecciones, además del desconocimiento de la población local que optan por viajar a

provincias aledañas como Pastaza a hacer uso de estos servicios que bien podrían hacerlo en su localidad.

Por ello, esta investigación busca evaluar la viabilidad de establecer un Spa Shamánico en la localidad de Riobamba. Para lograrlo, se requiere examinar diferentes elementos que influyen en su factibilidad, tales como la demanda de servicios de bienestar, la disponibilidad de recursos naturales y humanos, así como las normativas legales y culturales aplicables.

1.3 Justificación

Los países en vías de desarrollo han encontrado en la medicina alternativa una oportunidad para incrementar sus ingresos económicos por lo que se está promoviendo el desarrollo de estas actividades, la creación de un “Spa shamánico” en la ciudad de Riobamba traerá consigo varios beneficios tanto en el ámbito de salud, económico y de mercado.

En el ámbito salud, un spa tiene la función de brindar tratamientos con fines, terapéuticos, medicinales, de relajación y distracción que ayuden a la ciudadanía a combatir el estrés la ansiedad y la depresión que son generados por el modo de vida que lleva la población; dentro de estas ventajas es importante mencionar que, la medicina alternativa debe ser utilizada como complemento de la medicina tradicional y no como un sustituto dado que, cuando se maneja de manera apropiada y con el asesoramiento de profesionales médicos, es posible conseguir resultados positivos para la salud.

En el ámbito económico, la creación del “Spa shamánico” permitirá dinamizar la economía local ya que se daría paso a la creación plazas de trabajo para todas aquellas personas que son expertas no solo en medicina natural o tradicional sino también para profesionales en rehabilitación física y emocional y sabedores del conocimiento ancestral. La inversión que se requiere para la construcción y puesta en marcha del Spa, es considerable, tomando en cuenta el costo del terreno la edificación y equipamientos, el capital de trabajo requerido, lo que constituye un aporte considerable para la economía local.

En el ámbito de mercado, el crear un spa con características diferentes como lo es el tema shamánico podemos diferenciarnos del resto de spa tradicionales, ofertando un producto nuevo al mercado de Riobamba, satisfaciendo así las necesidades de la población, es por eso que debido a estas razones el siguiente proyecto es potencialmente factible y busca brindar una nueva modalidad de turismo en la provincia ofreciendo confort, salud y bienestar a quienes lo visiten.

La población urbana del cantón Riobamba y su zona conurbana según la proyección del INEC para el año 2023 es de 365.000 personas aproximadamente de las cuales el 71% corresponde a la zona urbana que es el área de mayores ingresos y la que está sometida a un mayor estrés, por las circunstancias de vida que enfrenta. Por lo que desde la perspectiva de mercado se puede asegurar que existe una demanda cada vez mayor de servicios de relajación, que serían los clientes potenciales del spa. Por parte de la oferta, vale la pena indicar que se analizaron 10 spa en la ciudad que brindan servicios de tratamientos estéticos y de salud pero que no cuentan con servicios de shamanismo que es el distinguido competitivo de nuestro proyecto (Instituto nacional de estadística y censos, 2020).

La implementación de este proyecto tiene concordancia con el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador impulsado por el Gobierno Nacional, cumpliendo con los objetivos del eje económico y social que propende la mejora continua de la prestación de servicios turísticos sobre la base del fomento del turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de productos innovadores (Secretaría Nacional de Planificación, 2021).

Además, se busca contribuir al cumplimiento del octavo propósito de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que en su informe 2020 plantea la importancia de promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, partiendo de que el turismo se enfrenta a desafíos sin precedentes y a escenarios diversos como consecuencia de la COVID-19 (Organización de las Naciones Unidas, 2020).

La implementación de un Spa Shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, se presenta como una oportunidad para brindar una propuesta novedosa y enriquecedora en el ámbito del bienestar integral. Según Ostelea Tourism Management School (2021), el turismo orientado al bienestar y al enfoque holístico ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, y los viajeros buscan experiencias únicas que les permitan conectarse con su interior, su entorno natural y la cultura local.

A pesar de contar con diversos spas y centros de bienestar en la ciudad, la oferta de servicios que combinen técnicas ancestrales y modernas, como las ofrecidas por un Spa Shamánico, es limitada o inexistente. Esto deja una brecha en la oferta local para aquellos que buscan experiencias de relajación y revitalización más completas; la implementación de propuestas innovadoras en el sector turístico puede generar un impacto positivo y atraer a turistas interesados en experiencias holísticas (Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, 2020).

La provincia de Chimborazo cuenta con una rica herencia cultural y espiritual, en la que los saberes ancestrales y las prácticas chamánicas tienen un papel relevante. Un Spa Shamánico en Riobamba puede integrar y promover estos conocimientos, respetando y valorando la cultura local, y contribuir a la preservación de tradiciones autóctonas. Es importante promover y preservar estas prácticas culturales como parte del patrimonio nacional (Guaño Allauca, 2020).

La implementación de un Spa Shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, tiene el potencial de cubrir una demanda existente de servicios de bienestar holístico, aprovechar el crecimiento del turismo consciente y enriquecer la oferta turística local, al tiempo que se valora y preserva el patrimonio cultural y espiritual de la región. La evaluación de la factibilidad de este proyecto requiere un análisis detallado de los aspectos relacionados con la demanda, los recursos disponibles y las regulaciones legales y culturales pertinentes.

Este proyecto pretende ser un precedente para que futuras generaciones de investigadores y emprendedores, tomen el ejemplo de esta investigación para el desarrollo e impulso de centros con características similares, y de esta manera rescatar las tradiciones propias de la medicina y cultura tradicional ecuatoriana, brindando un enfoque actual y brindando tratamiento para uno de los males más comunes en tiempos actuales.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad para la implementación de un spa shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar la viabilidad comercial del proyecto.
- Establecer la viabilidad técnica del proyecto.
- Estructurar la viabilidad legal y administrativa de la potencial empresa.
- Realizar el análisis de viabilidad económica y financiera.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para darle una adecuada estructura a la fundamentación teórico conceptual de esta investigación, se ha dividido la misma en dos secciones relacionadas con la economía y la salud.

2.1 **Ámbito económico**

2.1.1 *Proyecto*

Los proyectos son dispositivos o medios que tienen como objetivo recopilar, generar y analizar de manera sistemática una serie de datos y referencias, con el fin de alcanzar resultados previstos. Su relevancia radica en su capacidad para estructurar el ambiente de trabajo y proporcionar una organización adecuada (Thompson Baldiviezo, 2006).

La importancia de los proyectos radica en su capacidad para organizar el entorno de trabajo de manera eficiente. Proporcionan una estructura clara y definida que guía las actividades y procesos necesarios para alcanzar los objetivos establecidos.

Al utilizar una metodología y enfoque sistemáticos, los proyectos permiten optimizar los recursos disponibles, gestionar el tiempo de manera efectiva y minimizar los riesgos y errores.

Además, los proyectos fomentan la colaboración y la coordinación entre los miembros del equipo, ya que cada uno tiene roles y responsabilidades específicos dentro del proyecto. Esto promueve la comunicación y el trabajo en equipo, lo que a su vez contribuye a la eficacia y eficiencia en la ejecución del proyecto.

2.1.2 *Proyecto de inversión privada*

Los proyectos en cuestión tienen como objetivo principal la rentabilización de la inversión de manera económica. Su financiamiento proviene principalmente de empresas y organizaciones del sector privado que buscan recuperar el capital invertido y obtener beneficios financieros en el futuro. Estos proyectos se caracterizan por su enfoque en alcanzar la rentabilidad necesaria para recuperar la inversión inicial. El objetivo es maximizar los beneficios mientras se minimiza la inversión requerida. Cabe destacar que los fondos utilizados en estos proyectos son de origen privado (Raya León, 2021).

Para Santa Cruz (2022) los proyectos privados son aquellos cuya inversión proviene de individuos, grupos de personas o empresas del sector privado. Estos proyectos tienen como objetivo generar ganancias y crear empleo.

Estos proyectos se dividen en tres categorías:

<p>Proyectos expansivos:</p>	<p>Proyectos innovadores:</p>	<p>Proyectos de reemplazo para mantener la operación:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Buscan entrar en mercados nuevos o desarrollar nuevos productos y requieren un análisis estratégico detallado, ya que a menudo están asociados con gastos importantes en marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implican el uso de tecnologías nuevas como inteligencia artificial o análisis de datos, así como la introducción de nuevos productos o servicios que satisfagan las necesidades cambiantes de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generan cambios en la empresa para mantener la producción y agilizar los procesos, como la sustitución de una pieza dañada en una máquina por otra nueva o la implementación de un nuevo sistema para mejorar la productividad del equipo.

Ilustración 2-1: Proyectos de inversión privada

Fuente: Santa Cruz, 2022

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Esta herramienta es utilizada para tomar decisiones y proporcionar apoyo en el proceso racional de toma de decisiones. Permite evaluar las ventajas y desventajas, tanto cualitativa como cuantitativamente, durante la etapa de asignación de recursos para determinar la rentabilidad socioeconómica y privada del proyecto. En base a los resultados obtenidos, se debe planificar la inversión.

2.1.3 Proyecto de inversión social

En la preparación de un proyecto de inversión social se aplican criterios similares a los utilizados en la formulación de un proyecto de inversión privada. Sin embargo, existe una diferencia clave en la forma en que se valoran las variables determinantes de los costos y beneficios asociados. Mientras que en la evaluación privada se utilizan los "precios de mercado", en la evaluación social se emplean los "precios sombra" o "precios sociales". Esto se debe a que los costos y beneficios del proyecto pueden recaer sobre terceros, y, por lo tanto, es necesario considerarlos para una evaluación más completa y justa (Thompson Baldiviezo, 2006).

La inversión social es una estrategia empresarial o gubernamental en la cual se movilizan recursos humanos, materiales y financieros de forma eficiente para llevar a cabo diversas iniciativas sociales que producen un impacto positivo en las comunidades. Para lograr esto, se necesita la participación activa de las comunidades, así como del sector privado, los gobiernos, la sociedad civil y la academia (Fundación Merced Querétaro, 2021).

Entonces, un proyecto de inversión social es una iniciativa que busca mejorar las condiciones de vida de una comunidad a través de la movilización de recursos humanos, materiales y financieros. Este tipo de proyectos son promovidos por empresas, gobiernos, organizaciones civiles y académicas con el objetivo de generar un impacto positivo en las comunidades y en la sociedad en general.

La preparación de un proyecto de inversión social implica la identificación de las necesidades y problemas de la comunidad a la que se desea ayudar, así como la elaboración de un plan de acción concreto que permita atender esas necesidades y solucionar esos problemas. Para ello, se utilizan criterios similares a los que se emplean en la formulación de un proyecto de inversión privada, aunque con algunas diferencias.

La evaluación privada se basa en los precios de mercado, mientras que la evaluación social utiliza precios sombra o precios sociales que tienen en cuenta los costos y beneficios que recaen sobre terceros. De esta manera, se busca que el proyecto sea rentable tanto para los inversores como para la comunidad beneficiada, promoviendo el bienestar social y el desarrollo sostenible.

2.1.4 *Estudio de factibilidad*

El estudio de factibilidad es una herramienta que las empresas utilizan para determinar la viabilidad de un negocio o proyecto que planean implementar. Este estudio les permite conocer si la iniciativa puede ser rentable o no, y establecer las estrategias necesarias para lograr el éxito. En resumen, el estudio de factibilidad les proporciona información clave para saber si el negocio o proyecto es factible, las condiciones ideales para llevarlo a cabo, y cómo solucionar los posibles obstáculos que puedan surgir (Quiroa, 2020).

Luna & Chaves (2001) indican que los estudios de factibilidad ayudan a:

- Determinar la viabilidad y el potencial de éxito de un negocio, así como las condiciones necesarias para su desarrollo óptimo.

- Evaluar si la iniciativa propuesta tiene un impacto positivo en la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el medio ambiente.

Es fundamental tener en consideración que todo proyecto, ya sea individual o grupal, puede considerarse como una empresa. Es importante comprender e incorporar esta idea en el concepto de proyecto, especialmente cuando se busca impulsar cambios culturales y de mentalidad. Esto implica considerar criterios y comportamientos empresariales, como los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, los cuales son fundamentales para el desarrollo de proyectos sostenibles.

Un estudio de factibilidad se realiza con el propósito de determinar la posibilidad de llevar a cabo un negocio o proyecto específico. Este análisis permite a la empresa evaluar si es factible implementar la iniciativa propuesta. Durante el estudio de factibilidad, se consideran diversos aspectos, tales como la demanda del mercado, los recursos necesarios, los costos asociados, la competencia y otros factores relevantes. Esto brinda a la empresa una visión clara de la viabilidad y los posibles desafíos que podrían surgir en la ejecución del proyecto.

2.1.5 Estudio de mercado

El inicio formal del estudio de factibilidad es el estudio de mercado, que incluye la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo principal de este estudio es evaluar la posibilidad real de introducir un producto nuevo en un mercado específico (Barrera Echeverría, 2018).

Se utiliza una investigación de mercados para recopilar información directamente de la fuente con el objetivo de conocer los comportamientos del consumidor, la percepción de la marca o empresa y las oportunidades para un nuevo producto o innovación. Para implementar una estrategia de marketing, cualquier empresa debe realizar una o varias investigaciones de mercados según sus objetivos y necesidades comerciales. Cada tipo de investigación de mercados proporciona datos específicos que ayudan a prevenir y limitar los riesgos, además de minimizar la incertidumbre en la toma de decisiones durante la implementación de un plan de negocios (Santos, 2023).

Un estudio de mercado consiste en recolectar información directamente de los consumidores, competidores y otros factores que afectan al mercado, con el objetivo de conocer la demanda y oferta, los precios y las oportunidades para un producto o servicio. Este tipo de investigación se

utiliza para minimizar los riesgos y la incertidumbre en la toma de decisiones al momento de desarrollar un plan de negocios o una estrategia de marketing.

Un estudio de mercado contempla en análisis de algunos elementos clave, mismos que han de ser la base para el sustento del plan de negocios. Estos elementos son los que se muestran en la Ilustración 2-2:

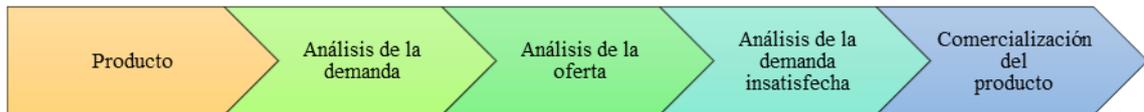


Ilustración 2-2: Elementos del estudio de mercado

Fuente: Barrera, 2018

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

2.1.6 *Oferta*

Se entiende por oferta a la cantidad total de bienes y servicios que están disponibles para ser adquiridos en un mercado determinado, mientras que la demanda es la cantidad total de bienes y servicios que son requeridos para satisfacer las necesidades de los consumidores en ese mismo mercado (Startup Guide, 2019).

Esto quiere decir que, si un producto tiene una alta oferta, significa que hay muchos vendedores que están dispuestos a ofrecerlo a la venta en el mercado.

2.1.7 *Demanda*

La demanda se refiere a la cantidad de un bien o servicio que las personas o empresas quieren y están dispuestas a comprar en el mercado. Es el complemento de la oferta y se determina por las necesidades o deseos de los consumidores (Startup Guide, 2019).

Por lo tanto, la demanda es un factor clave para que las empresas puedan tomar decisiones estratégicas sobre la producción y comercialización de sus productos, ya que les permite conocer las necesidades y deseos de los consumidores y ajustar su oferta de acuerdo a ello. Además, la demanda es un factor determinante en la fijación del precio de los productos, ya que, si la demanda supera la oferta, los precios tienden a aumentar, y si la oferta supera la demanda, los precios tienden a disminuir.

2.1.8 Mercado

El mercado se refiere al proceso en el que los compradores y vendedores de bienes y servicios interactúan para realizar intercambios. Anteriormente, se consideraba que el mercado era un lugar físico, pero hoy en día gracias a la tecnología, el mercado puede tener lugar en línea. El intercambio se lleva a cabo porque ambas partes obtienen beneficios y están de acuerdo en un precio determinado para el bien o servicio que se intercambia. En resumen, el mercado existe mientras haya una intención de comprar y vender y ambas partes estén de acuerdo en realizar el intercambio (Quiroa, 2019).

Aunque tradicionalmente se entendía como un lugar físico, hoy en día el mercado puede operar de manera virtual gracias a la tecnología.

El mercado funciona cuando hay intenciones de compra y venta por parte de los participantes y se llega a un acuerdo sobre el precio del bien o servicio que se va a intercambiar. Ambas partes obtienen un beneficio en el intercambio, de lo contrario no estarían dispuestas a realizar la transacción.

2.1.9 Población

Antes de realizar una investigación de mercado, es importante definir la población o universo que se va a estudiar. Esta población es el conjunto total de elementos que se encuentran en el mercado antes de realizar la segmentación o selección de la muestra. Una vez definida la población, se puede llevar a cabo el estudio de mercado correspondiente para obtener información relevante y útil para la empresa (Espinoza, 2016).

En un estudio económico, la población se refiere al conjunto total de unidades económicas, ya sean individuos, hogares, empresas u otras organizaciones, que se están investigando o analizando para obtener información relevante. Es decir, la población es el grupo completo de objetos de estudio que se pretende analizar y describir en un estudio económico.

Es importante tener en cuenta que, en un estudio económico, la población puede ser muy amplia y por tanto difícil de investigar en su totalidad, por lo que se utiliza una muestra representativa para obtener información válida y confiable sobre la población.

2.1.10 Segmentos de mercado

Un segmento de mercado es un grupo específico dentro de la población que se caracteriza por tener características similares (Piguave Pérez, 2016).

Al identificar y enfocarse en un segmento de mercado específico, las empresas pueden adaptar mejor su estrategia de marketing y ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades y deseos de ese grupo en particular. Esto puede aumentar la efectividad de su estrategia de marketing y, por lo tanto, aumentar las ventas y el éxito del negocio.

La segmentación de mercado, también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un enfoque que permite dividir a los clientes potenciales en diferentes grupos, lo que facilita a las empresas enviar mensajes personalizados a las audiencias adecuadas. Esta estrategia general de segmentación puede clasificarse en categorías más amplias, como segmentación por ubicación, o en categorías más específicas, como segmentación por edad. Al utilizar estas técnicas, las campañas de marketing se vuelven más efectivas, ya que impactan a las personas adecuadas con contenido adaptado a sus necesidades individuales (Aranda Castillo, 2018).

2.1.11 Estudio técnico

El estudio técnico se refiere a la evaluación y determinación del tamaño óptimo, la identificación de la ubicación adecuada y la selección de un modelo tecnológico y administrativo apropiado, que estén en línea con las demandas del mercado y las limitaciones financieras (Miranda Miranda, 2010).

El objetivo del Estudio Técnico consiste en determinar la función de producción óptima para lograr la máxima eficiencia en la utilización de los recursos disponibles en la producción de bienes o servicios. De esta manera, se busca obtener información sobre los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales necesarios para la implementación del proyecto. Este estudio no se encuentra aislado, sino que se encuentra estrechamente vinculado con otros estudios (schiliro, 2021).

Un estudio técnico es un análisis que se realiza para determinar la mejor manera de llevar a cabo un proyecto. En este estudio se consideran aspectos como el tamaño adecuado del proyecto, el lugar más apropiado para llevarlo a cabo y la elección de las tecnologías y métodos de gestión adecuados. También se tienen en cuenta las necesidades del mercado y las restricciones económicas para asegurarse de que el proyecto sea exitoso. En resumen, el estudio técnico busca

encontrar la mejor forma de realizar un proyecto teniendo en cuenta factores técnicos, económicos y de mercado.

2.1.12 Estudio Administrativo

El estudio administrativo implica la determinación de la organización que la empresa debe adoptar para su establecimiento. Esto implica tener en cuenta la planificación estratégica, la estructura organizativa, los aspectos legales y fiscales, así como los temas laborales, las fuentes y los métodos de reclutamiento. Se lleva a cabo un análisis exhaustivo para obtener la información necesaria que permita definir los aspectos relacionados con la organización del proyecto, los procedimientos administrativos, las cuestiones laborales, legales, ambientales y fiscales (Salcedo, 2015).

Un estudio administrativo es importante en el proyecto de creación de un spa chamánico porque ayuda a definir la estructura organizacional del negocio, la cual es fundamental para su buen funcionamiento. En este tipo de proyectos es esencial definir de manera clara los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo, establecer procedimientos administrativos efectivos, y cumplir con las regulaciones legales y fiscales que aplican para este tipo de negocios. Además, el estudio administrativo permite identificar los recursos humanos y financieros necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como las fuentes y métodos de reclutamiento adecuados para el personal que se requiere. También es importante considerar las normas ambientales que aplican en la región donde se establecerá el spa, y definir las políticas de responsabilidad social que se implementarán.

2.1.13 Estudio Económico

El estudio económico analiza la viabilidad financiera y el impacto que el proyecto tendrá tanto a nivel individual como empresarial. En esta evaluación económica, se recopila de manera sistemática y organizada información monetaria obtenida a través de la investigación y análisis de los diversos factores que conforman el proyecto. Por lo tanto, cualquier entidad comercial, incluyendo los consumidores regulares, puede y debe utilizar el estudio económico como una estrategia de análisis financiero antes y durante sus actividades económicas (Euroinnova).

Por ende, el estudio económico es la determinación de los costos totales, así como la inversión inicial en la que se va a incurrir. Es aquí donde se busca determinar cuál es el monto total que se necesitará para que la ejecución del proyecto se la realice sin ningún problema.

El estudio económico financiero contempla además algunos factores específicos, como:

- **Inversión total del proyecto:** Indica, tal y como el nombre lo señala, al valor total que se necesita para la implementación total del proyecto o de la idea de negocio. En él hay que considerar los dos tipos de inversiones que debe tener todo negocio en marcha: inversión en activos a largo plazo (activos fijos), e inversión a corto plazo (capital de trabajo).
- **Financiamiento de la inversión total:** Se debe determinar el financiamiento más adecuado para el negocio, así hay que analizar qué porcentaje es recomendable financiarse con el sistema financiero y qué porcentaje con capital propio. Un financiamiento puede venir de fondos propios o de capital aportado de terceros, es decir, préstamos que generan obligaciones por pagar ya sea en el corto o largo plazo.
- **Punto de equilibrio:** Debe calcular el punto en el cual los ingresos son iguales a los costos totales, es decir el punto en el que la utilidad es cero. En este punto no se está perdiendo ni ganando, sino que solo y están cubriendo los gastos y costos mínimos para que el proyecto pueda mantenerse.

2.1.14 Estudio Financiero

El Estudio Financiero es un proceso en el que se examina la viabilidad de un proyecto. Sus objetivos consisten en organizar y estructurar la información monetaria recopilada en las etapas previas, elaborar análisis financieros y datos adicionales para evaluar el proyecto, y examinar los antecedentes para determinar su rentabilidad (Pistone, 2020).

En la evaluación financiera se analiza específicamente la inversión, los costos e ingresos que se generan en la implementación del proyecto. Es necesario hacer una evaluación económica del proyecto en dónde se podrá ver y comprobar si el proyecto es factible monetariamente a través del cálculo de algunos índices, que ayudan a orientar de una forma correcta el proyecto y así determinar si este puede tener ganancias o pérdidas y ayuda al diseño de una estrategia para optimizar los recursos financieros.

Estos indicadores incluyen:

Tasa interna de retorno (TIR): Su principal función es indicar la tasa a la cual se recuperará la inversión inicial del negocio en un determinado período de tiempo. En términos simples, cuanto

menor sea la TIR, mayor será la rentabilidad del proyecto. Por el contrario, si el valor de la TIR es más alto de lo esperado, significa que el proyecto es menos rentable y más susceptible a las variaciones en las tasas de interés actuales (Pérez, 2021).

Este indicador ayuda a conocer el retorno del dinero o la rentabilidad que se obtienen en la inversión que se aplica en el proyecto. La TIR ayuda a evaluar la rentabilidad de un proyecto e indica qué porcentaje de ganancia se necesita para que sea exitoso. Una TIR baja es preferible, ya que significa que el proyecto es más rentable y más seguro frente a los cambios en las tasas de interés.

Valor actual neto (VAN): Es la diferencia entre el valor presente de los ingresos futuros que una empresa recibirá y la cantidad que se invierte en llevar a cabo un proyecto. Si el resultado de esta operación es positivo, lo cual indica que es rentable, significa que el negocio es viable. El cálculo del VAN proporciona seguridad a la organización para invertir en el proyecto, ya que demuestra que los resultados de la inversión son rentables. Esto significa que los ingresos futuros superan la inversión inicial, lo cual es un indicativo positivo para la empresa (García Villacorta, 2021).

Este indicador permite calcular los flujos de caja futuros los cuales son originados por la inversión del proyecto. El VAN ayuda a un plan de negocio al proporcionar una forma de medir la rentabilidad de un proyecto a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo y la tasa de descuento. Esto permite tomar decisiones financieras más sólidas y seleccionar las inversiones más rentables.

Periodo de recuperación de la inversión (PRI): El Pay-back, una herramienta financiera para evaluar inversiones, permite a una empresa determinar el período necesario para recuperar el capital invertido en un proyecto. Se basa en el criterio de que una inversión es más rentable si permite recuperar los recursos invertidos en menos tiempo. Además, está relacionado con otros indicadores clave de rendimiento (KPI) como el retorno de la inversión (ROI), el valor presente líquido (VPL) y la tasa interna de retorno (TIR) (García Villacorta, 2021).

El PRI es útil porque proporciona una medida de la rapidez con la que se recupera el capital invertido y se empiezan a generar ganancias. Si el PRI es bajo, significa que el proyecto se recupera rápidamente y es financieramente más atractivo. Si el PRI es alto, indica que el proyecto tardará más en generar suficiente flujo de efectivo para recuperar la inversión inicial.

Es importante tener en cuenta que el PRI no considera el valor del dinero en el tiempo, es decir, no toma en cuenta el rendimiento o la tasa de descuento. Solo se basa en los flujos de efectivo y el período necesario para recuperar la inversión.

En resumen, el PRI en un proyecto financiero es el tiempo que se necesita para recuperar la inversión inicial. Proporciona una medida de la rapidez con la que se generan ganancias y es útil para evaluar la viabilidad financiera de un proyecto. Un PRI más corto suele ser más favorable, ya que indica una recuperación más rápida de la inversión.

Costo / beneficio: Desde una perspectiva alternativa, el índice coste/beneficio se incrementa cuando el inversor obtiene un mayor margen de beneficio y reduce los costes asociados. Por lo tanto, este análisis desempeña un papel fundamental en el desarrollo de cualquier actividad económica. Es importante destacar que el análisis coste/beneficio no se limita exclusivamente a los negocios, sino que también se aplica en decisiones cotidianas. Por ejemplo, al seleccionar un restaurante para almorzar, variables como la calidad de la comida, el precio y la distancia influyen en la elección. Aunque en estos casos no se realiza un cálculo numérico preciso, se llega a una decisión basada en una evaluación subjetiva (Vázquez Burguillo, 2020).

El beneficio/costo se refiere a la cantidad de retorno o rendimiento que se obtiene por cada dólar de inversión realizado.

Un beneficio/costo alto implica que el retorno obtenido por cada dólar invertido es significativo, lo que sugiere una inversión rentable. Por otro lado, un beneficio/costo bajo indica un rendimiento más bajo por unidad monetaria invertida, lo que puede indicar una opción menos favorable.

El análisis del beneficio/costo es útil para tomar decisiones financieras, ya que permite evaluar la rentabilidad de una inversión o proyecto. Al comparar diferentes opciones, se busca maximizar el beneficio y minimizar los costos para lograr el mejor rendimiento posible.

Es importante tener en cuenta que el beneficio/costo es una métrica relativa y puede variar según el tipo de inversión, la industria o el contexto específico. Además, es recomendable considerar otros factores y realizar un análisis detallado antes de tomar decisiones financieras importantes.

2.2 Ámbito salud

2.2.1 Spa

Un spa es un lugar dedicado a la salud que proporciona tratamientos, terapias y métodos de relajación, con un enfoque principal en el uso del agua. El origen exacto de la palabra "spa" no está claramente establecido. Algunos lo vinculan al pueblo belga de Spa, famoso en la época romana por sus baños de aguas termales. Otros especulan que deriva del acrónimo en latín "salus per aquam", que significa "salud a través del agua" (Cosmetologas, 2013).

Los spas son establecimientos que ofrecen servicios de ocio y salud, tales como tratamientos, sistemas de relajación y terapias para mejorar la salud y proporcionar relajación y tranquilidad al cuerpo. A menudo se utilizan técnicas que ayudan a eliminar dolencias y padecimientos. Tradicionalmente, los spas se centraban en terapias que involucraban el uso del agua, como piscinas, jacuzzis, saunas, hidromasajes o chorros, ya sea con agua medicinal o sin ella (balnearios). Sin embargo, con el tiempo, la gama de servicios ofrecidos por estos lugares se ha ampliado, incluyendo tratamientos médicos o estéticos, masajes y otros servicios adicionales (De Aguilar, 2019).

En estos lugares, se pueden encontrar tratamientos que ayudan a mejorar la salud y a proporcionar bienestar, como masajes, baños de agua caliente, saunas, entre otros. También pueden ofrecer servicios de belleza, como manicuras, pedicuras y tratamientos faciales. El objetivo principal de un spa es brindar un ambiente tranquilo y agradable para que los clientes puedan cuidar de su cuerpo y mente.

2.2.2 Spa Shamánico

La sanación shamánica se caracteriza por ser un proceso de curación dirigido al alma. Según las creencias de la cultura shamánica, cualquier desequilibrio que se manifieste a nivel físico o mental es un reflejo de un malestar interno. El shamán se encarga de establecer conexión con el alma del paciente y liberarlo de bloqueos, sufrimiento y energías perjudiciales. En algunos casos, la enfermedad puede surgir debido a la pérdida de un fragmento del alma a causa de un trauma extremadamente doloroso. El shamán, trabajando en el plano espiritual, tiene la capacidad de localizar esa parte del alma que se ha separado del ego y traerla de vuelta a su origen. Desde la perspectiva shamánica, la enfermedad del alma puede manifestarse de diversas formas, tales como la falta de energía, la depresión, la adicción a las drogas, los trastornos alimentarios, los ataques

de pánico, la mala suerte, el insomnio e incluso a través de patologías más graves (Aurum Wellbeing, 2020).

Empleando términos más simples, se puede decir que un spa chamánico es un lugar que combina técnicas y rituales tradicionales chamánicos con servicios de bienestar y relajación. En este tipo de spa, se busca brindar una experiencia holística y espiritual a los visitantes.

En un spa chamánico, se ofrecen una variedad de tratamientos y terapias que están inspirados en las tradiciones y conocimientos chamánicos. Estos pueden incluir masajes energéticos, limpiezas y armonización con plantas sagradas, ceremonias de sanación, meditación guiada y otras prácticas espirituales.

El objetivo principal de un spa chamánico es proporcionar un espacio de conexión profunda con uno mismo, la naturaleza y el universo. Se busca equilibrar la energía, sanar el cuerpo, la mente y el espíritu, y promover el bienestar integral. Resumiendo, un spa chamánico es un lugar donde se combinan técnicas chamánicas con servicios de relajación y bienestar para brindar una experiencia holística y espiritual a los visitantes.

2.2.3 *Temazcal*

El temazcal es un baño de vapor que se realiza en una choza pequeña y cerrada con una hornilla que calienta el recinto a través de una pared de piedras y una hoguera que calienta el agua con hierbas medicinales. Los bañistas se acuestan desnudos dentro del temazcal y el temazcalero arroja agua contra la pared caliente para generar vapor, el cual se dirige hacia los bañistas con ramas. Además del baño de vapor, se utilizan hierbas aromáticas y medicinales y se recitan cantos y palabras para purificar el cuerpo y el alma. La práctica del temazcal puede ayudar a renovar el cuerpo y la mente, y se considera un ritual sagrado en algunas culturas (Tours La Riviera Maya, 2022).

Desde un enfoque conceptual, el temazcal simboliza el vientre materno, un espacio que alberga pureza en su interior. Esta estructura, generalmente construida con rocas y barro, contiene piedras volcánicas porosas que se calientan a altas temperaturas. Durante el ritual, se arroja agua sobre estas piedras, generando un ambiente similar al de una sauna. Antes del proceso, el agua se infunde con hierbas aromáticas y medicinales. Durante todo el proceso de purificación, un guía espiritual acompaña a los participantes, recitando palabras rituales y proporcionando una guía espiritual para la experiencia (El Grullo Naturista, 2022).

En un spa shamánico, el temazcal se considera una herramienta terapéutica para ayudar a los pacientes a liberarse de bloqueos emocionales y energéticos, aliviando tensiones y ansiedades. Además, se cree que el calor y la humedad del temazcal pueden ayudar a desintoxicar el cuerpo y mejorar la circulación sanguínea, lo que puede mejorar la salud en general.

Los guías espirituales que acompañan el ritual del temazcal, pueden recitar cantos y palabras que buscan ayudar a los asistentes a liberar pensamientos negativos y emociones reprimidas, favoreciendo un estado de relajación y bienestar. En resumen, el temazcal puede ser una práctica complementaria en el spa shamánico para alcanzar un equilibrio físico y emocional en los pacientes.

2.2.4 Medicina ancestral

Para algunos, la medicina natural y tradicional comprende un conjunto de prácticas y medicamentos utilizados para prevenir, diagnosticar y tratar desequilibrios físicos, mentales o sociales. Estas prácticas se basan en la experiencia y observación práctica transmitida de generación en generación, ya sea de forma oral o escrita. En la medicina natural y tradicional, se busca activar las propias capacidades y recursos biológicos de nuestro organismo para prevenir y tratar enfermedades. Se busca armonizar nuestro organismo con la naturaleza, y para ello se utilizan ejercicios, dietas, plantas medicinales, entre otros recursos (Medicina Natural y Tradicional. Conocimientos y aplicaciones de enfermería en MINAS-II, 2002).

La intención de mantener la salud es inherente a la vida misma, tanto en plantas como en animales, quienes tienen sus propios mecanismos para utilizar lo beneficioso y defenderse de lo perjudicial en su entorno, manteniendo así un equilibrio ecológico. Sin embargo, el uso irracional de los recursos naturales por parte del ser humano, así como la creación de numerosos productos químicos para combatir enfermedades y epidemias, ha tenido consecuencias sobre nuestro organismo.

La medicina ancestral se encuentra relacionada con el concepto de proceso, y ve la sanación como el restablecimiento del equilibrio. Esta forma de medicina aborda tanto los síntomas como las causas subyacentes. Reconoce que hay múltiples factores que pueden contribuir a la aparición de un síntoma o enfermedad, y considera fundamental comprender todo el proceso para poder intervenir adecuadamente (Gambale, 2022).

2.2.5 Hidroterapia

Desde la época griega se han llevado a cabo prácticas de hidroterapia. La civilización romana llevó esta terapia a su máxima expresión, construyendo grandes termas como las de Caracalla, Diocleciano y Trajano. En la Edad Media, la hidroterapia decayó, aunque la civilización árabe fue la única que siguió practicándola. El libro fundamental de la medicina árabe, el Canon de Avicena, describe detalladamente las técnicas hidroterápicas, y en algunas ciudades españolas todavía existen vestigios de los baños árabes y judíos. En el siglo XIX, la hidroterapia se aplicó en dos entornos distintos: el balneario, donde los médicos especializados atendían a pacientes adinerados, y la hidroterapia para personas más pobres, tratada por médicos naturistas (Hidroterapia Agua y enfermedad, 2005).

La hidroterapia es un método terapéutico que utiliza el agua para prevenir enfermedades y lesiones. Se basa en conocimientos de fisioterapia y rehabilitación y ofrece una serie de beneficios a diversas patologías del aparato locomotor. Su uso puede ayudar a relajar los músculos, facilitar el ejercicio, aliviar el dolor y mejorar la movilidad gracias a la flotabilidad, así como mejorar la estabilidad y el equilibrio. Es especialmente útil en traumatismos, reumatismos, enfermedades neurológicas o respiratorias. La hidroterapia implica el uso del agua como agente físico, en diferentes formas, estados y temperaturas, y sus efectos beneficiosos se deben al uso de agentes como la temperatura y la presión (Savia Salud Digital, 2019).

La hidroterapia es un enfoque terapéutico que se utiliza para tratar ciertas condiciones utilizando agua. Además de su uso como preparación física antes de una cirugía, también se utiliza para la rehabilitación después de una operación. La rehabilitación ortopédica ha incorporado la hidroterapia en sus protocolos de tratamiento. (Escuela internacional de dietetica nutricion y salud, 2022).

Acogiendo estas ideas, la hidroterapia es un tipo de terapia que utiliza el agua como herramienta principal para ayudar en la prevención y tratamiento de enfermedades y lesiones. Consiste en realizar ejercicios y tratamientos terapéuticos dentro del agua, aprovechando sus propiedades físicas y beneficiosas. Al sumergirse en el agua, se pueden experimentar efectos como la flotabilidad, que ayuda a relajar los músculos y facilitar el movimiento, aliviando el dolor y mejorando la movilidad. También se pueden ajustar la temperatura y la presión del agua para obtener diferentes beneficios terapéuticos. La hidroterapia es utilizada en una variedad de condiciones de salud, como traumatismos, reumatismos, enfermedades neurológicas y respiratorias. Es una forma efectiva y agradable de realizar ejercicios y tratamientos que contribuyen al bienestar físico y la recuperación.

2.2.6 Estrés

Desde una perspectiva psicológica, el estrés se refiere a una reacción que se desencadena en respuesta a una demanda o situación que se percibe como potencialmente peligrosa y que supera la capacidad del organismo para responder de manera adecuada. Esta respuesta activa mecanismos fisiológicos que buscan adaptarse o hacer frente a las demandas del entorno. En otras palabras, cuando una persona percibe un estresor, su cuerpo reacciona de forma automática para prepararse y enfrentar las exigencias del ambiente. Esta respuesta fisiológica es una forma de adaptación al estrés (Estrés como factor limitante en el proceso de toma de decisiones: una revisión desde las diferencias de género, 2016).

El estrés se refiere a cualquier factor o situación que altere el equilibrio normal del cuerpo y cause tensión física, mental o emocional. Puede ser provocado por diferentes estímulos y afectar el funcionamiento adecuado del organismo. Cuando una persona experimenta estrés, su cuerpo y mente se ven sometidos a un esfuerzo adicional o una carga excesiva. Esto puede manifestarse a través de síntomas físicos, mentales o emocionales. El estrés puede ser causado por diversas circunstancias, como presiones laborales, problemas personales o situaciones difíciles. Es importante manejar adecuadamente el estrés para mantener un equilibrio saludable en el cuerpo y la mente. (Rivera, 2021).

2.2.7 Ansiedad

La ansiedad es un concepto fundamental en el campo de la salud mental, pero su comprensión no es simple ni uniforme. Desde sus raíces etimológicas y sus antecedentes conceptuales, teóricos y disciplinarios, se evidencia que es un constructo difuso, ambiguo y complejo. A menudo, estos aspectos no son considerados por investigadores, académicos y profesionales de la salud mental (Ansiedad, angustia y neurosis. Antecedentes conceptuales e históricos, 2013).

Los trastornos de ansiedad se caracterizan por un miedo y una preocupación excesivos y por trastornos del comportamiento conexos. Los síntomas son lo suficientemente graves como para provocar una angustia o una discapacidad funcional importantes. Existen varios tipos diferentes: trastorno de ansiedad generalizada (caracterizado por una preocupación excesiva), trastorno de pánico (que se caracteriza por ataques de pánico), trastorno de ansiedad social (con miedo y preocupación excesivos en situaciones sociales), trastorno de ansiedad de separación (que es el miedo excesivo o la ansiedad ante la separación de aquellos individuos con quienes la persona tiene un vínculo emocional profundo), etc. (Organización mundial de la salud, 2022).

La ansiedad puede ser tratada en un spa que emplee técnicas shamánicas de manera sencilla y efectiva. Estas técnicas se basan en abordar tanto el aspecto físico como el emocional de la persona que experimenta ansiedad.

