

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Posgrados**

**Plan de Negocio para un Nuevo Emprendimiento de Yoga en Ecuador**

**Proyecto de investigación y desarrollo**

**Alejandra Isabel Álvarez Domínguez**

**Santiago Calvopiña Heredia, MBA  
Director de Trabajo de Titulación**

Trabajo de titulación de posgrado presentado como requisito  
para la obtención del título de Maestría en Administración de Empresas

Quito, 30 noviembre 2024

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**  
**COLEGIO DE POSGRADOS**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Plan de Negocio para un Nuevo Emprendimiento de Yoga en Ecuador**

**Alejandra Isabel Álvarez Domínguez**

Nombre del Director del Programa:	Juan José Espinosa de los Monteros
Título académico:	PhD
Director del programa de:	Director Maestría en Administración de Empresas
Nombre del Decano del colegio Académico:	Ana María Novillo
Título académico:	PhD
Decano del Colegio:	Directora general de Escuela de Empresas
Nombre del Decano del Colegio de Posgrados:	Hugo Burgos
Título académico:	Phd

**Quito, noviembre 2024**

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombre del estudiante: Alejandra Isabel Álvarez Domínguez

Código de estudiante: 00338077

C.I.: 171838564-2

Lugar y fecha: Quito, 30 de noviembre de 2024.

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following graduation project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **DEDICATORIA**

Me dedico este proyecto a mí. Que la escuela de yoga vea la luz y que de la mano de Dios y el Universo este espacio se fuente de mucha abundancia, bendiciones y alegrías, pero por sobre todo, que la escuela de yoga sea un espacio seguro y una comunidad que se sienta como el hogar fuera del hogar para los yoguis del mundo.

## AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer en primer lugar a mis papás por ser mi mayor soporte, siempre.  
¡Gracias viejos!

De igual forma, un gracias gigante a: Samantha y Fer, mis hermanas, a Carlos, Majo, Mariuxi, Belem, Mari, Juan Javier por todo el apoyo en este proceso, sin ustedes nada de esto tampoco hubiese sido posible; llevo en la mente y en el corazón cada palabra, gesto y acción que ustedes han hecho por mí en este camino.

A mis compañeros de clases, gente rara, que con el tiempo llegué a querer y que sin duda hicieron de mis días en la maestría más amenos, pero en especial a mi grupo de trabajo: Julián, Carlos, Pame, Vanne y Nico.

A la USFQ, por cumplir en eso de que te cambia y abre el pensamiento.

Y finalmente, quiero agradecer a la Vida y a Dios, por siempre ser tan buenos conmigo.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de titulación presenta un plan de negocio para la creación de una escuela y centro de retiros de yoga en Ecuador, un proyecto que surge ante el creciente interés en el yoga como herramienta para mejorar la salud física, mental y espiritual, especialmente tras los efectos de la pandemia de la COVID-19. Este emprendimiento busca abordar problemas de salud mental como el estrés, la ansiedad y la depresión, alineándose con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 3 (Salud y Bienestar) de las Naciones Unidas.

El enfoque se centra en ofrecer certificaciones de yoga con altos estándares de calidad y confort, diferenciándose de la competencia mediante instalaciones especialmente diseñadas, una diversidad de estilos y profesores internacionales. Además, se integran terapias holísticas como ceremonias ancestrales, temazcales y masajes energéticos, entre otros para complementar la formación. Las proyecciones financieras revelan una rentabilidad prometedora, con un retorno esperado de inversión significativo a cinco años. El modelo de negocio incluye estrategias de marketing digital y alianzas con especialistas en temas espirituales para posicionarse en un mercado global en crecimiento.

Este proyecto no solo fomenta el autoconocimiento y la conexión espiritual, sino que también contribuye al desarrollo del turismo sostenible en Ecuador, ofreciendo un espacio único para la certificación y el retiro en yoga.

**Palabras clave:** yoga, bienestar, salud mental, certificación, emprendimiento, terapias holísticas, turismo sostenible, calidad, confort, Ecuador.

## **ABSTRACT**

The present graduation work presents a business plan for the creation of a school and center of retreats of yoga in Ecuador, a project that arises to the growing interest in the yoga as tool to improve the physical health, mental and spiritual, especially after the effects of the COVID-19 pandemic. This initiative seeks to address mental health issues such as stress, anxiety and depression, in line with the UN's Sustainable Development Goal 3 (Health and Wellness). The focus is on offering yoga certifications with high standards of quality and comfort, differentiating itself from the competition through specially designed facilities, a diversity of styles and international teachers.

In addition, holistic therapies such as ancestral ceremonies, temazcales and energy massages are integrated to complement the training. Financial projections show a promising return, with significant expected return on investment over five years. The business model includes digital marketing strategies and partnerships with spiritual specialists to position itself in a growing global market. This project not only promotes self-knowledge and spiritual connection, but also contributes to the development of sustainable tourism in Ecuador, offering a unique space for certification and yoga retreat.

**Key words:** yoga, wellness, mental health, certification, entrepreneurship, holistic therapies, sustainable tourism, quality, comfort, Ecuador.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Dedicatoria</b> .....	<b>5</b>
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>6</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>7</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>9</b>
<b>Tabla de contenido</b> .....	<b>10</b>
<b>índice de TABLAS</b> .....	<b>13</b>
<b>Tabla 1. Análisis de competencia – escuela de yoga</b> .....	<b>56</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>14</b>
<b>Figura 1. Sello mohenjo daro, valle del indo.</b> .....	<b>21</b>
<b>Figura 2. Razones que motivan a los practicantes de yoga.</b> .....	<b>28</b>
<b>Figura 3. Crecimiento de practicantes en USA.</b> .....	<b>29</b>
<b>Figura 4. El yoga movió más de 21 billones en usa en el 2022.</b> .....	<b>29</b>
<b>Figura 5. datos demográficos y de edad media de practicantes de yoga alrededor del mundo</b> .....	<b>51</b>
<b>Figura 6. publicacion de forbes asia, en donde se hace referencia a la cantidad de israelitas que visitan latinoamérica después del servicio en el ejercito.</b> .....	<b>52</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>15</b>
<b>DESARROLLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b> .....	<b>18</b>
<b>1. Contexto</b> .....	<b>18</b>
<b>1.1 Contexto y justificación</b> .....	<b>18</b>
1.1.1 ¿Qué es el Yoga?.....	19
1.1.2 Yoga, breve historia .....	21
1.1.3 Beneficios del Yoga .....	26
<b>1.2 Objetivos del plan de negocio</b> .....	<b>28</b>
<b>2. Análisis del entorno</b> .....	<b>29</b>
<b>2.1 Análisis del mercado</b> .....	<b>29</b>
<b>2.2 Análisis de la competencia</b> .....	<b>32</b>
<b>2.3 Análisis FODA</b> .....	<b>34</b>
<b>3. Definición del producto o servicio</b> .....	<b>38</b>
<b>3.1 Descripción del producto</b> .....	<b>38</b>
<b>3.1 Características claves y propuesta de valor</b> .....	<b>42</b>
<b>4. Modelo de negocio</b> .....	<b>49</b>
<b>4.1 Segmento de clientes</b> .....	<b>49</b>
<b>4.1 Canales de distribución</b> .....	<b>54</b>
<b>4.2 Estrategia de precios</b> .....	<b>57</b>
<b>4.3 Fuentes de ingresos</b> .....	<b>58</b>

<b>5. Plan operativo .....</b>	<b>61</b>
5.1 Estructura organizativa .....	61
5.2 Recursos necesarios.....	61
<b>6. Plan financiero .....</b>	<b>62</b>
6.1 Proyecciones financieras. ....	62
6.2 Necesidades de inversión y financiamiento .....	64
6.3 Evaluación de riesgos financieros.....	65
<b>7. Estrategia de Marketing y Ventas .....</b>	<b>67</b>
7.1 Estrategia de Marketing.....	67
7.2 Estrategia comercial .....	70
<b>8. Implementación y seguimiento .....</b>	<b>74</b>
8.1 Indicadores clave .....	74
<b>Conclusiones .....</b>	<b>77</b>
1. Respuesta a las Preguntas de Investigación .....	77
2. Limitaciones del Estudio .....	77
3. Importancia de los Datos y el Análisis:.....	77
4. Presunciones Cambiadas o Confirmadas: .....	78
5. Limitaciones Metodológicas: .....	78
6. Recomendaciones para Futuros Estudios: .....	78
<b>Referencias.....</b>	<b>80</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS.....</b>	<b>83</b>
<b>Anexo 1: estado de pérdidas y ganancias año 1.....</b>	<b>85</b>
<b>Anexo 2: estado de pérdidas y ganancias año 2.....</b>	<b>86</b>
<b>Anexo 3: estado de pérdidas y ganancias año 3.....</b>	<b>87</b>
<b>Anexo 4: estado de pérdidas y ganancias año 4.....</b>	<b>88</b>
<b>Anexo 5: estado de pérdidas y ganancias año 5.....</b>	<b>89</b>
<b>Anexo 6: Proyecciones de número de alumnos año 1. ....</b>	<b>90</b>
<b>Anexo 7: Proyecciones de número de alumnos año 2. ....</b>	<b>90</b>
<b>Anexo 8: Proyecciones de número de alumnos año 3. ....</b>	<b>91</b>
<b>Anexo 9: Proyecciones de número de alumnos año 4. ....</b>	<b>91</b>
<b>Anexo 10: Proyecciones de número de alumnos año 5.....</b>	<b>92</b>
<b>Anexo 11: Proyecciones de índices financieros +15% (escenario optimista). ....</b>	<b>93</b>
<b>Anexo 12: Proyecciones de índices financieros -15% (escenario pesimista). ....</b>	<b>94</b>
<b>Anexo 13: Balance General. ....</b>	<b>95</b>
<b>Anexo 14: Punto de equilibrio Neutral .....</b>	<b>96</b>
<b>Anexo 15: Retorno sobre la inversión (roi) neutral.....</b>	<b>96</b>
<b>Anexo 16: Retorno sobre el capital (roe) neutral .....</b>	<b>96</b>
<b>Anexo 17: tasa interna de retorno (tir) neutral .....</b>	<b>97</b>