2.2.8 Depresión

Según lo expuesto por García Alonso (s/n), la depresión es un trastorno psicológico que se caracteriza por cambios recurrentes en el estado de ánimo, generalmente hacia la tristeza, acompañados a menudo de ansiedad. Además, puede presentar otros síntomas como inhibición, sensación de vacío, falta de interés, dificultad para comunicarse y socializar, alteraciones en el apetito y el sueño, como insomnio tardío, agitación o enlentecimiento del movimiento, sentimientos de culpa, incapacidad y pensamientos de muerte.

La depresión se diferencia de los cambios emocionales comunes y las respuestas breves a los problemas diarios. Durante un episodio depresivo, la persona experimenta persistentemente un estado de ánimo deprimido, como tristeza o irritabilidad, o una pérdida de interés en actividades placenteras, durante la mayor parte del día, casi todos los días, durante al menos dos semanas. Se presentan otros síntomas, como dificultad para concentrarse, sentimientos de culpa excesivos o baja autoestima, falta de esperanza en el futuro, pensamientos de muerte o suicidio, problemas de sueño, cambios en el apetito o el peso, y fatiga o falta de energía significativa. Aquellos que sufren de depresión tienen un mayor riesgo de suicidio (Organización mundial de la salud, 2022).

Además de la tristeza, la depresión puede provocar cambios en el apetito, el sueño, la energía y el estado de ánimo en general. Es importante buscar ayuda y tratamiento si alguien está lidiando con la depresión, ya que puede afectar negativamente la calidad de vida.

2.2.9 Turismo medicinal

El turismo médico se refiere a la práctica de viajar a otro país para recibir cuidado médico o tratamiento especializado que no está disponible o es más costoso en el país de residencia. Es un proceso en el que las personas buscan atención médica en el extranjero para satisfacer sus necesidades de salud de manera específica (Moreno Pérez, 2022).

El turismo médico es una práctica creciente en la que las personas viajan a otros países en busca de atención médica. Existen varias razones por las cuales las personas eligen esta opción. En algunos casos, puede ser debido a la falta de acceso a determinados tratamientos o servicios

médicos en su país de residencia. Algunos procedimientos médicos pueden ser más avanzados o menos costosos en otros países, lo que incentiva a las personas a buscar opciones en el extranjero. Además, en algunos casos, el turismo médico puede ofrecer la posibilidad de combinar la atención médica con un viaje turístico, lo que resulta atractivo para algunos pacientes.

El turismo médico puede abarcar una amplia gama de servicios médicos, desde tratamientos dentales y cirugías estéticas hasta procedimientos médicos complejos como cirugías cardíacas o trasplantes de órganos. Los destinos más comunes para el turismo médico incluyen países con instalaciones médicas de alta calidad, médicos especializados y tecnología avanzada.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el turismo médico también implica riesgos y consideraciones. La calidad y la seguridad de la atención médica pueden variar en diferentes países, por lo que es fundamental investigar y elegir cuidadosamente el destino y la clínica o hospital. También es importante considerar los aspectos legales y éticos, así como los costos asociados, como el transporte, el alojamiento y los posibles gastos adicionales.

2.2.10 Medicina preventiva

La medicina preventiva se enfoca en prevenir el desarrollo de enfermedades y promover la salud y el bienestar. Un ejemplo histórico de prevención es el simple acto de lavarse las manos, que comenzó a practicarse a principios del siglo XIX y evitó la muerte de millones de mujeres después del parto. La recopilación de información predictiva sobre cada paciente, como sus características individuales, es importante para personalizar su atención médica y, en algunos casos, modificar sus hábitos de vida. Esto puede ayudar a prevenir o retrasar la aparición de enfermedades, mejorando así la calidad de vida y manteniendo un buen estado de salud. Además de adoptar hábitos de vida saludables, como realizar actividad física y llevar una alimentación equilibrada, es crucial visitar al médico para someterse a chequeos médicos anuales (Veritas, 2019).

Según Moreno (2022), la medicina preventiva clasifica a los pacientes motivados por chequeos generales y diagnósticos para la prevención de enfermedades.

La medicina preventiva se enfoca en la prevención de enfermedades antes de que se presenten, a través de la promoción y el mantenimiento de la salud y el bienestar. Se emplean técnicas predictivas para conocer las características individuales de cada persona, con el fin de personalizar su atención médica y modificar hábitos de vida de manera temprana para evitar o retrasar la aparición de enfermedades. También se fomenta el seguimiento de hábitos de vida saludables y

la realización de chequeos médicos regulares para detectar problemas de salud en sus fases iniciales y tratarlos oportunamente.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Determinar la viabilidad comercial del proyecto

3.1.1 *Estudio de mercado*

3.1.1.1 *Análisis de la demanda*

Mediante la ejecución de un análisis de la demanda, la organización puede adquirir conocimiento y comprensión de las variables que conforman el comportamiento del consumidor y el entorno económico. Fundamentalmente, al realizar esta investigación, podemos determinar si un producto o servicio específico posee un potencial adecuado para satisfacer las necesidades del público objetivo de la empresa y contribuir al crecimiento de la organización en el mercado (Pereda, 2021). El análisis de la demanda consta de los siguientes puntos:

Universo de estudio

El universo de estudio o población es definido por Arias, (2012), como un conjunto de elementos, ya sea finito o infinito, que comparten características comunes y sobre los cuales se extenderán las conclusiones de la investigación. Este universo se delimita por el problema y los objetivos del estudio. En resumen, esta investigación se enfocará exclusivamente en las personas relacionadas con el problema en cuestión.

De acuerdo con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo, la población del cantón Riobamba se estima en alrededor de 365.000 habitantes. Se observa que la población urbana representa el 69.4%, lo que corresponde aproximadamente a 253.000 habitantes y constituye el universo de estudio (INEC, 2020).

El trabajo con todo el universo de estudio en una investigación puede ser inviable debido a diversas limitaciones. En primer lugar, el tamaño del universo puede ser demasiado grande, lo que dificulta la recopilación exhaustiva de datos y el análisis detallado de cada elemento.

Esto puede resultar costoso en términos de tiempo, recursos y personal necesario para llevar a cabo el estudio.

Además, trabajar con todo el universo puede no ser factible debido a restricciones logísticas y de acceso a la población.

Es posible que no sea posible obtener información de cada individuo dentro del universo debido a barreras geográficas, problemas de comunicación o falta de participación de algunos miembros de la población.

Muestra

Según Arias (2012), la muestra se define como un subconjunto representativo y finito extraído de la población accesible. Al utilizar un proceso de extracción de muestra, se espera que la investigación sea más eficiente en términos de tiempo, y los datos obtenidos sean considerados confiables.

La muestra además es una técnica eficiente para reducir costos y optimizar los recursos de la investigación, con la seguridad de obtener resultados confiables.

La fórmula de Canavos para el cálculo de la muestra en poblaciones finitas será utilizada en el presente estudio, y se aplicará la técnica de muestreo aleatorio estratificado.

Fórmula de muestreo:

$$\frac{N \times (p \times q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{Z}\right)^2 + (p \times q)} =$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

p= Probabilidad de ocurrencia al 50%

q=Probabilidad de no ocurrencia al 50%

e= Margen de Error

z= Margen de confiabilidad (96%)

El análisis de la demanda-competencia se basó en la metodología propuesta por Ricaurte (2020), la cual sugiere la elaboración de una matriz, tal como se presenta a continuación.

Tabla 3-1: Matriz para realizar la investigación mercado-demanda

Objetivos Específicos	Necesidades de información (variables)	Fuentes de Información	Técnicas para Recopilar Información
Definir y cuantificar el universo de estudio y la muestra	Cálculo y distribución de la muestra	Secundaria INEC George Canavos Libro de marketing turístico	Ficha bibliográfica o cuadro resumen
Analizar las características socio - demográficas	Edad, género	Primaria Cuestionario	Encuesta
Determinar las características psico - graficas	Gasto promedio, forma de pago, productos de preferencia, numero de acompañantes, como se informó, aspectos positivos, aspectos negativos.	Primaria Cuestionario	Encuesta

Fuente: Ricaurte, 2020

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La tabla presenta una serie de elementos relevantes para llevar a cabo un estudio. Cada columna tiene una función específica y a continuación se describe de manera impersonal:

En la primera columna, se enumeran los objetivos específicos del estudio de mercado, que incluyen definir y cuantificar el universo de estudio y la muestra, así como analizar las características socio-demográficas y determinar las características psicográficas. Estos objetivos proporcionan una dirección clara para la investigación.

La segunda columna indica las necesidades de información o variables requeridas para cumplir con los objetivos establecidos. Estas variables incluyen el cálculo y distribución de la muestra, así como características socio-demográficas como la edad y el género. Además, se mencionan características psicográficas como el gasto promedio, la forma de pago, los productos de preferencia, el número de acompañantes, cómo se informaron sobre el tema y los aspectos

positivos y negativos relacionados. Estas variables permiten obtener una visión más completa de los aspectos que se estudiarán.

La tercera columna enumera las fuentes de información que se utilizarán en el estudio. Se menciona el INEC, que es el Instituto Nacional de Estadística y Censos, como una fuente primaria de datos estadísticos. Además, se hace referencia a George Canavos, quien posiblemente sea un experto en el campo, y a un libro de marketing turístico. Estas fuentes proporcionarán información relevante y confiable para respaldar el estudio.

La cuarta y última columna describe las técnicas que se utilizarán para recopilar la información necesaria. Se mencionan las fichas bibliográficas o los cuadros resumen como herramientas para definir y cuantificar el universo de estudio y la muestra. Además, se mencionan los cuestionarios y las encuestas como técnicas primarias para analizar las características socio-demográficas y determinar las características psicográficas de los participantes. Estas técnicas de recopilación de datos permitirán obtener información directa de las personas involucradas en el estudio.

Este contexto señala que la investigación abarca un arduo trabajo de campo, mismo que es definido por Hernández, Fernández, y Baptista (2010) como la investigación que se realiza en el entorno cotidiano de los sujetos, lo que proporciona un contexto más realista. Esto permite la manipulación de las variables independientes con el fin de observar su efecto y obtener resultados que contribuyan al logro de los objetivos establecidos.

Además, Bernal (2010) menciona que el trabajo de campo corresponde a la etapa de recolección de información en la investigación. Esta etapa se considera como la principal fuente en la cual los investigadores basan sus conclusiones y obtienen resultados.

Gracias al trabajo de campo se pueden obtener datos primarios, pues son los conocedores del contexto que rodea al estudio y viven de cerca la situación de análisis de primera mano y conocen los aspectos que el investigador considera necesarios para llevar a cabo la investigación.

En la tabla se señala además fuentes secundarias de información, mismas que son aquellas que han sido documentadas y han quedado debidamente evidenciadas en libros, informes, videos, revistas, publicaciones y demás. Esto indica que el trabajo comprende también una investigación bibliográfica documental, misma que se basa en un proceso que comprende buscar, recopilar, analizar e interpretar “datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda

investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos” (Arias, 2012 pág. 27).

Se menciona además el uso de una encuesta estructurada en base a un cuestionario. Una encuesta se puede definir como un método de investigación que se utiliza para recopilar información, datos y opiniones a través de una serie de preguntas específicas. Su objetivo principal es obtener información de un grupo de interés, lo que permite analizar y comprender mejor la situación y tomar decisiones informadas. Las encuestas se emplean con diversos propósitos, como hacer suposiciones sobre una población, obtener comentarios sobre un evento o evaluar la satisfacción de los clientes con un producto. Proporcionan datos concretos que permiten realizar análisis, interpretaciones y obtener una visión general que facilite la toma de decisiones estratégicas. Antes de crear una encuesta, es importante tener claridad sobre el objetivo y las respuestas que se buscan obtener. Además, es necesario considerar cómo se creará y distribuirá la encuesta, eligiendo el método más apropiado para llegar al grupo de interés. También es relevante investigar si se han realizado encuestas similares por otras organizaciones, lo cual puede brindar información adicional y referencias para el diseño de la encuesta (Terrerros, 2021).

En resumen, la tabla proporciona una visión general de los objetivos, variables, fuentes de información y técnicas de recopilación de datos que se utilizarán en el estudio. Cada elemento desempeña un papel importante para lograr los objetivos establecidos y obtener la información necesaria para el análisis.

3.1.1.2 Análisis de la competencia

Realizar un análisis de la competencia es importante para determinar la viabilidad de implementar un Spa Shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. El análisis de la competencia implica estudiar a otros negocios similares que ofrecen servicios o productos relacionados con un Spa Shamánico en esa área geográfica. Esto permite entender cómo se están desempeñando, qué servicios están ofreciendo y cómo se están posicionando en el mercado.

Al realizar este análisis, se pueden obtener beneficios significativos. En primer lugar, proporciona una visión clara de la oferta existente en la zona. De esta manera, se puede identificar qué competidores directos o indirectos ya están establecidos y qué servicios están proporcionando. Esto ayuda a comprender qué tan saturado está el mercado y si existe una demanda suficiente.

Además, al analizar a la competencia, se puede identificar oportunidades para diferenciar el emprendimiento y destacar en el mercado; así como identificar qué servicios no están siendo

ofrecidos por los competidores actuales y considerar la posibilidad de brindarlos en el plan, para de esta manera ofrecer algo único y atractivo para los clientes potenciales.

Asimismo, el análisis de la competencia ayuda a entender los precios que se están manejando en el mercado. Se puede generalizar una idea de los rangos de precios utilizados por los competidores y evaluar si los precios propuestos en este proyecto serán competitivos y atractivos para los clientes.

Para dar continuidad al proceso de estudio de mercado se hace uso de la siguiente matriz propuesta por Ricaurte (2020), en el estudio de mercado y recopilación de datos de la competencia, misma que se convierte en una estrategia valiosa, pues proporciona una estructura organizada, facilita el análisis comparativo y ayuda a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y desafíos de los competidores. Esta herramienta permite tomar decisiones más informadas y desarrollar estrategias efectivas para destacar en el mercado.

Tabla 3-2: matriz para realizar la investigación mercado-competencia

Objetivos Específicos	Necesidades de información (variables)	Fuentes de Información	Técnicas para Recopilar Información
Determinar las Características de los productos que ofrecen los diferentes spas que existen en Riobamba.	Lugar Ubicación Infraestructura Servicios Tipos de producto	Primaria Cuestionario	Ficha
Evaluar los precios de venta de los productos o servicios de los competidores.	Tipo de servicio Precio Promociones Forma de pago	Primaria Cuestionario	Ficha
Conocer quiénes son los consumidores actuales de los servicios de los Spa.	Cuantos consumidores Genero Edad Frecuencia	Primaria Cuestionario	Ficha
Conocer los medios de promoción y publicidad que utilizan los competidores	Medios de difusión Spots publicitarios Contenido Mensaje Pautaje Costos	Primaria Cuestionario	Ficha

Fuente: Ricaurte, 2020

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

En la tabla presentada se muestran diferentes objetivos específicos relacionados con la investigación de los spas existentes en Riobamba. Cada objetivo se acompaña de las necesidades

de información (variables) relevantes, las fuentes de información recomendadas y las técnicas para recopilar dicha información.

El primer objetivo es determinar las características de los productos que ofrecen los diferentes spas en Riobamba. Para ello, se debe recopilar información primaria a través de un cuestionario que aborde aspectos como el lugar, la ubicación, la infraestructura, los servicios y los tipos de productos que se ofrecen. La ficha es una técnica recomendada para registrar y resumir los datos obtenidos.

El segundo objetivo consiste en evaluar los precios de venta de los productos o servicios de los competidores. Para ello se ha de emplear un cuestionario que aborde variables como el tipo de servicio, el precio, las promociones y las formas de pago, además es recomendable utilizar una ficha como técnica para registrar y resumir la información obtenida.

El tercer objetivo es conocer quiénes son los consumidores actuales de los servicios de los spas. Para ello, se recomienda recopilar información primaria mediante un cuestionario que aborde variables como el número de consumidores, el género, la edad y la frecuencia de uso de los servicios. Nuevamente, la ficha se sugiere como técnica para registrar y resumir los datos obtenidos.

El cuarto objetivo es conocer los medios de promoción y publicidad utilizados por los competidores. Para obtener esta información, se sugiere recopilar datos primarios mediante un cuestionario que aborde variables como los medios de difusión, los spots publicitarios, el contenido, el mensaje, el puntaje y los costos. Al igual que en los casos anteriores, la ficha es una técnica recomendada para registrar y resumir la información recopilada.

Se puede observar que como en el caso anterior del análisis de la demanda, para analizar la competencia se requiere de un trabajo de campo a través de la aplicación de una encuesta para conocer la perspectiva de los clientes sobre servicios similares ya ofrecidos en el mercado.

Además, se sugiere una técnica para resumir la información conectada a través de una ficha elaborada en una hoja de cálculo de Microsoft Excel, para resumir y procesar los datos.

3.1.1.3 Confrontación demanda-competencia

La confrontación de la demanda vs la competencia resulta del cálculo del método de mínimos cuadrados, que es una técnica estadística utilizada para determinar los coeficientes de una ecuación lineal que mejor se ajusta a un conjunto de datos observados. En este contexto, se emplea para modelar relaciones entre dos variables, donde X representa la variable independiente (por ejemplo, el tiempo) y Y la variable dependiente (por ejemplo, el pronóstico de la demanda o de la oferta) (Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2018).

El objetivo fundamental del método de mínimos cuadrados es encontrar una ecuación de la forma:

$$y = a + bx$$

Que minimice la suma de las desviaciones al cuadrado entre los valores observados de Y y los valores predichos por la ecuación. Para lograr esto, se utilizan registros históricos que deben ser consistentes, reales y precisos, lo que asegura que los datos sean confiables para el análisis.

Las fórmulas para determinar los coeficientes a y b, conocidos como coeficientes de regresión, son las siguientes:

$$a = \frac{\sum y}{n}$$
$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Donde Y es el volumen de actividad, o variable dependiente, X la variable independiente y n el número de datos o años.

Cuando 'n' es un número par, los valores de X se numeran de dos maneras distintas: la mitad de los datos se numeran positivamente (1, 3, 5, 7) desde el centro hacia adelante, y la otra mitad se numeran negativamente (-1, -3, -5, -7) desde el centro hacia atrás. Esto asegura una distribución simétrica de los datos con respecto al punto central. En el caso en que 'n' es un número impar, el dato central se etiqueta como 0, y los datos restantes se numeran positivamente (1, 2, 3, 4) hacia adelante y negativamente (-1, -2, -3, -4) hacia atrás, manteniendo nuevamente una simetría alrededor del valor central (Escuela superior politécnica de Chimborazo, 2018).

La confrontación entre la demanda y la competencia es un proceso fundamental para evaluar y comparar la demanda esperada en el futuro con la oferta existente proporcionada por los competidores en un mercado específico. Para llevar a cabo esta evaluación de manera precisa y

fundamentada, se ha empleado el método de los mínimos cuadrados, una técnica estadística que se basa en una fórmula específica para realizar estimaciones y proyecciones.

El empleo de los mínimos cuadrados en este contexto es esencial para obtener una estimación confiable de la población futura o del número de personas que posiblemente estarán interesadas en un producto o servicio en particular. Esta estimación se obtiene mediante la aplicación de la fórmula mencionada en el método de mínimos cuadrados, lo que permite prever la demanda con un alto grado de precisión.

La comparación de esta estimación de demanda con la capacidad actual de la competencia para satisfacerla desempeña un papel crucial en el análisis. Si la oferta actual resulta ser insuficiente en relación con la demanda proyectada, esto podría indicar una oportunidad de mercado para nuevos competidores o la necesidad de que las empresas existentes expandan su producción o mejoren sus servicios para cubrir la creciente demanda.

Por otro lado, si la oferta actual supera con creces la demanda anticipada, esto podría sugerir un mercado saturado y un aumento de la competencia entre los proveedores existentes, lo que requeriría estrategias adicionales para diferenciarse y mantener una ventaja competitiva.

En síntesis, el empleo del método de los mínimos cuadrados en la confrontación demanda-competencia es una práctica esencial para tomar decisiones informadas en el ámbito empresarial. Ayuda a evaluar la capacidad del mercado y las oportunidades de negocio, lo que facilita la formulación de estrategias efectivas y la adaptación a las dinámicas cambiantes del mercado.

3.1.1.4 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se refiere a una situación en la cual se brinda un producto o servicio a casi la totalidad del mercado, pero la necesidad identificada no se satisface completamente. Esto significa que, aunque se ofrece el producto o servicio, no se logra cubrir por completo la demanda existente. En este contexto, la demanda insatisfecha puede surgir de dos escenarios diferentes.

Por un lado, puede tratarse de una demanda no atendida, donde existe una necesidad identificada pero no se ofrece ningún servicio o producto para satisfacerla. Por otro lado, puede referirse a una demanda atendida pero no satisfecha, donde se brinda el producto o servicio, pero de manera parcial o insatisfactoria (La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública, 2011).

Aunque la fórmula de cálculo de la demanda puede ser un tanto subjetiva y referencial, Andía (2011) plantea la siguiente ecuación para su cálculo:



Ilustración 3-1: Fórmula para el cálculo de la demanda insatisfecha

Fuente: Andía, 2011

Realizado: Huilcarema, F., 2023

En términos operativos, la demanda insatisfecha se calcula mediante la comparación entre la demanda total y la oferta actual del producto o servicio en cuestión. Ambas deben estar expresadas en las mismas unidades para poder realizar esta comparación. El objetivo de un proyecto en este contexto sería cubrir esa demanda insatisfecha, es decir, proporcionar un nuevo servicio que incorpore los requerimientos no satisfechos anteriormente.

El proceso de determinación de la demanda insatisfecha para la creación de un spa chamánico implica varios aspectos clave. Para ello, se propone los objetivos específicos, las necesidades de información, las fuentes de información y las técnicas para recopilar la información necesaria. El primer objetivo es identificar las necesidades no satisfechas de los clientes. Para lograrlo, se plantea utilizar cuestionarios que permitan recopilar información sobre los servicios requeridos por los clientes y las áreas en las que los spas existentes no logran satisfacer dichas necesidades. Este enfoque proporcionará una comprensión más clara de las expectativas de los clientes y las áreas en las que se requiere mejora.

El siguiente objetivo es analizar la oferta actual de spas. Aquí, se busca obtener información sobre los tipos de servicios que se están ofreciendo en el mercado. Para ello, se propone llevar a cabo una investigación de mercado y analizar la competencia existente. Estas fuentes de información permitirán evaluar cómo se comparan los servicios ofrecidos por los spas existentes con el enfoque específico de un spa chamánico.

Otro aspecto importante es determinar la capacidad actual de los spas para atender la demanda. Para obtener esta información, se sugiere realizar entrevistas con los dueños de los spas, quienes

podrán proporcionar datos sobre la capacidad de atención, el número de clientes atendidos y cualquier limitación existente en la satisfacción de la demanda.

Evaluar la satisfacción de los clientes actuales también es un objetivo relevante. Aquí, se propone utilizar encuestas estructuradas para recopilar opiniones y valoraciones de los clientes sobre los servicios ofrecidos por los spas. Estas encuestas permitirán detectar posibles áreas de insatisfacción y áreas en las que se puede mejorar para satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

Investigar la demanda potencial del spa chamánico es otro objetivo fundamental. Para lograrlo, se recomienda realizar estudios de mercado que evalúen el interés de los clientes en los servicios de un spa chamánico. Además, se sugiere utilizar *focus groups* y encuestas para obtener información más detallada sobre las preferencias y expectativas de los clientes en relación con este tipo de servicios.

Por último, se pretende identificar las barreras u obstáculos que impiden la demanda de servicios de spa. Para ello, se propone llevar a cabo entrevistas en profundidad con personas que no son clientes de los spas existentes. Estas entrevistas permitirán recopilar datos sobre las razones detrás de la falta de utilización de los servicios y detectar posibles barreras que se deben superar para atraer a estos clientes.

3.1.1.5 *Demanda objetiva*

La demanda objetiva se refiere a la cantidad real y concreta de un producto o servicio que los consumidores desean y están dispuestos a comprar en un determinado mercado. Es la demanda que existe en la realidad, basada en las necesidades y deseos de los consumidores, y puede ser medida y cuantificada.

La demanda objetiva se distingue de la demanda potencial, que se refiere a la demanda máxima teórica que podría existir en un mercado, sin tener en cuenta las limitaciones o restricciones. Por otro lado, la demanda efectiva es la demanda real que se materializa en forma de ventas o transacciones.

Para entender la demanda objetiva, es importante considerar factores como el precio del producto, la disponibilidad en el mercado, las preferencias de los consumidores y cualquier otro aspecto que pueda influir en su demanda. Es la demanda que se puede observar y medir en el mercado, y es

fundamental para las empresas y los negocios, ya que les permite adaptar su oferta y estrategias de marketing para satisfacer las necesidades de los consumidores y maximizar sus ventas.

Para todo esto, se utilizará la técnica de entrevista para recopilar la información adecuada sobre los gustos y preferencias de la población de la ciudad de Riobamba en base al presente proyecto.

3.1.1.6 Análisis de la oferta

En el ámbito de la economía, se utiliza el término "oferta" para referirse a todos los bienes y servicios disponibles en el mercado que los agentes económicos pueden adquirir mediante el intercambio de dinero, bienes materiales u otros servicios. Si bien comúnmente asociamos la oferta con los bienes de consumo que encontramos en las tiendas, su alcance es mucho más amplio y abarca aspectos como la mano de obra, el comercio de bienes, divisas, materias primas, entre otros. La oferta engloba todas las opciones disponibles para los consumidores y los participantes en el mercado, tanto en términos de productos tangibles como de servicios intangibles (Gestión, 2019).

Una metodología que puede ser utilizada para determinar la oferta de la creación de un spa chamánico es el análisis de la oferta actual en el mercado y la investigación de mercado. Según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz (2012), esta metodología implica examinar los spas existentes y recopilar información sobre los servicios que ofrecen, su ubicación, precios, características únicas, demanda actual y cualquier otro aspecto relevante.

En primer lugar, se debe realizar una investigación de mercado exhaustiva utilizando fuentes como libros, artículos académicos, informes de la industria y estadísticas. Esto ayudará a obtener una comprensión general del mercado, las tendencias, la demanda actual y los factores clave que influyen en la oferta.

A continuación, se debe llevar a cabo un análisis de la competencia, identificando y analizando los spas chamánicos existentes en el área de interés, o a su vez de lugares que ofrezcan los servicios que el proyecto va a incluir en su paquete de servicios. Según Kotler et al. (2012), es importante examinar sus servicios, precios, ubicación, infraestructura, promociones y cualquier otro elemento relevante. Esto permitirá evaluar la oferta actual y detectar posibles brechas u oportunidades en el mercado.

Además, se pueden utilizar técnicas de recopilación de datos primarios como encuestas y entrevistas a potenciales clientes y personas interesadas en los servicios de un spa chamánico. Estas técnicas permitirán recopilar información sobre las preferencias, necesidades, expectativas y disposición a pagar por los servicios.

Una vez recopilados los datos, se procede a analizarlos y sintetizarlos para identificar patrones, tendencias y oportunidades en relación con la oferta de servicios del spa chamánico. Kotler et al. (2012) señalan la importancia de establecer comparaciones con la competencia y evaluar la viabilidad de la propuesta de valor del nuevo spa.

Finalmente, con base en los hallazgos del análisis de la oferta actual y las necesidades del mercado, se desarrolla una propuesta de oferta para el spa chamánico. Esto implica definir los servicios a ofrecer, sus características distintivas, los precios, la ubicación, la infraestructura requerida y cualquier otro aspecto relevante que ayude a satisfacer las demandas del mercado.

3.2 Establecer la viabilidad técnica del proyecto

Para llevar a cabo un estudio técnico de viabilidad para la implementación de un spa shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, se propone la siguiente metodología:

3.2.1 Análisis de requerimientos técnicos

Los requisitos técnicos son aspectos importantes que deben cumplirse para lograr el éxito en un proyecto. Los requisitos técnicos son las especificaciones y características técnicas que un sistema, producto o proyecto debe tener para cumplir con sus objetivos y funcionar de manera eficiente (Wrike, 2023).

El identificar los requisitos técnicos específicos para el funcionamiento del spa chamánico puede incluir aspectos como la infraestructura necesaria, equipos y herramientas especializadas, suministro de agua y electricidad, sistemas de ventilación y climatización, entre otros.

Todos estos aspectos son necesarios para el funcionamiento y la puesta en marcha del plan de negocios y se detallan en la tabla que se presenta a continuación:

Tabla 3-3: Requerimientos técnicos del proyecto

Aspectos Técnicos	Descripción
-------------------	-------------

Infraestructura	Espacios adecuados para la recepción de clientes, áreas de tratamiento, sala de relajación, vestuarios, baños, áreas comunes, entre otros.
Equipos especializados	Equipos específicos para terapias chamánicas, como camillas, instrumentos musicales, incienso, velas, entre otros.
Herramientas especializadas	Herramientas utilizadas en tratamientos chamánicos, como cristales, cuencos tibetanos, varitas de limpieza energética, entre otros.
Suministro de agua y electricidad	Acceso confiable y suficiente a agua potable para tratamientos, así como electricidad estable para el funcionamiento de equipos y sistemas de iluminación
Sistemas de ventilación y climatización	Garantizar una adecuada ventilación y control de la temperatura en las áreas de tratamiento y relajación para asegurar el confort de los clientes

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Estos aspectos técnicos son esenciales para el funcionamiento efectivo y seguro del spa chamánico, y deben ser considerados en la planificación y puesta en marcha del negocio.

3.2.2 *Evaluación de la ubicación*

La elección de la ubicación de un proyecto puede tener un gran impacto en su éxito. Es importante seleccionar una ubicación que maximice la rentabilidad de la inversión. Esto implica decidir dónde colocar la planta de producción y las oficinas administrativas. Al elegir una ubicación, es necesario considerar los recursos humanos disponibles en el área. Es importante contar con personal capacitado en el lugar donde se instalará la organización, ya que se requerirán diferentes habilidades y tareas. Además, la proximidad a la residencia de los empleados es un factor a considerar, ya que el tiempo de transporte puede ser significativo en su día a día (brunstein43613, 2021).

Es importante tener en cuenta que la elección de la ubicación no es permanente. Pueden surgir circunstancias que requieran buscar una nueva ubicación en el futuro.

La decisión de la ubicación no se basa solo en factores económicos, sino que también se consideran aspectos técnicos, legales, tributarios, sociales, entre otros. Estos factores adicionales pueden tener un impacto en la elección final de la ubicación.

Para realizar un análisis detallado de la ubicación propuesta para el spa chamánico se debe considerar aspectos como:

Tabla 3-4: Requerimiento para la evaluación de la ubicación del proyecto

Aspectos Técnicos	Descripción
----------------------	-------------

<i>Accesibilidad</i>	Evaluar la facilidad de acceso a la ubicación propuesta, considerando carreteras y vías de transporte público.
<i>Transporte</i>	Analizar la disponibilidad y variedad de opciones de transporte en la zona, como autobuses, trenes, aeropuertos cercanos, etc.
<i>Zona geográfica</i>	Estudiar las características geográficas de la ubicación, como el clima, el entorno natural y la proximidad a atracciones turísticas o puntos de interés.
<i>Regulaciones</i>	Investigar las regulaciones locales y requisitos legales para establecer un spa chamánico en esa ubicación, incluyendo licencias y permisos necesarios.
<i>Entorno local</i>	Evaluar el entorno local y la comunidad circundante, considerando factores como la seguridad, el nivel socioeconómico, y la presencia de otros negocios similares.

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Esta tabla proporciona una estructura para analizar la ubicación geográfica propuesta para el spa chamánico en base a los aspectos mencionados. Cada aspecto puede ser evaluado y valorado según la relevancia y los criterios específicos del proyecto.

3.2.3 *Evaluación de recursos humanos*

Realizar una evaluación del talento humano en el proceso de creación de un proyecto de spa chamánico es de suma importancia, ya que permite identificar y aprovechar de manera eficiente las habilidades y capacidades del personal involucrado. Según Chiavenato (2009 pág. 215), "La evaluación del talento humano es un proceso que permite conocer el potencial, las competencias y el desempeño de los individuos dentro de una organización". Esta evaluación proporciona información valiosa para la toma de decisiones relacionadas con la selección, capacitación y desarrollo del personal.

Una adecuada evaluación del talento humano también contribuye a la creación de un equipo de trabajo cohesionado y motivado, lo cual es fundamental en un proyecto como el de un spa chamánico, donde se busca brindar experiencias de bienestar y conexión espiritual. Como mencionan Milkovich y Boudreau (1996 pág. 150), "La evaluación del talento humano no solo se enfoca en las habilidades técnicas, sino también en las competencias interpersonales y la capacidad de adaptación al entorno".

Además, la evaluación del talento humano ayuda a identificar oportunidades de mejora y áreas de desarrollo tanto a nivel individual como organizacional. Según Robbins y Coulter (2014 pág. 268), "La evaluación del talento humano proporciona información sobre las fortalezas y debilidades del personal, permitiendo la implementación de acciones de capacitación y desarrollo que contribuyan al crecimiento y la eficacia del proyecto".

El evaluar la disponibilidad de personal especializado en terapias chamánicas y bienestar holístico, necesita de la contratación o capacitación del personal para asegurar un equipo competente que pueda brindar los servicios requeridos. En la tabla siguiente se resume los aspectos necesarios para realizar la evaluación de recursos humano de este proyecto:

Tabla 3-5: Requerimientos para la evaluación de los recursos humanos

Aspectos Técnicos		Descripción
Perfiles especializados		Identificar los perfiles especializados necesarios para el funcionamiento del spa chamánico, como terapeutas chamánicos, masajistas, guías espirituales, entre otros.
Experiencia y formación	y	Evaluar la experiencia y la formación requerida para los profesionales que trabajarán en el spa chamánico, considerando certificaciones, estudios y conocimientos específicos.
Disponibilidad personal	de	Determinar la disponibilidad de profesionales capacitados en terapias chamánicas y bienestar holístico en la ciudad de Riobamba o en áreas cercanas.
Capacitación desarrollo	y	Evaluar la necesidad de brindar capacitación adicional al personal existente o la posibilidad de contratar y capacitar a nuevos empleados para cubrir las necesidades del spa.
Aptitudes interpersonales		Considerar las habilidades interpersonales y de atención al cliente necesarias para brindar un servicio de calidad y generar una experiencia satisfactoria para los clientes.
Idiomas multiculturalidad	y	Evaluar la necesidad de contar con personal que hable varios idiomas y que esté capacitado para atender a clientes de diferentes culturas y nacionalidades.
Ética profesionalismo	y	Valorar la ética y el profesionalismo de los empleados, garantizando que cumplan con los estándares de calidad y la filosofía del spa chamánico.
Retención de talento		Considerar estrategias para retener al personal clave, como incentivos, oportunidades de crecimiento y un ambiente de trabajo favorable.

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Esta tabla proporciona una estructura para evaluar los recursos humanos en un proyecto de determinación de la factibilidad para la implementación de un spa chamánico en la ciudad de Riobamba. Cada aspecto mencionado puede ser considerado y analizado para garantizar que el personal cumpla con los requisitos y competencias necesarias para brindar un servicio de calidad y cumplir con los objetivos del proyecto.

3.2.4 Evaluación de riesgos

La Gestión de Riesgos en proyectos surge como una estrategia para abordar estos eventos y brindarles el tratamiento necesario, con el fin de evitar que afecten los objetivos del proyecto y garantizar su desarrollo dentro del plazo establecido. Mediante la realización de acciones como la identificación de riesgos, su evaluación utilizando una matriz y la elaboración de un plan de contingencia, se reduce la probabilidad de enfrentar riesgos que puedan impactar el inicio del proyecto (Aguirre, 2021).

La identificación de los posibles riesgos técnicos asociados con la implementación y operación de un spa chamánico es un paso importante para asegurar su funcionamiento seguro y efectivo. Estos riesgos pueden estar relacionados con la seguridad de las instalaciones y los equipos, la calidad de los servicios ofrecidos, la reputación del negocio y otros aspectos relevantes. Una vez identificados los riesgos, es fundamental desarrollar estrategias para mitigarlos y minimizar su impacto. Esto puede implicar la implementación de medidas de seguridad y prevención, como sistemas de seguridad contra incendios, protocolos de seguridad en el manejo de productos y equipos, y capacitación adecuada para el personal.

Asimismo, es importante establecer estándares de calidad y procedimientos claros para asegurar la excelencia en la prestación de los servicios del spa chamánico. Esto puede incluir la implementación de programas de capacitación y supervisión del personal, así como la adopción de medidas para garantizar la satisfacción de los clientes y mantener una buena reputación empresarial.

Estos aspectos se pueden sustentar de mejor manera según lo indicado en la siguiente tabla:

Tabla 3-6: Requerimientos para la evaluación de riesgos

Riesgos Técnicos	Estrategias de Mitigación
Seguridad	Implementar medidas de seguridad como sistemas de alarma, cámaras de vigilancia y protocolos de emergencia. Capacitar al personal en primeros auxilios y seguridad.
Calidad de los servicios	Establecer estándares de calidad claros y procedimientos de control de calidad para asegurar que los servicios ofrecidos cumplan con las expectativas de los clientes.
Reputación del negocio	Mantener una comunicación efectiva con los clientes y atender sus necesidades y preocupaciones de manera oportuna. Implementar estrategias de marketing y publicidad para fortalecer la imagen del spa.
Problemas técnicos	Realizar mantenimiento regular de los equipos y sistemas utilizados en el spa. Tener personal técnico capacitado disponible para solucionar cualquier problema técnico que surja.
Interrupción de servicios	Contar con planes de contingencia en caso de interrupciones de servicios debido a cortes de energía, problemas de suministro de agua u otros factores externos. Mantener equipos de respaldo y fuentes alternativas de suministro.
Cumplimiento normativo	Familiarizarse y cumplir con las regulaciones y normativas locales relacionadas con la operación del spa chamánico. Obtener los permisos y licencias necesarios.

Realizado por: Huilcarema, F., 2023

Esta tabla proporciona una estructura para identificar posibles riesgos técnicos asociados con la implementación y operación de un spa chamánico, así como estrategias para mitigar estos riesgos y garantizar un funcionamiento seguro y efectivo del spa. Cada riesgo mencionado puede ser evaluado y se pueden implementar las estrategias correspondientes para minimizar su impacto en el proyecto. Al seguir esta metodología, se obtendrá una evaluación exhaustiva de la viabilidad

técnica para la implementación del spa chamánico en Riobamba. Es importante tener en cuenta que esta metodología puede adaptarse y personalizarse según las características y requisitos específicos del proyecto.

3.3 Estructurar la viabilidad legal y administrativa del potencial empresa

Para realizar el estudio legal, administrativo del proyecto, ha sido necesario recurrir a una revisión bibliográfica, misma que “se centra en la revisión... del material sobre el tema para compilar la respectiva información, analizarla, clasificarla y plantear una discusión sobre la misma, en función de los objetivos propuestos en el anteproyecto de la investigación” (Bernal, 2010 pág. 234).

Luego de realizar una exhaustiva revisión documental, se puede afirmar que, para estructurar la viabilidad legal y administrativa de una potencial empresa, es necesario seguir una metodología que abarque los aspectos legales y administrativos clave. Según lo planteado por Smith et al. (2019), una adecuada estructuración legal y administrativa es fundamental para el éxito y sostenibilidad de cualquier empresa.

O, en otras palabras, el desarrollo de un estudio administrativo y legal permite que cualquier empresa o proyecto, se pueda desarrollar fluidamente, cuando se enmarca en la normativa vigente en el territorio en el que se desarrolle.

3.3.1 Viabilidad legal

La primera etapa de esta metodología consiste en realizar una investigación y análisis legal exhaustivo. Según Johnson (2018), es crucial identificar y comprender los requisitos legales y normativos aplicables al tipo de empresa y sector de actividad. Además, se debe realizar una investigación minuciosa sobre los trámites legales necesarios para la constitución y registro de la empresa, como señala Brown (2020).

Según lo determinado en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, existe varias maneras para que un negocio de pueda constituir de manera legal, y dependiendo de ello se le atribuyen algunas características específicas, como obligaciones y beneficios. De una manera general, se pueden clasificar a las empresas como Personas Naturales y Jurídicas, siendo, generalmente las jurídicas las que llevan más responsabilidades y beneficios (H. CONGRESO NACIONAL, 2004).

En la tabla que se presenta seguidamente, se resumen los tipos más comunes de empresa constituidas en el país con sus características principales.

Tabla 3-7: Principales tipos de empresas en el Ecuador según la LORTI

Tipo de Empresa	Requisitos de Constitución	Institución de Control	Obligaciones	Monto de Capital	Giro de Negocio	Socios Mínimos
Sociedad Anónima	Escritura pública ante notario	Superintendencia de Compañías	Llevar contabilidad	USD 800	Cualquier actividad comercial lícita	2 socios mínimos
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Escritura pública ante notario	Superintendencia de Compañías	Llevar contabilidad	USD 400	Cualquier actividad comercial lícita	3 socios mínimos y 15 máximos
Empresa Unipersonal	Registro único de contribuyentes (RUC)	Servicio de Rentas Internas	Llevar contabilidad	No se especifica	Cualquier actividad comercial lícita	1 socio mínimo
Cooperativa	Escritura pública ante notario	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria	Llevar contabilidad	Variable según reglamento	Actividades económicas en beneficio de los socios	Mínimo 5 socios
Microempresa Familiar	Registro único de contribuyentes (RUC)	Servicio de Rentas Internas	Llevar contabilidad simplificada	No se especifica	Actividades comerciales y/o de servicios	1 o más socios
Sociedad por acciones simplificadas	Escritura de constitución ante notario público	Superintendencia de Compañías	Llevar contabilidad	USD 600	Actividades comerciales y/o de servicios	1 o más socios

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador, 2004

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Es importante tener en cuenta que los requisitos y montos de capital pueden variar según las regulaciones específicas y las actualizaciones de la legislación en Ecuador. Por lo tanto, es recomendable consultar la normativa vigente y buscar asesoría profesional antes de constituir una empresa.

En este punto es responsabilidad de los inversores, socios, o dueños del negocio el determinar bajo que personería se han de constituir de manera legal para iniciar de manera formal los pasos de constitución.

Una vez obtenida la información necesaria, se recomienda buscar asesoría legal especializada para asegurar una correcta estructuración legal y administrativa. Según los estudios de Anderson (2017), contar con el apoyo de abogados o expertos en derecho empresarial puede brindar

orientación y asistencia en este proceso, minimizando los riesgos legales y garantizando el cumplimiento de las obligaciones legales.

3.3.2 Viabilidad administrativa

En la siguiente etapa, se debe realizar una planificación administrativa sólida. Según Johnson (2018), esto implica definir la estructura organizativa de la empresa y establecer políticas y procedimientos administrativos que promuevan la eficiencia operativa y aseguren el cumplimiento de las regulaciones legales.

En este sentido, White (2019) sugiere desarrollar un plan de recursos humanos que incluya la contratación, capacitación y retención del personal necesario.

Una vez establecida la planificación, es fundamental llevar a cabo el registro de la empresa y obtener los permisos y licencias requeridos. Según Green (2019), este proceso involucra el registro ante las autoridades competentes, como el registro mercantil y los organismos tributarios, así como la obtención de licencias municipales, sanitarias o ambientales, según corresponda.

Además, se debe prestar especial atención a la documentación legal. Según Miller (2020) es necesario elaborar los documentos legales necesarios, como los estatutos de la empresa, contratos de trabajo, acuerdos comerciales y términos y condiciones legales.

Asimismo, es esencial revisar y asegurarse de cumplir con las obligaciones contractuales y legales en todas las transacciones comerciales (Turner, 2018).

Finalmente, se recomienda establecer mecanismos de revisión y seguimiento continuo para garantizar el cumplimiento de las normativas legales en curso. Según Lewis (2017), realizar revisiones periódicas, mantener actualizados los registros y documentación legal, y establecer controles adecuados son prácticas fundamentales para evitar riesgos legales y asegurar la sostenibilidad de la empresa.

En resumen, una metodología adecuada para estructurar la viabilidad legal y administrativa de una potencial empresa incluye etapas como investigación y análisis legal, asesoría legal, planificación administrativa, registro y obtención de permisos, documentación legal, y revisión y seguimiento continuo. Al seguir esta metodología, se logrará una estructuración legal y administrativa sólida, sentando las bases para el éxito y la sostenibilidad de la empresa.

3.3.3 Viabilidad ambiental

La estructuración de la viabilidad ambiental para la creación de un spa chamánico en Riobamba requiere de una metodología adecuada que considere los aspectos ambientales y promueva la sostenibilidad del proyecto. En este sentido, se recomienda aplicar la metodología de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), la cual permite identificar, predecir y evaluar los posibles impactos ambientales que la actividad pueda generar en su entorno.

La EIA es un enfoque sistemático ampliamente utilizado en proyectos que involucran intervenciones en el medio ambiente. Según el Ministerio del Ambiente del Ecuador, la EIA es un proceso que "identifica, predice, interpreta y comunica información sobre los impactos ambientales de una propuesta de proyecto" (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2017).

Al utilizar esta metodología, se llevarían a cabo diferentes etapas., mismas que se resumen en la tabla siguiente:

Tabla 3-8: Etapas de la metodología de evaluación de impacto ambiental

Etapa	Características o Pasos
1. Identificación de aspectos ambientales	<ul style="list-style-type: none">• Identificar los elementos del proyecto que podrían tener un impacto en el medio ambiente• Considerar aspectos como la construcción de infraestructuras, gestión de residuos, uso de recursos naturales y biodiversidad local.
2. Evaluación de impactos ambientales	<ul style="list-style-type: none">• Evaluar los posibles efectos negativos que el proyecto podría tener sobre el medio ambiente.• Considerar los impactos en áreas como la calidad del agua, del aire, del suelo, la fauna y flora, entre otros.
3. Propuesta de medidas de mitigación	<ul style="list-style-type: none">• Identificar y proponer acciones para evitar, minimizar o compensar los impactos ambientales negativos.• Incluir prácticas de gestión ambiental y uso de tecnologías sostenibles.
4. Plan de monitoreo ambiental	<ul style="list-style-type: none">• Establecer un programa de seguimiento y monitoreo para evaluar continuamente los impactos ambientales.• Verificar la efectividad de las medidas de mitigación implementadas.
5. Ajustes y mejoras	<ul style="list-style-type: none">• Realizar ajustes o mejoras en el proyecto y sus medidas de mitigación según sea necesario.• Garantizar la protección del medio ambiente y la sostenibilidad del spa chamánico.

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Esta tabla resume las principales etapas de la metodología de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) y destaca las características o pasos involucrados en cada una de ellas.

En primer lugar, se identificarían los aspectos ambientales relevantes del proyecto, como la construcción de infraestructuras, la gestión de residuos, el uso de recursos naturales y el impacto en la biodiversidad local. A continuación, se evaluarían los posibles impactos ambientales que podrían surgir como resultado de la actividad del spa chamánico.

Una vez identificados los impactos potenciales, se podrían proponer medidas de mitigación para evitar, minimizar o compensar los efectos negativos. Estas medidas podrían incluir prácticas de gestión ambiental, como el uso de materiales sostenibles, la implementación de sistemas de gestión de residuos adecuados y la adopción de energías renovables.

Además, se establecería un plan de monitoreo ambiental para evaluar de manera continua los impactos ambientales y verificar la efectividad de las medidas de mitigación implementadas. Esto permitiría realizar ajustes o mejoras según sea necesario, asegurando así la protección del medio ambiente y la sostenibilidad del spa chamánico.

Es importante destacar que, para llevar a cabo este proceso de Evaluación de Impacto Ambiental, es recomendable contar con el apoyo de profesionales especializados en evaluación ambiental y cumplir con la normativa y regulaciones ambientales vigentes en Ecuador.

3.4 Realizar el análisis de viabilidad económica y financiera

Todo proyecto, plan o idea de negocio en general se puede hacer posible con la inversión de capitales económicos, mismos que ayudan a solventar los gastos que necesariamente deben hacerse para gestionar el proyecto. Así también, los recursos financieros, apoyan a la afiliación de capital humano y permiten que los negocios puedan adquirir los insumos materiales necesarios para poner en marcha su negocio.

Ahora bien, hay que entender que un estudio financiero no se limita a que los inversores tengan dinero, sino a como éste se debe canalizar, la retribución que va a generar e incluso al financiamiento que puede recurrir el negocio de manera estratégica para no poner en juego todo el capital propio.

Para realizar el análisis de viabilidad económica y financiera para la creación de un spa chamánico en Riobamba, se sugiere utilizar la metodología de evaluación de proyectos. Según Gutiérrez (207), esta metodología es ampliamente utilizada para evaluar la rentabilidad y viabilidad de proyectos en diferentes sectores.

La metodología de evaluación de proyectos consta de varias etapas que permiten analizar de manera integral la viabilidad económica y financiera del spa chamánico. Estas etapas se ilustran en la siguiente figura:

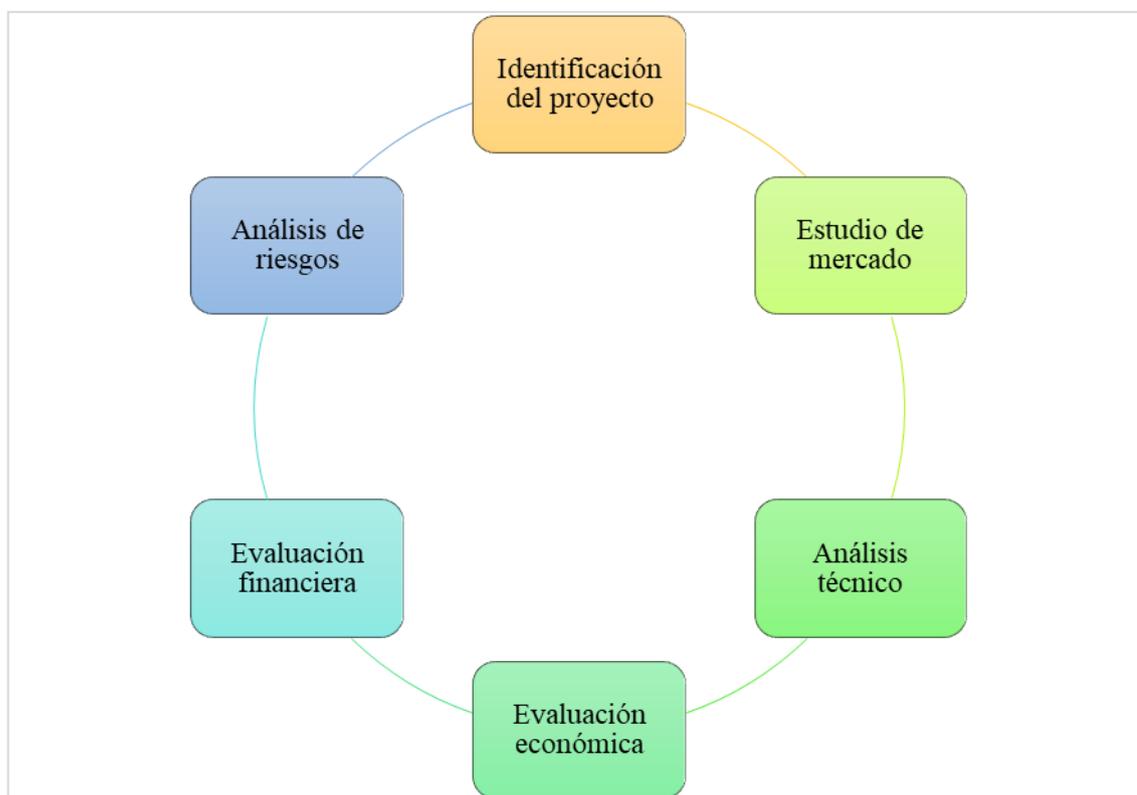


Ilustración 3-2: Etapas del estudio económico-financiero

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

3.4.1 *Identificación del proyecto*

La identificación de la idea de un proyecto es un paso fundamental en su desarrollo, ya que responde a las preguntas esenciales de "qué producir" y "para quién producir". Estas interrogantes están estrechamente relacionadas con aspectos del mercado, como la demanda, la oferta y los precios. Es crucial comprender estos elementos para determinar la viabilidad y el potencial éxito del proyecto. Los estudios de identificación tienen como objetivo principal evaluar la factibilidad de llevar a cabo la idea del proyecto. En esta etapa, se realizan investigaciones preliminares para detectar si la idea propuesta es viable en términos prácticos y económicos. Aunque estos estudios no tienen la profundidad de los análisis que se llevan a cabo en etapas posteriores, desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones iniciales. Durante la fase de identificación, se recopila información relevante sobre el mercado, la competencia, los clientes potenciales y otros factores que puedan influir en la viabilidad del proyecto. Se realizan análisis preliminares para

evaluar la demanda y la oferta del producto o servicio que se planea ofrecer. También se consideran aspectos financieros, como los costos de producción, los márgenes de ganancia y la inversión inicial requerida (Aula Fácil, 2023).

En esta etapa se define y describe el proyecto del spa chamánico, identificando los objetivos, el mercado objetivo y los servicios que se ofrecerán. También se establecen los costos de inversión inicial y los gastos operativos estimados.

3.4.2 Estudio de mercado

El análisis de mercado desempeña una función crucial al evaluar la viabilidad de invertir en un determinado negocio o producto. Su objetivo principal es investigar y comprender el nicho de mercado al que se dirige el negocio. Al hablar de mercado, hay que indicar que el término engloba a las personas que son potenciales compradores, por lo tanto, el análisis de mercado se centra en la obtención y conformación de los perfiles del público objetivo. El estudio de mercado permite responder preguntas fundamentales sobre los clientes potenciales, como quiénes son, cuánto compran, cómo realizan sus compras, dónde las realizan y por qué toman esas decisiones de compra. Estas respuestas son cruciales para comprender el comportamiento del mercado y adaptar la estrategia empresarial de manera efectiva (da Silva, 2021).

Se realiza un estudio detallado del mercado objetivo del spa chamánico, analizando la demanda potencial de los servicios, la competencia existente y las tendencias del sector. Este análisis permitirá evaluar la viabilidad comercial del proyecto.

3.4.3 Análisis técnico

El análisis técnico es una herramienta utilizada en el ámbito bursátil para estudiar los movimientos de los precios de los activos. A través del análisis de gráficos e indicadores, se busca predecir los movimientos futuros de los precios. Esta metodología se basa en el estudio de patrones y tendencias pasadas para tomar decisiones informadas en el mercado financiero. Aunque no ofrece certezas absolutas, el análisis técnico proporciona a los inversionistas información valiosa para evaluar el riesgo y la rentabilidad de sus inversiones (López, 2018).

En esta etapa se evalúa la infraestructura y los recursos necesarios para la operación del spa chamánico. Se consideran aspectos como el local, los equipos, el personal requerido y los proveedores de insumos. Además, se definen los costos asociados a estos aspectos.

En epígrafes anteriores ya se ha mencionado la parte técnica y en el estudio económico y financiero se ratifica, pues es aquí cuando se asigna rubros para realizar proyecciones financieras de la idea de negocio.

3.4.4 *Evaluación económica*

La Evaluación Económica del Proyecto es una herramienta utilizada en proyectos sociales, privados y mixtos con el objetivo de analizar las ventajas y desventajas asociadas a una inversión antes de su implementación: este enfoque de evaluación permite tomar decisiones basadas en el análisis comparativo de diferentes alternativas. La Evaluación Económica considera transacciones de compra y venta en efectivo, y supone que todo el capital utilizado es propio, por lo que no tiene en cuenta aspectos financieros. Al centrarse en los aspectos económicos del proyecto, la Evaluación Económica brinda información relevante para evaluar la rentabilidad y viabilidad de la inversión, ayudando a los tomadores de decisiones a seleccionar la opción más favorable desde una perspectiva económica (Jara, 2020).

Es importante considerar que este enfoque no aborda directamente las consideraciones financieras, como el financiamiento y la estructura de capital, que pueden influir en la viabilidad financiera del proyecto. Por lo tanto, es recomendable complementar la Evaluación Económica con un análisis financiero más detallado para obtener una visión integral de la viabilidad del proyecto.

En la evaluación económica entonces, se contemplan las proyecciones financieras para determinar la rentabilidad del proyecto. Esto incluye estimar los ingresos esperados a través de la fijación de precios de los servicios, así como los costos operativos y los gastos generales. Se aplican técnicas como el flujo de caja descontado y el valor actual neto (VAN) para evaluar la viabilidad económica.

3.4.5 *Evaluación financiera*

La Evaluación Financiera se lleva a cabo en proyectos privados y mixtos, con el objetivo de analizar la rentabilidad financiera y evaluar el flujo de fondos generado por el proyecto. Esta evaluación es crucial para determinar la capacidad financiera del proyecto y la rentabilidad del capital invertido. La Evaluación Financiera cumple tres funciones principales. En primer lugar, ayuda a determinar la capacidad del proyecto para cubrir los costos de manera oportuna, lo que contribuye al diseño del plan de financiamiento. En segundo lugar, permite medir la rentabilidad

de la inversión realizada. Por último, proporciona información para comparar el proyecto con otras alternativas u oportunidades de inversión (Jara, 2020).

En el análisis financiero, se trabajan con los flujos de ingresos y egresos de operación, que representan las entradas y salidas reales de efectivo. Generalmente, se utilizan como criterios de selección el Valor Presente Neto (VPN) o la Tasa Interna de Retorno (TIR). El Valor Presente Neto (VPN) es el valor de mercado de una inversión y su costo. Según este criterio, el proyecto se acepta si su VPN es igual o superior a cero, lo cual implica que los ingresos superan a los egresos en términos actuales. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa que produce un VPN igual a cero. Representa la rentabilidad interna del proyecto. En general, si la TIR supera la tasa de corte (tasa de descuento o costo de oportunidad de capital), el proyecto es aceptado; en cambio, si la TIR es inferior, el proyecto es rechazado. Estos criterios financieros son herramientas fundamentales para evaluar la viabilidad y rentabilidad económica de un proyecto, ayudando a los inversionistas y tomadores de decisiones a seleccionar la opción más favorable desde una perspectiva financiera (Jara, 2020).

3.4.6 *Análisis de riesgos*

El análisis de riesgos es una práctica fundamental en la gestión empresarial, ya que permite identificar y evaluar los posibles riesgos que pueden afectar un proyecto o proceso. Independientemente de su impacto económico, este análisis es una herramienta valiosa para prevenir y gestionar las amenazas que puedan surgir. Existen varios modelos ampliamente utilizados para el análisis de riesgos, cada uno con su relevancia y enfoque específico. Implementar un análisis de riesgos adecuado es crucial para anticiparse a los posibles problemas y tomar decisiones informadas. El objetivo principal de este tipo de estudios es el pronosticar y gestionar las amenazas que pueden afectar el desempeño de un proceso, proyecto o actividad; esta herramienta te permite tener un plan de acción preestablecido para hacer frente a los posibles impactos negativos en tu trabajo (Santos, 2022).

Aunque un análisis de riesgos no puede evitar que algo salga mal, su utilidad radica en gestionar eficientemente los problemas que puedan surgir en la empresa. Proporciona una visión realista y equilibrada al considerar tanto los aspectos positivos como los negativos de una situación. Además, fomenta la confianza entre los involucrados, ya que demuestra que las decisiones y acciones están respaldadas por una evaluación cuidadosa de los riesgos. Otra ventaja del análisis de riesgos es que te permite diseñar planes de contingencia para hacer frente a contratiempos

inesperados. Esto facilita la reacción y la implementación de acciones posteriores para superar cualquier inconveniente que surja en el camino.

Evaluando los riesgos, se identifican las diversas condiciones que podrían afectar la viabilidad económica y financiera del proyecto. Se evalúa la probabilidad de ocurrencia de cada riesgo y se desarrollan estrategias de mitigación para reducir su impacto, asignando a la vez un presupuesto de contingencia para hacer frente a la posible ocurrencia de estos eventos.

Con base en la metodología de evaluación de proyectos, se podrá realizar un análisis completo de la viabilidad económica y financiera del spa chamánico en Riobamba, permitiendo tomar decisiones informadas sobre la viabilidad del proyecto.

Para el cumplimiento del último objetivo que es determinar la viabilidad financiera económica del proyecto se efectuara el análisis de las inversiones realizadas, el cálculo del pago de la deuda, la depreciación de activos fijos, la amortización de activos diferidos, el presupuesto de egresos, el punto de equilibrio, el presupuesto de ingresos, el estado de resultados, flujo de caja y por último la evaluación financiera que determina el van, tiro, Periodo de recuperación del capital y la relación beneficio costo.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Determinar la viabilidad comercial del proyecto

4.1.1 Análisis de la demanda

4.1.1.1 Universo

La población urbana del cantón Riobamba de ingresos económicos medios y altos constituyen el mercado objetivo, dado que las características del producto que se diseña satisfacen las necesidades y preferencias de este segmento de mercado.

De acuerdo con la proyección realizada por el INEC al año 2023 la población de Riobamba es de 264,000 habitantes de los cuales el 69.4% que serían 183,216 corresponde al sector conurbano del cantón, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 4-1: Población de Riobamba por zonas

ZONA	HABITANTES	PORCENTAJE
Urbana	183.216	69,40%
Rural	80.784	30,60%
TOTAL	264.000	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

De acuerdo con el INEC el nivel de pobreza es del 45% de la población por lo que se define al segmento objetivo de mercado como la población urbana de Riobamba de ingresos económicos medios y altos, es decir:

Se toma como universo de estudio a la población económicamente activa mayor de 12 años, menos el 45% que corresponde al nivel de pobreza y menos el 30% que corresponde a personas menores de 12 y mayores de 75 años (dicho calculo corresponde al universo de estudio); es decir, que se excluye el 75% de la población urbana de Riobamba, considerando únicamente al 25% de la misma ($183.216 * 25\%$) dando un universo de 45804 habitantes.

4.1.1.2 Segmentación

En el contexto del estudio, hay que entender que el mercado del presente estudio está delimitado por la población de la ciudad de Riobamba, de clase económica, media alta, es decir, personas con poder adquisitivo que pueden permitirse un tiempo de relajación en este tipo de espacios recreacionales.

4.1.1.3 Muestra

El universo de estudio representa un número menor de personas, para optimizar el tiempo de estudio y los recursos de la investigación se ha optado por realizar una muestra a través del cálculo de un muestreo simple aleatorio, el cual consiste en elegir al azar un grupo de elementos de una población de manera que cada uno tenga la misma probabilidad de ser seleccionado (Ángel Gutiérrez, 2007).

Para poder aplicar una fórmula muestral, son necesarios los siguientes datos:

- n = Muestra
- N = Universo
- z = Error permitido
- e = margen de error
- δ = desviación estándar ($p \times q$)

Mismos que han de ser empleados en la fórmula que propone George Canavos:

$$\frac{N \times (p \times q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \times q)} =$$
$$\frac{45804 \times (0,5 \times 0,5)}{(45804) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 \times 0,5)} = 382$$

Esto indica que para realizar todo lo correspondiente a levantamiento de encuestas o el trabajo de campo con el mercado objetivo, se trabajó con un total de 382 personas, que corresponden a la muestra del estudio.

4.1.1.4 Estratificación de la muestra

La estratificación de la muestra es un método utilizado en estadística para mejorar la representatividad de una muestra, dividiendo la población en grupos llamados estratos y seleccionando una muestra de cada estrato. La estratificación se ha realizado, mediante el siguiente procedimiento:

a) Cálculo del factor de estratificación:

Es una medida utilizada en la estratificación de la muestra para ajustar los pesos de las observaciones en cada estrato, garantizando así que la muestra estratificada sea representativa de la población y proporcione estimaciones precisas de los parámetros de interés.

$$f = \frac{n}{N}$$
$$f = \frac{382}{45804} = 0,008339883$$

Este resultado indica que la manera en que se ha de dividir el universo se multiplica por este factor, para tener el total de la muestra y hacer que se cumpla el criterio de muestreo simple aleatorio.

b) Estratificación por parroquias urbanas

La estratificación de la muestra se realizó por la población de las parroquias el cantón, cuyos habitantes se encuentran divididos según lo expuesto en la tabla siguiente:

Tabla 4-2: Población de Riobamba por parroquias

PARROQUIA	HABITANTES	PORCENTAJE
Lizarzaburu	9.862	21,53%
Velasco	13.036	28,46%
Maldonado	10.017	21,87%
Veloz	11.918	26,02%
Yaruquíes	971	2,12%
TOTAL	45.804	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Hay que indicar que esta población, se encuentra depurada con el porcentaje indicado de ingresos bajos, es decir personas en situación de pobreza que no estarían en condiciones de adquirir el producto base del estudio.

c) Cantidad de encuestas que se debe aplicar en cada una de las parroquias

Una vez que se ha depurado el índice de población pobre de cada parroquia se procede a aplicar el factor de estratificación por cada parroquia, y así determinar cuanta encuestas aplicar en cada localidad, dando como resultado:

Tabla 4-3: Muestra por parroquia

PARROQUIA	HABITANTES	FACTOR DE ESTRATIFICACIÓN	TOTAL, MUESTRA POR PARROQUIA
Lizarzaburu	9.862	0,00833988	82
Velasco	13.036	0,00833988	109
Maldonado	10.017	0,00833988	84
Veloz	11.918	0,00833988	99
Yaruquíes	971	0,00833988	8
TOTAL	45.804		382,00

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La tabla indica que de las 382 personas participes del estudio, 82 corresponden a la parroquia de Lizarzaburu, 109 a Velasco, 84 a Maldonado, 99 a la parroquia de Veloz y 8 a Yaruquíes, a las cuales se les aplicó la encuesta para conocer su opinión sobre aspectos puntuales del proyecto.

4.1.1.5 Técnica

La metodología empleada para recopilar información se basó en la utilización de un cuestionario estructurado. Este cuestionario fue administrado a personas que voluntariamente compartieron sus opiniones y preferencias relacionadas con el proyecto en cuestión.

El cuestionario que se desarrolló para esta investigación consta de una serie de preguntas cuidadosamente diseñadas. Estas preguntas fueron formuladas de manera apropiada y se incorporaron de manera efectiva en el instrumento de recolección de datos. Este instrumento, en

este caso, se materializó en una encuesta estructurada, la cual fue elaborada tomando como referencia las bases bibliográficas relevantes. Puede encontrar una copia de esta encuesta en los anexos adjuntos a este trabajo (Anexo A).

4.1.1.6 Resultados de la encuesta

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento:

Pregunta 1. Edad del participante

Tabla 4-4: Frecuencias observadas de rangos de edades

EDADES	FRECUENCIA A	PORCENTAJE %
18-26	120	31,41%
27-35	127	33,25%
36-44	75	19,63%
45-53	39	10,21%
54-62	21	5,50%
TOTAL	382	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

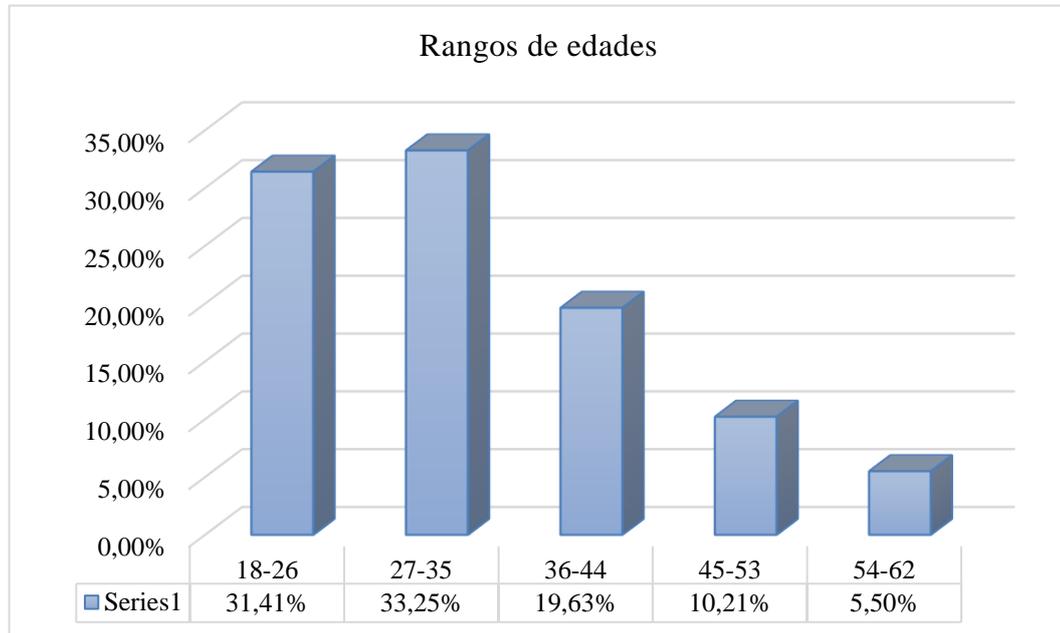


Ilustración 4-1: Rangos de edades-encuesta

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Análisis e interpretación

La tabla proporcionada presenta datos relacionados con las edades y su distribución en una muestra específica. Se observa que la muestra está compuesta por un total de 382 personas.

En cuanto a las edades, se presentan cinco categorías: 18 a 26, 27 a 35, 36 a 44, 45 a 53 y 54 a 62 años. La categoría con el mayor número de personas es la de 27 a 35 años, con un total de 127 individuos, lo que representa aproximadamente el 33,25% de la muestra.

La siguiente categoría con más participantes es la de 18 a 26 años, con 120 personas, lo que corresponde a aproximadamente el 31,41% del total. Le sigue la categoría de 36 a 44 años, con 75 personas (aproximadamente el 19,63%); luego la categoría de 45 a 53 años, con 39 personas (aproximadamente el 10,21%); y finalmente la categoría de 54 a 62 años, con 21 personas (aproximadamente el 5,50%).

Estos datos nos proporcionan una idea de la distribución de las edades dentro de la muestra estudiada. Cabe destacar que los grupos de edades comprendidos entre 18 y 44 años son los más representados en esta muestra, mientras que los grupos de edades superiores tienen una presencia relativamente menor.

Pregunta 2. Género

Tabla 4-5: Frecuencias observadas de género

GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	165	43,19%
Femenino	217	56,81%
TOTAL	382	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023

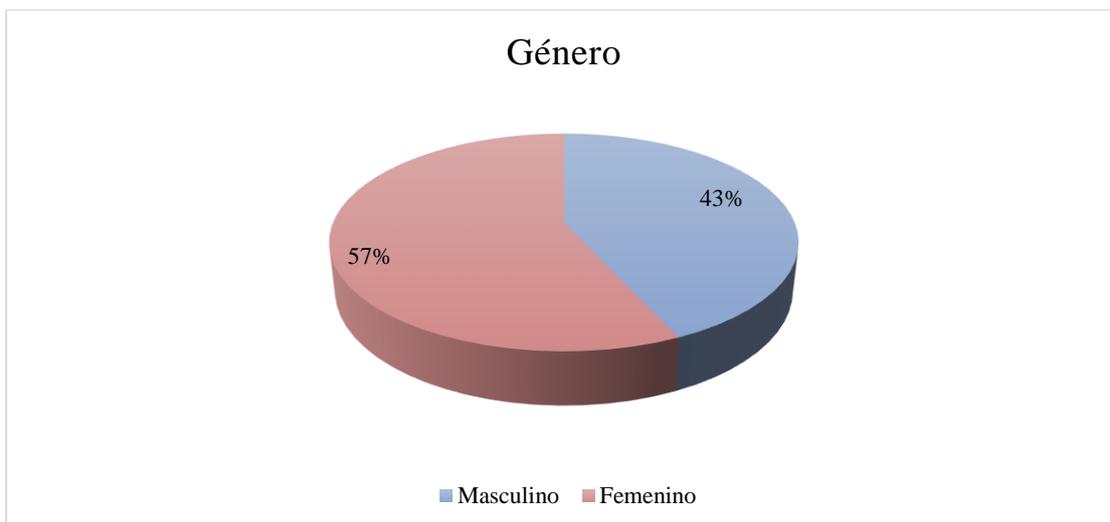


Ilustración 4-2: Rangos de género

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Análisis e interpretación

Al examinar los datos, se puede observar que el género femenino es el más representado, con un total de 217 individuos, lo que equivale al 56,81% del grupo estudiado. Por otro lado, el género masculino cuenta con 165 individuos, representando el 43,19% del total.

Estos resultados indican que hay una mayor respuesta de individuos de género femenino en comparación con el género masculino en el grupo analizado.

Pregunta 3. Dentro de las siguientes alternativas, ¿Qué le gustaría que se implemente en la ciudad de Riobamba?

Tabla 4-6: Frecuencias observadas de alternativas de establecimientos

ALTERNATIVAS DE ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Aguas Termales	116	30,37%
Complejo de piscinas	77	20,16%
Spa tradicional	65	17,02%
Spa Shamánico	124	32,46%
TOTAL	382	100%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

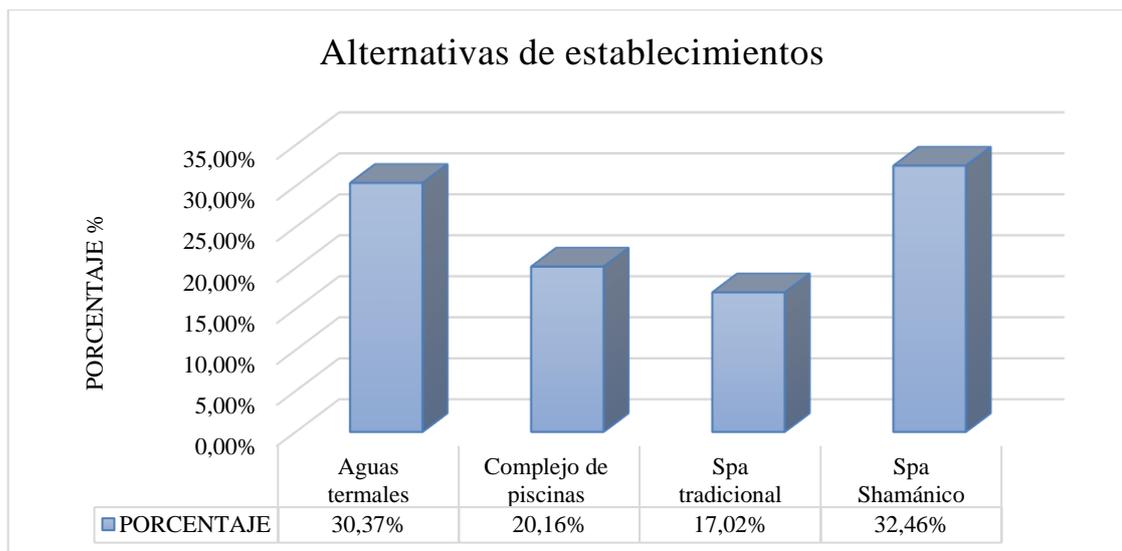


Ilustración 4-3: Rangos de alternativas de establecimientos

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Análisis e interpretación

En primer lugar, las Aguas Termales son una opción que cuenta con una cantidad considerable de preferencia, con un total de 116 votos, lo que representa el 30,37% de las respuestas; esto indica que una parte significativa de la población estaría interesada en contar con un establecimiento de aguas termales en la ciudad. Otra alternativa con una cantidad considerable de votos es el complejo de piscinas, el cual obtuvo 77 votos, representando el 20,16% de las respuestas. El spa tradicional también recibió una cantidad considerable de votos, con un total de 65, lo que equivale al 17,02% de las respuestas. Finalmente, el spa shamánico recibió la mayor cantidad de votos, con un total de 124, lo que representa el 32,46% de las respuestas. Esto indica que una proporción considerable de la población manifiesta interés en la implementación de un spa shamánico en la ciudad.

En respuesta a la pregunta planteada, según los datos proporcionados, las opciones más populares en la ciudad de Riobamba son las aguas termales, el complejo de piscinas, el spa tradicional y el spa shamánico.

Pregunta 4. ¿Cuál de los siguientes productos es de su preferencia?

Tabla 4-7: Frecuencias observadas de productos de preferencia del Spa Shamánico

PRODUCTOS DE PREFERENCIA DEL SPA SHAMÁNICO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Limpias	23	6,02%
Arcilla y lodo	68	17,80%
Piscinas	55	14,40%
Masajes con plantas medicinales	74	19,37%
Sauna Té Mazcal	56	14,66%
Sanación	20	5,24%
Meditación y aromaterapia	30	7,85%
Ceremonia (Bebidas ancestrales)	56	14,66%
TOTAL	382	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023

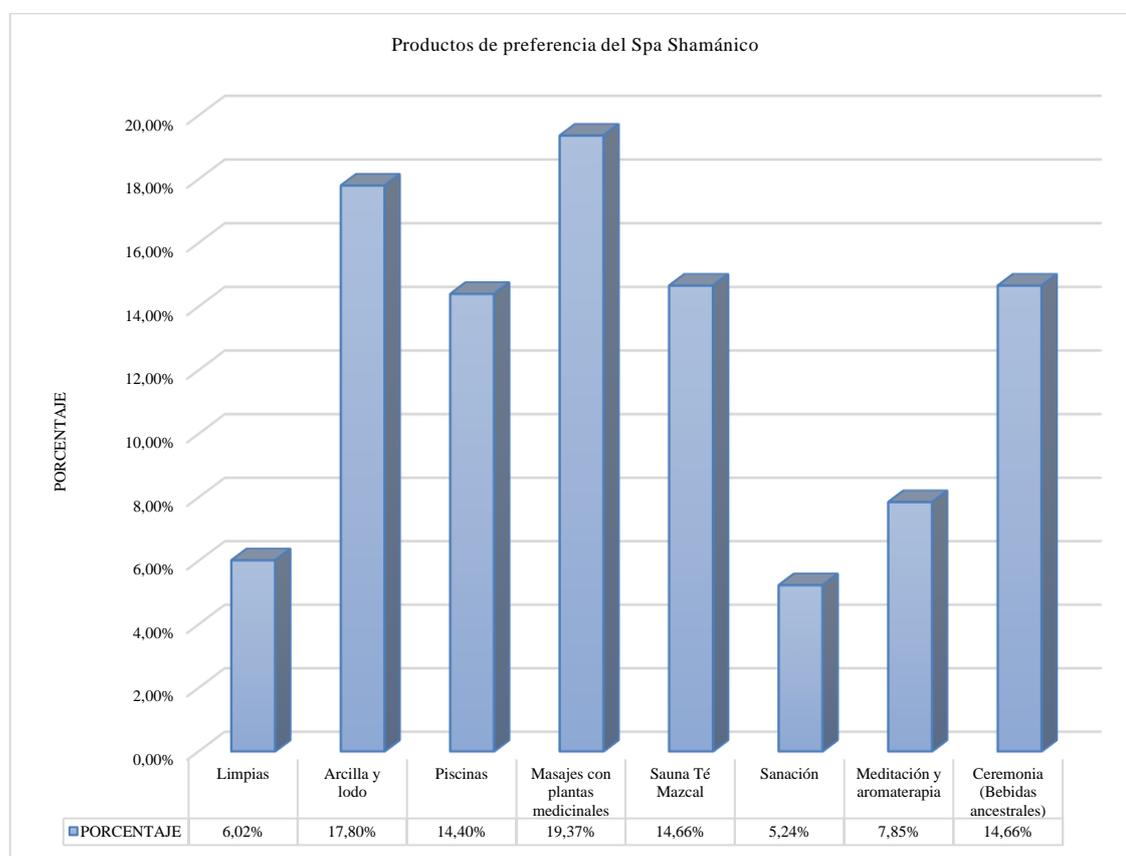


Ilustración 4-4: Rangos de productos de preferencia del Spa Shamánico

Realizado por: Huilcarema, F., 2023

Análisis e interpretación

El producto preferido por la muestra seleccionada para el estudio de la creación del Spa Shamánico es "Masajes con plantas medicinales", con un total de 74 votos seleccionados en las encuestas, lo que representa el 19,37% de las respuestas. Otro producto con una cantidad

considerable de preferencia es "Arcilla y lodo", con 68 votos, correspondiente al 17,80% de las respuestas.

Las opciones "Piscinas" y "Sauna Té Mazcal" también obtuvieron una cantidad considerable de votos, con 55 y 56 votos respectivamente. Ambas opciones representan el 14,40% y el 14,66% de las respuestas, lo que indica que una proporción significativa de los clientes del spa considera atractiva la oferta de estas instalaciones.

Otros productos, como "Limpias", "Sanación", "Meditación y aromaterapia" y "Ceremonia (Bebidas ancestrales)" también recibieron votos, aunque en menor medida en comparación con las opciones mencionadas anteriormente.