<b>Anexo 18: VALOR ACTUAL NETO (VAN) neutral.....</b>	<b>97</b>
<b>Anexo 19: COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC).....</b>	<b>98</b>
<b>Anexo 20: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – RENDER SHALA PRINCIPAL.....</b>	<b>99</b>
<b>Anexo 21: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – RENDER HABITACIONES .....</b>	<b>100</b>
<b>Anexo 22: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – REND. VISTA PANORÁMICA .....</b>	<b>101</b>
<b>Anexo 23: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – REND. COCINA - COMEDOR.....</b>	<b>102</b>
<b>Anexo 24: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – REND. VISTA COMEDOR INTERNO .....</b>	<b>103</b>
<b>Anexo 25: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR TRIMUTI NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS.....</b>	<b>104</b>
<b>Anexo 26: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR TRIMUTI NO ESTÁ REGISTRADO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI) ...</b>	<b>104</b>
<b>Anexo 27: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR arts yoga university NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS.....</b>	<b>105</b>
<b>Anexo 28: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR arts yoga university NO ESTÁ REGISTRADO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI) .....</b>	<b>105</b>
<b>Anexo 29: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR om healing center NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS.....</b>	<b>106</b>
<b>Anexo 30: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR om healing center NO ESTÁ REGISTRADO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI) .....</b>	<b>106</b>
<b>Anexo 31: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR retreat guru NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS.....</b>	<b>107</b>
<b>Anexo 32: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR retreat guru NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS.....</b>	<b>107</b>
<b>ANEXO 33: DETALLE DE LA INVERSIÓN INICIAL DIVIDADA POR COSTOS. ....</b>	<b>108</b>

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>TABLA 1. ANÁLISIS DE COMPETENCIA – ESCUELA DE YOGA.....</b>	<b>58.</b>
--	------------

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>FIGURA 1. SELLO MOHENJO DARO, VALLE DEL INDO. ....</b>	<b>21.</b>
<b>FIGURA 2. RAZONES QUE MOTIVAN A LOS PRACTICANTES DE YOGA. ....</b>	<b>28.</b>
<b>FIGURA 3. CRECIMIENTO DE PRACTICANTES EN USA. ....</b>	<b>29.</b>
<b>FIGURA 4. EL YOGA MOVIÓ MÁS DE 21 BILLONES EN USA EN EL 2022. ....</b>	<b>29.</b>
<b>FIGURA 5. DATOS DEMOGRÁFICOS Y DE EDAD MEDIA DE PRACTICANTES DE YOGA ALREDEDOR DEL MUNDO.....</b>	<b>51.</b>
<b>FIGURA 6. PUBLICACION DE FORBES ASIA, EN DONDE SE HACE REFERENCIA A LA CANTIDAD DE ISRAELITAS QUE VISITAN LATINOAMÉRICA DESPUÉS DEL SERVICIO EN EL EJERCITO. ....</b>	<b>52.</b>

## **INTRODUCCIÓN**

### **Antecedentes y marco teórico**

El yoga, una práctica milenaria originada en la India, ha trascendido fronteras y épocas, estableciéndose como una disciplina que combina aspectos físicos, mentales y espirituales. Su relevancia en la actualidad se ha intensificado debido a las crecientes problemáticas de salud mental y física exacerbadas por la pandemia de la COVID-19. Estudios recientes destacan que condiciones como el estrés, la ansiedad y la depresión han aumentado drásticamente en la población global, llevando a una búsqueda de prácticas integradoras como el yoga, que no solo ofrece beneficios individuales, sino también sociales y comunitarios.

El marco teórico de este trabajo se centra en la filosofía del yoga, sus beneficios comprobados y su integración en un contexto moderno. A través de modelos de negocio exitosos como las certificaciones avaladas por Yoga Alliance, se busca consolidar una oferta integral que no solo enseñe yoga, sino que ofrezca un espacio para el autodescubrimiento y la sanación. Además, el proyecto toma en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, específicamente el ODS 3 (Salud y Bienestar), como un marco ético para contribuir al desarrollo sostenible en Ecuador.

### **Justificación**

El desarrollo de este proyecto se justifica en tres ejes principales: la necesidad de abordar los efectos post-pandemia en la salud mental, el crecimiento exponencial del mercado del yoga a nivel global y la carencia de centros de certificación y retiros de yoga de alta calidad

en Ecuador. Según datos de Yoga Alliance, en 2022 más de 38 millones de personas practicaron yoga en Estados Unidos, lo que representa un mercado en crecimiento que mueve más de 21 mil millones de dólares anuales. En el caso ecuatoriano, aunque existen establecimientos de yoga, pocos ofrecen certificaciones con estándares internacionales y servicios complementarios de calidad.

Este proyecto tiene un impacto significativo en múltiples dimensiones: fomenta el turismo sostenible al atraer estudiantes nacionales e internacionales; contribuye al bienestar físico, mental y espiritual de sus participantes; y promueve el desarrollo de un modelo de negocio holístico y sostenible en el país. Además, establece una plataforma que integra conocimientos ancestrales con prácticas modernas, creando un espacio único para el aprendizaje y la conexión.

### **Objetivos, pregunta de investigación e hipótesis**

El objetivo general es: diseñar un modelo de negocio para una escuela y centro de retiros de yoga que ofrezca certificaciones de nivel mundial y servicios holísticos integradores en Ecuador. Mientras que los objetivos específicos son: a) evaluar la viabilidad financiera del proyecto en un horizonte de cinco años. b) proponer estrategias de marketing digital y alianzas estratégicas para posicionar el negocio en el mercado global. c) Diseñar instalaciones y servicios que cumplan con los estándares internacionales de calidad y confort.

Respecto a la pregunta de investigación, la misma se formuló de la siguiente manera: ¿Cómo diseñar un modelo de negocio para una escuela y centro de retiros de yoga en Ecuador que combine estándares internacionales de calidad con una oferta holística diferenciada y

sostenible? En la misma línea, la Hipótesis es la siguiente: “un modelo de negocio para una escuela y centro de retiros de yoga en Ecuador que integre estándares internacionales de calidad, servicios holísticos innovadores y un enfoque en el turismo sostenible será económicamente viable y contribuirá al bienestar de sus participantes y al desarrollo del sector en el país”.

### **Marco teórico y estructura del estudio**

Luego de establecida la pregunta de investigación, se debe describir en términos generales el contexto y marco teórico global dentro del cual se contestará la pregunta de investigación y, como consecuencia, la estructura del estudio. Al final de la Introducción se deben incluir oraciones de transición a la segunda parte y la revisión de la literatura. Esta sección puede estar dividida en subtítulos: antecedentes, justificación, hipótesis, pregunta de investigación, marco teórico, propósito del estudio, entre otros.

La revisión de la literatura a continuación explora el marco conceptual y los estudios previos que respaldan la importancia del yoga como herramienta de bienestar integral, las tendencias del mercado y la viabilidad de modelos de negocio similares en otros contextos.

## DESARROLLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

### 1. CONTEXTO

#### *1.1 Contexto y justificación*

Desde que inició la pandemia de la COVID-19, hasta el día hoy, la literatura indica que los problemas de salud mentales tales como: el estrés, la ansiedad y la depresión se han agravado debido a que el número de personas con estas enfermedades aumentado después de este acontecimiento mundial (Aguilar, Cruz y Villareal, 2021, p. 116).

Ante esta problemática, se propone la creación de un centro de certificación y retiro de yoga en donde personas interesadas en mejorar su: salud mental, su condición física, su manera de respirar, y que quienes busquen indagar sobre su espiritualidad puedan certificarse en esta antigua disciplina con el objetivo de descubrir una nueva forma de autoayuda. De igual forma, se busca que quienes se certifiquen estén preparados para ayudar a otros en este camino y de alguna forma contribuir a mitigar algunos de los problemas postpandemia en un espacio seguro, inclusivo, natural e incursionar en una filosofía de vida que busca unidad entre el individuo mismo, como con los distintos seres que habitamos este planeta.

De igual manera, este emprendimiento busca trabajar bajo el paraguas de acción del ODS 3 de las Naciones Unidas en donde se hace referencia a lo siguiente:

- **ODS 3 – Salud y Bienestar:** garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades es esencial para el desarrollo sostenible. ([Naciones Unidas: Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2023, s.p.](#))

Como podemos observar, este objetivo de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas hace énfasis en la salud física, sin embargo en el apartado de Metas del objetivo 3, se podrá encontrar en el punto 3.4 que se hace referencia a temas de materia de salud mental y bienestar, tema vital para el desarrollo de este emprendimiento.

Continuando con el desarrollo de la propuesta de este emprendimiento, considero que es pertinente, antes que nada, empezar por definir el tema central de este trabajo de titulación y dicho eje primario es la práctica milenaria llamada yoga.

### *1.1.1 ¿Qué es el Yoga?*

Si bien el yoga nació en la India, para empezar a definir de qué va esta disciplina, es oportuno introducir el significado que la Real Academia Española le da a la palabra yoga.

“Conjunto de disciplinas físico-mentales originales de la India, destinadas a conseguir la perfección espiritual y la unión con lo absoluto”. “Conjuntos de las práctica modernas derivadas del yoga hindú y dirigidas a obtener mayor eficacia en el dominio del cuerpo y la concentración anímica”. ([RAE, 2023, s.p.](#))

Como podemos observar, según la máxima academia de la lengua en español, lo que el yoga busca es crear una unión “perfecta” entre el cuerpo, la mente y la parte espiritual de cada persona para lograr ser uno con lo absoluto.

En cambio, si se desea saber qué significa yoga en su idioma natal y de dónde proviene esta palabra, debemos recurrir a al termino “YUJ”, una palabra en sánscrito, idioma antiguo de la India, que significa unión.

Otro concepto que podemos encontrar es el de Christina Brown, yogui desde hace más de 20 años y bestseller de varios libros de yoga; en su definición personal sobre qué es yoga ella menciona lo siguiente:

El yoga es el arte de aprender a volver a uno mismo. [...] El desequilibrio, tanto a nivel físico como en los demás aspectos de la vida, no sienta bien; notar que estamos a punto de caer de un momento a otro no resulta seguro ni tampoco cómodo para nadie. Por eso el yoga ha alcanzado tanta popularidad: entre otras muchas cosas, nos hace sentir armoniosos, integrados y completos. Al aprender cuál es nuestro centro en una postura, también descubrimos nuestro eje en otras áreas de la vida. De hecho, desarrollar bien una postura puede ayudarnos a abordar mejor los acontecimientos de la vida en general. (Brown, 2010, p. 8)

Finalmente, para cerrar la parte introductoria de qué significa yoga, encontramos la definición de a B.K.S Iyengar, quien en vida fue considerado como uno de los yoguis más famosos e importantes del mundo, además de ser el creador del Yoga Iyengar. Sobre este tema él menciona lo siguiente:

El yoga es un arte, una ciencia y una filosofía. Afecta a todos los niveles de la vida humana, tanto física, mental como espiritualmente. Es un método práctico para dar

sentido a la propia vida y convertirla en útil y noble. (B.K.S Iyengar 2007, p. 21; citado en Calvo y Rojas, 2015, p. 96)

Como podemos ver, si bien cada autor y probablemente cada practicante en el mundo puede tener su propia definición sobre qué es yoga, existen denominadores comunes que se han mencionado en este trabajo; sobre todo en la relación de unidad que debe existir entre cuerpo, mente y espíritu de quienes buscan empezar o profundizar en la práctica de esta disciplina.

Ahora, para continuar con nuestro breve recorrido sobre el yoga, es pertinente que hablemos brevemente sobre la historia de esta disciplina que, como se mencionó, nació en la India hace más o menos unos 5000 mil años de antigüedad. A continuación, se hará referencia de forma muy puntual a los inicios de esta práctica.

### *1.1.2 Yoga, breve historia*

Según Calvo y Rojas (2015), se cree que los inicios del yoga datan desde el 3000 a.C. cuando cerca de la frontera entre India y Pakistán se encontraron vestigios de civilizaciones yóguicas en el desierto de Thar (p. 96). En esta misma línea, Iñiguez (2019) menciona que:

Los primeros vestigios arqueológicos que se tiene de los orígenes del yoga provienen de las culturas Harappa y Mohenjo Daro en el valle del Indo (Pakistán), correspondientes a sellos en piedra de hombres en posición *siddhasana* (posición perfecta) y baddha konasona (postura del zapatero) (p. 10).



*Figura 1 - Sello Mohenjo Daro, Valle del Indo.*

Como podemos observar, los hallazgos en el valle del Indo demuestran que la práctica del yoga es en realidad milenaria y que esta disciplina se viene realizando en los países de Asia hace miles de años para luego ser adoptada por occidente. El yoga es un regalo de India para el mundo.

Continuando con el breve recorrido por la historia del yoga, llegamos a la época de a quien se ha le ha denominado con al padre del yoga, Patanjali.

Según Iñiguez (2019):

Patanjali vivió en la India en una época en que la práctica espiritual estaba en su apogeo, fue asiduo practicante de la meditación y el compilador de las enseñanzas del Yoga previas y contemporáneas a su época en un texto con vigencia actual “*sutras* de Patanjali. (p.12)

En concordancia con lo que la última autora menciona, Liencres describe de la misma manera a Patanjali en su página “un pensador de la India y unos de los padres de la disciplina” (s.f., p.1). Además, ella describe los 8 pasos del yoga de la siguiente manera:

### **1. Yamas:**

Mejor conocidos como los principios éticos y las norma para vivir en sociedad. Dentro de estas normas podemos encontrar mandamientos como:

- La no violencia
- la honestidad
- el no robar
- no ceder frente a pasiones
- practicar el desapego

### **2. Niyamas:**

Estas son las reglas que cada individuo debe seguir, son una especie de reglas en donde se habla como deberíamos tratarnos en distintos ambientes. Aquí encontramos hábitos como:

- la limpieza, interna y externa
- El contentamiento
- La disciplina,
- El autoestudio
- La entrega a una fuerza superior.

### **3. Asana:**

Estas son las tan famosas posturas de yoga, las cuales, para muchas personas, es de lo único que va el yoga. Como podemos ver, esto no es así; el objetivo de realizar estos movimientos

es ganar flexibilidad y fortalecer el cuerpo , mientras nos equilibramos, nos purificamos y controlamos la mente.

#### **4. Pranayama:**

Dentro de este punto lo que se busca es desarrollar o manejar técnicas de respiración. El significado de esta palabra está compuesto en dos partes: Prana significa energía vital y Ayama tiene por concepto la palabra disciplina y control; juntos significa que a través de la respiración controlamos la energía vital.

#### **5. Pratyahara:**

Dentro de este paso lo que se busca en conseguir es que los sentidos de uno u otra forma se “apaguen”. Al retirar los sentidos o el foco en el exterior y recurrir al interior podemos tratar de calmar la mente y llegar a un momento de quietud.

#### **6. Dharana:**

De la mano con el paso anterior, para llegar a un estado de quietud podemos recurrir a prácticas como las de centrar nuestra atención en un solo objeto o punto focalizado de atención con el fin de calmar las fluctuaciones de la mente, este es el paso previo a entrar a un estado de meditación.

#### **7. Dhyana:**

Cuando alcanzamos este estado se dice que se entra en estado de meditación. Como se ha mencionado, para llegar a este paso es necesario el anterior, por lo cual, una vez que la concentración en un solo objeto o pensamiento ha surgido efecto, por lo general, se entra en estado de meditación en donde las fluctuaciones de la mente se detienen, la noción del tiempo y espacio pueden ser otras, es un estado contemplativo del ser.

#### **8. Samadhi:**

Finalmente, cuando se alcanza este estado se habla de que hemos llegado a la iluminación, es el estado último de consciencia, de absorción total con el universo. Aquí se alcanza la liberación plena del alma, el nirvana. Puede que no sea el destino de todos alcanzar este estado, dependerá de cada individuo.