Según los datos proporcionados, los productos más preferidos por los clientes del Spa Shamánico son los "Masajes con plantas medicinales" y "Arcilla y lodo". Estos servicios recibieron una mayor cantidad de votos y parecen ser los favoritos entre la muestra analizada. Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas preferencias son específicas para la muestra estudiada y que las preferencias individuales pueden variar según las necesidades y gustos personales de cada cliente.

Pregunta 5. ¿Cuántas veces al mes visita este tipo de establecimientos?

Tabla 4-8: Frecuencia de visitas a lugares de relajación y esparcimiento

NÚMERO DE VISITAS EN UN MES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ninguna	15	3,93%
Una vez por mes	207	54,19%
Dos veces por mes	84	21,99%
Tres veces por mes	45	11,78%
Cuatro veces por mes	22	5,76%
Cinco veces por mes	7	1,83%
Seis veces por mes	0	0,00%
Siete veces por mes	1	0,26%
Ocho veces por mes	1	0,26%
TOTAL	382	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

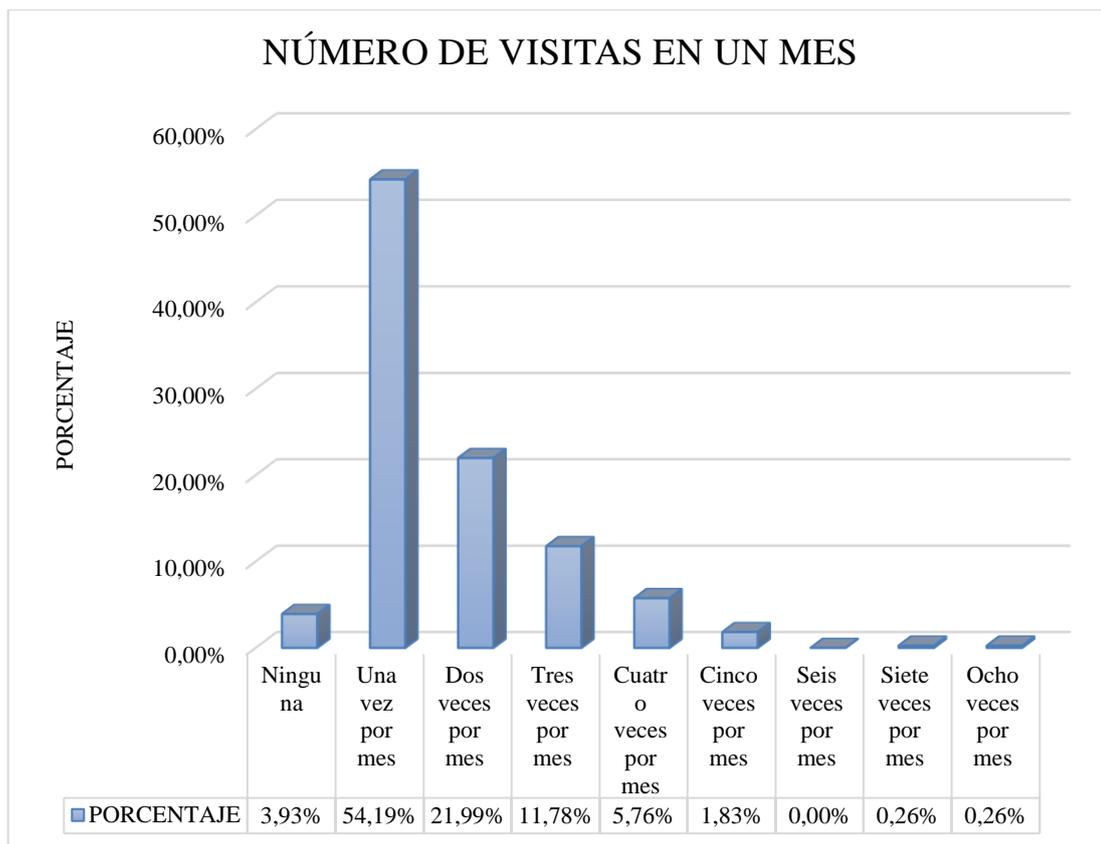


Ilustración 4-5: Visitas a lugares de relajación y esparcimiento

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Análisis e interpretación

En respuesta a la pregunta planteada, los resultados muestran que la mayoría de las personas encuestadas visitan este tipo de establecimientos una vez al mes. Esta opción obtuvo la mayor cantidad de votos, con un total de 207, lo que representa el 54,19% de las respuestas. Por otro lado, se observa que la opción de visitar dos veces al mes también recibió una cantidad considerable de votos, con un total de 84, lo que equivale al 21,99% de las respuestas.

Las opciones de visitar tres, cuatro, cinco, seis, siete y ocho veces al mes recibieron una cantidad decreciente de respuestas, con un porcentaje que va desde el 11,78% hasta el 0,26%. Es importante tener en cuenta que un pequeño porcentaje de personas indicó que no visitan este tipo de establecimientos en absoluto, representando el 3,93% de las respuestas.

Según los datos proporcionados, la mayoría de las personas encuestadas visitan este tipo de establecimientos una vez al mes. Sin embargo, existen variaciones en cuanto a la frecuencia de visita, con una proporción considerable de personas que visitan dos veces al mes y una disminución gradual en las visitas más frecuentes.

Pregunta 6. ¿Con cuántas personas suele visitar estos establecimientos?

Tabla 4-9: Frecuencia de número de visitantes por viaje

NÚMERO DE PERSONAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 persona	1	0,26%
2 personas	104	27,23%
3 personas	120	31,41%
4 personas	104	27,23%
5 personas	23	6,02%
6 personas	17	4,45%
7 personas	8	2,09%
8 personas	1	0,26%
9 personas	1	0,26%
10 personas	2	0,52%
13 personas	1	0,26%
TOTAL	382	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

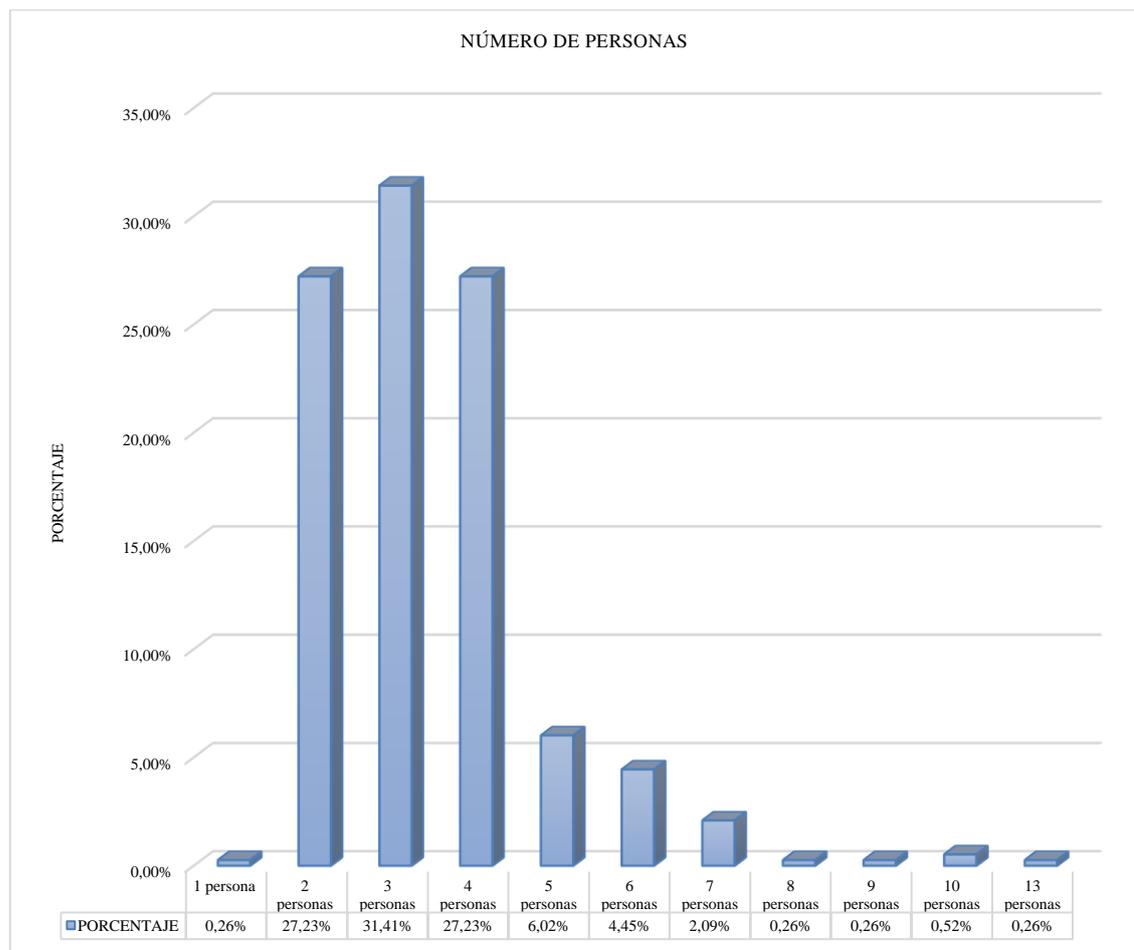


Ilustración 4-6: Número de visitantes por viaje

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Análisis e interpretación

En respuesta a la pregunta planteada, los resultados muestran que la opción más común es que la gente visite estos establecimientos en grupos de 3 personas. Esta opción recibió la mayor cantidad de aceptación, con un total de 120, lo que representa el 31,41% de las respuestas. Por otro lado, se observa que tanto la opción de visitar con 2 personas como la de visitar con 4 personas también recibieron una cantidad considerable de votos, ambas con un total de 104, lo que equivale al 27,23% de las respuestas.

Las opciones de visitar con 1, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 13 personas recibieron una cantidad decreciente de votos, con un porcentaje que varía desde el 0,26% hasta el 6,02%.

Es importante tener en cuenta que estos resultados se basan en la muestra analizada y que las preferencias y hábitos individuales pueden variar. Además, es posible que las dinámicas de visita a estos establecimientos se vean afectadas por factores como el tipo de establecimiento, la disponibilidad de espacios y las restricciones vigentes.

Pregunta 7. En promedio ¿Cuánto dinero suele pagar o gastar por persona cuando visita este tipo de establecimientos?

Tabla 4-10: Gasto promedio individual

GASTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
entre \$2 y \$10	138	36,13%
entre \$11 y \$20	116	30,37%
entre \$21 y \$30	52	13,61%
entre \$31 y \$40	23	6,02%
entre \$41 y \$50	21	5,50%
entre \$51 y \$60	8	2,09%
entre \$61 y \$70	15	3,93%
entre \$71 y \$80	4	1,05%
entre \$81 y \$90	1	0,26%
entre \$91 y \$100	1	0,26%
entre \$101 y más	3	0,79%
TOTAL	382	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

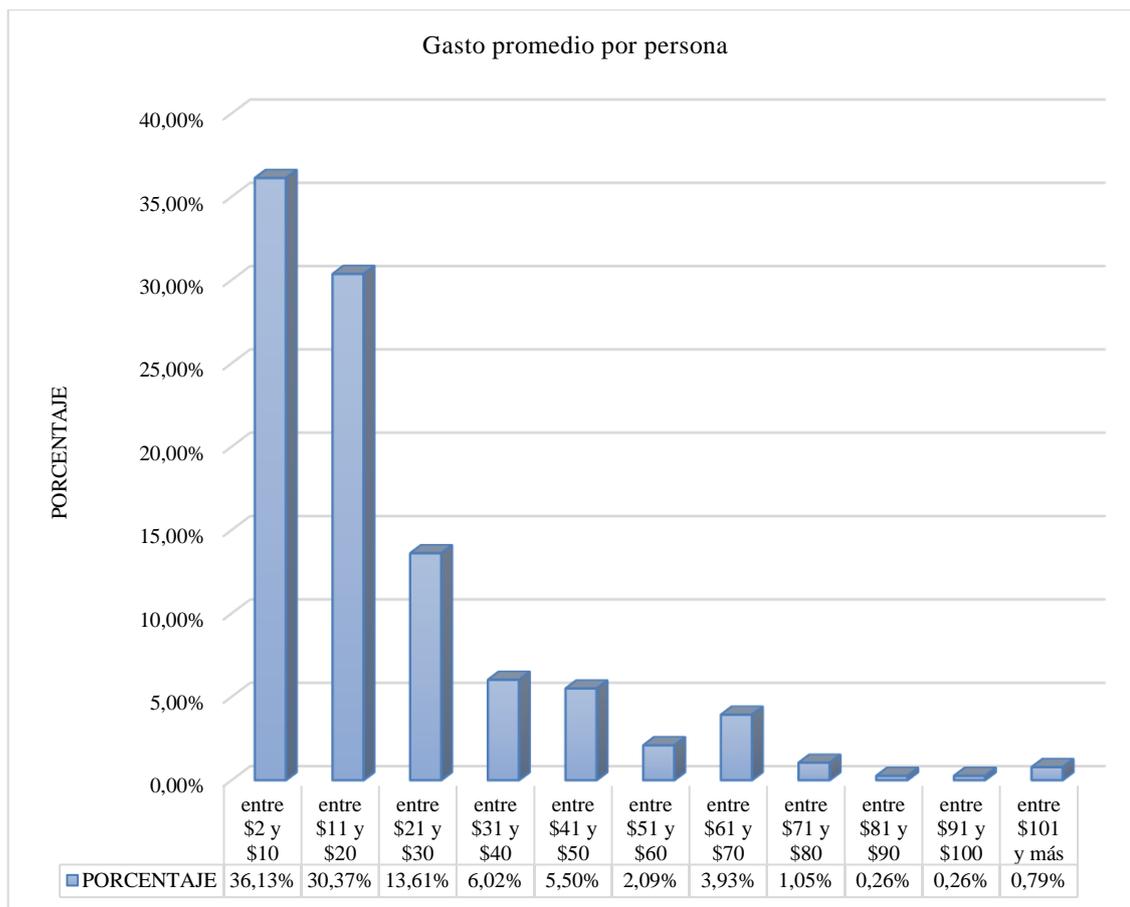


Ilustración 4-7: Gasto promedio individual

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que el rango de gasto más común por persona al visitar estos establecimientos se encuentra entre \$2 y \$10. Esta opción recibió la mayor frecuencia de votos, con un total de 138, lo que representa el 36,13% de las respuestas. Además, el rango de gasto de entre \$11 y \$20 también recibió una cantidad considerable de votos, con un total de 116, correspondiente al 30,37% de las respuestas. Los rangos de gasto más altos, como entre \$21 y \$30, y entre \$31 y \$40, también recibieron votos, aunque en menor medida. Estos rangos representan el 13,61% y el 6,02% de las respuestas, respectivamente. En general, los rangos de gasto más altos, como entre \$41 y \$100, recibieron menos votos, lo que indica que una proporción menor de personas está dispuesta a pagar cantidades más altas durante su visita.

En conclusión, según los datos proporcionados, el gasto promedio por persona al visitar este tipo de establecimientos varía según el rango de precios. El rango de gasto más común se encuentra entre \$2 y \$10, seguido por el rango de \$11 a \$20. Sin embargo, es importante recordar que estos

resultados son específicos para la muestra analizada y que los patrones de gasto pueden variar en función de diferentes factores.

Pregunta 8. ¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de este tipo de lugares?

Tabla 4-11: Medios de información

Medios de información	CANTIDAD	PORCENTAJE
Página web	14	3,66%
Redes sociales	252	65,97%
Radio	16	4,19%
Televisión	0	0,00%
Agencia de viajes	8	2,09%
Periódicos	14	3,66%
Amigos/as	78	20,42%
TOTAL	382	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

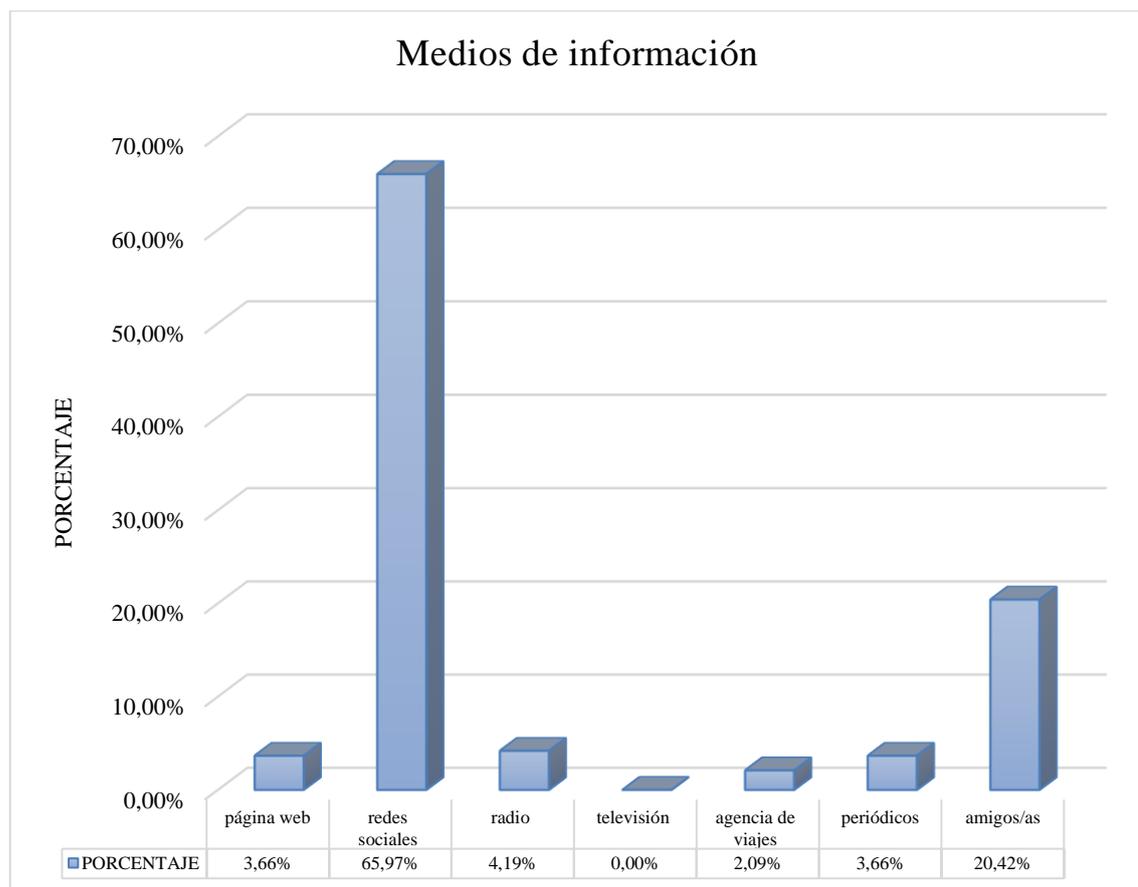


Ilustración 4-8: Medios de información

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que el medio de información más utilizado para obtener información sobre estos lugares son las redes sociales. Esta opción recibió la mayor cantidad de votos, con un total de 252, lo que representa el 65,97% de las respuestas. Por otro lado, se observa que una cantidad considerable de personas también utiliza como medio de información a sus amigos/as, con un total de 78 respuestas en la encuesta, lo que equivale al 20,42% de las respuestas. Los medios de información como las páginas web, las agencias de viajes y los periódicos recibieron una cantidad menor de votos, con porcentajes que varían entre el 3,66% y el 2,09%.

En conclusión, según los datos proporcionados, las redes sociales son el medio de información más utilizado por las personas para obtener información sobre este tipo de lugares. Las recomendaciones y opiniones de amigos/as también desempeñan un papel importante.

Pregunta 9. ¿Qué forma de pago utiliza con mayor frecuencia?

Tabla 4-12: Forma de pago

Forma de Pago	CANTIDAD	PORCENTAJE
Efectivo	361	94,50%
Tarjeta de crédito	21	5,50%
TOTAL	382	100,00%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

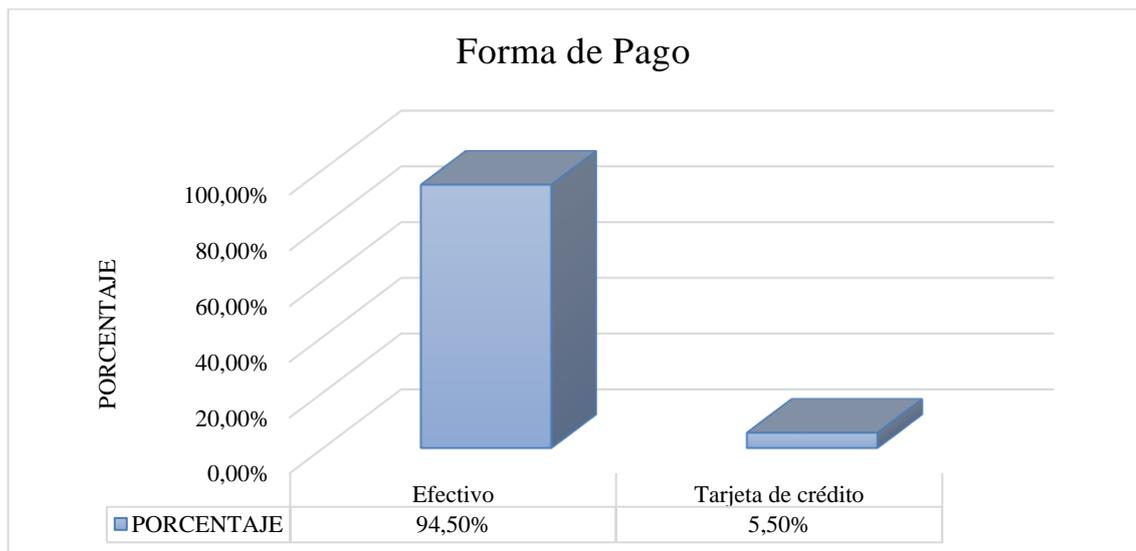


Ilustración 4-9: Forma de pago

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que la forma de pago más utilizada con mayor frecuencia es el efectivo. Esta opción recibió la mayor cantidad de votos, con un total de 361, lo que representa el 94,50% de las respuestas. Por otro lado, se observa que una cantidad mucho menor de personas utiliza la tarjeta de crédito como forma de pago. Esta opción recibió un total de 21 votos, lo que equivale al 5,50% de las respuestas.

En conclusión, según los datos proporcionados, la forma de pago más utilizada con mayor frecuencia al visitar estos establecimientos es el efectivo. Sin embargo, es importante recordar que estos resultados son específicos para la muestra analizada y que las preferencias de pago pueden variar entre las personas y los establecimientos.

Pregunta 10. Cuando accede a este tipo de lugares, ¿Qué aspectos negativos ha encontrado?

Análisis e interpretación

Esta pregunta tuvo un contexto abierto, por lo que no había opciones que tabular, sin embargo, dentro de los aspectos negativos más comunes en estos tipos de establecimientos se encuentran varios problemas que pueden afectar la experiencia de los usuarios.

En primer lugar, la insalubridad es un problema grave que puede surgir cuando no se mantiene una adecuada higiene y limpieza en el establecimiento. La presencia de suciedad, malos olores o falta de mantenimiento puede generar una sensación de desagrado y preocupación por parte de los clientes, quienes pueden sentirse incómodos y desconfiados. La infraestructura con poca capacidad también puede ser un inconveniente común. Cuando el establecimiento no cuenta con suficiente espacio para atender a un número adecuado de personas, se producen situaciones de congestión y aglomeraciones. Esto puede resultar incómodo para los usuarios, ya que pueden sentirse apretados y limitados en su disfrute de los servicios.

La falta de control hacia el usuario es otro aspecto negativo que puede afectar la experiencia. Cuando el personal no ejerce un adecuado control y supervisión, pueden surgir situaciones de desorden y falta de organización. Esto puede generar frustración en los clientes, quienes podrían sentir que no se les brinda una atención adecuada y que los servicios no se están desarrollando de manera óptima.

La poca variedad de comida también es una preocupación común. En los establecimientos donde se ofrece servicio de alimentación, la falta de opciones gastronómicas diversificadas puede llevar a una experiencia poco satisfactoria. Los clientes pueden sentirse limitados en sus elecciones y desearían contar con más alternativas en el menú.

Las instalaciones en mal estado son otro aspecto negativo que puede afectar la experiencia de los clientes. Si los espacios presentan un deterioro evidente, con mobiliario roto, baños en malas condiciones o áreas descuidadas, los usuarios pueden percibir una falta de cuidado y atención por parte del establecimiento. Esto puede generar desconfianza y disminuir la satisfacción de los clientes. La mala atención al cliente es un aspecto crucial en cualquier establecimiento. Cuando el personal no brinda un trato adecuado, con falta de amabilidad, demoras en la atención o falta de respuesta a las consultas y necesidades de los clientes, se genera una experiencia negativa. Una atención deficiente puede hacer que los usuarios se sientan poco valorados y afectar negativamente su percepción del establecimiento.

La ausencia de señalética es otro problema común. Cuando no hay una señalización clara y precisa, los visitantes pueden sentirse desorientados y tener dificultades para encontrar los diferentes servicios o áreas del establecimiento. Esto puede resultar en pérdida de tiempo, frustración y una experiencia negativa para los clientes.

La poca variedad de servicios es otro aspecto que puede afectar la satisfacción de los clientes. Cuando no se ofrece una diversidad de actividades, tratamientos o servicios adicionales, los usuarios pueden sentir una falta de opciones y quedarse con un sentimiento de insatisfacción al no encontrar lo que buscan en el establecimiento.

La mala organización del personal, también puede generar problemas. Si no hay una adecuada coordinación y comunicación entre los miembros del equipo, pueden surgir retrasos en la atención y dificultades en la prestación de los servicios. Esto puede generar una sensación de desorden y una experiencia insatisfactoria para los clientes.

Pregunta 11. Cuando accede a este tipo de lugares, ¿Qué aspectos positivos ha encontrado?

Análisis e interpretación

De la misma manera que la pregunta anterior, esta pregunta tuvo el carácter de ser abierta y las personas consultadas han identificado algunos aspectos positivos que contribuyen a una experiencia satisfactoria para los visitantes.

En primer lugar, la existencia de áreas verdes es un aspecto destacado. Muchos de estos establecimientos cuentan con espacios al aire libre, jardines o zonas ajardinadas que brindan un ambiente natural y relajante. Estas áreas verdes permiten a los visitantes conectarse con la naturaleza, disfrutar de un entorno tranquilo y disfrutar de momentos de paz y armonía. Además, la presencia de espacios de relajación y recreación es otro aspecto positivo. Estos establecimientos suelen ofrecer instalaciones y servicios diseñados para promover la relajación y el bienestar. Pueden incluir piscinas, jacuzzis, saunas, áreas de descanso y otras actividades que permiten a los visitantes liberar el estrés, rejuvenecer y disfrutar de momentos de tranquilidad.

Por último, los precios accesibles son un factor positivo que puede influir en la elección de este tipo de establecimientos. Muchos de ellos ofrecen opciones asequibles y accesibles para una amplia gama de personas. Esto permite que un mayor número de individuos pueda disfrutar de los beneficios y servicios que ofrecen, sin que el factor económico sea una barrera limitante.

4.1.1.7 Demanda potencial

a) Demanda por clientes

En este contexto, el término "Universo" se refiere al número total de personas o entidades que forman parte de un grupo o población específica. En este caso, el universo se establece en 45804 individuos.

Por otro lado, la "Aceptación del producto 'SPA Shamánico'" se refiere a la proporción de personas dentro de ese universo que tienen interés o aceptación por el producto o servicio específico, en este caso, el "SPA Shamánico". Según los datos proporcionados por la encuesta, la aceptación del producto es del 32.46% según se muestra en la Tabla 4-6 Frecuencias observadas de Alternativas de establecimientos.

Para calcular el número estimado de clientes que estarían interesados en el "SPA Shamánico", se aplica un cálculo proporcional utilizando la fórmula:

$$\frac{\text{Número de individuos en el universo} \times \text{Porcentaje de aceptación del producto}}{100\%}$$

En este caso, se realiza el cálculo de la siguiente manera:

$$\frac{45804 \times 32,46\%}{100\%} = 14868 \text{ Clientes}$$

Por lo tanto, se estima que aproximadamente 14,868 personas dentro de ese universo estarían interesadas en el "SPA Shamánico". Es importante tener en cuenta que este cálculo es una estimación basada en el porcentaje de aceptación y el tamaño del universo proporcionados, y puede estar sujeto a variaciones y consideraciones adicionales en la realidad.

b) Demanda por producto

Para conocer la demanda actual por producto, se ha tomado como referencia el porcentaje de aceptaciones cada producto y servicio consultado en la encuesta (Tabla 4-7) y se ha multiplicado el mismo por la demanda actual, tal y como se muestra a continuación:

Tabla 4-13: Demanda actual por producto

Productos	Porcentaje	Operación	Resultado
Cabañas de limpias	6%	14868 x 0,06	892
Baños de lodo y arcilla	17,80%	14868 x 0,1780	2647
Piscinas de aguas temperadas y frías	14,39%	14868 x 0,1439	2140
Cabaña de masajes	19,10%	14868 x 0,1910	2840
Cabaña sauna – té	14,65%	14868 x 0,1465	2178
Cabaña de sanadores	5,23%	14868 x 0,0523	778
Cabaña de meditación aromaterapia	7,85%	14868 x 0,0785	1167
Cabaña ceremonial	14,65%	14868 x 0,1465	2178

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La tabla proporciona información sobre la demanda potencial por cada producto dentro del establecimiento que se pretende formar.

La demanda actual por cabañas de limpias es de 892 clientes; la demanda actual por baños de lodo y arcilla es de 2647 clientes, este servicio parece ser muy popular entre los visitantes del establecimiento; la demanda actual por piscinas de aguas temperadas y frías es de 2140 clientes, este servicio atrae a un número considerable de personas; la demanda actual por cabaña de masajes es de 2840 clientes, los masajes son un servicio muy buscado y este dato indica una alta

demanda por ellos; la demanda actual por cabaña sauna-té es de 2178 clientes, este servicio combina la experiencia de sauna con la degustación de té, lo cual es apreciado por un buen número de personas; la demanda actual por cabaña de sanadores es de 778 clientes, este servicio específico, que involucra prácticas de sanación, atrae a un grupo más reducido de personas; la demanda actual por cabaña de meditación aromaterapia es de 1167 clientes, la combinación de meditación y aromaterapia es valorada por un segmento de la clientela; la demanda actual por cabaña ceremonial es de 2178 clientes, este tipo de cabaña, destinada a ceremonias especiales, es popular entre los visitantes del establecimiento.

Al analizar los números, se puede identificar los servicios más populares y aquellos que generan un mayor interés entre los clientes. Esta información es útil para la gestión y toma de decisiones en relación con la oferta de servicios y la planificación de recursos.

4.1.1.8 Demanda futura

a) Demanda futura por clientes

Para conocer cuál es la demanda futura por clientes se ha aplicado el método de mínimos cuadrados ya antes mencionados, aplicando la formula:

$$y = a + bx$$

Considerando el histórico se procese en primera instancia a hacer el cálculo de los valores X y Y, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 4-14: Proyección de la demanda Potencial

AÑOS	X	Y	X*Y	X ²	Y ²
2019	1	12.640	12.640	1	159.769.600
2020	2	12.785	25.570	4	163.456.225
2021	3	12.926	38.778	9	167.081.476
2022	4	13.064	52.256	16	170.668.096
2023	5	14.867	74.335	25	221.027.689
TOTAL	15	66.282	203.579	55	882.003.086

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Una vez obtenidos los datos de base, se procede a calcular los valores de a y b, respectivamente. Reemplazando los valores en la fórmula proporcionada se obtiene:

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$a = 11837$$

En una fase inicial, se determina un valor para la constante "a" que asciende a 11837 mediante el proceso de cálculo. A continuación, la estimación calculada para el coeficiente "b" se deriva en base a este valor previamente obtenido y se expresa como sigue:

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$b = 473$$

El cálculo de la variable "b" se realiza mediante una fórmula que resulta en un valor de 473. Estas fórmulas se aplican en las proyecciones correspondientes a los años 2024 hasta 2028, teniendo en cuenta que 2024 corresponde al año 6 y sucesivamente.

La estimación de la demanda futura se logra mediante la aplicación de la técnica de mínimos cuadrados, un enfoque matemático ampliamente reconocido para prever de manera precisa las tendencias futuras. Los resultados de esta estimación se detallan en la tabla que se muestra a continuación:

Tabla 4-15: Demanda proyectada

AÑO	X	DEMANDA PROYECTADA
2024	6	14675
2025	7	15148
2026	8	15621
2027	9	16094
2028	10	16567

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La tabla 4-15 de demanda proyectada proporciona estimaciones para los próximos cinco años, desde 2024 hasta 2028. Estas estimaciones se basan en un método de cálculo de mínimos cuadrados, que utiliza datos de cinco periodos anteriores para prever la demanda futura.

En 2024, se proyecta una demanda de 14,675 clientes que aumenta gradualmente a lo largo de los años siguientes. En 2025, se espera una demanda de 15,148 clientes, seguida de 15,621 visitantes en 2026, 16,094 en 2027 y finalmente, se aspira recibir 16,567 clientes en 2028.

En este caso, se ha aplicado a los datos de demanda de los cinco años anteriores para prever la tendencia futura. Es importante tener en cuenta que estas proyecciones están sujetas a incertidumbre y pueden verse afectadas por factores externos imprevistos que no se han tenido en cuenta en el modelo de cálculo. Por lo tanto, es importante monitorear y actualizar regularmente estas proyecciones a medida que se obtenga información adicional.

b) Demanda futura por servicios

Para el cálculo de la demanda futura por servicios, se ha tomado los porcentajes más altos detectados en la encuesta considerando que al tratar con datos numéricos cerrados se estima un margen de error de 0,33%.

Una vez considerados estos aspectos y aplicando los cálculos respectivos, se puede decir que la demanda futura por servicios del spa Shamánico quedarían se la siguiente manera:

Tabla 4-16: Demanda proyectada por servicios

AÑO	CLIENTES	PRODUCTOS y SERVICIOS							
		LIMPIAS	ARCILLA Y LODO	PISCINAS	MASAJES	SAUNA TÉ MAZCAL	SANACIÓN	MEDITACIÓN	CEREMONIA
PORCENTAJES		6%	17,80%	14,39%	19,10%	14,65%	5,23%	7,85%	14,65%
2024	14.675	881	2.612	2.112	2.803	2.150	768	1.152	2.150
2025	15.148	909	2.696	2.180	2.893	2.219	792	1.189	2.219
2026	15.621	937	2.781	2.248	2.984	2.288	817	1.226	2.288
2027	16.094	966	2.865	2.316	3.074	2.358	842	1.263	2.358
2028	16.567	994	2.949	2.384	3.164	2.427	866	1.301	2.427

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La tabla 4 muestra la proyección de la demanda por servicios para el proyecto del spa shamánico en los años 2024 hasta 2028. Los servicios se dividen en ocho categorías: Limpiezas, Arcilla y Lodo, Piscinas, Masajes, Sauna Té Mazcal, Sanación, Meditación y Ceremonia. Además, se proporcionan los porcentajes que representan la proporción de cada servicio con respecto al total de clientes atendidos.

Para el año 2024, se anticipa una afluencia total de 14,675 clientes. Los servicios más demandados son "Productos de Arcilla y Lodo" con 2,612 clientes, seguido de "Piscinas" con 2,150 clientes y "Sauna" con 2,803 clientes. Por otro lado, los servicios de "Meditación" y "Sanación" tienen una participación más modesta con 768 y 1,152 clientes respectivamente. La tendencia de crecimiento continúa en el año 2025, con una afluencia total proyectada de 15,148 clientes. Nuevamente, "Productos de Arcilla y Lodo" lidera con 2,696 clientes, seguido de cerca por "Sauna" con 2,893 clientes y "Piscinas" con 2,219 clientes. En el año 2026, se espera un aumento en la afluencia total de clientes, llegando a 15,621.

Los servicios más solicitados siguen siendo los mismos, con "Productos de Arcilla y Lodo" liderando con 2,781 clientes, seguido de "Sauna" y "Piscinas". Año 2027: La proyección para este año indica una afluencia total de 16,094 clientes. Nuevamente, los servicios de "Productos de Arcilla y Lodo" y "Sauna" se

mantienen como los más demandados, seguidos por "Piscinas". Finalmente, en el año 2028, se estima una afluencia total de 16,567 clientes. El patrón de demanda se mantiene, con "Productos de Arcilla y Lodo," "Sauna," y "Piscinas" como los servicios más populares.

4.1.2 *Análisis de la competencia*

4.1.2.1 *Competencia actual*

Para poder determinar la competencia actual se ha recurrido a un exhaustivo trabajo de campo, en el que además de la encuesta aplicada a los participantes, se les ha preguntado de manera verbal si conocen algunas instituciones que brinden servicios parecidos.

Junto con esta información, se procedió a complementar el estudio de mercado con un análisis de las empresas más cercanas que pueden representar la mayor competencia para este proyecto, considerando además la afluencia de clientes que visitan estos lugares y los productos que los mismos consumen. Todos estos aspectos se resumen en la tabla siguiente:

Tabla 4-17: Competencia actual por clientes y productos

DENOMINACIÓN	UBICACIÓN	CLIENTES ANUALES	PRODUCTOS		
			Sauna	Piscina	Hidromasaje
FLOR DE PARAMO	VELOZ 28-48 Y CARABOBO	384	90	160	74
CARIBE CLUB & EVENTOS & RECEPCIONES"	KM 1/2 VÍA LAS ABRAS	4673	800	2000	873
EVORA CLUB SPA Y PISCINAS	AV 21 DE ABRIL Y ANGEL PULGAR	4280	700	1800	980
AGUAS ANDINAS SPA- QUINDELOMA	ARGENTINOS Y CARLOS ZAMBRANO	440	70	200	100
TOTAL		7847	1660	4160	2027
PORCENTAJE		100%	21%	53%	26%

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La tabla presenta un análisis de la competencia actual en el mercado, detallando la denominación de los competidores, su ubicación, el número de clientes anuales y la cantidad de productos y servicios que ofrecen, centrándose en Sauna, Piscina e Hidromasaje, que son áreas de interés directo para el Spa Shamánico.

Dicha información fue recolectada mediante una entrevista realizada verbalmente en el establecimiento, donde se nos informó un número aproximado de clientes anuales que tiene cada establecimiento

El recinto Flor de Páramo, se encuentra ubicado en Veloz 28-48 y Carabobo, y atrae a 384 clientes anuales. Ofrece servicios de Sauna, el cual acapara un estimado de 90 clientes anuales, la Piscina recibe 160 clientes, y el Hidromasaje 74 clientes.

Por otro lado, el Caribe Club Eventos & Recepciones, otro de los competidores fuertes, se sitúa en el kilómetro 1/2 de la vía Las Abras, con 4,673 clientes anuales. Ofrecen una amplia gama de servicios, con un considerable número de clientes que disfrutan de su Sauna con 800 clientes aproximadamente, Piscina con 2000 clientes; e Hidromasaje 873 clientes.

En cuanto a Evora Club Spa y Piscinas, se encuentra en la Avenida 21 de Abril y Ángel Pulgar y atrae a 4,280 clientes anuales distribuidos en los servicios de Sauna con 700 clientes, Piscina 1800 clientes, e Hidromasaje 980 clientes como parte de sus servicios.

Aguas Andinas Spa – Quindeloma, identificado como otro competidor del Spa Shamánico se ubica en Argentinos y Carlos Zambrano, tiene 440 clientes anuales y ofrece servicios de Sauna que acapara 70 clientes, Piscina 200 clientes; e Hidromasaje 100 clientes.

Estos competidores representan una fuerte presencia en el mercado de servicios de Spa, Sauna, Piscina e Hidromasaje, lo que indica un nivel de competencia significativo para el Spa Shamánico. La cantidad de clientes anuales y la variedad de servicios que ofrecen estos competidores son factores importantes a considerar al desarrollar estrategias de marketing y gestión para el Spa Shamánico, con el fin de destacarse en este competitivo mercado.

Esta información es útil para comprender la distribución de clientes y productos en el mercado y puede ser utilizada para evaluar la posición competitiva de cada establecimiento en relación con sus servicios ofrecidos.

4.1.3 Demanda insatisfecha

La determinación de la demanda insatisfecha para el Spa shamánico se ha llevado a cabo mediante un riguroso proceso de depuración y delimitación del mercado en la ciudad de Riobamba. Este proceso se ha enfocado específicamente en la zona urbana de la ciudad, teniendo en cuenta a

individuos con recursos económicos y capacidad adquisitiva adecuada para acceder a servicios de spa de alta calidad.

A través de un instrumento de investigación diseñado para este propósito, se ha logrado recopilar datos valiosos. Aproximadamente el 32% de los encuestados manifestaron un claro interés en este tipo de servicio y señalaron que no existe un servicio similar en el mercado local que satisfaga sus necesidades y preferencias.

Este hallazgo es de gran relevancia, ya que establece un nicho de mercado con una demanda insatisfecha claramente identificable. En otras palabras, el segmento de clientes que busca el tipo de experiencia que el Spa shamánico se propone ofrecer es significativo y no está siendo atendido adecuadamente por los competidores actuales del mercado local.

En consecuencia, las proyecciones realizadas mediante el método de mínimos cuadrados se basarán en esta demanda insatisfecha de manera integral. Esto implica que las estimaciones de crecimiento y la planificación estratégica se enfocarán en satisfacer las necesidades de este nicho específico de mercado, asegurando así que el proyecto del Spa Chamánico esté bien posicionado para captar y retener a esta clientela potencialmente leal.

En consecuencia, la misma demanda proyectada, se convierte en la demanda insatisfecha, tal y como se presenta a continuación:

Tabla 4-18: Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
2024	14675
2025	15148
2026	15621
2027	16094
2028	16567

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Este enfoque basado en datos sólidos respalda la toma de decisiones informadas y la viabilidad a largo plazo del proyecto.

4.1.4 Plan mercadotécnico

El presente plan de mercadotecnia ha sido elaborado para el spa shamánico YURAK SAMAY, con el objetivo de fortalecer su presencia en el mercado y consolidar su posicionamiento como un refugio de sanación y bienestar. A través de una cuidadosa integración de prácticas shamánicas ancestrales y técnicas contemporáneas de relajación, YURAK SAMAY se compromete a ofrecer a sus clientes una experiencia única que promueve la armonía entre el cuerpo, la mente y el espíritu.

Con un enfoque centrado en la conexión con la naturaleza y la búsqueda del equilibrio interior, el presente plan de mercadotecnia propone estrategias innovadoras para ampliar la base de clientes, fomentar la fidelización y proyectar una imagen distintiva que refleje la esencia espiritual y terapéutica de YURAK SAMAY.

4.1.4.1 Canal de distribución

El modelo de distribución adoptado por YURAK SAMAY implica un enfoque directo de productor a consumidor final, dado el carácter de prestación de servicios que ofrece el SPA. Esta estrategia garantiza que los servicios de bienestar y relajación sean proporcionados directamente al cliente en las instalaciones del centro.

En este contexto, la empresa asume la responsabilidad total de las actividades de mercadotecnia, evitando la intervención de intermediarios y, por consiguiente, permitiendo mantener precios asequibles para la clientela.

El canal de distribución se centra, por ende, en la experiencia in situ que brinda el SPA YURAK SAMAY, promoviendo la idea de un entorno directo y sin complicaciones para los consumidores que buscan disfrutar de los servicios de bienestar. Esto conlleva un enfoque orientado a ofrecer comodidad y accesibilidad, asegurando que los clientes accedan de manera directa a una gama de tratamientos y terapias diseñados para mejorar su bienestar físico y emocional.

Este modelo de distribución simplificado también posibilita una relación más estrecha entre la empresa y los clientes, permitiendo una comprensión más profunda de sus necesidades y preferencias, lo que a su vez se traduce en una mayor capacidad para adaptar y personalizar los servicios ofrecidos.

4.1.4.2 Imagen Corporativa

El concepto de la imagen corporativa del spa YURAK SAMAY se fundamenta en transmitir una sensación de serenidad y armonía, reflejando su compromiso con el bienestar integral de sus clientes. Desde la elección de una paleta de colores suaves y relajantes hasta la disposición cuidadosa de los espacios interiores, cada aspecto ha sido meticulosamente diseñado para fomentar una atmósfera de tranquilidad y renovación. En línea con esta visión, el logotipo institucional de YURAK SAMAY incorpora elementos naturales y simbólicos, capturando la esencia de la conexión con la naturaleza y la espiritualidad. La figura elegida evoca la noción de equilibrio y rejuvenecimiento, reforzando así la idea de que el spa es un santuario destinado a revitalizar el cuerpo, la mente y el espíritu.

Adicionalmente, en el logotipo se integra de manera armoniosa el slogan distintivo de la institución, lo cual refleja con claridad el profundo compromiso que la empresa mantiene con su clientela. Este elemento se convierte en un pilar fundamental de la identidad corporativa, transmitiendo un mensaje tangible acerca de la misión de YURAK SAMAY: proporcionar experiencias de bienestar inigualables, esto se puede apreciar en la siguiente figura:

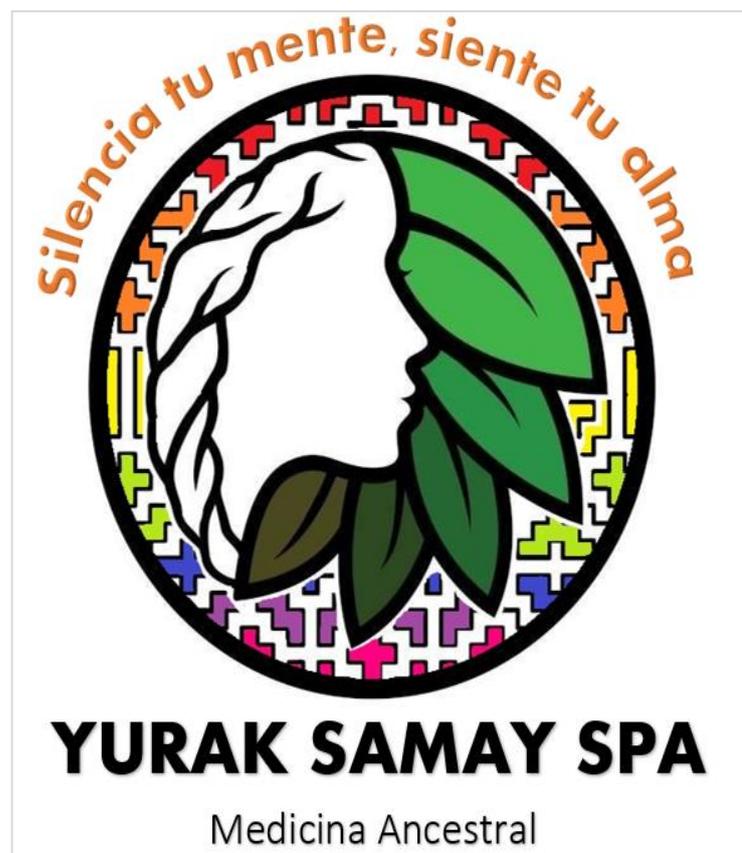


Ilustración 4-10: Logotipo empresarial

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

El logotipo de YURAK SAMAY presenta una imagen distintiva que captura la atención a través de una representación artística. En el centro de la composición, se destaca el perfil de una mujer, cuyo rostro transmite serenidad y equilibrio. Su cabello se fusiona de manera fluida con las raíces de una planta, simbolizando una conexión profunda con la naturaleza y la búsqueda de un bienestar arraigado en la tierra. Hojas verdes, que a su vez sugieren crecimiento, salud y renovación, enmarcan el conjunto, aportando un toque de frescura y vitalidad. Además, el logotipo se enriquece con símbolos de la chacana, dispuestos en colores vibrantes y significativos, que evocan la riqueza cultural y espiritual de la región andina. En conjunto, esta representación visual comunica la fusión de elementos naturales y espirituales en la experiencia única que YURAK SAMAY ofrece a sus clientes, subrayando la conexión entre cuerpo y alma a través de su compromiso con el bienestar integral.

El slogan de la institución, cuidadosamente elegido, “Silencia tu mente, siente tu alma”; encapsula la esencia de la marca y se convierte en un faro que guía tanto a los clientes habituales como a aquellos que exploran por primera vez los servicios y tratamientos ofrecidos por el spa.

La incorporación de este lema en el logotipo no solo añade un elemento distintivo a la imagen de la empresa, sino que también subraya su compromiso continuo de servir a su clientela con excelencia y dedicación. Este compromiso es, de hecho, un pilar fundamental de la filosofía empresarial de YURAK SAMAY. En conjunto, el logotipo y el lema trabajan en armonía para transmitir la promesa de bienestar integral y la profunda conexión con la naturaleza y la espiritualidad que caracterizan a YURAK SAMAY.

El slogan de YURAK SAMAY posee una raíz profundamente arraigada en principios milenarios asociados con la meditación. Este enfoque ancestral sostiene que para habilitar la comunicación del alma, es imperativo alcanzar un estado de serenidad mental mediante la práctica de la concentración y la contemplación plena. Al sumergirse en un estado de silencio interior, se abre la puerta a la escucha de las señales del cuerpo, considerado como el vehículo más genuino para la autorreflexión, la sanación y el equilibrio holístico de la mente, el alma y el cuerpo. Este concepto resalta la idea de que el proceso de introspección profunda es una vía esencial para alcanzar un bienestar completo y armonioso, y se convierte en un elemento distintivo de la filosofía de YURAK SAMAY.

4.1.4.3 Estrategias a emplear

Con el propósito de culminar la investigación de mercado y asegurar el éxito en la promoción del spa, se ha elaborado un borrador minucioso que detalla varias estrategias necesarias para el desarrollo y posicionamiento efectivo de la marca en el mercado. Estas propuestas no solo delimitan un panorama inicial de las acciones a emprender, sino que también establecen los fundamentos para el establecimiento de una sólida presencia y una conexión significativa con el público objetivo.

No obstante, es crucial tener en cuenta que la implementación práctica de estas estrategias publicitarias demanda un nivel de experiencia y conocimiento especializado. En consecuencia, se ha contemplado la contratación de una empresa especializada en marketing y publicidad, cuya labor consistirá en materializar de manera precisa y efectiva las estrategias delineadas, garantizando así un enfoque profesional y una ejecución estratégica de alto impacto en el entorno competitivo del sector.

Es así, que las estrategias de marketing que se aplicarán en el spa shamánico YURAK SAMAY, en colaboración con una empresa de marketing externa, responsable de ejecutar estas estrategias de promoción, son las siguientes:

Campañas de concienciación en redes sociales: La empresa de marketing contratada se encargará de crear y gestionar campañas efectivas en redes sociales, como Facebook e Instagram. Estas campañas se centrarán en la creación y promoción de contenido relacionado con prácticas shamánicas, bienestar y la importancia de la conexión con la naturaleza. A través de publicaciones regulares, imágenes atractivas y mensajes inspiradores, se busca aumentar la conciencia sobre YURAK SAMAY y atraer a potenciales clientes interesados en estas temáticas.

Paquetes de experiencias personalizadas: La empresa de marketing trabajará en colaboración con YURAK SAMAY para desarrollar paquetes de servicios personalizados. Estos paquetes se adaptarán a las necesidades individuales de los clientes, incorporando rituales shamánicos, tratamientos de bienestar y actividades al aire libre. El equipo de marketing se encargará de promocionar estos paquetes a través de campañas en línea, destacando la singularidad y la experiencia integral que ofrece el spa.

Colaboraciones con expertos en bienestar y espiritualidad: La empresa de marketing gestionará la identificación y el establecimiento de asociaciones con profesionales reconocidos en campos relacionados, como terapeutas, nutricionistas conscientes y guías espirituales. Estas colaboraciones se promocionarán a través de eventos y talleres organizados en YURAK SAMAY,

lo que aumentará la credibilidad del spa y atraerá a una audiencia más amplia. La empresa de marketing se encargará de la promoción de estos eventos, tanto en línea como fuera de línea, para maximizar la asistencia.

Programa de referidos y descuentos por lealtad: La empresa de marketing diseñará y administrará un programa de referidos para los clientes existentes de YURAK SAMAY. Además, se encargará de crear campañas de correo electrónico y promociones especiales que incluyan descuentos por lealtad para fomentar la repetición de visitas y la retención de clientes. Esto se llevará a cabo a través de estrategias de email marketing y publicaciones en redes sociales.

Eventos al aire libre y retiros de bienestar: La empresa de marketing coordinará la planificación y promoción de eventos al aire libre y retiros de bienestar organizados por YURAK SAMAY. Estos eventos se llevarán a cabo en entornos naturales cercanos, y se enfocarán en la meditación, la conexión con la naturaleza y el rejuvenecimiento. La empresa de marketing se encargará de la promoción en línea y offline de estos eventos, creando campañas específicas en redes sociales y utilizando estrategias de relaciones públicas para aumentar la visibilidad de la marca y atraer a una audiencia más amplia.

Alianzas con hoteles y centros de turismo local: La empresa de marketing gestionará las alianzas estratégicas de YURAK SAMAY con hoteles y centros turísticos locales. Estas alianzas se promocionarán mediante campañas de marketing digital y publicidad en línea para promocionar paquetes de escapadas de bienestar que incluyan estancias en el spa. El objetivo es atraer a turistas y aumentar la base de clientes potenciales a través de colaboraciones que destaquen la experiencia única que ofrece YURAK SAMAY como parte de una escapada de bienestar completa.

4.2 Establecer la viabilidad técnica del proyecto

4.2.1 *Requerimientos técnicos del proyecto*

4.2.1.1 *Capacidad Operativa*

Para garantizar un servicio de calidad y satisfacer la demanda del Spa, se ha establecido una capacidad operativa del 25% de la demanda insatisfecha. Esta decisión se basa en el hecho de que el Spa experimenta un mayor nivel de demanda los fines de semana, cuando más personas buscan relajarse y disfrutar de los servicios ofrecidos.

La capacidad operativa máxima del Spa se ha fijado en 82 personas diarias. Este número ha sido calculado cuidadosamente para asegurar que se pueda ofrecer un excelente servicio al público, teniendo en cuenta la disponibilidad de personal capacitado, las instalaciones y los recursos necesarios para atender a los clientes de manera adecuada.

Al establecer el 25% de la demanda insatisfecha como capacidad operativa, se busca evitar situaciones de saturación que puedan comprometer la calidad de la experiencia de los clientes. Al mantener un margen de capacidad disponible, el Spa tiene la flexibilidad necesaria para atender a los clientes de manera óptima, brindando atención personalizada y asegurando la disponibilidad de espacios y servicios necesarios.

Es importante destacar que esta capacidad operativa puede ser ajustada según las necesidades y fluctuaciones de la demanda a lo largo del tiempo. Si se observa un aumento sostenido de la demanda o una necesidad de expandir la capacidad del Spa, se pueden realizar modificaciones y ampliaciones en la infraestructura y los recursos para adaptarse a dichas circunstancias.

Establecer una capacidad operativa del 25% de la demanda insatisfecha y una capacidad máxima de 82 personas diarias es una medida estratégica para garantizar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes del Spa. Este enfoque permite mantener un equilibrio entre la demanda y la oferta, brindando una experiencia gratificante y asegurando el cumplimiento de los estándares de servicio establecidos.

Considerando el porcentaje fijado y las estimaciones previas de la demanda insatisfecha, se pretende cubrir la misma en las proyecciones presentadas en la siguiente tabla:

Tabla 4-19: Capacidad operativa proyectada

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD OPERATIVA (25%)
2024	14.675	3.669
2025	15.148	3.787
2026	15.621	3.905
2027	16.094	4.024

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

En el año 2024, la demanda insatisfecha se estima en 14,675 personas, lo que implica una capacidad operativa de aproximadamente 3,669 personas. En el año 2025, la demanda insatisfecha aumenta a 15,148 personas, lo que implica una capacidad operativa de aproximadamente 3,787 personas. Este incremento en la demanda insatisfecha requiere que el Spa aumente su capacidad para atender a un mayor número de clientes.

A medida que avanzan los años, la demanda insatisfecha continúa creciendo. En el año 2026, la demanda insatisfecha se estima en 16,621 personas, lo que implica una capacidad operativa de aproximadamente 3,905 personas. En 2027, la demanda insatisfecha aumenta aún más a 16,094 personas, lo que requiere una capacidad operativa de aproximadamente 4,024 personas. En el año 2028, la demanda insatisfecha alcanza su punto máximo en 16,567 personas, lo que implica una capacidad operativa de aproximadamente 4,142 personas.

El énfasis en la capacidad operativa en esta tabla muestra la importancia de que el Spa esté preparado para manejar el crecimiento de la demanda y garantizar que se pueda atender a una cantidad significativa de clientes insatisfechos. La capacidad operativa establecida en el 25% de la demanda insatisfecha permite adaptarse a los cambios en la demanda y asegurar que se pueda brindar un servicio de calidad a un número creciente de personas.

Es fundamental que el Spa esté preparado para aumentar su capacidad operativa a medida que la demanda insatisfecha aumente con el tiempo. Esto puede requerir inversiones en infraestructura, contratación de personal adicional y la implementación de estrategias para optimizar la eficiencia operativa y garantizar una experiencia satisfactoria para los clientes.

4.2.1.2 *Consumo aparente*

Determinada la capacidad operativa en base al porcentaje que se pretende cubrir de la demanda insatisfecha, es necesario realizar las proyecciones para conocer los cálculos de las visitas aparentes que puede tener el Spa y determinar si no se sobrepasa la capacidad operativa delimitada.

Estos cálculos se reflejan seguidamente:

Tabla 4-20: Distribución del consumo aparente

Año	Capacidad operativa a cubrir	Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2024	3.669	1834	917	306	71	10
2025	3.787	1894	947	316	73	10
2026	3.905	1953	976	325	75	11
2027	4.024	2012	1006	335	77	11
2028	4.142	2071	1035	345	80	11

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Al analizar la tabla, se puede observar que, en todos los años, la capacidad operativa a cubrir se encuentra por debajo de la capacidad operativa diaria máxima estimada de 82 personas. Esto indica que, según las proyecciones y cálculos realizados, el Spa no sobrepasará su capacidad operativa definida.

En el año 2024, la capacidad operativa a cubrir es de 10 personas diarias, lo cual está considerablemente por debajo de la capacidad operativa máxima estimada. Esto sugiere que el Spa tendría suficiente capacidad para atender a la demanda esperada en ese año.

A medida que avanzan los años, la capacidad operativa a cubrir aumenta gradualmente, pero sigue siendo inferior a la capacidad operativa máxima estimada. En el año 2025, la capacidad operativa a cubrir es de 10 personas diarias, en 2026, 2027 y 2028 es de 11 personas diarias, estas cifras se mantienen por debajo de la capacidad operativa máxima estimada de 82 personas diarias.

Esto indica que, según las proyecciones, el Spa podrá manejar el crecimiento esperado de la demanda sin sobrepasar su capacidad operativa. Sin embargo, es importante tener en cuenta que estos cálculos son estimaciones y que cualquier aumento significativo en la demanda podría requerir una revisión y ajuste de la capacidad operativa para garantizar un servicio adecuado y de calidad.

Los cálculos presentados en la tabla, el Spa no superará su capacidad operativa diaria máxima estimada de 82 personas en los años analizados. Estos cálculos permiten tener una idea clara de la capacidad de atención del Spa y aseguran que se pueda brindar un servicio óptimo y satisfactorio a los clientes dentro de los límites establecidos.

Tal como se puede observar en la tabla, queda claro que la distribución y el consumo aparente no alcanzan a cubrir por completo la capacidad operativa prevista. Esto plantea una situación ventajosa, ya que indica que el Spa Chamánico tiene la capacidad de atender a la totalidad de la demanda insatisfecha sin enfrentar ningún tipo de inconveniente o riesgo de saturación en sus instalaciones.

La diferencia entre la demanda insatisfecha y la capacidad operativa proyectada demuestra que el negocio está bien preparado para absorber el crecimiento anticipado de la clientela. Esto es fundamental para garantizar que los clientes reciban un servicio de alta calidad sin sentirse apretados o limitados en sus experiencias en el spa.

4.2.1.3 Capacidad operativa por servicios

Estimada la capacidad operativa total, se procede a establecer los porcentajes estimados de capacidad por servicio, para los cuales, se ha tomado como referencia los porcentajes obtenidos en la encuesta.

Esto da como resultado una proyección anual en consumo de servicios tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 4-21: Distribución del consumo aparente por servicio

AÑO	Capacidad operativa a cubrir	PRODUCTOS							
		Limpias	Arcilla y lodo	Piscinas	Masajes	Sauna té mazcal	Sanación	Meditación	Ceremonia
		6%	17,80%	14,39%	19,10%	14,65%	5,23%	7,85%	14,65%
2024	3.669	220	653	528	701	537	192	288	537

2025	3.787	227	674	545	723	555	198	297	555
2026	3.905	234	695	562	746	572	204	307	572
2027	4.024	241	716	579	768	589	210	316	589
2028	4.142	249	737	596	791	607	217	325	607

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La tabla proporcionada muestra la distribución de la capacidad operativa a cubrir para cada año, junto con el número estimado de visitas para diferentes tipos de servicios ofrecidos por el Spa. Cada tipo de servicio se presenta como un porcentaje de la capacidad operativa a cubrir.

En el año 2024, con una capacidad operativa proyectada de 3,669 clientes, se espera una distribución de clientes por servicio de la siguiente manera: 220 clientes para Limpias, 653 clientes para Arcilla y lodo, 528 clientes para Piscinas, 701 clientes para Masajes, 537 clientes para Sauna Té Mazcal, 192 clientes para Sanación, 288 clientes para Meditación y 537 clientes para Ceremonia.

En el año 2025, la capacidad operativa proyectada es de 3,787 clientes, y la distribución prevista de clientes por servicio incluye: 227 clientes para Limpias, 674 clientes para Arcilla y lodo, 545 clientes para Piscinas, 723 clientes para Masajes, 555 clientes para Sauna Té Mazcal, 198 clientes para Sanación, 297 clientes para Meditación y 555 clientes para Ceremonia.

Para el año 2026, con una capacidad operativa estimada de 3,905 clientes, se anticipa la distribución de clientes por servicio de la siguiente manera: 234 clientes para Limpias, 695 clientes para Arcilla y lodo, 562 clientes para Piscinas, 746 clientes para Masajes, 572 clientes para Sauna Té Mazcal, 204 clientes para Sanación, 307 clientes para Meditación y 572 clientes para Ceremonia.

En el año 2027, con una capacidad operativa proyectada de 4,024 clientes, la distribución esperada de clientes por servicio se desglosa de la siguiente manera: 241 clientes para Limpias, 716 clientes para Arcilla y lodo, 579 clientes para Piscinas, 768 clientes para Masajes, 589 clientes para Sauna

Té Mazcal, 210 clientes para Sanación, 316 clientes para Meditación y 589 clientes para Ceremonia.

Finalmente, en el año 2028, con una capacidad operativa proyectada de 4,142 clientes, se espera la distribución de clientes por servicio como sigue: 249 clientes para Limpias, 737 clientes para Arcilla y lodo, 596 clientes para Piscinas, 791 clientes para Masajes, 607 clientes para Sauna Té Mazcal, 217 clientes para Sanación, 325 clientes para Meditación y 607 clientes para Ceremonia. Cada número en la tabla representa la cantidad estimada de visitas para cada tipo de servicio en base al porcentaje asignado a la capacidad operativa a cubrir. Estos cálculos permiten al Spa tener una idea de la distribución de la demanda para cada servicio y planificar en consecuencia, asegurando que haya suficiente capacidad y recursos disponibles para satisfacer las necesidades de los clientes en cada año.

Es importante tener en cuenta que estas cifras son estimaciones y pueden estar sujetas a cambios según las fluctuaciones en la demanda real y las preferencias de los clientes. Por lo tanto, el Spa debe estar preparado para ajustar su oferta de servicios y capacidad operativa en función de la demanda actualizada y las necesidades del mercado. Aun así, trabajando con la demanda insatisfecha total, estos servicios se pueden cubrir sin problema, por lo que debe considerarse el cubrir las necesidades totales del mercado establecido.

4.2.1.4 *Infraestructura*

Analizada la capacidad instalada es importante contar con la infraestructura adecuada. En este caso, se ha optado, por realizar una inversión en un terreno de **750** metros cuadrados y realizar una construcción en la totalidad de las proporciones, en una ubicación estratégica para que los clientes objetivo puedan acceder con facilidad.

4.2.1.5 *Equipos especializados*

Ahora bien, una vez establecida ya infraestructura, es necesario contar con el equipo especializado para poder brindar la atención. Este equipo se detalla en la tabla siguiente:

Tabla 4-22: Lista de equipos necesarios

Equipo	Cantidad
Camilla	4
Sillón	2

Silla	10
Flotadores	10
Tablas	10
Tv	1
Cuadro de Decoración	2
Floreros	3
Canastillas	10
Estante	5
Vaporizador	1

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Contar con los equipos especializados detallados en la tabla es de suma importancia para el proyecto del Spa; estos equipos desempeñan un papel crucial en la prestación de servicios de calidad y en la creación de un ambiente propicio para el bienestar y la relajación de los clientes. Las camillas son esenciales para realizar tratamientos corporales, masajes y terapias; proporcionan comodidad y apoyo adecuados para que los clientes se relajen y disfruten de los beneficios de los tratamientos.

Los sillones se utilizan en áreas de descanso y relajación, brindando un espacio cómodo para que los clientes se relajen antes o después de los tratamientos; también pueden ser utilizados durante ciertos tipos de terapias.

Las sillas son necesarias en diversas áreas del Spa, como las áreas de espera, los vestuarios o los espacios de recepción. Proporcionan asientos cómodos para los clientes y contribuyen a la comodidad general del ambiente.

Los flotadores son utilizados en las piscinas o áreas de agua para proporcionar soporte y flotabilidad a los clientes durante terapias acuáticas o actividades de relajación.

Las tablas se utilizan en tratamientos de exfoliación y envolturas corporales y además proporcionan una superficie firme y estable para que los terapeutas realicen los tratamientos de manera efectiva.

Un televisor puede ser utilizado en áreas comunes del Spa para proporcionar entretenimiento y relajación adicional a los clientes, como reproducción de videos de relajación, presentaciones informativas o música ambiental.

Los cuadros de decoración contribuyen a la estética y el ambiente del Spa, creando una sensación de armonía y tranquilidad; pueden ser seleccionados para reflejar la temática y la atmósfera deseada en el Spa.

Las flores frescas o plantas ornamentales en floreros pueden mejorar la estética del espacio y proporcionar una sensación de frescura y naturaleza. Mientras que las canastillas son útiles para almacenar y organizar productos, toallas o accesorios en los vestuarios, baños o áreas de tratamiento.

Los estantes ofrecen espacio de almacenamiento adicional para productos, toallas, aceites esenciales u otros elementos necesarios en el Spa, manteniendo el área de trabajo ordenada y accesible.

Un vaporizador es utilizado en tratamientos de vapor o saunas, proporcionando una experiencia relajante y purificante para los clientes.

La importancia de contar con estos equipos especializados radica en que permiten brindar una experiencia de spa completa y satisfactoria para los clientes. Cada uno de estos elementos contribuye al confort, la estética, la funcionalidad y el ambiente del Spa, creando un entorno propicio para la relajación, el bienestar y la satisfacción de los clientes. Además, contar con los equipos adecuados garantiza que los terapeutas y el personal del Spa puedan realizar sus tareas de manera eficiente y segura, brindando servicios de alta calidad.

4.2.1.6 Herramientas especializadas

Además de garantizar la infraestructura adecuada y disponer de los equipos especializados necesarios, es fundamental realizar una inversión adicional en herramientas y materiales de trabajo.

Estos materiales son esenciales, ya que constituyen la materia prima necesaria para ofrecer una experiencia de servicios completa y de calidad en el Spa.

La adquisición y el inventario continuo de estos materiales son aspectos clave para asegurar el funcionamiento óptimo del Spa. A continuación, se detallan los materiales estimados que se deben adquirir durante el año:

Tabla 4-23: Lista de equipos necesarios

MATERIAL O INSUMO	CANTIDAD NECESARIA
Hierbas Medicinales	480
Rosas	480
Aceites	36
Arcillas	24
Cubrepíés	520
Gorros	180
Jabones	48
Gel de ducha	48
Lociones	96
Algodón	40
Desodorantes	24
Esterilizadores	4
Guantes	12
Máscaras	180
Cremas y acondicionadores	48

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Las hierbas medicinales son utilizadas en diferentes terapias y tratamientos para sus propiedades curativas y relajantes; pueden ser utilizadas en infusiones, baños herbales o aplicadas directamente sobre la piel, brindando beneficios terapéuticos a los clientes. Las rosas son ampliamente utilizadas en terapias de aromaterapia y tratamientos de belleza; sus propiedades calmantes y su fragancia delicada contribuyen a crear una atmósfera relajante y agradable en el Spa.

Los aceites son esenciales en terapias de masaje, aromaterapia y tratamientos corporales. Se utilizan para hidratar la piel, relajar los músculos, proporcionar alivio del estrés y mejorar la experiencia general de los clientes.

Las arcillas se utilizan en tratamientos faciales y corporales, ya que poseen propiedades purificantes y desintoxicantes; ayudan a limpiar la piel, eliminar impurezas y mejorar la apariencia general.

Los cubrepies son elementos de higiene y protección utilizados en áreas donde los clientes descansan o reciben tratamientos; proporcionan una barrera entre los pies de los clientes y el mobiliario, manteniendo la limpieza y evitando la propagación de gérmenes.

Los gorros se utilizan en tratamientos capilares y servicios de belleza para proteger el cabello de los clientes durante los tratamientos; ayudan a mantener la higiene y evitan la contaminación de productos o sustancias aplicadas, además de ser una protección de limpieza e higiene al momento de utilizar las piscinas y el hidromasaje, pues evita que el cabello que se desprende normalmente de las personas se atasque en lugares de difícil mantenimiento.

Los jabones son elementos básicos de higiene utilizados en áreas de baño y ducha; proporcionan limpieza y frescura a los clientes, garantizando un entorno limpio y agradable. El gel de ducha es utilizado para limpiar el cuerpo de los clientes durante los servicios de ducha; proporciona una experiencia refrescante y ayuda a mantener la higiene personal.

Las lociones son utilizadas después de los tratamientos corporales o faciales para hidratar y nutrir la piel. Ayudan a mantener la piel suave, hidratada y con un aspecto saludable.

El algodón es utilizado en diferentes procedimientos, como la remoción de maquillaje, la aplicación de productos o para realizar limpiezas y desinfecciones. Es un material suave y absorbente que garantiza la comodidad y la limpieza adecuada durante los tratamientos.

Los desodorantes son utilizados para mantener la frescura y la higiene personal de los clientes. Ayudan a prevenir los malos olores y brindan una sensación de limpieza durante los servicios ofrecidos.

Los esterilizadores son esenciales para garantizar la higiene y la esterilización de los instrumentos utilizados en el Spa, como tijeras, pinzas o utensilios médicos. Contribuyen a mantener altos estándares de seguridad y previenen la propagación de bacterias y enfermedades.

Los guantes se utilizan para proteger tanto a los terapeutas como a los clientes durante los procedimientos que involucran contacto directo con la piel. Ayudan a prevenir la contaminación y brindan una barrera de protección.

Las máscaras faciales se utilizan en tratamientos de belleza para purificar y revitalizar la piel. Ayudan a eliminar impurezas y proporcionan una sensación de relajación y bienestar.

Las cremas y los acondicionadores son productos utilizados en tratamientos de belleza para hidratar y nutrir la piel y el cabello de los clientes. Contribuyen a mantener una apariencia saludable y radiante.

Cada uno de estos materiales e insumos desempeña un papel fundamental en la experiencia y los servicios ofrecidos por el Spa. Garantizan la higiene, el bienestar y la satisfacción de los clientes, permitiendo brindar tratamientos y terapias de alta calidad. Además, su correcta utilización y reposición aseguran la continuidad y la excelencia en la prestación de los servicios del Spa.

4.2.1.7 Suministro de agua y electricidad

Otro aspecto técnico a considerar, es el abastecimiento de servicios, para ello se pretende contar con los principales, que son:

- Luz eléctrica
- Agua potable
- Alcantarillado
- Internet

Considerando únicamente los servicios esenciales de luz y agua, se estima que los gastos por mes ascienden en promedio a \$300.00, pudiendo variar de acuerdo al consumo de los clientes y a diversas condiciones.

4.2.2 Ubicación

4.2.2.1 Macro ubicación

Se pretende que toda la infraestructura del Spa Shamánico se ubique en el sector Ricpamba, Cantón Riobamba provincia de Chimborazo, en un terreno de 750 metros cuadrados cuya ubicación se ilustra en la siguiente figura:

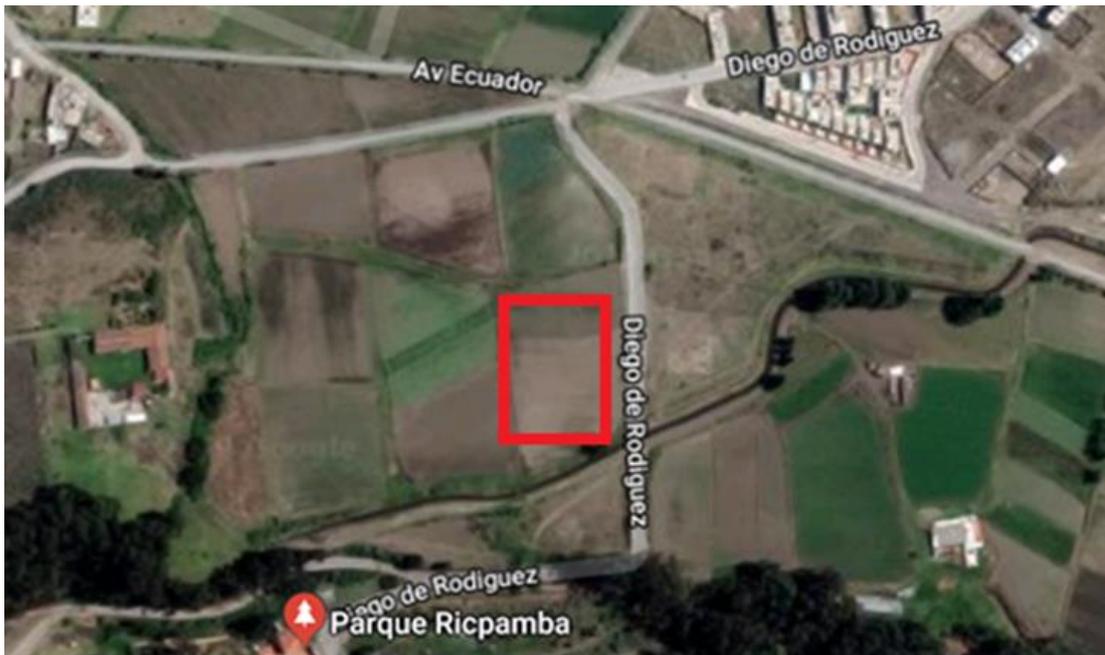


Ilustración 4-11: Macro ubicación del Spa Shamánico

Fuente: Google maps, 2023

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.



Ilustración 4-12: Delimitación de áreas del Spa

Fuente: Google maps, 2023

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

El terreno disponible ofrece una extensión de 750 metros cuadrados para la construcción y adaptación de todos los elementos necesarios para el spa Shamánico. El area de color azul corresponde al area administrativa, el area de color rojo corresponde al area comercial en donde se toma en cuenta el area de recepcion y el parqueadero y por ultimo el area de mayor tamaño corresponde al area productiva en donde abarca todos los servicios que se van a ofrecer en el spa.

4.2.2.2 Micro ubicación

Una vez definido el terreno con la ubicación específica del proyecto, es necesario realizar un análisis de los sectores más cercanos con algunas características específicas, tal y como se presenta en la tabla siguiente, esto con el fin de justificar la Macro ubicación y tomar la decisión final de la elección el proyecto:

Tabla 4-24: Matriz comparativa de macro localización

Factores \ Lugar	Macaji	Ricpamba	Lican	San Andrés (Vía Quito)	Vía Guano	Ponderación sobre 5
<i>Ruido vehicular</i>	2	4	1	1	1	4
<i>Afluencia de personas</i>	4	4	4	4	3	4
<i>Conocimiento del sitio</i>	3	3	3	3	3	3
<i>Seguridad del sector</i>	3	3	3	3	3	4
<i>Accesibilidad</i>	5	5	5	5	5	5
<i>Servicios públicos</i>	5	5	5	5	5	5
Total	22	24	21	21	20	

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La tabla proporcionada presenta una comparación de los diferentes lugares que se contemplaron inicialmente para la ubicación del proyecto (Macaji, Ricpamba, Lican, San Andrés (Vía Quito), Vía Guano) en términos de varios factores relevantes para el proyecto de determinación de la factibilidad para la implementación de un Spa Shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Los factores analizados incluyen ruido vehicular, afluencia de personas, conocimiento del sitio, seguridad del sector, accesibilidad y servicios públicos. Cada factor se evalúa en una escala de 1 a 5, siendo 5 el valor más alto.

En términos de ruido vehicular, se observa que Macaji y Lican obtienen una calificación baja de 1, lo que sugiere que estos lugares tienen menos ruido generado por vehículos. Ricpamba obtiene una calificación más alta de 4, lo que indica una mayor presencia de ruido vehicular en comparación con los otros lugares evaluados.

En cuanto a la afluencia de personas, todos los lugares obtienen una calificación alta de 4, lo que sugiere que estos sitios son frecuentados por un número considerable de personas, lo cual puede ser beneficioso para la implementación de un Spa Shamánico, ya que existe una demanda potencial de servicios en estas áreas.

El conocimiento del sitio se evalúa de manera similar en todos los lugares, obteniendo una calificación promedio de 3. Esto implica que los residentes y visitantes de estos lugares tienen un nivel moderado de conocimiento sobre la existencia y la ubicación del spa propuesto.

En términos de seguridad del sector, todos los lugares obtienen una calificación de 3, lo que sugiere un nivel moderado de seguridad en estas áreas. Esto implica que se debe considerar la implementación de medidas de seguridad adicionales para garantizar la tranquilidad y el bienestar de los clientes en el Spa Shamánico.

La accesibilidad y los servicios públicos se evalúan con la calificación más alta de 5 para todos los lugares. Esto indica que estos lugares son fácilmente accesibles y cuentan con servicios públicos adecuados, lo cual es favorable para la implementación del spa, ya que los clientes pueden llegar fácilmente y disfrutar de los servicios requeridos.

Al analizar los puntajes totales, Ricpamba obtiene la calificación más alta de 24, seguido de Macaji, Lican, San Andrés (Vía Quito) y Vía Guano, todos ellos con calificaciones similares en el rango de 20 a 22.

Al considerar los factores analizados en la tabla, Ricpamba parece ser el lugar más favorable para la implementación de un Spa Shamánico en la ciudad de Riobamba, debido a su menor ruido vehicular, alta afluencia de personas, conocimiento del sitio moderado, seguridad del sector moderada y excelente accesibilidad y servicios públicos. Sin embargo, es importante realizar un análisis más detallado y considerar otros factores relevantes antes de tomar una decisión final sobre la ubicación del spa.

4.2.2.3 Diseño Arquitectónico

En el proceso de concepción del Spa shamánico YURAK SAMAY, la fase de diseño arquitectónico emerge como un elemento fundamental, delineando meticulosamente los planos arquitectónicos que servirán como la estructura visual y funcional del proyecto. Este conjunto de planos abarca tanto la perspectiva isométrica como la vista superior general, proporcionando una representación integral de todas las áreas que componen este santuario de bienestar.

Cada línea, cada dimensión y cada detalle de los planos se han concebido con precisión, dando forma a un diseño que busca no solo la funcionalidad óptima, sino también una experiencia estética única en el contexto del Spa shamánico YURAK SAMAY.

Bajo esta introducción se concibe la siguiente distribución de la infraestructura del Spa como se muestra en la ilustración:



Ilustración 4-13: Planos del Spa Shamánico

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

La infraestructura y los planos arquitectónicos del Spa shamánico YURAK SAMAY fueron desarrollados con el objetivo de optimizar al máximo el terreno. Cada elemento de la estructura fue planificado para aprovechar eficientemente el espacio disponible, garantizando una distribución funcional y armoniosa de todas las áreas.