Para terminar el breve recorrido por la historia del yoga, es pertinente el mencionar desde cuándo, más o menos, se cree que esta práctica se occidentalizó. Al respecto Flury menciona lo siguiente:

Los orígenes de la tradición del ashtanga yoga se dan con Sri Tirumalai Krishnamacharya, un sabio yogui que recorrió el Himalaya a principios del siglo XX para aprender sobre yoga. [...] En 1933, Krishnamacharya empezó a transmitir ese sistema a muchos alumnos indios y occidentales, primero en Mysore, luego en Madras, ambas ciudades del sur de la India. [...] A partir de entonces, este yoga clásico ha generado otros sistemas que han calado profundamente en Occidente, como hatha yoga y kundalini yoga, entre muchos otros (Flury, 2013 citado en Calvo y Rojas, 2015, p. 97).

Aunque otros autores en sitios web como (Historia y Biografía, 2017 citado en Iñiguez 2019, p.17) apuntan a la llegada de esta disciplina a occidente en el siglo XVII cuando se da la colonización de India por parte de Inglaterra y más concretamente en el siglo XIX cuando el mencionado Krishnamacharya enseña esta práctica a occidentales.

Hasta aquí con el apartado de breve historia del yoga, pero para terminar, es pertinente exponer lo siguiente: cómo podemos observar, yoga no es sentarse en silencio en poses un tanto raras y esperar a que la mente y el cuerpo entren en estado de meditación o quietud por sí solo; el estar vinculado dentro de esta disciplina, para muchos, religión, tiene sus reglas, pasos y niveles que no son fáciles de alcanzar. No en vano es una disciplina milenaria que con el paso del tiempo se ha podido comprobar los beneficios que tiene sobre la salud física y mental de las personas, pero que también tiene un enorme impacto en materia de la espiritualidad de las personas.

El practicar yoga desde una formación consciente para obtener el mayor de los beneficios tanto a nivel físico, mental y espiritual es necesario. Es por esto y muchas cosas más que considero necesario el desarrollo de este proyecto, para que más personas de manera consciente, en el aquí y en el ahora, aprendan a controlar su cuerpo y su mente y pueda ayudar a otros en a incursionar o adentrarse en este camino.

### *1.1.3 Beneficios del Yoga*

Como se ha mencionado con anterioridad, tras la pandemia de la COVID-19 muchas personas no solo vieron su salud física deteriorada, sino que esta crisis mundial tuvo un grave impacto sobre la salud mental de las personas. Sin embargo, es un gran alivio saber que a través de una práctica constante de yoga se pueden mejorar muchos aspectos de desbalance en el cuerpo, tanto físicos como mentales.

Para reforzar esta idea, podemos citar a Jon Witt, experimentado maestro de yoga quien en un reportaje realizado por las Naciones Unidas durante la pandemia, abordó el tema de la salud

mental y el yoga en tiempos de crisis. En este reportaje, él explica que al practicar yoga, ya sea por un corto periodo de tiempo, entre 10-20 minutos, o más, en ese lapso de tiempo, la mente deja de recibir estrés y de alguna u otra forma las personas tienen distracciones reparadoras ya que no están enfocados, ni pensando en la realidad que se vive afuera (Witt, 2020, s.p.).

En esta misma línea, la psicóloga y psicoterapeuta clínica María Ruiz De Toro menciona también en el artículo de las Naciones Unidas que:

El yoga, que es una práctica milenaria que **incorpora elementos** de la conciencia plena. (...) No cabe duda, el cuerpo de investigación científica de conciencia plena se sirvió y se ha inspirado en las prácticas milenarias de estar presentes en el aquí y el ahora [...] La ansiedad y el estrés perturban la capacidad de ingresar oxígeno al cuerpo, por ello es **crucial aprender a respirar**, la primera de seis estrategias para lograr la conciencia plena, la segunda es la meditación, ambas elementos fundamentales del yoga. (Ruiz, 2020, s.p.)

De igual forma, Giménez et al. (2020) hablan sobre los beneficios del yoga como una práctica holística para la salud de las personas. En su texto, ellos mencionan cómo esta práctica produce beneficios a nivel orgánico y sistémico, mejorando de forma clave la actividad del cerebro y muscular de los practicantes. También se menciona que esta disciplina beneficia al sistema circulatorio teniendo un impacto positivo en la presión sistólica y diastólica. Finalmente, los autores mencionan cómo el yoga es beneficioso para las personas que sufren de estrés, angustia,

miedo y otros síntomas psicológicos y concluyen que el practicar esta disciplina sí sirve (p. 139).

Como podemos observar, son varias las personas con distintas formaciones y campos de saber que recomiendan la práctica de yoga para mejorar la salud de forma íntegra. Nuestra salud no solo es corporal y después de la pandemia es evidente que el tema de salud mental es un apartado importante, tanto como individuos, como para las sociedades. El yoga es solo una de las herramientas que se podría incorporar para que combatamos el estrés, la ansiedad y la depresión; secuelas duras, tristes, pero muy reales que dejó la pandemia atrás, sin dejar de lado, por supuesto, las afecciones a nivel corporal. De realizarse este proyecto, espero poder ayudar en algo a mi sociedad a través del yoga a sanar estos y otros males.

## *1.2 Objetivos del plan de negocio*

Los objetivos del plan de negocio son los siguientes:

### **Objetivo general**

Diseñar un modelo de negocio para una escuela y centro de retiros de yoga que ofrezca certificaciones de nivel mundial y servicios holísticos integradores en Ecuador.

### **Objetivos específicos**

- a) evaluar la viabilidad financiera del proyecto en un horizonte de cinco años.
- b) proponer estrategias de marketing digital y alianzas estratégicas para posicionar el negocio en el mercado global.
- c) Diseñar instalaciones y servicios que cumplan con los estándares internacionales de calidad y confort.

## 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 2.1 Análisis del mercado

En vista que los problemas de salud mental tales como: el estrés, la ansiedad y la depresión han aumentado tras la pandemia de la COVID-19 y que después de hacer un análisis con base en la investigación que yoga Alliance, la asociación de yoga más grande en el mundo, se ha podido identificar que existe la oportunidad de abrir una escuela de certificación de yoga y retiros puesto que los datos indican que:

- En países como: US, Reino Unido, Alemania, China, Kenya y Nigeria el yoga se practica con el fin de aliviar y reducir el estrés.
- En países como: Brazil, India, UAE y Chile los practicantes lo hacen con el fin de mejorar su salud en general.

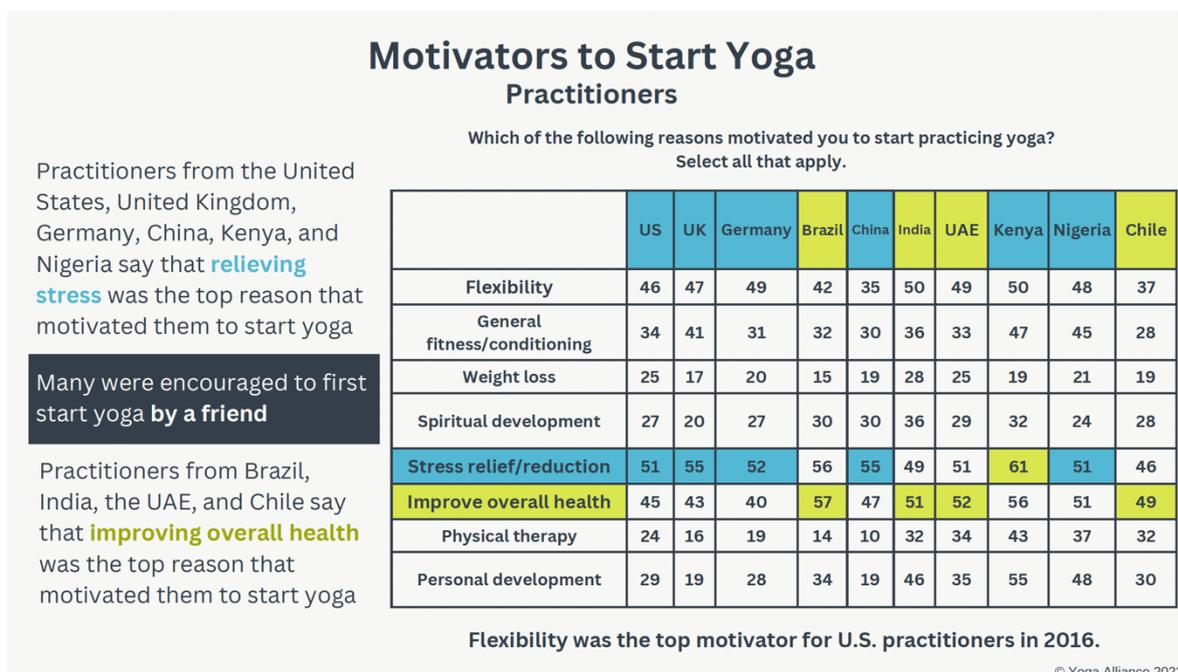


Figura 2 - Razones que motivan a los practicantes de yoga. Fuente: Yoga Alliance (2023, p.11 )

- Tan solo en los Estados Unidos, 38.4 millones de americanos practicaron esta disciplina en el 2022. Lo cual representa 4.6% más de practicantes respecto al 2016.