La disposición estratégica de cada instalación, desde las salas de tratamiento hasta las zonas de relajación, se diseñó considerando no solo la eficiencia operativa, sino también la integración armónica con el entorno natural circundante. Este enfoque riguroso en la optimización del terreno asegura no solo un uso eficiente del espacio, sino también una experiencia completa y armoniosa para los visitantes del Spa.

4.2.3 Recursos humanos

Contar con activos e inmuebles es muy importante para el funcionamiento de todas las empresas, sin embargo, el elemento más importante es el capital humano y como la administración lo sepa gestionar.

Este proyecto pretende contar inicialmente con los profesionales que se detallan en la tabla siguiente:

Tabla 4-25: Recursos humanos necesarios

CARGO	CANTIDAD	TIPO DE MANO DE OBRA
Masajista	1	Directa
Experto en baños de arcilla	1	Directa
Shamán	1	Directa
Conserje	1	Directa
Sanador	1	Directa
Jefe de mantenimiento y limpieza	1	Indirecta

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

El personal de recursos humanos mencionado en la tabla desempeña roles clave en el funcionamiento y éxito del Spa. Cada uno de ellos aporta habilidades y conocimientos específicos que contribuyen a brindar servicios de calidad y a mantener las operaciones del establecimiento en óptimas condiciones. A continuación, se analiza la importancia de cada cargo:

El masajista es fundamental para realizar los diferentes tipos de masajes y terapias corporales ofrecidos en el Spa. Su conocimiento en técnicas de masaje, anatomía y bienestar físico permite brindar alivio del estrés, relajación muscular y mejorar la circulación sanguínea de los clientes. Este especialista se encarga de realizar los tratamientos de baños de arcilla, los cuales tienen propiedades terapéuticas y purificadoras para la piel. Su experiencia y conocimiento en el uso adecuado de la arcilla garantizan los beneficios y resultados óptimos para los clientes.

El shamán desempeña un papel importante en un Spa shamánico, ya que se encarga de guiar y facilitar las ceremonias y rituales espirituales. Su sabiduría, conexión con la naturaleza y conocimientos ancestrales aportan un enfoque holístico y espiritual a los tratamientos ofrecidos, creando una experiencia única y enriquecedora para los clientes.

El conserje es la cara amigable del Spa y se encarga de recibir a los clientes, brindar información sobre los servicios y gestionar las citas y reservas. Su atención al cliente, habilidades de comunicación y capacidad para resolver problemas contribuyen a crear una experiencia acogedora y satisfactoria desde el primer contacto con el establecimiento.

El sanador se enfoca en terapias energéticas y técnicas de sanación para equilibrar el cuerpo y la mente de los clientes. Su presencia y habilidades en el manejo de energías ayudan a promover el bienestar emocional y espiritual, complementando los tratamientos físicos y brindando un enfoque integral en el Spa.

Aunque se trata de un cargo indirecto, el jefe de mantenimiento y limpieza desempeña un papel fundamental en el cuidado y la higiene del Spa. Se encarga de supervisar la limpieza de las instalaciones, el mantenimiento de equipos y la gestión de suministros, asegurando un entorno limpio, seguro y acogedor para los clientes y el personal.

En conjunto, este equipo de recursos humanos brinda la experiencia y el conocimiento necesarios para ofrecer tratamientos especializados, mantener la calidad de los servicios y crear un ambiente armonioso en el Spa. Su presencia asegura que los clientes reciban atención personalizada, profesionalismo y cuidado durante su visita, lo que contribuye a la satisfacción y fidelización de los clientes, así como al éxito general del Spa.

Una vez que se ha determinado el personal necesario para llevar a cabo el estudio, resulta fundamental evaluar una serie de características que deben cumplir y contribuir al mismo. Estas características abarcan diversos aspectos, como la formación académica requerida, la capacitación

específica, el dominio de idiomas y otras habilidades necesarias para llevar a cabo eficientemente las tareas asignadas.

A continuación, se presenta una tabla resumiendo estas características esenciales:

Tabla 4-26: Características de los recursos humanos

CARGO	Perfiles especializados	Experiencia y formación	Disponibilidad de personal	Capacitación y desarrollo	Aptitudes interpersonales	Idiomas y multiculturalidad	Ética y profesionalismo	Retención de talento
Masajista	Experto en técnicas de masaje, anatomía y bienestar físico	Certificación en masaje terapéutico	Suficiente personal para cubrir la demanda	Actualización constante en nuevas técnicas de masaje	Excelente habilidad de escucha y empatía	Dominio de varios idiomas para atender a clientes internacionales	Compromiso con la privacidad y el respeto al cliente	Proporcionar beneficios y oportunidades de crecimiento
Experto en baños de arcilla	Experiencia en el uso adecuado de la arcilla y sus propiedades terapéuticas	Formación en terapias de arcilla y cuidado de la piel	Suficiente personal para cubrir la demanda	Actualización en nuevas investigaciones y beneficios de la arcilla	Habilidad para comunicarse de manera clara y efectiva	Conocimiento básico de diferentes culturas y sus prácticas de cuidado de la piel	Ética profesional en el manejo de productos y atención personalizada	Proporcionar un ambiente de trabajo satisfactorio y reconocimiento por su experiencia
Shamán	Conocimientos ancestrales, sabiduría y conexión con la naturaleza	Formación en rituales y ceremonias espirituales	Suficiente personal para cubrir la demanda	Participación en retiros y programas de desarrollo espiritual	Habilidad para establecer una conexión profunda con los clientes	Conocimiento de diferentes tradiciones espirituales y culturas	Respeto y confidencialidad en el tratamiento espiritual	Proporcionar un entorno de trabajo espiritualmente enriquecedor y apoyo emocional
Conserje	Experiencia en servicio al cliente y gestión de reservas	Capacitación en protocolos de atención al cliente	Suficiente personal para cubrir los horarios de atención	Entrenamiento en habilidades de comunicación y resolución de problemas	Excelente capacidad para establecer relaciones interpersonales	Dominio de varios idiomas para atender a clientes internacionales	Profesionalismo en el trato con los clientes y el personal	Proporcionar un ambiente de trabajo acogedor y oportunidades de crecimiento
Sanador	Experiencia en terapias energéticas y técnicas de sanación	Formación en terapias alternativas y equilibrio emocional	Suficiente personal para cubrir la demanda	Participación en cursos y talleres de desarrollo personal	Habilidad para crear un ambiente seguro y de confianza	Sensibilidad hacia diferentes culturas y creencias	Ética en la práctica de terapias y confidencialidad	Proporcionar un ambiente de trabajo armonioso y apoyo en el crecimiento personal
Jefe de mantenimiento y limpieza	Experiencia en mantenimiento y gestión de suministros	Conocimiento en el mantenimiento de equipos de spa	Suficiente personal para cubrir las necesidades de limpieza	Capacitación en normas de higiene y seguridad	Habilidad para trabajar en equipo y supervisar al personal de limpieza	Dominio básico de idiomas para comunicarse con el personal	Responsabilidad y compromiso con el cuidado de las instalaciones	Proporcionar un ambiente de trabajo seguro y reconocimiento por su labor

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Cada cargo requiere experiencia, formación y habilidades específicas, así como una ética profesional y un compromiso con la satisfacción del cliente. La retención de talento es importante para mantener a un equipo cualificado y brindar servicios de calidad en el spa.

4.2.4 Riesgos

4.2.4.1 Flujo de procesos

Una vez que se han establecido los aspectos materiales, se han definido las especificaciones de los servicios que el spa pretende ofrecer y se ha contextualizado al personal que colaborará en él, resulta esencial elaborar de manera precisa el diagrama de flujo de los procesos.

Esto permitirá evaluar los posibles riesgos asociados al funcionamiento de la empresa en su conjunto.

A continuación, se presenta de forma resumida la figura que ilustra el diagrama de flujo de los procesos del spa shamánico:

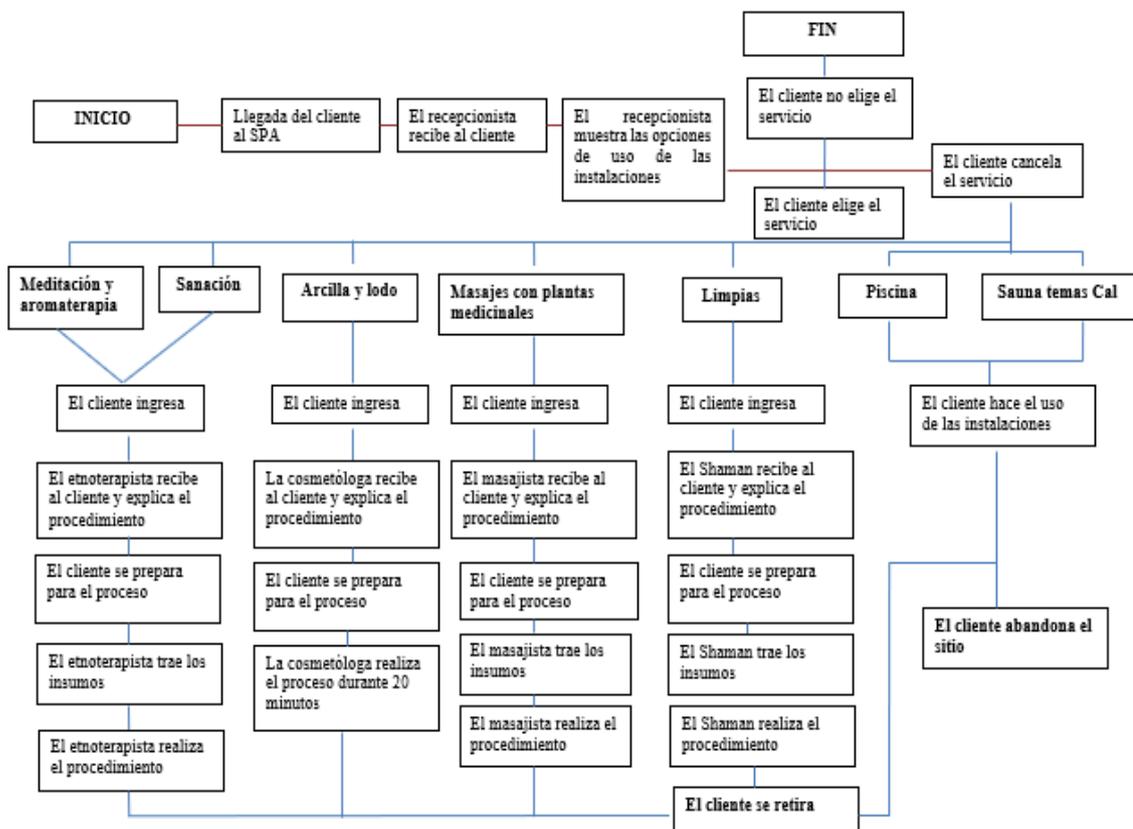


Ilustración 4-14: Flujo de procesos del spa

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

El flujograma de procesos representa de manera clara las etapas que ocurren en el spa desde el inicio hasta la salida del cliente. A continuación, se explica detalladamente cada paso:

1. INICIO: Este es el punto de partida del proceso, donde se da la bienvenida al cliente al spa.
2. Llegada del cliente al spa: El cliente llega al establecimiento y se dirige a la recepción.
3. El recepcionista recibe al cliente: El personal de recepción saluda al cliente y lo atiende de manera amable y cortés.
4. El recepcionista muestra las opciones de uso de las instalaciones: El recepcionista proporciona al cliente información detallada sobre las distintas opciones de servicios disponibles en el spa, como meditación y aromaterapia, sanación con arcilla y lodo, masajes con plantas medicinales y limpieas con el Shamán.
5. El cliente no elige servicio - FIN: En caso de que el cliente no elija ningún servicio en particular, el proceso llega a su fin y se le permite abandonar el spa.
6. El cliente elige el servicio: Si el cliente decide elegir uno de los servicios ofrecidos, avanza al siguiente paso.
7. Cancela el servicio e ingresa a los servicios de: En este punto, el cliente tiene la opción de cancelar el servicio elegido y pasar a utilizar otros servicios adicionales que se mencionan a continuación:
 - a. Meditación y aromaterapia: Se brinda al cliente una experiencia de meditación combinada con el uso de aromaterapia.
 - b. Sanación con arcilla y lodo: El cliente tiene la oportunidad de recibir un tratamiento de sanación utilizando arcilla y lodo.
 - c. Masajes con plantas medicinales: Se ofrecen masajes terapéuticos utilizando plantas medicinales para brindar al cliente relajación y bienestar.
 - d. Limpieas con el Shamán: El cliente puede optar por recibir limpieas espirituales realizadas por un Shamán.
8. Estos servicios son brindados por personal profesional especializado: Cada uno de los servicios mencionados es proporcionado por profesionales especializados en su área correspondiente, garantizando un servicio de calidad y bienestar para el cliente.
9. El cliente también puede hacer uso de las instalaciones de piscina y termas antes de retirarse y abandonar el spa: Además de los servicios específicos, el cliente tiene la opción de disfrutar de las instalaciones de piscina y termas antes de finalizar su visita al spa.

El flujograma de procesos muestra claramente la secuencia de eventos desde la llegada del cliente hasta su salida del spa, brindando opciones de servicios y la posibilidad de utilizar las instalaciones para una experiencia completa de relajación y bienestar.

4.2.4.2 Evaluación de riesgos

Para elaborar una matriz de evaluación de riesgos, es necesario seguir los siguientes pasos:



Ilustración 4-15: Pasos para la elaboración de la matriz de riesgos del Spa

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Analizando el contexto de la investigación, se ha podido identificar varios riesgos, mismos que se han agrupado en categorías por un mejor entendimiento:

Riesgo legal y regulatorio

- Cumplimiento de normativas y regulaciones locales: Existe el riesgo de no cumplir con los requisitos legales y regulatorios específicos para la operación de un spa shamánico en Riobamba. Esto podría llevar a sanciones legales, multas o incluso al cierre del negocio si no se cumplen los estándares requeridos.

- Permisos y licencias requeridas: Obtener los permisos y licencias necesarios para operar el spa shamánico puede ser un desafío. Existe el riesgo de demoras en el proceso de obtención de los permisos, lo que podría retrasar la apertura del negocio y generar pérdidas financieras.
- Responsabilidad legal y aspectos de seguros: Existe el riesgo de enfrentar demandas o reclamaciones legales por parte de los clientes en caso de lesiones o daños durante las terapias. Además, es importante contar con un seguro adecuado que cubra posibles contingencias y proteja tanto a los clientes como al negocio en caso de cualquier eventualidad.

Riesgo de mercado:

- Demanda y competencia en el área: Existe el riesgo de que la demanda de servicios de spa shamánico en Riobamba no sea suficiente para mantener el negocio rentable. Además, la presencia de competidores en el área podría dificultar la captación de clientes y generar una disminución en los ingresos.
- Aceptación del concepto de spa shamánico en la comunidad: Existe el riesgo de que la comunidad de Riobamba no esté familiarizada o no acepte el concepto de spa shamánico. Esto podría dificultar la captación de clientes locales y limitar el potencial de crecimiento del negocio.
- Potencial de crecimiento y rentabilidad: Existe el riesgo de que el spa shamánico no logre alcanzar los niveles de rentabilidad esperados debido a una demanda insuficiente, altos costos operativos o dificultades para atraer y retener a los clientes. Esto podría afectar la viabilidad a largo plazo del negocio.

Riesgo financiero:

- Inversión inicial requerida: Existe el riesgo de que la inversión inicial necesaria para establecer el spa shamánico sea mayor de lo esperado, lo que podría generar dificultades financieras y afectar la disponibilidad de fondos para otras áreas del negocio.
- Costos operativos y de mantenimiento: Existe el riesgo de que los costos operativos, como el pago de salarios, alquiler, suministros y publicidad, sean más altos de lo previsto. Además, los costos de mantenimiento del spa y la reposición de productos pueden representar una carga financiera adicional.

- Retorno de la inversión y tiempo de recuperación: Existe el riesgo de que el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial sea más prolongado de lo anticipado. Esto puede generar presión financiera y dificultades para mantener la rentabilidad del negocio a corto plazo. Además, las proyecciones de ingresos pueden no cumplirse, lo que afectaría el retorno de la inversión y la estabilidad financiera del spa shamánico.

Riesgo de recursos humanos:

- Disponibilidad de personal capacitado en terapias shamánicas: Existe el riesgo de no encontrar suficientes profesionales capacitados en terapias shamánicas en la zona de Riobamba. Esto podría dificultar la contratación de personal cualificado y comprometer la calidad de los servicios ofrecidos.
- Costos y retención del personal especializado: Existe el riesgo de que los costos asociados a la contratación y retención de personal especializado en terapias shamánicas sean elevados. Además, si no se brindan oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional, podría haber una alta rotación de personal, lo que afectaría la consistencia y la calidad de los servicios.
- Capacidad para mantener la calidad de los servicios: Existe el riesgo de que la capacidad del personal para mantener la calidad de los servicios de spa shamánico no sea suficiente. Esto podría llevar a una disminución de la satisfacción del cliente y afectar la reputación del spa, lo que a su vez podría impactar negativamente en la demanda de servicios.

Riesgo de ubicación:

- Accesibilidad y visibilidad del lugar: Existe el riesgo de que la ubicación elegida para el spa shamánico no sea accesible o no tenga suficiente visibilidad. Esto podría dificultar la atracción de clientes y limitar el alcance del negocio.
- Demanda turística en la ciudad y proximidad a atracciones turísticas: Existe el riesgo de que la demanda turística en la ciudad de Riobamba sea insuficiente para mantener un flujo constante de clientes al spa shamánico. Además, la falta de proximidad a atracciones turísticas populares podría limitar la capacidad de atraer turistas ajenos a la zona.
- Disponibilidad de infraestructura y servicios necesarios: Existe el riesgo de que la ubicación no cuente con la infraestructura y los servicios necesarios para el correcto

funcionamiento del spa shamánico. Esto podría afectar la comodidad de los clientes y generar dificultades en la operación diaria del negocio.

Riesgo de salud y seguridad:

- Medidas de seguridad para los clientes durante las terapias: Existe el riesgo de que las medidas de seguridad para los clientes durante las terapias sean insuficientes o inadecuadas. Esto podría aumentar el riesgo de lesiones o accidentes y generar responsabilidades legales para el spa.
- Cumplimiento de estándares de higiene y limpieza: Existe el riesgo de que no se cumplan los estándares de higiene y limpieza requeridos en un spa shamánico. Esto podría comprometer la salud de los clientes y afectar la reputación del negocio.
- Posibles reacciones adversas o riesgos asociados a las terapias shamánicas: Existe el riesgo de que algunos clientes experimenten reacciones adversas o efectos secundarios debido a las terapias shamánicas. Es importante contar con profesionales capacitados que puedan evaluar los riesgos y brindar un entorno seguro para los clientes.

Riesgo cultural y social:

- Aceptación y respeto de la comunidad hacia las prácticas shamánicas: Existe el riesgo de que la comunidad de Riobamba no acepte o no comprenda las prácticas shamánicas, lo que podría generar rechazo falta de demanda por parte de la comunidad local.
- Posibles conflictos culturales o religiosos: Existe el riesgo de que las prácticas shamánicas puedan entrar en conflicto con las creencias culturales o religiosas de la comunidad. Esto podría generar tensiones o controversias que afecten la imagen y reputación del spa shamánico.
- Sostenibilidad y preservación de la cultura local: Existe el riesgo de que el desarrollo del spa shamánico pueda tener un impacto negativo en la preservación de la cultura local. Es importante considerar la sostenibilidad y la responsabilidad cultural al implementar las prácticas shamánicas, asegurando el respeto y la colaboración con la comunidad local para evitar impactos negativos.

Una vez identificados y clasificados los principales riesgos, se ha llevado a cabo la calificación de los mismos. Esta evaluación se ha basado en el criterio y la experiencia del investigador,

respaldados por un exhaustivo estudio de campo y una comprensión profunda de la realidad del proyecto. Los riesgos identificados se han agrupado y resumido en una matriz que evalúa el nivel de riesgo utilizando criterios de alto, medio y bajo. Además, se han propuesto acciones y medidas para mitigar cada uno de estos riesgos.

El propósito de esta matriz de evaluación de riesgos es brindar una visión clara y concisa de los riesgos asociados a la implementación del proyecto de un spa shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Al clasificarlos en términos de alto, medio y bajo, se puede priorizar y asignar recursos adecuados para su mitigación.

Es importante destacar que esta matriz se ha desarrollado de manera cuidadosa y rigurosa, utilizando la información obtenida durante el estudio de campo y considerando las particularidades y características propias del proyecto. El objetivo es proporcionar una herramienta útil y efectiva para la toma de decisiones informadas y la gestión de riesgos de manera proactiva. A continuación, se presenta la matriz de evaluación de riesgos, donde se muestra la calificación de los riesgos y las acciones propuestas para mitigarlos:

Tabla 4-27: Matriz de clasificación de riesgos

CATEGORÍA	RIESGO	PROBABILIDAD E IMPACTO	NIVEL DE RIESGO	MEDIDAS DE CONTROL
Riesgo legal y regulatorio	Cumplimiento de normativas y regulaciones locales	Media	Medio	Mantenerse actualizado sobre las normativas locales, contratar asesoría legal, obtener y renovar los permisos y licencias necesarios
	Permisos y licencias requeridas	Baja	Bajo	Realizar los trámites necesarios para obtener los permisos y licencias requeridos
	Responsabilidad legal y aspectos de seguros	Alta	Alto	Contratar seguros adecuados para cubrir posibles responsabilidades, seguir buenas prácticas y garantizar un ambiente seguro para los clientes
Riesgo de mercado	Demanda y competencia en el área	Media	Medio	Realizar análisis de mercado, estudiar la competencia, desarrollar estrategias de marketing para atraer y retener clientes
	Aceptación del concepto de spa shamánico en la comunidad:	Baja	Bajo	Realizar campañas de concientización y promoción para aumentar la aceptación y comprensión del concepto de spa shamánico en la comunidad
	Potencial de crecimiento y rentabilidad	Alta	Alto	Realizar análisis financiero, desarrollar planes de negocio sólidos, identificar oportunidades de crecimiento y optimizar la rentabilidad
Riesgo financiero	Inversión inicial requerida	Alta	Alto	Realizar un análisis financiero exhaustivo, obtener financiamiento adecuado, gestionar eficientemente los recursos financieros
	Costos operativos y de mantenimiento	Media	Medio	Establecer un presupuesto adecuado, controlar y optimizar los costos operativos, realizar un mantenimiento regular y preventivo de las instalaciones
	Retorno de la inversión y tiempo de recuperación	Media	Medio	Establecer metas financieras realistas, monitorear el flujo de efectivo, evaluar periódicamente el retorno de la inversión
Riesgo de recursos humanos	Disponibilidad de personal capacitado en terapias shamánicas	Baja	Bajo	Realizar una búsqueda exhaustiva de personal capacitado, ofrecer programas de capacitación y desarrollo profesional
	Costos y retención del personal especializado	Media	Medio	Ofrecer salarios y beneficios competitivos, crear un ambiente de trabajo positivo, implementar estrategias de retención de talento

	Capacidad para mantener la calidad de los servicios	Alta	Alto	Establecer protocolos de calidad, realizar evaluaciones periódicas del desempeño, ofrecer capacitación continua
Riesgo de ubicación	Accesibilidad y visibilidad del lugar	Media	Medio	Elegir una ubicación estratégica, garantizar una buena señalización, implementar estrategias de marketing para aumentar la visibilidad
	Demanda turística en la ciudad y proximidad a atracciones turísticas	Alta	Alto	Realizar estudios de mercado para evaluar la demanda turística, elegir una ubicación cerca de atracciones turísticas populares, establecer alianzas con empresas locales para promover el turismo
	Disponibilidad de infraestructura y servicios necesarios	Media	Medio	Verificar la disponibilidad de infraestructura y servicios necesarios (agua, electricidad, acceso a Internet, etc.), realizar inspecciones de la infraestructura existente y planificar adecuadamente las necesidades de infraestructura
Riesgo de salud y seguridad	Medidas de seguridad para los clientes durante las terapias	Alta	Alto	Implementar protocolos de seguridad para proteger a los clientes durante las terapias, capacitar al personal en primeros auxilios y técnicas de seguridad, contar con un equipo de respuesta en caso de emergencias
	Cumplimiento de estándares de higiene y limpieza	Alta	Alto	Establecer y mantener altos estándares de higiene y limpieza, implementar protocolos de limpieza regular, capacitación del personal en prácticas de higiene
	Posibles reacciones adversas o riesgos asociados a las terapias shamánicas	Media	Medio	Realizar evaluaciones de riesgo para identificar posibles reacciones adversas, obtener el consentimiento informado de los clientes, contar con personal capacitado para manejar situaciones de emergencia
Riesgo cultural y social	Aceptación y respeto de la comunidad hacia las prácticas shamánicas	Media	Medio	Establecer relaciones con la comunidad local, educar y sensibilizar sobre las prácticas shamánicas, fomentar el respeto y la comprensión mutua
	Posibles conflictos culturales o religiosos	Baja	Bajo	Promover el diálogo y el entendimiento entre diferentes culturas y religiones, respetar las creencias y prácticas de la comunidad local
	Sostenibilidad y preservación de la cultura local	Media	Medio	Implementar prácticas sostenibles en las operaciones del spa, promover la valoración y preservación de la cultura local, apoyar iniciativas comunitarias y proyectos de desarrollo sostenible

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Cabe mencionar que la probabilidad, el impacto y el nivel de riesgo son calificaciones generales y pueden variar en función de las circunstancias específicas del spa shamánico. Además, las medidas de control propuestas son ejemplos y se deben adaptar a las necesidades y características del negocio. Es importante realizar una evaluación continua de riesgos y actualizar las medidas de control según sea necesario.

4.3 Estructurar la viabilidad legal, administrativa y ambiental de la potencial empresa

4.3.1 Estudio legal

El presente estudio legal tiene como objetivo analizar los aspectos jurídicos relevantes para la constitución de una sociedad por acciones simplificadas (SAS) el spa shamánico en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Para ello se han tomado en cuenta las disposiciones establecidas por el Servicio de Rentas Internas (SRI), la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y el Ministerio de Turismo.

4.3.1.1 Constitución de una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS)

La elección de una SAS como forma jurídica para el spa shamánico proporciona flexibilidad y simplicidad en la estructura societaria. El nombre designado para el SPA, para su constitución formal es YURAK SAMAY.

Se recomienda seguir los siguientes pasos para la constitución de la SAS:

- a) Redacción y presentación de la escritura pública de constitución: Debe elaborarse una escritura pública que contenga los estatutos de la sociedad, donde se especifiquen los detalles sobre su objeto social, estructura de gobierno, aportes de los accionistas y demás cláusulas pertinentes.
- b) Registro de la sociedad en la Superintendencia de Compañías: La SAS debe ser registrada ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, presentando la escritura pública de constitución y cumpliendo con los requisitos establecidos por la normativa vigente.
- c) Obtención del RUC y cumplimiento de obligaciones tributarias: Es necesario obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) y cumplir con

las obligaciones tributarias correspondientes, como la emisión de facturas electrónicas y la presentación de declaraciones fiscales.

Cabe recalcar que, para la construcción legal del spa bajo esta figura jurídica, no es necesario la cancelación de rubros, salvo que se necesite de un asesoramiento profesional a elección de la administración del Spa, pero absolutamente todos los pasos y requisitos para la constitución de una compañía por acciones simplificada se encuentra detallado en la página de la superintendencia de compañías.

4.3.1.2 Cumplimiento con el Servicio de Rentas Internas

El spa Shamánico YURAK SAMAY, al constituirse como una figura con personería jurídica, deberá cumplir con las regulaciones establecidas por el SRI, las cuales incluyen:

- a) Registro de la actividad económica: La sociedad debe registrar la actividad económica específica relacionada con los servicios del spa shamánico, de acuerdo con la clasificación establecida por el SRI.
- b) Emisión de comprobantes de venta: El spa shamánico deberá emitir comprobantes de venta electrónicos o físicos, según lo dispuesto por el SRI, para documentar las transacciones realizadas con los clientes.
- c) Declaración y pago de impuestos: La sociedad debe cumplir con las obligaciones tributarias establecidas por el SRI, presentando las declaraciones y pagos correspondientes dentro de los plazos establecidos.

Para esto, es requisito previo la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

4.3.1.3 Cumplimiento con la Superintendencia de Compañías

La sociedad debe cumplir con las disposiciones y regulaciones establecidas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que incluyen:

- a) Presentación de informes anuales: La sociedad deberá presentar informes anuales ante la Superintendencia de Compañías, proporcionando información financiera y societaria actualizada.

b) Cumplimiento de requisitos de capital mínimo: Se deben cumplir con los requisitos de capital mínimo establecidos por la Superintendencia de Compañías para la constitución y operación de la SAS.

Como se mencionó anteriormente, para establecer legalmente el spa, es necesario realizar los trámites correspondientes ante las autoridades regulatorias. Esto implica registrar la empresa y cumplir con las normativas establecidas por dicho ente. Además, se requiere presentar informes periódicos y cumplir con las disposiciones y regulaciones establecidas por esta entidad.

4.3.1.4 Cumplimiento con el Ministerio de Turismo

El spa shamánico YURAK SAMAY debe cumplir con las regulaciones establecidas por el Ministerio de Turismo, que incluyen:

a) Registro y obtención de licencias: La sociedad debe registrarse ante el Ministerio de Turismo y obtener las licencias y autorizaciones necesarias para operar como un spa shamánico, cumpliendo con los requisitos específicos establecidos por el Ministerio.

b) Cumplimiento de normativas turísticas: El spa shamánico debe cumplir con las normativas turísticas vigentes, que incluyen aspectos relacionados con la calidad de los servicios, la seguridad de los clientes y el cumplimiento de los estándares establecidos para este tipo de establecimiento.

c) Promoción y difusión turística: La sociedad debe participar activamente en la promoción y difusión turística de sus servicios, colaborando con el Ministerio de Turismo en la promoción de destinos turísticos y actividades relacionadas con el spa shamánico.

Finalmente se recalca que es importante realizar los trámites necesarios para la constitución de la SAS, obtener el RUC, cumplir con las obligaciones tributarias, registrar la actividad económica y emitir comprobantes de venta. Asimismo, se deben cumplir los requisitos de capital mínimo, presentar informes anuales ante la Superintendencia de Compañías y obtener las licencias y autorizaciones correspondientes del Ministerio de Turismo.

Se recomienda contar con el asesoramiento legal adecuado y realizar un seguimiento continuo de las regulaciones y normativas actualizadas para garantizar el cumplimiento de todas las obligaciones legales y operar en conformidad con las disposiciones aplicables.

Además, hay que mencionar que, dentro de la obtención y cumplimiento con estos principales órganos de control, se deben sumar tramites generales, como obtención de patentes, permisos de funcionamiento, permisos de bomberos y demás, de acuerdo con las normas dl territorio, municipalidad y gobierno provincial.

4.3.2 *Estudio administrativo*

En el presente estudio administrativo YURAK SAMAY, se aborda el análisis de los aspectos clave relacionados con la gestión y operación del Spa Shamánico, ubicado en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Se examinan diversas áreas de la administración, como la organización interna, recursos humanos, procesos operativos y sistemas de control, con el objetivo de asegurar un funcionamiento eficiente y efectivo del spa.

4.3.2.1 *Organización Interna*

En esta sección se describirá la estructura organizativa del Spa Shamánico, considerando los siguientes aspectos:

Jerarquía y comunicación: Se establecerán canales de comunicación claros y eficientes, fomentando una comunicación fluida entre los diferentes niveles jerárquicos y áreas del spa. Se promoverá un ambiente de trabajo colaborativo y se implementarán reuniones periódicas para la toma de decisiones y la resolución de problemas.

Se ha considerado, sugerir la siguiente estructura organizacional para el spa Shamánico YURAK SAMAY:

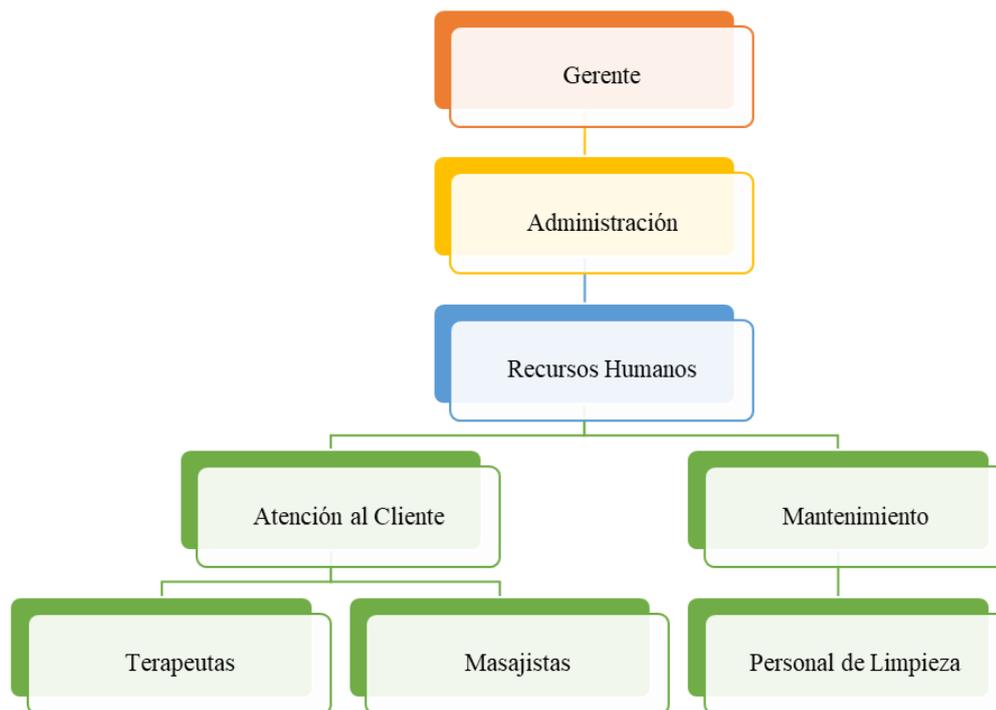


Ilustración 4-16: Organigrama del Spa Shamánico Yurak Samay

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Este organigrama muestra la estructura jerárquica y funcional del Spa Shamánico. Los propietarios del spa están en la parte superior, seguidos por el gerente, quien se encarga de la dirección general del proyecto.

La administración ocupa un puesto clave y se encarga de supervisar y coordinar los diferentes departamentos. Dentro de la administración, se encuentran áreas como recursos humanos, encargada de la gestión del personal, y atención al cliente, responsable de brindar un servicio de calidad a los visitantes.

El equipo de recursos humanos se encarga de la contratación, capacitación y evaluación del personal del spa. El departamento de mantenimiento se encarga del cuidado y mantenimiento de las instalaciones y equipos.

Además, se cuenta con terapeutas y masajistas altamente capacitados para brindar los servicios especializados del spa. También se incluye al personal de limpieza, encargado de mantener un ambiente limpio y acogedor para los clientes.

Es importante tener en cuenta que este es solo un ejemplo de organigrama y que la estructura exacta puede variar según las necesidades y particularidades del Spa Shamánico.

Definición de funciones y responsabilidades: Conocida ya la estructura formal del Spa y se pueden establecer claramente las funciones y responsabilidades de cada miembro del personal, incluyendo los roles de dirección, administración, atención al cliente, servicios de spa, mantenimiento, entre otros. Esto puede permitir una distribución eficiente del trabajo y una mejor coordinación entre los equipos.

A continuación, se presenta un cuadro que resume las funciones y responsabilidades de cada puesto en el organigrama del Spa Shamánico:

Tabla 4-28: Funciones y responsabilidades generales del personal del spa

Puesto	Definición de Funciones y Responsabilidades
Propietarios	<ul style="list-style-type: none"> • Responsables de la dirección estratégica y toma de decisiones del Spa Shamánico. • Establecen los objetivos generales del spa y supervisan su cumplimiento. • Toman decisiones financieras y de inversión. • Garantizan el cumplimiento de las regulaciones y normativas establecidas.
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Dirige y supervisa todas las operaciones del spa. • Coordina los diferentes departamentos y equipos. • Elabora y ejecuta planes estratégicos para el crecimiento y desarrollo del spa. • Gestiona el presupuesto y recursos del spa. • Se encarga de mantener altos estándares de calidad en los servicios ofrecidos.
Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa el funcionamiento general del spa. • Realiza tareas administrativas y de gestión, como elaboración de informes, control de inventario y presupuesto. • Coordina y facilita la comunicación entre los diferentes departamentos. • Implementa políticas y procedimientos para optimizar la eficiencia del spa.
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Gestiona el proceso de selección y contratación de personal. • Se encarga del desarrollo y capacitación del personal del spa. • Administra los aspectos relacionados con la compensación y beneficios de los empleados. • Promueve un ambiente laboral positivo y fomenta el trabajo en equipo.
Atención al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Brinda un servicio de atención al cliente de alta calidad y personalizado. • Recibe a los clientes, proporciona información sobre los servicios ofrecidos y gestiona las citas y reservas. • Responde a consultas y quejas de los clientes de manera efectiva y satisfactoria. • Garantiza una experiencia placentera para los clientes.
Mantenimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga del mantenimiento general de las instalaciones y equipos del spa. • Realiza labores de limpieza y orden en las áreas comunes y privadas. • Verifica el buen funcionamiento de los equipos y realiza reparaciones básicas cuando sea necesario. • Garantiza un ambiente limpio, seguro y acogedor para los clientes y el personal.
Terapeutas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizan terapias y tratamientos especializados en el spa, como masajes, baños de arcilla y técnicas de sanación. • Aplican conocimientos en técnicas de spa y bienestar físico para brindar servicios de alta calidad a los clientes. • Mantienen un trato amable y profesional con los clientes, asegurando su bienestar y satisfacción.

Masajistas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizan diferentes tipos de masajes y terapias corporales ofrecidos en el spa. • Aplican técnicas de masaje, anatomía y bienestar físico para brindar alivio del estrés y mejorar la circulación sanguínea de los clientes. • Garantizan la comodidad y satisfacción de los clientes durante las sesiones de masaje.
Personal de Limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de mantener la limpieza y orden en todas las áreas del spa, incluyendo salas de terapia, vestuarios, baños y áreas comunes. • Realiza la limpieza y desinfección de superficies y equipos según los estándares establecidos. • Reposición de suministros y productos de limpieza. • Contribuye a crear un ambiente limpio, seguro y acogedor para los clientes y el personal del spa.

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Vale la pena recalcar que, estas funciones son las principales de cada puesto de trabajo y que pueden variar e incrementar, se acuerdo a las necesidades del Spa.

4.3.2.2 *Recursos Humanos*

Ya se ha mencionado antes que el recurso humano, en estos días, es considerado el recurso máspreciado de las empresas; esto debido a que el contar con colaboradores internos leales a los procesos y comprometidos en trabajar por el bienestar y el cumplimiento de metas organizacionales, con una comunicación adecuada y velando por el desarrollo conjunto, puede ser un factor clave para el éxito de cualquier negocio.

Dado que el Spa debe contar con un personal adecuado, la correcta gestión del talento humano juega un papel sumamente importante, y por ello es necesario considerar aspectos relacionados con la gestión del personal del Spa Shamánico, tales como:

Proceso de selección y contratación: Se establecerá un proceso de selección riguroso para garantizar la contratación de profesionales altamente capacitados en terapias de spa, masajes y atención al cliente. Se considerarán criterios como la formación académica, la experiencia previa y las habilidades interpersonales.

Este proceso, se puede llevar de una manera más eficiente si se siguen los siguientes pasos:



Ilustración 4-17: Proceso de selección y contratación del personal del spa

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

En la etapa inicial de Anuncio y difusión de la oferta de empleo, se elabora un anuncio claro y detallado sobre el puesto vacante en el Spa Shamánico. Se especifican los requisitos y responsabilidades del cargo, y se utiliza una variedad de canales, como plataformas de empleo, redes sociales y contactos personales, para difundir la oferta y atraer candidatos potenciales.

Luego se realiza la recepción y evaluación de currículums, donde se reciben y revisan los currículums enviados por los candidatos interesados. Se realiza una evaluación inicial para identificar aquellos que cumplen con los requisitos mínimos establecidos. Se examina la formación académica, la experiencia laboral y las habilidades de cada candidato, buscando aquellos que se ajusten mejor al perfil buscado.