*Figura 3 - Crecimiento de practicantes en USA. Fuente: Yoga Alliance (2023, p.9)*

- El yoga movió más de 21 billones de dólares en los Estados Unidos en el 2022.



*Figura 4 - El yoga movió más de 21 billones en USA en el 2022. Fuente: Yoga Alliance (2023, p.10)*

Como podemos observar, existe un creciente mercado relacionado al yoga. Ya sean drop-in, props para la práctica, ropa, mats, etc., pero el crecimiento de esta disciplina, tanto a nivel de personas, como de dinero es notorio. Además, si a esto le añadimos la creciente ola de enfermedades mentales y físicas después de la pandemia del covid-19, el escenario para expandir este mercado podría ser prometedor; aún más cuando en el país no se ha explotado del todo este giro de negocio y, si bien encontrar información oficial y datos verificados sobre esta práctica milenaria en el país no es una tarea sencilla, sí existe en internet algunos datos que nos pueden dar una idea sobre el estado del yoga en el Ecuador.

Es de esta manera forma que “Según el Censo Económico del 2010, realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC), en el Ecuador estaban registrados ese año 104 establecimientos de enseñanza de yoga” (INEC, 2010 citado en Revista Líderes, s/f). Como podemos observar, para el 2010 ya había un primer censo sobre la disciplina del yoga en el país; sin embargo, cabe recalcar que en dicho registro no se especifica si los establecimientos son estudios de yoga o escuelas de certificación, pero, como podemos ver, si bien esta disciplina está presente en el país, de forma legal y registrada no existe una cantidad de establecimientos que sature el mercado.

En esta misma línea, es importante mencionar que a través de los años la práctica de yoga ha ido generando más interés en la población del Ecuador, tanto así que en el 2023 se realizó la conferencia “Sadhana Yoga Conference”, espacio en donde se puede recibir clases de yoga y meditación, además de que se ofreció charlas de espiritualidad con profesores, escritores y maestros especializados. Los precios de las entradas a este evento oscilaron entre los USD 150 y USD 250. Ante estos datos, cortos pero reales, podemos ver que el yoga en el país sí tiene

gente que está interesada en el tema y que; año tras año, ha ido ganando adeptos, tanto así que ahora hay congresos sobre enfocada en esta disciplina. Es por esta razón que, a continuación, se discutirá sobre los competidores que existen en el mercado ecuatoriano.

## *2.2 Análisis de la competencia*

Como se mencionó arriba, en el mercado ecuatoriano no existen mucha competencia respecto a escuelas de yoga que certifiquen estudiantes, tanto nacionales como extranjeros. He podido identificar a 4 posibles competidores; sin embargo, cabe mencionar que existen diferencias significativas entre el modelo que ellos manejan y lo que me gustaría desarrollar para este proyecto, empezando por:

1. Las escuelas que existen no cuentan con espacios adecuados, son, más que nada lugares que se han adaptado para su cometido; sin embargo, no fueron creados desde un inicio para el fin que hoy en día tienen.
2. De igual forma, el tipo de yoga que se imparte no es el que se enseñaría en la escuela. En el país sobre todo se enseña Hatha, un tipo de yoga más suave y sostenido; mientras que lo ideal sería certificar en Ashtanga – Vinyasa, Yin Yoga, pero no se cierra la puerta a enseñar un poco de lo que ya se imparte en el país.
3. Los directores de las escuelas tienen distintos backgrounds, hay algunos extranjeros, otros, en su mayoría, nacionales; sin embargo, no hay mucha información de la procedencia de estos. Algunos de ellos no cuentan con acreditación de Yoga Alliance.

4. Respecto a los años de funcionamiento, considero que este es la mayor desventaja a la que me enfrento, en su mayoría las escuelas competidoras tienen 9 años de experiencia; con la más antigua teniendo 11 años desde la fecha de su creación.
5. En cuanto a los reviews con los que cuentan las escuelas, podría decir que una es la que más destaca; sin embargo, esta escuela tiene 7 otras sedes alrededor del mundo y cuando se busca las referencias de su sede en Ecuador la información no es muy clara; pareciera que los datos que se arrojan en la búsqueda correspondieran a reviews de todas sus sedes y no solo la del país.

De igual forma, cuando se busca información más detallada y certera de esta escuela en el país la página no aparece y lo único que se informa es que la escuela no está siendo manejada por su dueño (indio), sino que la escuela quedó en manos de locales, pero no hay más información, ni en la página de Yoga Alliance, ni en sus redes sociales.

6. Todos los competidores manejan redes sociales, unas mejor que otras, y tan solo una de ellas tiene cuenta de Instagram.
7. Todas las escuelas cuentan con directores que tienen 500hrs de formación en distintos estilos de yoga.
8. Todas las escuelas manejan cursos de 200hrs y 300hrs. Solo una acepta 500hrs. Solo una maneja RPYS (yoga prenatal).

9. Todas las escuelas tienen distintas locaciones dentro del país.

### *2.3 Análisis FODA*

Dentro de las fortalezas que se pudo identificar de este proyecto se encuentran los siguientes aspectos:

- F1. Cuento con la formación mínima necesaria de 200hrs. (India), avalada por Yoga Alliance para abrir una escuela.
- F2. Disponibilidad de terrenos para desarrollar la idea.
- F3. Capital para realizar el proyecto.
- F4. Manejo de otras áreas holísticas que suman al emprendimiento.
- F5. Idea clara sobre el manejo del negocio.

De la misma forma, al realizar el análisis de las oportunidades del negocio los enunciados que más destacaron son los siguientes:

- O1. Solo en USA en el 2022 se gastó más de \$21 BILLONES en yoga.
- O2. Existe una tendencia de crecimiento respecto a las personas que practican yoga en el mundo.
- O3. La gente está realizando yoga como una forma de mitigar el estrés. El estrés no va a parar, solo será peor.
- O4. Un 49% de doctores en USA recomiendan hacer yoga (USA).

- O5. Otras escuelas no disponen del espacio necesario, ni las comodidades para los estudiantes.
- O6. La competencia no cuenta con diversidad de profesores para las certificaciones.

Dentro de las debilidades que pude identificar estás las siguientes:

- D1. El principal accionista no está al 100% seguro de invertir en la idea.
- D2. No tengo las 300hrs en yoga; si bien 200hrs. son las requeridas para enseñar, la mayoría de las escuelas de yoga serias tienen como directores a personas con 500hrs. de entrenamiento.
- D3. La escuela de yoga aún no está creada.
- D4. Falta por conocer aún más gente en el mundo del yoga.
- D5. La primera posible ubicación de la escuela está en una provincia conflictiva.

Finalmente, las amenazas que he encontrado para el desarrollo de este proyecto son las siguientes:

- A1. Existen 4 competidores a nivel país que certifican estudiantes.
- A2. Las otras escuelas ya se encuentran posicionadas.
- A3. Creciente tendencia de las certificaciones en línea después de la pandemia.
- A4. Inestabilidad política.
- A5. Seguridad país.

Ante estas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se plantean las siguientes estrategias:

**Estrategias FO:**

- F2-05: Construir una escuela de yoga que contenga espacios apropiados para el desarrollo de las actividades. Además, los espacios deben ser cómodos, privados y brindar toda la facilidad a los asistentes.
- F1-F4-O6: Traer a variedad de profesores a dar clases en la escuela de yoga en el Ecuador. Además, como un plus se podrían añadir clases magistrales al syllabus de formación en yoga sobre otro tipo de terapias holísticas como: tarot, astrología, chamanismo, plantas sagradas, etc.

**Estrategias DO:**

- D1-01-02: Exponer los datos más relevantes y recientes sobre datos financieros y el número creciente de practicantes de yoga en el mundo al socio principal para que pueda ver con datos duros los números y aclarar cualquier duda.
- D3-05-06: Construir una escuela de yoga que tenga espacios adecuados para realizar la certificación de yoga, que sea cómoda para los asistentes, que contenga espacios privados y brinden todas las facilidades a los asistentes. Además, es necesario que la escuela cuente con diversidad de profesores para brindar una experiencia más global, con cosmovisiones variadas.

- D2-O3-O4: Invitar a médicos del país a un retiro de yoga una vez que tenga las 300hrs. Para que en carne propia puedan experimentar los beneficios del yoga sobre el cuerpo, la mente y el alma y para que puedan sentir cómo esta disciplina ayuda a mitigar el estrés.