Seguidamente, se llevan a cabo las entrevistas con los candidatos preseleccionados. Se realizan preguntas relacionadas con la experiencia en terapias de spa, conocimientos técnicos, habilidades interpersonales y capacidad para trabajar en equipo. También se pueden realizar pruebas prácticas para evaluar las habilidades técnicas de los candidatos. Las entrevistas permiten conocer más a fondo a los candidatos y evaluar su idoneidad para el puesto. El diseño de las pruebas de esta etapa va a depender de las necesidades, habilidades del reclutador y por supuesto de la realidad de la empresa.

Posteriormente se realiza la verificación de referencias, contactando a las referencias proporcionadas por los candidatos para obtener información adicional sobre su desempeño laboral anterior y su idoneidad para el puesto. Se verifica la veracidad de la información proporcionada en el currículum y se obtienen referencias sobre el desempeño y las habilidades del candidato. Esta verificación ayuda a confirmar la información y a obtener una visión más completa del candidato.

Casi en instancias finales, se realiza una evaluación exhaustiva de todos los candidatos considerando las competencias técnicas, habilidades interpersonales y su capacidad de adaptación al entorno del spa. Se comparan y analizan las fortalezas y debilidades de los candidatos para tomar una decisión informada. Se selecciona al candidato más adecuado para el puesto, teniendo en cuenta la calidad del servicio, la experiencia y el perfil requerido.

Y, por último, se oferta de empleo y proceso de contratación, donde se realiza una oferta formal de empleo al candidato seleccionado. Se detallan las condiciones laborales, salario, horarios y responsabilidades del puesto. También se llevan a cabo los trámites administrativos necesarios para formalizar la contratación, como la elaboración de contratos y la coordinación con el departamento de recursos humanos. Se asegura que todo el proceso de contratación se realice de manera transparente y respetando las regulaciones laborales vigentes.

Se debe mencionar que es importante llevar a cabo el proceso de selección y contratación con transparencia, equidad y respeto hacia los candidatos, asegurando la confidencialidad de la información personal y garantizando que se cumplan las regulaciones laborales vigentes.

Capacitación y desarrollo: Se implementará un plan de capacitación continuo para el personal, con el objetivo de actualizar sus conocimientos en técnicas de spa, tendencias del mercado, atención al cliente y aspectos relacionados con la salud y seguridad. Esto garantizará la prestación de servicios de alta calidad y la satisfacción de los clientes.

Para que el plan de capacitación continuo del Spa Shamánico tenga éxito adecuado, se deben seguir los siguientes pasos:

1. Identificación de necesidades de capacitación: Realizar una evaluación de las habilidades, conocimientos y competencias actuales del personal del spa. Identificar las áreas de mejora y las necesidades de capacitación específicas para cada puesto.

2. **Diseño del programa de capacitación:** Desarrollar un programa de capacitación que aborde las necesidades identificadas. Incluir una combinación de capacitación teórica y práctica, adaptada a cada puesto y considerando las técnicas y terapias específicas del spa.
3. **Capacitación técnica:** Brindar capacitación en técnicas de masaje, terapias corporales, uso adecuado de productos y equipos, así como en otras habilidades específicas requeridas para cada puesto. Esto garantizará que el personal esté actualizado y pueda brindar servicios de calidad.
4. **Habilidades interpersonales y servicio al cliente:** Proporcionar capacitación en habilidades de comunicación, atención al cliente, resolución de conflictos y trabajo en equipo. Esto ayudará al personal a interactuar de manera efectiva con los clientes, brindar un servicio excepcional y crear un ambiente acogedor y armonioso.
5. **Desarrollo personal y crecimiento profesional:** Ofrecer oportunidades de desarrollo personal y profesional para el personal del spa. Esto puede incluir cursos de liderazgo, técnicas de relajación y bienestar, o incluso oportunidades de capacitación en terapias especializadas. Fomentar el crecimiento y la mejora continua del personal promoverá un ambiente de aprendizaje y motivación.
6. **Evaluación y seguimiento:** Realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de la capacitación y determinar si se han cumplido los objetivos. Obtener retroalimentación del personal sobre la efectividad de la capacitación y realizar ajustes si es necesario. Mantener un seguimiento constante para asegurar que el personal esté actualizado y siga brindando un servicio de calidad.
7. **Actualización constante:** Estar al tanto de las últimas tendencias y avances en el campo de los spas y bienestar. Proporcionar capacitación adicional o cursos de actualización según sea necesario para mantener al personal informado y al día en las mejores prácticas de la industria.
8. **Promoción de un ambiente de aprendizaje:** Fomentar una cultura de aprendizaje continuo en el spa. Promover la participación en conferencias, seminarios y eventos relacionados con la industria del bienestar. Establecer sesiones regulares de retroalimentación y compartir conocimientos entre el personal para fomentar el intercambio de experiencias y mejores prácticas.

Un plan de capacitación continuo garantizará que el personal del Spa Shamánico esté bien preparado, actualizado y motivado para brindar servicios de alta calidad. Esto contribuirá a la satisfacción de los clientes y al éxito general del spa.

En las etapas preliminares, se pueden sugerir los siguientes temas para la capacitación, mismos que debe adecuarse en un calendario para no congestionar al personal y organizar adecuadamente el flujo de efectivo.

Los temas tentativos, por área, de acuerdo al organigrama sugerido se resumen en la tabla siguiente:

Tabla 4-29: Temas tentativos para el plan de capacitación y desarrollo del spa

Área	Temas de capacitación
Terapeutas y Masajistas	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas avanzadas de masaje y terapias corporales. • Conocimiento y aplicación de plantas medicinales en los tratamientos. • Actualización en técnicas de relajación y bienestar físico. • Desarrollo de habilidades de comunicación y atención al cliente.
Personal de Limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de limpieza y desinfección de acuerdo con los estándares del spa. • Manejo adecuado de productos y equipos de limpieza. • Mantenimiento de un entorno seguro y acogedor para los clientes y el personal. • Conocimiento de protocolos de seguridad e higiene.
Administración y Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión eficiente de recursos y presupuesto. • Habilidades de liderazgo y gestión de equipos. • Desarrollo de habilidades de comunicación y resolución de conflictos. • Actualización en normativas laborales y regulaciones de la industria del spa.
Atención al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Excelencia en el servicio al cliente. • Habilidades de comunicación efectiva y empatía. • Manejo de situaciones difíciles y resolución de quejas. • Conocimiento de los servicios ofrecidos y capacidad para brindar recomendaciones personalizadas.
Mantenimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos del spa. • Conocimiento de sistemas de climatización y plomería. • Gestión adecuada de suministros y productos de limpieza. • Seguridad en el manejo de herramientas y equipos.

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

El calendario de capacitación puede organizarse en sesiones periódicas, tanto internas como externas, que aborden temas específicos y relevantes para cada área. También se pueden incluir oportunidades de capacitación en línea y participación en conferencias o seminarios relacionados con el bienestar y la industria del spa.

Es importante tener en cuenta que el calendario de capacitación debe ser flexible y adaptable a las necesidades cambiantes del spa y del personal. Se recomienda realizar evaluaciones periódicas para identificar las áreas de desarrollo y ajustar el plan de capacitación en consecuencia, con el objetivo de garantizar la mejora continua y la excelencia en el servicio ofrecido por el Spa Shamánico.

Evaluación del desempeño: Se establecerá un sistema de evaluación periódica del desempeño del personal, con el fin de identificar fortalezas y áreas de mejora. Se brindará retroalimentación constructiva y se establecerán metas individuales que contribuyan al crecimiento profesional de los empleados.

La evaluación de desempeño puede servir además para verificar si las capacitaciones están dando resultados y aportan a la empresa, además de medir indicadores internos de gestión, lo que por ende permite a la alta gerencia del Spa, el generar estrategias de mejora continua.

4.3.2.3 Procesos Operativos

En ítems anteriores, ya se ha desarrollado el flujograma general de procesos del Spa Shamánico, sin embargo, es imperioso considerar otros aspectos clave, que incluyen:

Gestión de citas y reservas: Se implementará un sistema de gestión de citas y reservas eficiente, que permita organizar la agenda del spa y optimizar la utilización de los recursos disponibles. Se brindará un trato personalizado al cliente, asegurando una experiencia placentera y sin contratiempos.

Control de inventario y suministros: Se establecerá un sistema de control de inventario para garantizar la disponibilidad de productos y materiales necesarios para los servicios del spa. Se llevará un registro preciso de las existencias, se establecerán niveles de reposición y se realizarán pedidos oportunos para evitar escasez o exceso de stock.

Este control de inventarios se puede llevar con tarjetas Kardex y lo óptimo, es entregar los materiales a cada responsable de su área, entregando al mismo la responsabilidad del adecuado cuidado y manejo responsable de insumos, en los procesos del Spa, así como el solicitar la requisición de los mismos cuando sea necesario.

Proceso de atención al cliente: Se definirán los estándares de atención al cliente, desde el momento de su llegada al spa hasta la finalización del servicio. Se garantizará una atención amable, respetuosa y personalizada, brindando información clara sobre los servicios ofrecidos, tiempos de espera y recomendaciones para obtener el máximo beneficio de cada terapia.

Hay que recordar, que lo que el Spa brinda, es netamente un servicio, y que se debe tratar de complacer a los clientes y tratarlos de una manera adecuada. En turismo, y en general en todas las empresas dedicadas a brindar servicios, es importante mantener un trato cordial, para que el cliente vuelva y siga consumiendo y alimentando la economía de la empresa.

4.3.2.4 Sistemas de Control

Un sistema administrativo no está completo sin que exista un sistema de control adecuado a las funciones principales de la organización.

Un sistema de control efectivo proporciona a los administradores la información necesaria para tomar decisiones informadas y corregir desviaciones o problemas en el desempeño. Sin un sistema de control adecuado, una organización puede enfrentar una serie de desafíos, como la falta de rendimiento óptimo, la falta de eficiencia, la falta de cumplimiento de los objetivos establecidos y la incapacidad para identificar y corregir problemas a tiempo.

El control se puede aplicar en diferentes áreas de la organización, como la gestión financiera, la gestión de recursos humanos, la producción y las operaciones, el marketing y las ventas, entre otros. Cada función principal de la organización requiere un sistema de control específico y adaptado a sus necesidades y objetivos. El control también ayuda a establecer estándares y criterios de desempeño, medir el progreso hacia esos estándares y detectar cualquier desviación significativa. Esto permite a los administradores identificar áreas de mejora, implementar acciones correctivas y tomar decisiones estratégicas para optimizar el desempeño general de la organización.

Como sugerencia inicial, se propone tener especial cuidado con:

Control financiero: Se llevará a cabo una gestión financiera adecuada, mediante la implementación de sistemas de registro y control de ingresos y gastos. Se realizarán análisis periódicos de los estados financieros, buscando identificar áreas de mejora y optimización de recursos.

El control financiero puede darse antes del ejercicio económico, con la elaboración de presupuestos y después del ejercicio, con análisis de ratios financieros y estudios comparativos de los balances principales.

Control de calidad: Se establecerán estándares de calidad para los servicios del spa, que incluirán protocolos de higiene y sanitización, evaluación de la satisfacción del cliente y seguimiento de las recomendaciones recibidas. Se realizarán auditorías internas periódicas para asegurar el cumplimiento de los estándares establecidos.

Para garantizar un alto nivel de calidad en los servicios ofrecidos por el Spa Shamánico YURAK SAMAY, se puede implementar un sistema de control de calidad integral. A continuación, se detallan los elementos clave de este sistema:



Ilustración 4-18: Elementos clave del sistema de control de calidad integral del spa

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

El sistema de control de calidad debe ser flexible y adaptarse a las necesidades específicas del Spa Shamánico YURAK SAMAY. Es fundamental contar con el compromiso y la participación de todo el personal para garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad y ofrecer una experiencia excepcional a los clientes.

Evaluación de la competencia: Se llevará a cabo un análisis de la competencia en el mercado de spas y bienestar, con el fin de identificar fortalezas y debilidades de otros establecimientos similares. Esto permitirá tomar decisiones estratégicas y adaptar los servicios ofrecidos para diferenciarse y mantenerse competitivos.

Aunque en instancias iniciales, ya se ha desarrollado un análisis de la competencia, este aspecto no debe descuidarse, debido a que pueden surgir cambios en el mercado que alteren a los principales competidores, y que por ende afecten el desarrollo de las actividades del spa.

Existen varias razones por las cuales el análisis de la competencia debe ser un proceso continuo y no solo limitado a las etapas iniciales:

Los mercados son altamente cambiantes y pueden verse afectados por una serie de factores externos, como avances tecnológicos, cambios en las preferencias de los consumidores, nuevas regulaciones o incluso eventos inesperados como una pandemia. Estos cambios pueden impactar directamente a los competidores y, por lo tanto, es esencial mantenerse actualizado sobre cualquier cambio en el mercado que pueda afectar las actividades del spa.

Aunque se haya realizado un análisis de la competencia en las etapas iniciales, es posible que surjan nuevos competidores en el mercado en cualquier momento. Estos competidores pueden introducir productos o servicios innovadores, estrategias de marketing agresivas o incluso precios más bajos. Mantenerse al tanto de la entrada de nuevos competidores permite al spa tomar medidas proactivas para mantener su ventaja competitiva y adaptarse a los cambios en el mercado. Incluso los competidores existentes pueden realizar cambios en sus estrategias, productos o servicios a lo largo del tiempo. Pueden lanzar nuevas líneas de productos, mejorar su calidad o realizar inversiones en marketing para captar más clientes. Estar al tanto de las acciones de los competidores existentes es esencial para evaluar constantemente la posición competitiva del spa y ajustar las estrategias en consecuencia.

El análisis continuo de la competencia no solo ayuda a identificar amenazas, sino también oportunidades. Al monitorear a los competidores, es posible identificar brechas en el mercado que

pueden ser aprovechadas por el spa. Estas oportunidades pueden surgir debido a cambios en la estrategia de los competidores, una insatisfacción de los clientes con sus productos o servicios, o nuevas tendencias emergentes que aún no han sido explotadas.

Aunque el análisis de la competencia se realice en las etapas iniciales del desarrollo del spa, es esencial que se mantenga como un proceso continuo. Los cambios en el mercado y en los competidores pueden tener un impacto significativo en las actividades del spa, tanto en términos de amenazas como de oportunidades. Mantenerse actualizado y adaptarse a estos cambios permitirá al spa mantener su ventaja competitiva y asegurar su éxito a largo plazo.

Con una adecuada gestión administrativa, el Spa Shamánico estará preparado para brindar servicios de bienestar de calidad, satisfaciendo las necesidades de sus clientes y contribuyendo al desarrollo del sector turístico en la región.

4.3.3 *Estudio ambiental*

4.3.3.1 *Identificación de aspectos ambientales*

Durante esta etapa, se han identificado los siguientes aspectos ambientales relacionados con el proyecto del Spa Shamánico en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, mismos que incluyen el estudio del aire, el impacto en flora y fauna y el suelo.

En lo referente al aire se señala:

- Usos de aromatizantes
- Limpieza de las áreas del SPA
- Mal manejo de desechos

Por otra parte, en lo que refiere a la flora y fauna:

- Ingreso excesivo de clientes
- Uso excesivo de plantas

Finalmente, en lo que concierne al suelo se identifica:

- Parqueadero de vehículos de clientes

4.3.3.2 *Evaluación de impactos ambientales*

La evaluación de impactos ambientales para la implementación del Spa Shamánico YURAK SAMAY en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, ha identificado varios aspectos que pueden tener impactos negativos en el medio ambiente.

En primera instancia el uso de aromatizantes y productos químicos en la limpieza puede contribuir a la contaminación del aire, lo cual es perjudicial tanto para los visitantes como para el entorno. Estos productos pueden liberar sustancias nocivas y afectar la calidad del aire interior y exterior del spa. Al reconocer este posible impacto negativo, es importante tomar medidas para mitigarlo. La instalación de un sistema de purificación de aire ayudará a eliminar partículas y contaminantes, mejorando así la calidad del aire y proporcionando un ambiente saludable para los clientes y el personal.

Por otra parte, el mal manejo de los desechos puede generar malos olores y afectar la calidad del aire. Es fundamental implementar un sistema eficiente de gestión de desechos que incluya la separación adecuada de los residuos y su correcta disposición. Esto evitará la acumulación de residuos y minimizará el impacto negativo en la calidad del aire.

Así también, el alto flujo de clientes puede tener un impacto negativo en la flora y fauna del entorno. La presencia constante de personas puede perturbar los ecosistemas sensibles y afectar a las especies locales. Para mitigar este impacto, es necesario establecer límites en el ingreso de clientes y llevar un registro de visitantes para controlar y regular la cantidad de personas en el espacio. Además, es importante desarrollar un plan de manejo sostenible de las plantas, utilizando especies autóctonas y estableciendo técnicas de riego eficiente para preservar la biodiversidad local.

Además, el parqueo de vehículos puede causar erosión del suelo, especialmente si no se toman las medidas adecuadas. La erosión del suelo puede tener efectos perjudiciales en la calidad del suelo y en los ecosistemas cercanos. Para prevenir esto, es recomendable adoquinar el área de parqueo con materiales permeables que permitan la infiltración del agua y reduzcan el riesgo de erosión. Además, se deben implementar medidas de control de sedimentos durante la construcción y mantenimiento de las áreas de parqueo para evitar que los sedimentos lleguen a las fuentes de agua cercanas.

Esta evaluación de impactos ambientales permite identificar los aspectos que podrían generar impactos negativos en el medio ambiente y sugiere medidas de mitigación para minimizar dichos impactos. Al implementar estas acciones, se busca garantizar una operación sostenible y responsable del Spa Shamánico YURAK SAMAY, preservando el equilibrio ambiental en la Ciudad de Riobamba.

4.3.3.3 Propuesta de medidas de mitigación

Las medidas de mitigación propuestas son efectivas y beneficiosas para el desarrollo sostenible y la operación adecuada del spa Shamánico.

Analizando los aspectos ambientales y el impacto que estos pueden causar, se pueden sugerir, medidas, tales como:

Instalación de un purificador de aire: Un purificador de aire puede ayudar a mejorar la calidad del aire interior del spa al eliminar partículas suspendidas, alérgenos y contaminantes. Esto es especialmente importante en un entorno donde los clientes buscan relajación y bienestar. Un ambiente interior limpio y saludable contribuye a la satisfacción de los clientes y promueve un ambiente de trabajo saludable para el personal.

Uso de materiales de limpieza naturales: El uso de materiales de limpieza naturales, como productos biodegradables y libres de químicos tóxicos, ayuda a reducir la exposición a sustancias dañinas para la salud y el medio ambiente. Esto es coherente con la filosofía de bienestar y cuidado personal que suelen buscar los clientes en un spa. Además, promueve prácticas sostenibles y responsables con el entorno.

Implementación de puntos ecológicos para la gestión adecuada de desechos: Los puntos ecológicos, como contenedores de reciclaje y compostaje, facilitan la separación y gestión adecuada de los desechos generados en el spa. Fomentar la reducción, reutilización y reciclaje de materiales ayuda a minimizar el impacto ambiental y promover la sostenibilidad.

Limitación del ingreso de clientes y registro de visitantes: Estas medidas contribuyen a mantener un control adecuado sobre el número de personas presentes en el spa en un momento dado. Limitar la capacidad de clientes garantiza un ambiente más tranquilo y relajado para aquellos que están disfrutando de los servicios. Además, el registro de visitantes puede ser útil

para rastrear la demanda y los patrones de uso, lo que permite una mejor planificación y gestión de los recursos.

Desarrollo de un plan de uso sostenible de recursos naturales: Un plan de uso sostenible de recursos naturales implica adoptar prácticas responsables para reducir el consumo de agua, energía y otros recursos naturales. Por ejemplo, la instalación de sistemas de iluminación eficientes, el uso de equipos energéticamente eficientes y la implementación de políticas de ahorro de agua pueden tener un impacto significativo en la reducción de costos operativos y en la huella ambiental del spa.

Adoquinado del área de parqueo para prevenir la erosión del suelo: El adoquinado del área de parqueo es una medida eficaz para evitar la erosión del suelo debido al tráfico vehicular y las condiciones climáticas. Además de prevenir la degradación del suelo, esto contribuye a mantener un entorno limpio y atractivo para los visitantes.

En conjunto, estas medidas de mitigación contribuyen a la creación de un entorno más saludable, sostenible y agradable tanto para los clientes como para el personal del spa. Además, promueven una imagen positiva del spa como una organización comprometida con la responsabilidad ambiental y el bienestar de sus clientes.

4.3.3.4 Plan de monitoreo ambiental

El objetivo del plan de monitoreo ambiental es evaluar continuamente los impactos ambientales del Spa Shamánico YURAK SAMAY y verificar la efectividad de las medidas de mitigación implementadas. A continuación, se detallan las actividades a llevar a cabo:

Calidad del aire:

- Realizar mediciones periódicas de la calidad del aire dentro y en áreas cercanas al spa. Se deben considerar parámetros como la concentración de gases contaminantes y partículas en suspensión.
- Registrar los resultados de las mediciones y compararlos con los estándares ambientales aplicables.
- En caso de que los niveles de contaminación superen los límites permitidos, se deben tomar medidas correctivas, como revisar los sistemas de purificación de aire y ajustar las prácticas de limpieza.

Calidad del agua:

- Realizar análisis periódicos de la calidad del agua utilizada en el spa, tanto para consumo interno como para uso en tratamientos y servicios.
- Evaluar parámetros como la potabilidad, pH, turbidez y presencia de contaminantes químicos y microbiológicos.
- Mantener registros de los resultados de los análisis y asegurarse de que cumplan con los estándares de calidad establecidos por las autoridades competentes.

Flora y fauna:

- Realizar monitoreo de la flora y fauna presentes en áreas cercanas al spa, especialmente en aquellos espacios sensibles o con mayor biodiversidad.
- Identificar y registrar las especies presentes, su estado de conservación y posibles cambios en su comportamiento.
- En caso de detectar impactos negativos en la flora y fauna, como disminución de poblaciones o alteraciones en los ecosistemas, se deben tomar medidas correctivas y ajustar las prácticas del spa para minimizar estos efectos.

Gestión de residuos:

- Monitorear la gestión de residuos generados en el spa, asegurando una correcta separación, clasificación y disposición final de los mismos.
- Realizar auditorías periódicas para evaluar el cumplimiento de las medidas de gestión de residuos establecidas.
- Implementar acciones correctivas en caso de incumplimiento o identificación de oportunidades de mejora.

Consumo de recursos naturales:

- Registrar y monitorear el consumo de recursos naturales, como agua y energía, utilizados en las operaciones del spa.
- Establecer metas de reducción del consumo y realizar seguimiento periódico para evaluar el progreso y ajustar las prácticas en caso necesario.

Comunicación y participación:

- Fomentar la comunicación con las autoridades ambientales, la comunidad local y los clientes para informar sobre las acciones de monitoreo ambiental y recibir retroalimentación.

- Realizar encuestas de satisfacción y comentarios para evaluar la percepción de los clientes en relación con las prácticas ambientales del spa.

Informe de monitoreo:

- Elaborar informes periódicos que resuman los resultados del monitoreo ambiental y las acciones tomadas en respuesta a los hallazgos.
- Comunicar los resultados del monitoreo y las mejoras implementadas a las partes interesadas relevantes.

El plan de monitoreo ambiental debe ser revisado y actualizado periódicamente para garantizar su pertinencia y efectividad. La información recopilada a través del monitoreo será invaluable para la toma de decisiones informadas y la mejora continua de las prácticas ambientales del Spa Shamánico YURAK SAMAY.

4.3.3.5 Ajustes y mejoras

Tras realizar el estudio ambiental y evaluar los posibles impactos ambientales del proyecto, se han identificado algunos aspectos que requieren ajustes y mejoras para garantizar la protección del medio ambiente y la sostenibilidad del spa.

En la tabla que se presenta a continuación, se detallan los ajustes y mejoras propuestas:

Tabla 4-30: Ajustes y mejoras al estudio ambiental del spa

ASPECTO	AJUSTE	MEJORA
<i>Aire</i>	Realizar un seguimiento continuo de la calidad del aire dentro del spa y en áreas cercanas para evaluar la efectividad del sistema de purificación de aire. En caso de detectar niveles de contaminación elevados, se deben tomar medidas correctivas adicionales, como la implementación de tecnologías más avanzadas de filtración de aire.	Promover prácticas de limpieza ecológicas y el uso exclusivo de productos de limpieza naturales y biodegradables. Además, se debe capacitar al personal en el uso adecuado de estos productos y en la importancia de mantener una buena calidad del aire.
<i>Flora y fauna</i>	Establecer programas de monitoreo más rigurosos para evaluar el impacto del ingreso de clientes en áreas sensibles. Esto permitirá realizar ajustes en la capacidad de carga del spa y tomar medidas para minimizar la perturbación a la flora y fauna local.	Implementar actividades de educación ambiental dirigidas a los clientes, destacando la importancia de respetar la biodiversidad y el entorno natural. Esto ayudará a crear conciencia y promover comportamientos responsables entre los visitantes.
<i>Suelo</i>	Realizar una evaluación adicional de la permeabilidad del suelo en el área de parqueo y considerar la instalación de sistemas de drenaje sostenible para reducir el riesgo de erosión.	Implementar prácticas de construcción sostenibles, como la reducción del área de parqueo y la incorporación de áreas verdes, para minimizar la necesidad de pavimentación y preservar la calidad del suelo.
<i>Gestión de residuos</i>	Evaluar periódicamente el sistema de gestión de residuos para identificar oportunidades de mejora y garantizar su cumplimiento. Realizar auditorías internas y externas para verificar el cumplimiento de las normativas y estándares ambientales	Promover el reciclaje y la reutilización de materiales dentro del spa, estableciendo programas de separación de residuos más eficientes y proporcionando capacitación continua al personal sobre la importancia de una adecuada gestión de los desechos.
<i>Consumo de recursos naturales</i>	Implementar un sistema de seguimiento y control del consumo de agua y energía, estableciendo metas de reducción y evaluando periódicamente el progreso. Considerar la implementación de tecnologías más eficientes en términos de consumo de recursos.	Sensibilizar al personal y a los clientes sobre la importancia de un uso responsable de los recursos naturales, mediante la difusión de información y la promoción de prácticas sostenibles, como el apagado de luces y equipos cuando no estén en uso.

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Estos ajustes y mejoras permitirán fortalecer el enfoque ambiental del Spa Shamánico YURAK SAMAY, asegurando que se cumplan los estándares ambientales y fomentando una gestión sostenible. Es importante realizar un seguimiento constante de las mejoras implementadas y evaluar su impacto para garantizar la protección del medio ambiente a largo plazo.

4.3.3.6 Aspectos negativos del estudio ambiental

Finalmente, en la siguiente tabla se resume los impactos negativos identificados durante el estudio ambiental del Spa Shamánico YURAK SAMAY. Se han categorizado en tres áreas: aire, flora y fauna, y suelo. Cada actividad que puede ocasionar daños ha sido detallada, junto con el daño ocasionado y las correspondientes medidas de mitigación propuestas.

Además, se han indicado los requerimientos específicos para implementar estas medidas, como la instalación de purificadores de aire, el uso de materiales de limpieza naturales, la implementación de puntos ecológicos para la basura, la limitación del ingreso de clientes mediante hojas de registro, el desarrollo de un plan para el uso sostenible de los recursos y la necesidad de adoquinar el área de parqueo.

Estas medidas buscan minimizar los impactos negativos y promover una gestión ambiental responsable en el spa. Es importante considerar que los requerimientos pueden variar según las regulaciones locales y que contar con personal capacitado en cada área será fundamental para implementar las medidas de mitigación de manera efectiva.

Tabla 4-31: Impactos negativos del estudio ambiental

Actividades que ocasionan daños	Daño ocasionado	Medidas de mitigación	Requerimientos		
			Materiales e insumos	Activo fijo	Talento humano
AIRE					

Usos de aromatizantes	Enfermedades respiratorias	Instalar purificadores de aire		Purificador de aire	Técnico
Limpieza de las áreas del SPA	Contaminación al aire	Reducir el uso de químicos en la limpieza	Materiales de limpieza naturales		
Mal manejo de desechos	Malos olores	Implementar puntos ecológicos para la basura		Tachos ecológicos	
FLORA Y FAUNA					
Ingreso excesivo de clientes	Deterioro del hábitat	Limitar el ingreso de clientes	Hojas de registro	Equipos de cómputo	Cajero
Uso excesivo de plantas	Uso inadecuado de los recursos	Elaborar un plan para el uso sostenible de los recursos			Técnico
SUELO					
Parqueadero de vehículos de clientes	Erosión del suelo	Adoquinar el área de parqueo		Construcciones	Maestro de obra

Realizado por: Huilcarema, F., 2023.

Es fundamental reconocer la importancia de considerar la variabilidad de los requisitos en función de las especificaciones y regulaciones locales. Este aspecto se torna aún más crucial en el contexto de la implementación de medidas de mitigación. Para asegurar una ejecución efectiva de estas acciones, se recomienda encarecidamente contar con un equipo de profesionales debidamente capacitados en cada área relevante.

En primer lugar, es vital comprender que las exigencias y normativas pueden diferir de un lugar a otro, incluso dentro del mismo país o región. Esto implica que no existe una solución única y universal para abordar los desafíos relacionados con la mitigación. Por lo tanto, es esencial que se realice una evaluación exhaustiva de las regulaciones locales aplicables en cada ubicación específica donde se pretenda llevar a cabo medidas de mitigación. Esto asegurará que las acciones emprendidas cumplan con los estándares legales y técnicos establecidos en esa área geográfica.

Además, la implementación exitosa de medidas de mitigación implica la coordinación y colaboración de expertos en diversas disciplinas. Cada uno de estos profesionales debe estar debidamente formado y capacitado para abordar los desafíos específicos relacionados con su campo de conocimiento. Esta capacitación no solo se refiere a la adquisición de habilidades técnicas, sino también a la comprensión de las particularidades y necesidades de la ubicación local en la que se trabaja.

Por ejemplo, en el ámbito de la mitigación de desastres naturales, es esencial contar con geólogos y sismólogos para evaluar la vulnerabilidad sísmica de un lugar, ingenieros estructurales para diseñar edificaciones resistentes a terremotos, y expertos en gestión de emergencias para desarrollar planes de respuesta efectivos. Cada uno de estos profesionales debe estar al tanto de las regulaciones locales y trabajar en conjunto para garantizar que las medidas de mitigación se ajusten a las normativas específicas de la región.

4.3.3.7 Modelo Lázaro Lagos

Para fortalecer de manera más sólida el estudio ambiental, se presenta un levantamiento preliminar de la matriz de evaluación de impacto ambiental basado en el Modelo Matriz Lázaro Lagos, específicamente diseñado para el proyecto del nuevo spa "YURAK SAMAY". Esta matriz se ha concebido como una herramienta inicial cuyo propósito es identificar y comprender de manera anticipada los potenciales impactos ambientales que podrían surgir a raíz de las actividades contempladas en el desarrollo del spa, tal como se ha detallado en párrafos anteriores.

Es de relevante importancia señalar que este levantamiento tiene un carácter general, y su ulterior desarrollo en profundidad, así como la cuantificación y el análisis minucioso de los impactos, deberá ser abordado por un ingeniero ambiental con la capacitación y competencias necesarias.

El objetivo primordial de esta primera aproximación es proporcionar un marco inicial que sirva como guía en el proceso de evaluación ambiental detallada. Esto subraya la esencial necesidad de contar con un experto en el campo de la ingeniería ambiental, quien será el encargado de llevar a cabo una evaluación precisa y exhaustiva. Siguiendo esta premisa, y en línea con la información previamente expuesta, a continuación, se presentan los datos correspondientes a este levantamiento preliminar de la matriz de evaluación de impacto ambiental:

Tabla 4-32: Matriz Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES					IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	Usos de aromatizantes	Limpieza de las áreas	Parqueadero de	Ingreso excesivo de	Uso excesivo de plantas		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el	10. Ponderación
A. AIRE	X	X				+Enfermedades respiratorias	+	3	2	C	Sc	1	3	C	S	6
	X	X				+Contaminación del aire	+	3	2	C	Sc	1	3	C	S	6
		X				- Malos olores	+	3	2	C	Sc	1	3	C	S	6
			X			+Contaminación al aire	+	3	2	C	Sc	1	3	C	S	6
		X				- Mal manejo de desechos	+	3	2	C	Sc	1	3	C	S	6
		X				+ Malos olores	+	3	2	C	Sc	1	3	C	S	6
B. SUELO			X			- Erosión del suelo	-	3	1	C	Pr	2	2	M	S	3
			X			-Contaminación del suelo	-	3	1	C	Pr	2	2	M	S	3
			X			- Pérdida de calidad del suelo	-	3	1	C	Pr	2	2	M	S	3
C. AGUA																
D. FLORA Y FAUNA				X	X	- Uso inadecuado de los recursos	-	2	1	D	Sc	2	2	M	S	2

D. FLORA Y FAUNA:

Ingreso excesivo de clientes: Este impacto se ha calificado como negativo (-) en términos de naturaleza, indicando un impacto adverso en la flora y fauna, específicamente debido al uso inadecuado de los recursos. La magnitud se califica como moderada. La importancia se ha calificado como baja. La certeza es D, con un rango de probabilidad del 50 al 75%. Se clasifica como impacto secundario (Sc), ya que es una consecuencia indirecta de la actividad principal. La reversibilidad se ha evaluado como 2, lo que significa que es reversible. La duración se estima a mediano plazo, con un tiempo en aparecer de M. Este impacto ha sido considerado en el proyecto (S). La ponderación total de los criterios es 2.

En conclusión, este levantamiento preliminar de la matriz de evaluación de impacto ambiental ofrece una visión general de los posibles impactos ambientales que pueden surgir en el proyecto del spa "YURAK SAMAY". Los resultados revelan tanto impactos positivos como negativos en varios componentes ambientales.

Es fundamental recordar que este levantamiento constituye una etapa inicial y que se requiere una evaluación más profunda y cuantitativa por parte de un ingeniero ambiental cualificado para obtener una comprensión precisa y completa de los impactos.

Este enfoque resalta la importancia de contar con un experto en la materia para garantizar que el proyecto se desarrolle de manera sostenible y con el menor impacto ambiental posible.

4.4 Realizar el análisis de viabilidad económica y financiera

Una vez identificados los factores claves, así como recursos materiales y humanos que necesita el proyecto para la implementación, es necesario asignar los valores económicos, para de esta manera adecuar todas las necesidades y traducirlas a unidades monetarias.

4.4.1 Resumen de inversión

4.4.1.1 Activos Fijos

Tabla 4-33: Activos Fijos

Activo	Cantidad	Costo unitario	Total inversión
Terreno			\$ 112.500,00
Área de recepción	75	\$ 150,00	\$ 11.250,00
Área administrativa	25	\$ 150,00	\$ 3.750,00
Área productiva	650	\$ 150,00	\$ 97.500,00
Edificios y construcciones			\$ 225.000,00
Área de recepción	75	\$ 300,00	\$ 22.500,00
Área administrativa	25	\$ 300,00	\$ 7.500,00
Área productiva	650	\$ 300,00	\$ 195.000,00
Equipo de oficina			\$ 705,50
Teléfono fijo	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Teléfono celular	1	\$ 76,00	\$ 76,00
Cafetera	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Tv	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Canastillas	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Calculadora	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Grapadora	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Perforadora	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Quita grapas	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Reloj	1	\$ 9,00	\$ 9,00
Floreros	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Equipo de cómputo			\$ 1.350,00
Computadora	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Impresora + copiadora	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Maquinaria y equipos			\$ 830,00
Flotadores	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Tablas	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Vaporizador	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Purificador de aire	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Muebles y enseres			\$ 1.999,00
Escritorio	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Sillones	3	\$ 48,00	\$ 144,00
Camillas	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sillas sencillas	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Sillas de visita	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Sillas ejecutivas	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Juego de sala de espera	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Archivador	2	\$ 100,00	\$ 200,00

Anaqueles	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Estante	5	\$ 20,00	\$ 100,00
		TOTAL	\$ 342.384,50

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.1.2 Activos Diferidos

Tabla 4-34: Activos Diferidos

Resumen activos diferidos					
Denominación	Área comercial	Área administrativa	Área productiva	Área de mitigación	Total
Publicidad	\$ 4.395,67				\$ 4.395,67
Gastos de constitución y adecuación		\$ 5.189,00			\$ 5.189,00
Total	\$ 4.395,67	\$ 5.189,00			\$ 9.584,67

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.1.3 Resumen de Costos y Gastos

Tabla 4-35: Costos y Gastos

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS						
DENOMINACIÓN	ÁREA COMERCIAL		ÁREA ADMINISTRATIVA		ÁREA PRODUCTIVA	TOTAL
Sueldos y Salarios	\$ 7.523,05	\$ 16.529,90		\$ 45.138,30		\$ 69.191,25
Mano de obra directa	\$ 7.523,04	\$ 16.529,90		\$ 37.615,25		\$ 61.668,19
Mano de obra indirecta				\$ 7.523,04		\$ 7.523,04
Materiales e insumos				\$ 7.558,00		\$ 7.558,00
Promoción y publicidad		\$ 3.480,00				\$ 3.480,00
Servicios básicos				\$ 5.820,00		\$ 5.820,00
Permisos y patentes durante el funcionamiento		\$ 573,90				\$ 573,90
Total	\$ 15.046,09	\$ 37.113,70		\$ 103.654,59		\$ 155.814,38

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.1.4 Análisis de inversión

Tabla 4-36: Análisis de Inversión

Análisis de inversiones	
Denominación	Total
Activos fijos	\$ 342.384,50
Terreno	\$ 112.500,00
Edificación y construcciones	\$ 262.500,00
Equipo de oficina	\$ 705,50
Equipo de computo	\$ 1.350,00
Maquinaria y equipo	\$ 830,00
Muebles y enseres	\$ 1.999,00
Activos diferidos	\$ 9.584,67
Publicidad	\$ 4.395,67
Gastos de contitucion y adecuacion	\$ 5.189,00
Capital de trabajo para 4 meses	\$ 155.814,38
Sueldos y Salarios	69191,25
Mano de obra directa	61668,19
Mano de obra indirecta	7523,04
Materiales e insumos	7558
Promoción y publicidad	3480
Servicios básicos	5820
Permisos y patentes durante el funcionamiento	573,9
Total	\$ 507.783,55

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.1.5 Usos y fuentes de Financiamiento

Tabla 4-37: Usos y Fuentes

Usos y fuentes de financiamiento			
Denominación	Usos	Fuentes de financiamiento	
		Recursos propios	Préstamo
Activos fijos	\$ 342.384,50	\$ 242.384,50	\$ 100.000,00
Terreno	\$ 112.500,00	\$ 47.500,00	\$ 50.000,00
Edificación y construcciones	\$ 262.500,00	\$ 212.500,00	\$ 50.000,00
Equipo de oficina	\$ 705,50	\$ 705,50	

Equipo de computo	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	
Maquinaria y equipo	\$ 830,00	\$ 830,00	
Muebles y enseres	\$ 1.999,00	\$ 1.999,00	
Activos diferidos	\$ 9.584,67	\$ 9.584,67	
Publicidad	\$ 4.395,67	\$ 4.395,67	
Gastos de contitucion y adecuacion	\$ 5.189,00	\$ 5.189,00	
Capital de trabajo para 4 meses	\$ 155.814,38	\$ 155.814,38	
Sueldos y Salarios	\$ 69.191,25	\$ 64.191,25	
Mano de obra directa	\$ 61.668,19	\$ 56.668,19	
Mano de obra indirecta	\$ 7.523,04	\$ 7.523,04	
Materiales e insumos	\$ 7.558,00	\$ 7.558,00	
Promoción y publicidad	\$ 3.480,00	\$ 3.480,00	
Servicios básicos	\$ 5.820,00	\$ 5.820,00	
Permisos y patentes durante el funcionamiento	\$ 573,90	\$ 573,90	
Total	507.783,55	\$ 407.783,55	\$ 100.000,00

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.1.6 Cálculo del pago de la deuda

Tabla 4-38: Pago de la Deuda

CÁLCULO DEL PAGO DE LA DEUDA					
AÑO	PRÉSTAMO	PAGO DEL CAPITAL	SALDO	INTERESES (5%)	CUOTA ANUAL DE PAGO
2024	\$ 100.000,00	\$ 20.000,00	\$ 80.000,00	\$ 5.000,00	\$ 25.000,00
2025	\$ 80.000,00	\$ 20.000,00	\$ 60.000,00	\$ 4.000,00	\$ 24.000,00
2026	\$ 60.000,00	\$ 20.000,00	\$ 40.000,00	\$ 3.000,00	\$ 23.000,00

202	\$	\$ 20.000,00	\$	\$ 2.000,00	\$ 22.000,00
7	40.000,00		20.000,00		
202	\$	\$ 20.000,00	\$ -	\$ 1.000,00	\$ 21.000,00
8	20.000,00				
		\$ 100.000,00		\$ 15.000,00	\$ 115.000,00

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

Para determinar el cálculo de la deuda se realizó con un interés del 5% según Ban Ecuador que es la entidad que facilitaría el crédito.