#### **Estrategias FA:**

- F1-A3: expandir las certificaciones a el formato online para cubrir la cuota de personas que no pueden asistir a la certificación de forma presencial.
- F3-F5-A2: Crear un modelo de negocio que tome en cuenta las buenas prácticas de otras escuelas que son exitosas en el país, pero incorporar temas, formas, ideas, espacios, etc. que faltan en los modelos actuales de escuelas de certificación de yoga en el país.

#### **Estrategias DA:**

- D4-A1-A2: Acercarse a los 4 competidores en el país con el fin de conocer más de ellos, sus prácticas, sus espacios, sus valores y aprender de ellos.

*Nota: este apartado de estrategias DA fue el más difícil de manejar puesto que dos de las amenazas tienen un impacto muy fuerte en el área que este proyecto se desea desarrollar y que va ligado al turismo, de una u otra forma. La inestabilidad política, por un lado, no me permitiría desarrollar el proyecto porque potencialmente yo abandonaría el país en busca de un mejor futuro y, respecto a la seguridad del país, el deseo de los potenciales estudiantes en venir a un país en guerra interna armada no es tan alta, por lo cual de seguir la situación así el proyecto sí corre riesgo de no realizarse.*

Como podemos observar, tanto en las estrategias FO como en las DO, existen dos estrategias que son similares. Estas estrategias hacen alusión a construir una escuela de certificación de yoga que tenga espacios apropiados y adecuados para que las personas interesadas se certifiquen en yoga. el lugar debe contar con espacios privados cómodos, que cuenten con todas las facilidades para el desarrollo de las actividades a los asistentes.

Además, la escuela debe contar con diversidad de profesores para brindar una experiencia global y tener cosmovisiones distintas con el fin de crear un todo con la visión de cada integrante.

De igual manera, tanto en las estrategias FA y DA hay dos estrategias similares, por lo cual, si juntamos estas dos estrategias obtenemos como resultado la necesidad de acercarnos a los 4 competidores que existen en el país para conocer más de ellos, sus prácticas, espacios, valores, etc., aprender de ellos, interiorizar lo que han hecho bien; pero de igual forma, es necesario incorporar en este nuevo proyecto todo lo que hace falta en estas escuelas como, espacios, privacidad, comodidades. temas de forma y fondo, valores y cosmovisiones que pueden marcar la diferencia entre lo que existe y la idea que se quiere desarrollar.

### **3. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

#### *3.1 Descripción del producto*

La escuela y centro de retiros de yoga busca ser un espacio en el país en donde se imparta certificaciones y retiros de yoga con un nivel alto de calidad y confort para quienes deseen ser parte del programa.

Como se mencionó con anterioridad, en el país existen escuelas que certifican a nivel profesional a personas que están interesadas en convertirse en profesores de yoga; sin embargo, los espacios con los que cuentan, las comodidades que ofrecen y, algunas veces, hasta los profesores que imparten los cursos, no están a la altura de lo que los estudiantes pagan por dichos cursos. La escuela que se propone crear busca que el nivel de calidad y confort al cual los clientes accedan esté a la altura de sus expectativas.

En definitiva, nuestra escuela busca ser:

“Un destino para conectar y aprender a través del movimiento y la quietud. Es un hogar lejos de casa en donde se emprende un camino hacia la espiritualidad, el amor propio, la fuerza interna y externa a través de la desconexión, la tranquilidad y la relajación que la escuela puede brindar en el proceso de certificación como profesor de yoga. Nuestro espacio es el inicio de un viaje hacia la verdad interior que, aunque muchas veces puede generar incomodidad, es un trabajo de autoconocimiento necesario que las personas debiesen experimentar por lo menos una vez en la vida para lograr sentir lo que es vivir en el aquí y en el ahora, en el presente. En nuestra escuela encontraras la guía necesaria para ese llamado de crecimiento, con calidad y confort, dentro de un espacio en donde el calor de los nuevos amigos y hermanos harán de esta experiencia una valiosa lección de inmersión, aquí encontrarás la unión de cuerpo, mente y alma que sin duda marcará un antes y un después en tu vida. Somos tu lugar en el mundo”.

La escuela y centro de retiros de yoga basa su diferenciador en un nivel alto de calidad y confort; esto debido a que, como se mencionó en el FODA, la competencia tiene varias debilidades que se deberían aprovechar en esta nueva idea de negocio. Si se enlistan algunas de las falencias que se ha podido encontrar en el análisis de competidores podemos encontrar:

1. **Espacios no apropiados:** las escuelas de certificación y retiros de yoga en el país han adaptado instalaciones antiguas y no creadas para ese propósito para el desarrollo de sus actividades. Esto conlleva a que varios de los lugares donde se certifican profesores no cuenten ni si quiera con shalas (aulas) específicas para la enseñanza de yoga y que proporcionen cierto confort a los estudiantes.

De la misma forma, la acomodación que la competencia ofrece tiene el mismo problema que las shalas; los espacios en donde duermen los estudiantes no fueron diseñados para el propósito que hoy en día cumplen. Razón por la que se puede observar que algunas escuelas no ofrecen espacios individuales, sino que la acomodación empieza con habitaciones y baño compartidos para al menos 2 personas en adelante.

### **¿Qué se busca ofrecer?**

En nuestro proyecto buscamos construir una escuela en donde los espacios a utilizar: dormitorios, shalas, comedor, entre otros, estén, desde el inicio, pensados, diseñados y construidos para el fin que se les va a dar. Además, puesto que el realizar un profesorado de yoga es un proceso muy interno que exige de los estudiantes no solo un desgaste físico, sino que también tiene un impacto significativo a nivel mental y espiritual, creemos que la necesidad de brindar privacidad, comodidad y todas las facilidades necesarias para los estudiantes es vital.

2. **Poca diversidad de profesores:** las escuelas que se han considerado como competencia para este proyecto, si bien cuentan con profesores que en su mayoría cuentan con 500hrs. de certificación, no disponen de otros profesores a lo largo de las certificaciones que brinde diversidad al programa en curso que se esté ofertando.

Por lo general, son los 2 o 3 profesores dueños o encargados de las escuelas los que, tras certificación, imparten las clases. Con esto siempre se enseña el mismo punto de vista y no hay más visiones o formas de concebir la vida a través del yoga que se puedan transmitir a los estudiantes y, si bien no está mal, el traer diversidad de profesores y experiencias podría ser un plus del cual los estudiantes se beneficien.

### **¿Qué se busca ofrecer?**

Si bien en toda escuela de yoga existen 2 o 3 profesores que son centrales, la necesidad de tener una variedad de guías en este proceso es otro de los puntos que esta escuela quisiera brindarle la oportunidad de experimentar a los participantes. Se busca que, desde profesores locales certificados con la experiencia necesaria, hasta profesores de todo el mundo que cumplan con los requisitos para dar clases en la escuela puedan formar parte de este viaje. De esta forma, se puede expandir el abanico de prácticas a impartirse dentro de nuestro espacio, al igual que la cosmovisión gracias a la diversidad de profesores.

3. **Poca diversidad de estilos de yoga:** la mayoría de las escuelas se enfocan en un solo estilo de yoga. Ya sea Hatha, Kundalini, Tantra, Vinyasa, etc., por lo general, las escuelas del país

solo imparten certificaciones en un solo tipo de yoga en el cual se han especializado y, si bien, de igual forma, esto no está mal, se podría impartir más estilos y tener más diversidad.

### **¿Qué se busca ofrecer?**

Se busca tener una gama más amplia de estilos de yoga que se podrían impartir en la escuela y centro de retiros de yoga como: Ashtanga, Vinyasa, Yin, Hatha, Tantra, Yoga Prenatal, entre otros. De esta forma se podría diversificar más los cursos que se podrían realizar en este proyecto y, de igual forma, se aportaría con una mayor diversidad de profesores, participantes y, por supuesto, visiones a la escuela de yoga.

#### *3.1 Características claves y propuesta de valor*

Este proyecto busca ofrecer la mejor opción de calidad y confort para quienes desean hacer una certificación y retiros de yoga en el Ecuador. Queremos ser un espacio seguro, íntimo; pensado, diseñado y construido para que los clientes puedan disfrutar de su profesorado con un nivel de comodidad y privacidad superior a lo que hoy en día existe en el país. De igual forma, deseamos que nuestros estudiantes vivan la mayor cantidad de experiencias posibles; es por esta razón que se ofrecerá un abanico de estilos de yoga con profesores certificados de todo el mundo para poder brindar esa diversidad que busca ser un diferenciador de este proyecto.

Además, queremos ser un centro de retiros de yoga en donde se brinden terapias holísticas como:

- **Ceremonia de Yagué o Ayahuasca:** una ceremonia de ayahuasca es un ritual tradicional en el que se consume esta bebida bajo la guía de un chamán o facilitador experimentado.