4.4.1.7 Presupuesto de Egreso

Tabla 4-39: Presupuesto de Egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
	2024	2025	2026	2027	2028
Sueldos y Salarios	\$ 52.500,00	\$ 55.200,00	\$ 57.900,00	\$ 60.600,00	\$ 63.300,00
Décimo tercer sueldo	\$ 4.375,00	\$ 4.600,00	\$ 4.825,00	\$ 5.050,00	\$ 5.275,00
Décimo cuarto sueldo	\$ 4.275,00	\$ 4.500,00	\$ 4.725,00	\$ 4.950,00	\$ 5.175,00
Vacaciones	\$ 2.187,50	\$ 2.300,00	\$ 2.412,50	\$ 2.525,00	\$ 2.637,50
Fondos de reserva	\$ -	\$ 4.598,16	\$ 4.823,07	\$ 5.047,98	\$ 5.272,89
Aporte patronal 11,15%	\$ 5.853,75	\$ 6.154,80	\$ 6.455,85	\$ 6.756,90	\$ 7.057,95
Gasto depreciación Edificios y construcciones	\$ 4.312,50	\$ 4.312,50	\$ 4.312,50	\$ 4.312,50	\$ 4.312,50
Gasto depreciación Equipo de oficina	\$ 70,55	\$ 70,55	\$ 70,55	\$ 70,55	\$ 70,55
Gasto depreciación Equipo de cómputo	\$ 449,96	\$ 449,96	\$ 449,96	\$ -	\$ -
Gasto depreciación Maquinaria y equipos	\$ 83,00	\$ 83,00	\$ 83,00	\$ 83,00	\$ 83,00
Gasto depreciación Muebles y enseres	\$ 199,90	\$ 199,90	\$ 199,90	\$ 199,90	\$ 199,90
Gasto amortización Gastos de constitución	\$ 1.037,80	\$ 1.037,80	\$ 1.037,80	\$ 1.037,80	\$ 1.037,80
Gastos trámites y permisos de funcionamiento	\$ 573,90	\$ 573,90	\$ 573,90	\$ 573,90	\$ 573,90
Gasto Materiales de oficina	\$ 718,77	\$ 790,65	\$ 869,71	\$ 956,68	\$ 1.052,35
Gasto Publicidad	\$ 3.480,00	\$ 2.125,20	\$ 2.337,72	\$ 2.571,49	\$ 2.828,64
Gasto insumos y malteriales generales	\$ 7.558,00	\$ 8.313,80	\$ 9.145,18	\$ 10.059,70	\$ 11.065,67
Gasto Servicios Básicos	\$ 5.820,00	\$ 5.820,00	\$ 5.820,00	\$ 5.820,00	\$ 5.820,00

Gasto Suministros y Materiales de aseo	\$ 252,00	\$ 277,20	\$ 304,92	\$ 335,41	\$ 368,95
Gasto intereses por préstamos bancarios	\$ 5.000,00	\$ 4.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 98.747,63	\$105.407,41	\$109.346,56	\$112.950,81	\$117.131,60

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.2 Punto de Equilibrio

Tabla 4-40: Costos Fijos y Variables

Costos Fijos y Variables								
Materiales e insumos a partir del año 1 de proyecto	Denominación	Año					Costos fijos	Costos variables
		2024	2025	2026	2027	2028		
		Compuestos de hierbas medicinales	\$ 960,00	\$ 1.056,00	\$ 1.161,60	\$ 1.277,76		
Bonche de rosas	\$ 1.680,00	\$ 1.848,00	\$ 2.032,80	\$ 2.236,08	\$ 2.459,69	\$ 10.256,57		
Aceites esenciales	\$ 90,00	\$ 99,00	\$ 108,90	\$ 119,79	\$ 131,77	\$ 549,46		
Arcillas	\$ 120,00	\$ 132,00	\$ 145,20	\$ 159,72	\$ 175,69	\$ 732,61		
Cubrepíes	\$ 780,00	\$ 858,00	\$ 943,80	\$ 1.038,18	\$ 1.142,00	\$ 4.761,98		
Gorros	\$ 360,00	\$ 396,00	\$ 435,60	\$ 479,16	\$ 527,08	\$ 2.197,84		
Cajas de Jabones	\$ 144,00	\$ 158,40	\$ 174,24	\$ 191,66	\$ 210,83	\$ 879,13		
Cajas de Gel de ducha	\$ 192,00	\$ 211,20	\$ 232,32	\$ 255,55	\$ 281,11	\$ 1.172,18		
Lociones	\$ 240,00	\$ 264,00	\$ 290,40	\$ 319,44	\$ 351,38	\$ 1.465,22		
Paquetes grandes de Algodón	\$ 150,00	\$ 165,00	\$ 181,50	\$ 199,65	\$ 219,62	\$ 915,77		
Cajas de desodorantes ambientales	\$ 162,00	\$ 178,20	\$ 196,02	\$ 215,62	\$ 237,18	\$ 989,03		
Esterilizadores	\$ 160,00	\$ 176,00	\$ 193,60	\$ 212,96	\$ 234,26		\$ 976,82	
Cajas de Guantes quirúrgicos	\$ 60,00	\$ 66,00	\$ 72,60	\$ 79,86	\$ 87,85	\$ 366,31		

Cajas de cubrebocas	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	540,00	594,00	653,40	718,74	790,61	3.296,75	
Cajas de Cremas y acondicionadores	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	1.920,00	2.112,00	2.323,20	2.555,52	2.811,07	11.721,79	
Servicios básicos a partir del año 1 de proyecto							
Denominación							
Teléfono fijo	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	6.000,00	
Plan de Celular	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	1.800,00	
Agua potable	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	7.200,00	
Energía Eléctrica	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	12.000,00	
Internet Banda Ancha	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	2.100,00	
Talento humano del primer año							
Denominación							
Recepcionista	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	626,92	701,57	736,65	771,72	806,80	3.643,66	
Masajista	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	626,92	701,57	736,65	771,72	806,80	3.643,66	
Experto en baños de arcilla	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	626,92	701,57	736,65	771,72	806,80	3.643,66	
Shaman	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	626,92	701,57	736,65	771,72	806,80	3.643,66	
Conserje	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	626,92	701,57	736,65	771,72	806,80	3.643,66	
Sanador	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	626,92	701,57	736,65	771,72	806,80	3.643,66	
Jeje de mantenimiento	\$	\$	\$	\$	\$		\$
	626,92	701,57	736,65	771,72	806,80		3.643,66
Gerente	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
	719,66	800,55	835,63	870,71	905,79	4.132,34	
Secretaria Contable	\$	\$	\$	\$	\$		\$
	657,83	734,56	769,64	804,72	839,80		3.806,55
Total						\$100.259,81	8427,0235

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.2.1 Presupuesto de Ingresos

Tabla 4-41: Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Denominación	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027	AÑO 2028
Limpias	\$ 13.207,50	\$ 13.633,20	\$ 14.058,90	\$ 14.484,60	\$ 14.910,30
Cantidad Estimada	881	909	937	966	994
Precio de mercado	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Arcilla y lodo	\$ 52.243,00	\$ 53.926,88	\$ 55.610,76	\$ 57.294,64	\$ 58.978,52
Cantidad Estimada	2612	2696	2781	2865	2949
Precio de mercado	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Piscinas	\$ 21.117,33	\$ 21.797,97	\$ 22.478,62	\$ 23.159,27	\$ 23.839,91
Cantidad Estimada	2112	2180	2248	2316	2384
Precio de mercado	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Masajes	\$ 56.058,50	\$ 57.865,36	\$ 59.672,22	\$ 61.479,08	\$ 63.285,94
Cantidad Estimada	2803	2893	2984	3074	3164
Precio de mercado	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Sauna te mezcal	\$ 53.747,19	\$ 55.479,55	\$ 57.211,91	\$ 58.944,28	\$ 60.676,64
Cantidad Estimada	2150	2219	2288	2358	2427
Precio de mercado	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Sanación	\$ 15.350,05	\$ 15.844,81	\$ 16.339,57	\$ 16.834,32	\$ 17.329,08
Cantidad Estimada	768	792	817	842	866
Precio de mercado	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Meditación	\$ 17.279,81	\$ 17.836,77	\$ 18.393,73	\$ 18.950,69	\$ 19.507,64
Cantidad Estimada	1152	1189	1226	1263	1301
Precio de mercado	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Ceremonia	\$ 32.248,31	\$ 33.287,73	\$ 34.327,15	\$ 35.366,57	\$ 36.405,98
Cantidad Estimada	2150	2219	2288	2358	2427
Precio de mercado	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.2.2 Cálculo del punto de Equilibrio

Tabla 4-42: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Costos fijos totales	100259,8098
Costos variables totales	8427,0235
Costo unitario variable	0,57
Ingresos	176554,925
Visitantes a recibir	14675
Q=Punto de equilibrio para los visitantes	8474
Y=Punto de equilibrio para los ingresos	100259,8098
PE=Punto de equilibrio para el precio (costo de producción de bienes y servicios)	7,41
MG=Margen de ganancia	5
PVP= Precio de venta al público	12,41
U= Punto de equilibrio expresado en porcentaje de visitas (%)	60
	168127,9015

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.3 Estado de resultados

4.4.3.1 Balance de pérdidas y ganancias

Tabla 4-43: Balance de Pérdidas y Ganancias

BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Denominación	Años				
	2024	2025	2026	2027	2028
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 261.251,6 9	\$ 269.672,2 7	\$ 278.092,8 5	\$ 286.513,4 4	\$ 294.934,0 2
Ingresos por venta de servicios	\$ 261.251,6 9	\$ 269.672,2 7	\$ 278.092,8 5	\$ 286.513,4 4	\$ 294.934,0 2
GASTOS OPERACIONALES	\$ 100.685,1 3	\$ 108.661,7 1	\$ 113.632,5 4	\$ 118.271,6 4	\$ 123.490,7 6

Gastos administrativos	\$	\$	\$	\$	\$
	83.575,13	91.808,71	95.676,24	99.101,71	102.985,84
Sueldos y Salarios	\$	\$	\$	\$	\$
	52.500,00	55.200,00	57.900,00	60.600,00	63.300,00
Décimo tercer sueldo	\$	\$	\$	\$	\$
	4.375,00	4.600,00	4.825,00	5.050,00	5.275,00
Décimo cuarto sueldo	\$	\$	\$	\$	\$
	4.275,00	4.500,00	4.725,00	4.950,00	5.175,00
Vacaciones	\$	\$	\$	\$	\$
	2.187,50	2.300,00	2.412,50	2.525,00	2.637,50
Fondos de reserva	\$	\$	\$	\$	\$
	-	4.598,16	4.823,07	5.047,98	5.272,89
Aporte patronal 11,15%	\$	\$	\$	\$	\$
	5.853,75	6.154,80	6.455,85	6.756,90	7.057,95
Gasto depreciación Edificios y construcciones	\$	\$	\$	\$	\$
	11.250,00	11.250,00	11.250,00	11.250,00	11.250,00
Gasto depreciación Equipo de oficina	\$	\$	\$	\$	\$
	70,55	70,55	70,55	70,55	70,55
Gasto depreciación Equipo de cómputo	\$	\$	\$	\$	\$
	449,96	449,96	449,96	-	-
Gasto depreciación Maquinaria y equipos	\$	\$	\$	\$	\$
	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00
Gasto depreciación Muebles y enseres	\$	\$	\$	\$	\$
	199,90	199,90	199,90	199,90	199,90
Gasto amortización Gastos de contitución	\$	\$	\$	\$	\$
	1.037,80	1.037,80	1.037,80	1.037,80	1.037,80
Gastos trámites y permisos de funcionamiento	\$	\$	\$	\$	\$
	573,90	573,90	573,90	573,90	573,90
Gasto Materiales de oficina	\$	\$	\$	\$	\$
	718,77	790,65	869,71	956,68	1.052,35
Gastos de ventas	\$	\$	\$	\$	\$
	17.110,00	16.853,00	17.956,30	19.169,93	20.504,92
Gasto Publicidad	\$	\$	\$	\$	\$
	3.480,00	2.442,00	2.686,20	2.954,82	3.250,30
Gasto insumos y malteriales generales	\$	\$	\$	\$	\$
	7.558,00	8.313,80	9.145,18	10.059,70	11.065,67
Gasto Servicios Básicos	\$	\$	\$	\$	\$
	5.820,00	5.820,00	5.820,00	5.820,00	5.820,00
Gasto Suministros y Materiales de aseo	\$	\$	\$	\$	\$
	252,00	277,20	304,92	335,41	368,95
Utilidad operativa	\$	\$	\$	\$	\$
	160.566,56	161.010,56	164.460,32	168.241,79	171.443,25
Gastos financieros	\$	\$	\$	\$	\$
	5.000,00	4.000,00	3.000,00	2.000,00	1.000,00
Gasto intereses por préstamos bancarios	\$	\$	\$	\$	\$
	5.000,00	4.000,00	3.000,00	2.000,00	1.000,00
Resultados antes de la repartición de utilidades e impuestos	\$	\$	\$	\$	\$
	155.566,56	157.010,56	161.460,32	166.241,79	170.443,25
Participación de trabajadores en utilidades (15%)	\$	\$	\$	\$	\$
	23.334,98	23.551,58	24.219,05	24.936,27	25.566,49
Utilidad antes de impuestos	\$	\$	\$	\$	\$
	132.231,58	133.458,98	137.241,27	141.305,52	144.876,76

Impuesto a la renta para sociedades 25%	\$	\$	\$	\$	\$
	33.057,89	33.364,74	34.310,32	35.326,38	36.219,19
Resultados netos	\$	\$	\$	\$	\$
	99.173,68	100.094,23	102.930,95	105.979,14	108.657,57

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.3.2 Flujo de Caja

Tabla 4-44: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	2024	2025	2026	2027	2028
SALDO INICIAL	\$	\$	\$	\$	\$
	20.000,00	112.264,89	205.450,32	301.472,48	400.092,87
INGRESOS	\$	\$	\$	\$	\$
	261.251,69	269.672,27	278.092,85	286.513,44	294.934,02
Venta de servicios	\$	\$	\$	\$	\$
	261.251,69	269.672,27	278.092,85	286.513,44	294.934,02
EGRESOS	\$	\$	\$	\$	\$
	168.986,80	176.486,83	182.070,70	187.893,04	193.635,19
Por actividades administrativos	\$	\$	\$	\$	\$
	70.483,92	78.717,51	82.585,03	86.460,46	90.344,59
Por actividades de ventas	\$	\$	\$	\$	\$
	17.110,00	16.853,00	17.956,30	19.169,93	20.504,92
Por actividades de Financiamiento	\$	\$	\$	\$	\$
	25.000,00	24.000,00	23.000,00	22.000,00	21.000,00
Por participación de utilidades	\$	\$	\$	\$	\$
	23.334,98	23.551,58	24.219,05	24.936,27	25.566,49
Por impuesto a la Renta	\$	\$	\$	\$	\$
	33.057,89	33.364,74	34.310,32	35.326,38	36.219,19
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$	\$	\$	\$	\$
	112.264,89	205.450,32	301.472,48	400.092,87	501.391,70

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

4.4.3.3 Indicadores de Rentabilidad

Para calcular el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, es necesario considerar la proyección de los flujos de caja en los periodos respectivos.

El cálculo del flujo de caja presentado a continuación recoge los datos estimados de las salidas de dinero, y considerando, únicamente los movimientos que incluyan el giro de efectivos, es decir, se excluyen las depreciaciones y amortizaciones, pues las mismas no constituyen una salida en sí de capitales; considerando además el movimiento de efectivo por el pago anual de las cuotas del préstamo, dando como resultado:

Tabla 4-45: Valor actual neto, Tasa interna de retorno, Relación beneficio costo, Periodo de recuperación del capital

INVERSION INICIAL	\$ -348.293,50
FLUJO DE CAJA AÑO 1	\$ 112.264,89
FLUJO DE CAJA AÑO 2	\$ 205.450,32
FLUJO DE CAJA AÑO 3	\$ 301.472,48
FLUJO DE CAJA AÑO 4	\$ 400.092,87
FLUJO DE CAJA AÑO 5	\$ 501.391,70
TASA DE DESCUENTO	0,095
VAN	\$47.305,36
TIR	57%
RBC	\$ 8,50
PRC	-3,102425918

Elaborado por: Huilcarema F., 2023

Estos resultados se pueden interpretar de la siguiente manera, el VAN al ser un valor positivo, indica que la inversión generará beneficios, por lo que en principio el proyecto es viable, también se obtuvo un TIR de 57% anual, lo que indica que la inversión será rentable; en cuanto a la relación beneficio costo muestra que por cada dólar invertido se recuperará el dólar y se obtendrá una ganancia \$ 7,50 y por último, el periodo de recuperación del capital se encuentra entre los años 3 y 4 que está dentro del tiempo límite del proyecto.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Una vez finalizado todo el trabajo, tanto el bibliográfico, como el de campo, se han podido establecer algunas conclusiones clave, tomando como base los objetivos específicos de investigación, y así se muestra:

5.1.1 Conclusión para el objetivo específico 1: Determinar la viabilidad comercial del proyecto.

El análisis exhaustivo de la viabilidad comercial del proyecto del SPA Shamánico en Riobamba demuestra una oportunidad comercial favorable, respaldada por la demanda proyectada, la diferenciación competitiva y una estrategia de marketing bien concebida.

5.1.2 Conclusión para el objetivo específico 2: Establecer la viabilidad técnica del proyecto.

La viabilidad técnica del proyecto SPA Shamánico en Riobamba está respaldada por la evaluación integral de activos fijos, materiales e insumos, asegurando recursos físicos adecuados, capacitación del personal y la capacidad de proporcionar servicios auténticos y profesionales.

5.1.3 Conclusión para el objetivo específico 3: Estructurar la viabilidad legal y administrativa de la potencial empresa.

La viabilidad legal y administrativa del proyecto del SPA Shamánico en Riobamba se consolida mediante una estructura legal sólida, el cumplimiento de requisitos legales y regulatorios, y una organización eficiente, asegurando operación legal, regulada y gestión eficiente.

5.1.4 Conclusión para el objetivo específico 4: Realizar el análisis de viabilidad económica y financiera.

El análisis de viabilidad económica y financiera respalda la rentabilidad y sostenibilidad financiera del proyecto del SPA Shamánico en Riobamba, con proyecciones de ingresos,

identificación de gastos, flujos de efectivo positivos, y sólidos indicadores financieros como VAN y TIR.

5.2 Recomendaciones

Finalmente, en base a toda la información desarrollada en el proyecto y en base al criterio del investigador, es imperioso sugerir:

5.2.1 Recomendación para determinar la viabilidad comercial del proyecto

Recomiendo explorar la posibilidad de diversificar los servicios ofrecidos en el spa. Esto podría incluir la introducción de tratamientos innovadores, programas de bienestar holísticos o la colaboración con profesionales de la salud. La diversificación puede aumentar la atractividad del spa para una variedad de clientes y maximizar los ingresos.

5.2.2 Recomendación para establecer la viabilidad técnica del proyecto

Sugiero centrarse en la mejora continua de la experiencia del cliente. Esto incluye la capacitación del personal para proporcionar un servicio excepcional, la atención a los detalles en la decoración y la ambientación del spa, así como la implementación de programas de fidelización para retener a los clientes existentes y atraer nuevos.

5.2.3 Recomendación para estructurar la viabilidad legal y administrativa de la potencial empresa

Recomiendo llevar a cabo evaluaciones regulares de la competencia local. Mantente al tanto de las tendencias en la industria del spa, así como de los servicios y precios ofrecidos por los competidores. Esto permitirá ajustar estrategias de marketing y precios para mantener la ventaja competitiva y responder a cambios en las preferencias del cliente.

5.2.4 Recomendación para el análisis de viabilidad económica y financiera

Sugiere incorporar prácticas sostenibles y responsabilidad social en la operación del spa. Esto podría incluir el uso de productos eco amigables, la implementación de prácticas energéticamente eficientes y la participación en iniciativas comunitarias. Estas medidas no solo contribuyen al

bienestar del medio ambiente y la sociedad, sino que también pueden atraer a clientes comprometidos con valores sostenibles.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, María Fernanda. 2021.** Gestión de Riesgos en proyectos: las 4 etapas y su matriz de análisis. [En línea] 19 de enero de 2021. <https://www.appvizer.es/revista/organizacion-planificacion/gestion-proyectos/gestion-de-riesgos-en-proyectos>.
- Anderson, J. 2017.** *Legal Guide for Starting & Running a Small Business*. s.l. : Nolo, 2017.
- Ángel Gutiérrez, Julio César. 2007.** *Estadística general aplicada*. Medellín – Colombia : Universidad EAFIT, 2007.
- Ansiedad, angustia y neurosis. Antecedentes conceptuales e históricos. Sarudiansky, Mercedes. 2013.* 2, Distrito Federal, México : s.n., 2013, Psicología Iberoamericana, Vol. 21.
- Aranda Castillo, Ana. 2018.** Segmentación de Mercados: definición, tipos y estrategia. [En línea] 10 de abril de 2018. <https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>.
- Arias, Fidias. 2012.** *El proyecto de investigación*. Sexta. 2012 : Episteme C. A., 2012.
- Aula Fácil. 2023.** Etapas de un proyecto. Idea. Identificación del proyecto. [En línea] 2023. <https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-proyectos/etapas-de-un-proyecto-idea-identificacion-del-proyecto-119687>.
- Aurum Wellbeing. 2020.** La sanación chamánica: recupera tu poder. [En línea] 26 de octubre de 2020. [Citado el: 21 de octubre de 2022.] <https://aurumwellbeing.com/sanacion-chamanica/>.
- Balbuca Muñoz, Catalina Alexandra y Dután Tacuri, Jenny Judith. 2014.** *PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA EN EL CANTÓN BIBLIÁN*. Cuenca : UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA SEDE CUENCA, 2014.
- Banco Mundial. 2021.** Crecimiento de la población (% anual) - Ecuador. [En línea] 2021. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW?locations=EC>.
- Barrera Echeverría, Marilin Carolina. 2018.** *Plan de marketing digital para almacenes deportivos El Kimono en la provincia de Imbabura*. Imbabura. Ecuador : Universidad Técnica del Norte, 2018.
- Bernal, César Augusto. 2010.** *Metodología de la Investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. [ed.] Orlando Fernández Palma. Tercera. Bogotá : Pearson, 2010.
- Betún Pilco, Ana Lucía. 2012.** *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO COSMETOLÓGICO Y SPA EN EL CANTÓN NARANJITO*. Milagro : UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, 2012.
- BIENESTAR DEL CONSUMIDOR: UN RECORRIDO POR LA SALUD, EL HEDONISMO, LA ESPIRITUALIDAD Y LAS RELACIONES. Auletta, Nunzia y Dakduk, Silvana. 2013.* 2, 2013, DEBATES IESA, Vol. XVIII.

- Brown, M. 2020.** *he Small Business Start-Up Guide: A Surefire Blueprint to Successfully Launch Your Own Business.* s.l. : Adams Media, 2020.
- brunstein43613. 2021.** Estudio de Localización de un Proyecto. [En línea] 27 de mayo de 2021. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/profile/brunstein43613/profile>.
- Business Law: The Ethical, Global, and E-Commerce Environment.* **Johnson, R. 2018.** 2018, Cengage Learning.
- Calderón Alvarez, Carolina Stefanie y de los Ángeles Tomalá Pita, Mónica Manuelita. 2019.** *PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD EN CREACIÓN DE SPA, PARA LA DEMANDA DE USUARIOS DE LA PARROQUIA FEBRES CORDERO, DEL CANTÓN GUAYAQUIL.* Guayaquilg : UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO, 2019.
- Chiavenato, I. 2009.** Administración de recursos humanos. octava. s.l. : McGraw-Hill, 2009.
- COSMETOLOGAS. 2013.** Definiendo el término Spa. [En línea] 27 de enero de 2013. [Citado el: 21 de octubre de 2022.] <http://www.cosmetologas.com/noticias/val/1354-50/definiendo-el-término-spa.html>.
- da Silva, Douglas. 2021.** Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve. [En línea] 4 de marzo de 2021. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>.
- De Aguilar, María Mercedes. 2019.** ¿Qué es un Spa y qué servicios se pueden tomar? [En línea] 10 de octubre de 2019. <https://www.rebecana.com/que-es-un-spa-y-que-servicios-se-pueden-tomar/>.
- de Rivera, Luis. 2021.** Los síndromes de estrés. [En línea] 2021. [Citado el: 21 de octubre de 2022.] <https://www.psicologosmadrid-ipsia.com/que-es-el-estres/#:~:text=“El%20estrés%20es%20cualquier%20estímulo,física%2C%20mental%20o%20emocional”..>
- Díaz Carabalí, Luisa Fernanda, Lara Bastidas, Linda Lucia y López Agudelo, Angie Daniela. 2017.** *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA MÓVIL FRESH LIFE QUE TRANSMITA EL CONCEPTO DE LA SALUD Y BIENESTAR, A LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CALI.* s.l. : FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM, 2017.
- Díaz Rubiano, Paula Camila y Guerra Reyes, María Alejandra. 2020.** *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a mejorar la salud mental mediante un spa corporal y mental en la ciudad de Ibagué en el año 2021.* Ibagué (Tolima) : Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2020.
- El arte de ver. Chamanismo y búsqueda visionaria en los awajún (Perú).* **Baud, Sébastien. 2019.** 2, 2019, Bulletin de l'Institut français d'études andines, Vol. 48.
- El Grullo Naturista. 2022.** 6 Beneficios Del Temazcal. [En línea] 9 de octubre de 2022. <https://www.elgrullonaturista.com.mx/news/6-beneficios-del-temazcal/>.

- ESCUELA INTERNACIONAL DE DIETETICA NUTRICION Y SALUD. 2022.** Hidroterapia: cómo funciona y beneficios para la salud. [En línea] 6 de abril de 2022. [Citado el: 21 de octubre de 2022.] <https://inensal.com/como-funciona-hidroterapia/>.
- ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. 2018.** *TÉCNICAS DE PRONÓSTICO DE MERCADOS*. Riobamba : FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, 2018.
- Espinoza, Eleonora. 2016.** Universo, Muestra y Muestreo. [En línea] noviembre de 2016. chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglefndmkaj/http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/SaludMental/UNIVERSO.MUESTRA.Y.MUESTREO.pdf.
- Estrés como factor limitante en el proceso de toma de decisiones: una revisión desde las diferencias de género. Cote Rangel, Laura Patricia y García Becerra, Andrea Milena. 2016.* 1, Bogotá, Colombia : s.n., 2016, Avances en Psicología Latinoamericana, Vol. 34.
- Euroinnova.** Que es un estudio economico. [En línea] <https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-un-estudio-economico#:~:text=%C3%A1rea%20de%20econom%C3%ADa-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20estudio%20econ%C3%B3mico%3F,financiero%2C%20tanto%20individual%20como%20empresarial..>
- Fundación Merced Querétaro. 2021.** ¿Qué es Inversión Social? [En línea] 22 de marzo de 2021. <https://fundacionmerced.org/2021/03/22/que-es-inversion-social/>.
- Gambale, Laura. 2022.** Sanaciones ancestrales. [En línea] 16 de junio de 2022. [Citado el: 21 de octubre de 2022.] <https://www.somosohlala.com/calidad-de-vida/espiritualidad/sanaciones-ancestrales-que-son-y-por-que-cada-vez-son-mas-buscadas-nid16062022>.
- García Alonso, Almudena. s/n.** La depresión en adolescentes. [En línea] s/n. <https://www.injuve.es/sites/default/files/RJ84-07.pdf>.
- García Villacorta, Arturo. 2021.** VAN, TIR y Pay-back: ¿qué son y en qué se diferencian? [En línea] 2 de octubre de 2021. [https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/van-tir-y-pay-back-que-son-y-en-que-se-diferencian#:~:text=El%20Valor%20Actual%20Neto%20\(VAN,de%20inversi%C3%B3n%20de%20una%20empresa..](https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/van-tir-y-pay-back-que-son-y-en-que-se-diferencian#:~:text=El%20Valor%20Actual%20Neto%20(VAN,de%20inversi%C3%B3n%20de%20una%20empresa..)
- Gestión. 2019.** Oferta y demanda: así afectan al mercado. [En línea] 25 de noviembre de 2019. <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>.
- Green, S. 2019.** *The Legal Guide for Starting and Running a Small Business*. s.l. : Allworth Press, 2019.
- Guaño Allauca, Jennyfer Paulina. 2020.** *Plan de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, ámbito conocimiento y usos relacionados con la naturaleza y el universo, subámbito medicina tradicional en el cantón Chambo, provincia de Chimborazo*. Riobamba : Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2020.
- Gutiérrez, R. 207.** *Evaluación de proyectos: Metodología y casos prácticos*. Ambato : Universidad de los Andes, 207.

- H. CONGRESO NACIONAL. 2004.** *LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO*. Quito : s.n., 2004.
- Hernández, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, María del Pilar. 2010.** *Metodología de la investigación*. quinta. México : McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A., 2010.
- Hidroterapia Agua y enfermedad.* **SAZ, PABLO y ORTIZ, MARÍA. 2005.** 4, 2005, Farmacia Profesional, Vol. 19.
- INEC. 2020.** *CENSO*. Riobamba : s.n., 2020.
- . **2010.** *CENSO*. Riobamba : s.n., 2010.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. 2010.** Población y Demografía . *Resultados Censo de Población*. [En línea] 2010. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS. 2020.** Proyecciones Poblacionales. [En línea] 2020. [Citado el: 7 de 11 de 2022.] <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>.
- Jara, Hernan. 2020.** ¿Cuál es la diferencia entre Evaluación Financiera y Evaluación Económica? [En línea] 4 de junio de 2020. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/cu%C3%A1l-es-la-diferencia-entre-evaluaci%C3%B3n-financiera-y-evaluaci%C3%B3n-econ%C3%B3mica>.
- Kotler, P., y otros. 2012.** *Marketing*. s.l. : Pearson Educación, 2012.
- La cura chamánica: una interpretación psicosocial.* **Pelcastre, Blanca. 1999.** 3, 1999, Salud Pública de México, Vol. 41.
- La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública.* **Andía Valencia, Walter. 2011.** 2, Lima, Perú : s.n., 2011, Industrial Data, Vol. 14.
- Legal and Administrative Aspects of Starting a Business.* **Smith, J., y otros. 2019.** 2019, In Business Startup Guide.
- Lewi, R. 2017.** *The Legal Guide for Starting & Running a Small Business*. s.l. : Nolo, 2017.
- López, José Francisco. 2018.** análisis técnico. [En línea] 27 de mayo de 2018. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-tecnico.html>.
- Luna, Rafael y Chaves, Damaris. 2001.** *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. s.l. : Capas.org, 2001.
- Medicina Natural y Tradicional. Conocimientos y aplicaciones de enfermería en MINAS-II.* **Rodríguez Gallo, Carmen M., y otros. 2002.** 2002, Revista Cubana de Enfermería.
- Milkovich, G. T. y Boudreau, J. W. 1996.** *Administração de recursos humanos*. segunda. s.l. : Atlas, 1996.

- Miller, M. 2020.** *Starting and Running a Small Business For Canadians For Dummies*. s.l. : For Dummies, 2020.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. 2017.** Guía para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental (EIA). [En línea] 2017. https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/Gu%C3%ADa-EIA_May-2017.pdf.
- MIRANDA MIRANDA, JUAN JOSE. 2010.** GESTION DE PROYECTOS. 2010.
- Moreno Pérez, Alvaro. 2022.** ¿Qué es el turismo médico? [En línea] 11 de enero de 2022. <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-medico/>.
- Moreno. 2022.** Turismo médico en América: una revisión de sus dinámicas e influencias en los sistemas de salud. [En línea] 22 de 10 de 2022. [Citado el: 18 de 12 de 2022.] http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-08072022000100400.
- OMS. 2022.** World Health Organization. [En línea] 2 de marzo de 2022. [Citado el: 12 de octubre de 2022.] <https://www.who.int/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide>.
- Organización de las Naciones Unidas. 2020.** Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2020. [En línea] 2020. [Citado el: 16 de agosto de 2022.] https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020_Spanish.pdf. eISBN 978-92-1-004963-4.
- ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD. 2022.** TRASTORNOS MENTALES. [En línea] 8 de JUNIO de 2022. [Citado el: 21 de OCTUBRE de 2022.] <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders#:~:text=Los%20trastornos%20de%20ansiedad%20se,o%20una%20discapacidad%20funcional%20importantes..>
- Pereda, Melina. 2021.** ¿Qué es el análisis de la demanda y cómo hacer? [En línea] 17 de noviembre de 2021. <https://rockcontent.com/es/blog/analisis-de-la-demanda/>.
- Pérez, Anna. 2021.** VAN y TIR, dos herramientas para la viabilidad y rentabilidad de una inversión. [En línea] 24 de abril de 2021. <https://www.obsbusiness.school/blog/van-y-tir-dos-herramientas-para-la-viabilidad-y-rentabilidad-de-una-inversion>.
- Piguave Pérez, Vicenta Rocío. 2016.** *La investigación de mercados un desafío en nuestra economía, mirada práctica y creativa*. Manabí : Editorial Mar Abierto, 2016.
- Pistone, Ludmila. 2020.** El Estudio Financiero de un Proyecto. [En línea] 3 de noviembre de 2020. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/el-estudio-financiero-de-un-proyecto>.
- Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo (2018-2020).* **Gusqui Mata, Silvia Patricia, Cañizares Astudillo, July Madhellyne y Mancheno Flores, Germán Patricio. 2020.** 5, 2020, Revista Universidad y Sociedad, Vol. 12.

- Quiroa, Myriam. 2020.** Estudio de factibilidad. [En línea] 1 de junio de 2020. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>.
- . **2019.** Mercado. [En línea] 4 de noviembre de 2019. <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>.
- Raya León, Omar. 2021.** Proyectos de inversión privada: ¿qué características tienen y cuántos hay? [En línea] 19 de enero de 2021. <https://www.tucochinito.com/noticias/emprendedores/proyectos-de-inversion-privada-caracteristicas/>.
- RICAURTE YÉPEZ, CARLOS. 2020.** *MARKETING TURÍSTICO TEORIA Y PRÁCTICA*. Riobamba : ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, 2020.
- Robbins, S. P. y Coulter, M. 2014.** *Administración*. doceava. s.l. : Pearson Educación, 2014.
- Salcedo, Álvaro. 2015.** ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE UN PROYECTO. [En línea] 13 de octubre de 2015. <https://prezi.com/ugiv37tdzexo/estudio-administrativo-de-un-proyecto/#:~:text=El%20estudio%20administrativo%20consiste%20en,fuentes%20y%20m%C3%A9todos%20de%20reclutamiento..>
- Santa Cruz, Enrique. 2022.** Proyectos de inversión: Tipos y características. [En línea] 3 de mayo de 2022. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/proyectos-de-inversion-tipos-y-caracteristicas#:~:text=Proyectos%20de%20inversi%C3%B3n%20privada,solo%20%20%25%20en%20el%202022..>
- Santos, Diego. 2022.** ¿Qué es y cómo hacer un análisis de riesgos? (con ejemplos). [En línea] 8 de noviembre de 2022. <https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-de-riesgos>.
- . **2023.** Tipos de investigación de mercados y sus características. [En línea] 16 de marzo de 2023. <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-investigacion-de-mercados>.
- Savia Salud Digital. 2019.** Hidroterapia. [En línea] 10 de junio de 2019. <https://www.saludsavia.com/contenidos-salud/otros-contenidos/hidroterapia>.
- SCHILIRO, DIEGO GASTON. 2021.** Estudio Técnico de Proyecto. [En línea] 27 de mayo de 2021. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/estudio-t%C3%A9cnico-de-proyecto>.
- Secretaría Nacional de Planificación. 2021.** Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025. [En línea] 2021. [Citado el: 16 de agosto de 2022.] https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf.
- Según Ostelea Tourism Management School. 2021.** ¿Qué es el turismo de wellness? [En línea] 23 de noviembre de 2021. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/que-es-el-turismo-de-wellness>.
- Startup Guide. 2019.** Oferta y demanda: así afectan al mercado. [En línea] 25 de noviembre de 2019. <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>.

- Terreros, Daniella. 2021.** Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen. [En línea] 27 de diciembre de 2021. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>.
- Thompson Baldviezo, Janneth Mónica. 2006.** Concepto de Proyecto. [En línea] mayo de 2006. <https://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>.
- Tours La Riviera Maya. 2022.** ¿Qué es un temazcal y en qué consiste este ritual? [En línea] 26 de agosto de 2022. <https://tourslarivieramaya.com/que-es-un-temazcal/>.
- Turner, S. 2018.** *Legal Forms for Starting & Running a Small Business*. s.l. : Nolo, 2018.
- Vázquez Burguillo, Roberto. 2020.** Análisis coste/beneficio. [En línea] 1 de abril de 2020. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-costebeneficio.html>.
- Veritas. 2019.** Conoce la medicina preventiva y personalizada del siglo XXI. [En línea] 21 de noviembre de 2019. <https://www.veritasint.com/blog/es/medicina-preventiva/>.
- White, S. 2019.** *The Entrepreneur's Guide to Starting a Successful Business*. s.l. : Entrepreneur Press, 2019.
- Wrike. 2023.** ¿Qué son los requisitos técnicos en la gestión de proyectos? [En línea] 2023. <https://www.wrike.com/es/project-management-guide/faq/que-son-los-requisitos-tecnicos-en-la-gestion-de-proyectos/>.



ANEXOS

ANEXOS A: Encuesta



Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de turistas nacionales para la implementación de un centro de medicina ancestral en la ciudad de Riobamba.

1) Edad	Fecha:
----------------	---------------

2) Género:

Masculino

Femenino

3) ¿Dentro de las siguientes alternativas qué le gustaría que se implemente en la ciudad de Riobamba?

- a. Aguas termales
- b. Complejo de piscinas
- c. Spa tradicional
- d. Spa Shamánico

Si contestó Spa Shamánico responda la siguiente pregunta

4) ¿Cuáles de los siguientes productos son de su preferencia?

- a. Cabañas de limpias con curanderos y shamanes
- b. Baños de lodo y arcilla
- c. Piscinas de aguas temperadas y frías
- d. Cabaña de masaje con plantas medicinales
- e. Cabaña sauna - Té Mazcal
- f. Cabaña de sanadores y fregadores
- g. Cabaña de meditación y aromaterapia
- h. Cabaña ceremonial (San Pedro – Ayahuasca)

5) ¿Cuántas veces al mes visita este tipo de establecimientos?

.....

6) ¿Con cuántas personas suele visitar estos establecimientos?

- 2
- 3
- 4

más (indique).....

7) ¿En promedio cuánto dinero suele pagar o gastar por persona cuando visita estos establecimientos?

\$

8) ¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de este tipo de lugares?

a. Página Web

b. Redes sociales

Facebook Instagram Twitter Youtube

c. Radio (¿cuál estación?) Televisión (¿qué programa?).....

d. Agencia de viajes

e. Periódico La Prensa Los Andes Otro (indique).....
(¿Qué sección?).....

9) ¿Qué forma de pago utiliza con mayor frecuencia?

.....

10) ¿Cuándo acude a este tipo de lugares que aspectos negativos ha encontrado?

.....

11) ¿Cuándo acude a este tipo de lugares que aspectos positivos ha encontrado?

.....



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL
APRENDIZAJE



UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 30/ 01 / 2024

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Fabian Bolívar Huilcarema Benavides
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Licenciado en Turismo
f. Analista de Biblioteca responsable:  Ing. Fernanda Arévalo M.