La ayahuasca se considera una herramienta para la introspección profunda, permitiendo a los participantes enfrentar y procesar experiencias pasadas y emociones reprimidas.



- **Ceremonia con San Pedro:** Una ceremonia con el cactus San Pedro es un ritual chamánico guiado por un chamán o facilitador, donde se consume un preparado del cactus. Se usa para sanar problemas físicos, emocionales y espirituales, ayudando a liberar traumas y bloqueos energéticos. San Pedro es visto como una "planta maestra" que promueve la purificación y la renovación personal.



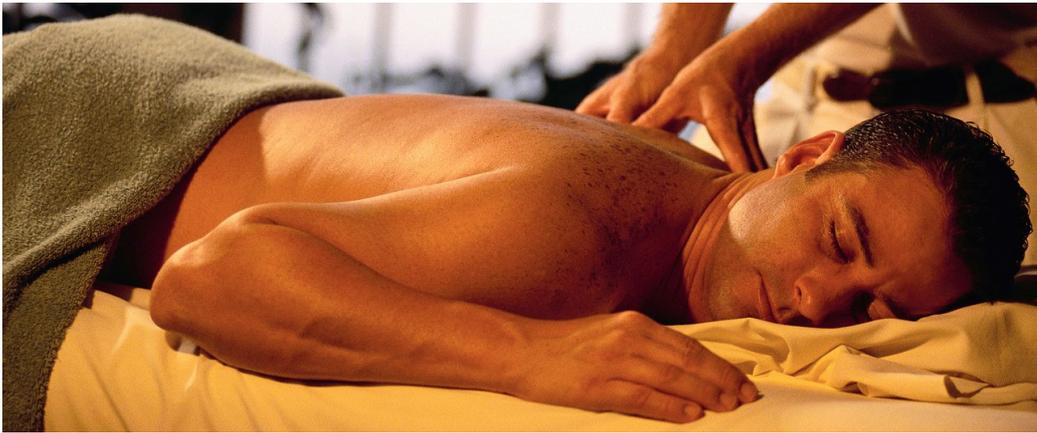
- **Ceremonia de Kambo:** Una ceremonia con Kambo es un ritual guiado en el que se aplica la secreción de una rana sobre quemaduras superficiales en la piel, permitiendo que sus compuestos entren al cuerpo. Utilizada principalmente para desintoxicación, la sesión provoca vómitos, sudoración y diarrea, considerados una limpieza profunda del organismo. Los participantes suelen prepararse con ayuno y agua, guiados por un facilitador experimentado.



- **Limpias con hierbas ancestrales:** un ritual de limpia con hierbas ancestrales es una práctica tradicional que usa plantas con propiedades energéticas para purificar, proteger y equilibrar la energía de personas, espacios u objetos. Estas limpias son parte de las tradiciones espirituales de muchas culturas indígenas.



- **Masajes energéticos:** los masajes energéticos son una forma de terapia alternativa que busca equilibrar y armonizar el flujo de energía dentro del cuerpo humano mediante técnicas de manipulación física suave, imposición de manos, o el uso de otros métodos energéticos no invasivos. Los masajes energéticos son ampliamente utilizados para reducir el estrés, etc



- **Sesiones de Reiki:** El Reiki es una técnica de sanación energética japonesa desarrollada por Mikao Usui que canaliza la energía vital universal a través de las manos del practicante para promover la sanación física, mental, emocional y espiritual. Se utiliza principalmente para reducir el estrés, promover la relajación profunda y generar una sensación de paz y bienestar.



- **Temazcal:** el temazcal es una ceremonia ancestral mesoamericana que combina aspectos terapéuticos, ritualísticos y espirituales, y se realiza en una estructura de vapor hecha con materiales naturales. Su objetivo principal es la desintoxicación del cuerpo mediante la sudoración intensa provocada por piedras volcánicas calientes y hierbas medicinales. Esta práctica promueve la purificación física, emocional y espiritual.



- **Sesiones Astrología y Tarot:** la astrología y el tarot son prácticas esotéricas que se combinan para explorar aspecto personales, emocionales y espirituales de la vida. La astrología analiza rasgos y influencias cósmicas, mientras que el tarot ayuda a reflexionar sobre situaciones actuales y opciones de vida. Juntas, estas herramientas fomentan el autoconocimiento y la comprensión de motivaciones y bloqueos internos.



- **Acupuntura:** La acupuntura es una práctica de la medicina tradicional china que utiliza la inserción de agujas finas en puntos específicos del cuerpo para equilibrar el flujo de energía o "Qi". Es eficaz en el tratamiento de dolores crónicos y agudos, como dolores de espalda, cuello, migrañas y lesiones deportivas.



- **Baños de sonido:** Los baños de sonido son prácticas terapéuticas que usan sonidos y vibraciones de instrumentos para inducir relajación, meditación y sanación. Se utilizan principalmente para reducir el estrés y la ansiedad. Los sonidos armónicos ayudan a calmar la mente, desacelerar el ritmo cardíaco y disminuir los niveles de cortisol, la hormona del estrés.



- **Ayurveda:** La medicina ayurveda es un sistema tradicional de la India con más de 3,000 años de antigüedad que busca el equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu. Se basa en la dieta, hierbas, ejercicio, meditación y desintoxicación para prevenir y tratar enfermedades. Ayurveda promueve un estilo de vida equilibrado y personalizado para mantener la salud y prevenir enfermedades.



- **Ceremonias de Cacao:** Una ceremonia de cacao es un ritual en el que se consume cacao puro en un entorno espiritual, guiado por un facilitador, con actividades como meditación, respiración consciente y música en vivo. Esta práctica busca abrir el corazón, conectar con las emociones. El cacao es considerado una planta medicinal que promueve la liberación de emociones reprimidas y una conexión más profunda con uno mismo y con los demás.



La escuela de certificación y retiros de yoga, además de ser una escuela donde se formen profesionales en el área del yoga, quiere ser un centro en donde diversas formas de terapias holísticas puedan ser llevadas a cabo. De esta forma, se busca brindarles la opción a nuestro estudiantes y clientes a, en un solo espacio, poder tener una formación, exploración y sanación completa a través de retiros, ceremonias y sesiones como las que se ha mencionado arriba.

*Nota: El portafolio de sesiones holísticas que aquí se ha mencionado está sujeto a cambios y modificaciones. Este es un primer bosquejo de las terapias que se podrían impartir en la escuela de certificación y retiros de yoga, puesto que hay consideraciones legales a considerar, sobre todo con las ceremonias con plantas y animales medicinales. De igual forma se debe analizar el riesgo de ofrecer estas terapias.*

## **4. MODELO DE NEGOCIO**

### *4.1 Segmento de clientes*

Para continuar con la propuesta para este proyecto de titulación, es necesario definir quiénes serán el público objetivo al que estará dirigido este emprendimiento. Para eso, a continuación, se detallará ciertos criterios que delimitarán la segmentación de la escuela de certificación y retiros de yoga.

Los usuarios meta de esta escuela de certificación y de retiros de Yoga son individuos con las siguientes características:

**Consideraciones segmentación escuela de certificación de yoga:**

El yoga es una práctica milenaria que no se fija en edad, sexo, religión, condición física o mental, nacionalidad, etc.; sin embargo, para fines académicos, a continuación, se mencionarán ciertas consideraciones que se deberán tomar en cuenta para poder definir la segmentación de la escuela y centro holístico de yoga.

Algunas de las consideraciones para la segmentación son:

- Hombres, mujeres u otro, con al menos 18 años. Se permite menores de edad siempre que estén acompañados de al menos uno de sus padres o representantes legales.
- Hombres, mujeres u otro, que deseen iniciar o profundizar su aprendizaje en el camino del Yoga a través de un curso de certificación.
- Hombres, mujeres u otro, que buscan, a través del yoga, aprender técnicas de movilidad para su cuerpo (asanas), meditación y respiración.
- Hombres, mujeres u otro, que buscan, a través del yoga, aprender más sobre ellos mismos e indagar sobre su espiritualidad.
- Hombres, mujeres u otro, que buscan aprender de esta disciplina (yoga), pero que ven un plus en descubrir o ampliar más sus conocimientos en temas ancestrales latinoamericanos (chamanismo, medicinas y plantas sagradas ancestrales, limpias, etc.) y temas holísticos (tarot, oráculos, astrología, reiki, etc.).
- Hombres, mujeres u otro, que disponen de al menos 28 días de su tiempo para estar de forma presencial en el Ecuador en el curso (200HRS. YTTC).
- Hombres, mujeres u otro, que disponen de al menos 35 días de su tiempo para estar de forma presencial en el Ecuador en el curso (300HRS. YTTC).

- Hombres, mujeres u otro, que disponen de al menos 10 días de su tiempo para estar de forma presencial en el Ecuador en el curso (50HRS. YIN YTTC).
- Hombres, mujeres u otro, que tengan un nivel de inglés adecuado para comprender a sus compañeros, profesores y las indicaciones que se darán durante la certificación.
- NO hay distinción en su nacionalidad. La certificación está abierta a nacionales y extranjeros, pero el proyecto sí está dirigido a un público extranjero que se mencionará más adelante.
- NO hay distinción en su orientación sexual o de género.
- No hay distinción en su raza.
- NO hay distinción en su religión.
- Hombres, mujeres u otro que cuentan con al menos \$2.800 dólares, valor de la certificación de 200hrs. en cuarto con ocupación triple, o \$ 3.200 en habitación matrimonial. (Nivel socio económico medio - alto)

#### **Consideraciones segmentación del centro de retiros:**

- En el caso de las ceremonias con plantas y animales medicinales, nadie menor de 18 años podrá participar.
- Todos los participantes de una ceremonia con plantas y animales medicinales deberán firmar una hoja de descargo de responsabilidad.
- Todos los participantes de un temazcal deben ser mayores de 18 años. Se permite menores de edad siempre que estén acompañados de al menos uno de sus padres o representantes legales.

Como se mencionó, estas son solo algunas consideraciones para definir la segmentación de la escuela y centro holístico de yoga; sin embargo, existen otros puntos a tomar en cuenta que ayudarán a definir aún más la estrategia de segmentación, a continuación, se expondrá, a breve rasgos, dichos datos:

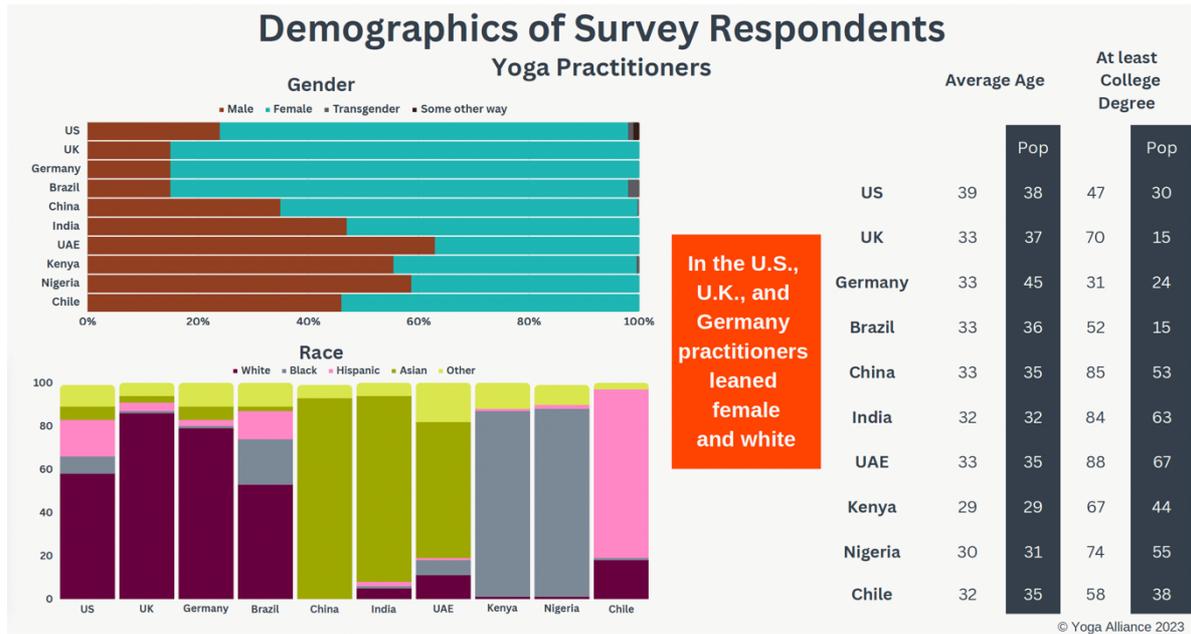


Figura 5 – Datos demográficos y de edad media de practicantes de yoga alrededor del mundo. Fuente: Yoga Alliance (2023, p.6)

---

FORBES MAGAZINE • FORBES ASIA

# Out Of Israel, Into The World

**David Yin** Former Contributor ⓘ

*Looking at entrepreneurs and companies in Asia.*

Dec 19, 2013, 10:13am EST

Updated Jan 9, 2014, 09:05pm EST

 This article is more than 10 years old.

 ***Each year, 75,000 soldiers are discharged from the Israel Defense Force. A third of them then travel across Asia and South America, supporting businesses at home and abroad.***

 ***across Asia and South America, supporting***

***businesses at home and abroad.***



Ten years ago, Dan Nahum, now a 23-year old sophomore at Yale University, found Yossi Ghinsberg's *Back from Tuichi* on the family bookshelf. Reading about the author's remarkable tale of survival as he backpacked through the Bolivian jungle after his tour of duty in the Israel Defense Force, Nahum decided that he, too, would travel to South America one day.

*Figura 6 –Publicación de Forbes Asia, en donde se hace referencia a la cantidad de israelitas que visitan*

*Latinoamérica después de servir en el ejército. Fuente: Forbes. (2013, s.p.)*

En base a lo expuesto, se ha definido que la segmentación con la que se trabajará en la escuela y centro holístico de yoga sea la siguiente:

- **Hombres, mujeres u otro de entre 25 años a 45 años.**
- **Con un nivel económico medio-alto / alto, preferiblemente profesionales.**
- **Personas con el deseo de iniciar o expandir su camino en el mundo del yoga, en la espiritualidad y la meditación, etc.**
- **Que provengan de las siguientes regiones:**
  - **América del norte: Estados Unidos y Canadá**
  - **América del Sur: Chile**
  - **Región europea: UK, países de habla germánica, países nórdicos, Francia.**
  - **Medio Oriente: Israel**

Además, como ya se mencionó, se deberá tomar en cuenta las consideraciones mencionadas más específicas como son: dinero necesario para completar la formación, el tiempo mínimo requerido para el profesorado, nivel de inglés necesario, etc.

#### *4.1 Canales de distribución*

- **Página de Yoga Alliance (registrar la escuela):**

Yoga Alliance es la asociación sin fines de lucro más grande del mundo respecto a yoga; por ende, el primer paso a dar para que la escuela y centro de retiros de yoga se dé a conocer en el mundo es registrar la escuela en esta plataforma. Con esto nos aseguramos de que cada persona que desee buscar una escuela de yoga certificada en el mundo nos encuentre en la base de datos de esta asociación.

- **Página web:**

De llevarse a cabo el proyecto, este contará con una página propia en donde se dé a conocer la escuela, las certificaciones que se imparten, los retiros y ceremonias a disposición de los clientes, así como todo lo relacionado con la escuela como: fotografías, videos, testimonios, paquete de servicios a disposición con precios, etc.

- **Redes sociales:** Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, Pinterest

Hoy en día, no hace falta ser un experto para saber que si no se está en redes sociales no se está en nada. Es por esta razón que la escuela y centro de retiros de yoga contará con una página en las redes más importantes como las mencionadas arriba.

*Nota: El análisis de las páginas con más relevancia se ajustará al tiempo en que se ejecute el proyecto.*

- **Alianzas con doctores holísticos:**

Se propone evaluar la factibilidad de crear alianzas con doctores con visiones holísticas de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, entre otras, y de esta forma dar a conocer la escuela y centro de retiros de yoga como el lugar en donde los pacientes de estos especialistas pueden encontrar una herramienta adicional para acompañar su proceso de tratamiento.

- **Alianzas con psicólogos y psiquiatras:**

De igual forma que con los doctores holísticos, se propone evaluar la factibilidad de crear alianzas con doctores psiquiátricos de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, entre otras, y de esta forma dar a conocer la escuela y centro de retiros de yoga como el lugar en donde los pacientes de estos especialistas pueden encontrar una herramienta adicional para acompañar su proceso de terapia.

- **Alianzas con estudios de yoga:**

Se propone evaluar la factibilidad de crear alianzas con estudios de yoga de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, entre otras, y de esta forma dar a conocer la escuela y centro de retiros de yoga como el lugar en donde, tanto profesores como estudiantes, pueden ser parte de una comunidad más grande de amantes del yoga. Dentro de esta alianza no se descarte la opción de que profesores de estudios locales formen parte de la escuela como profesores invitados y de esta forma conozcan de mejor manera este proyecto.

- **Potencial alianza con Sampoorna Yoga:**

Sampoorna Yoga es una escuela de yoga ubicada en Goa – India y Bali – Indonesia. Con esta posible alianza se buscaría evaluar la factibilidad y rentabilidad de traer dicha escuela al Ecuador y que aquí funcione otra sede de la escuela. Esta estrategia sería una especie de franquicia que funcionaría con estándares de calidad igual a la escuela de origen indio, pero la escuela en Ecuador sería autónoma.

El beneficio de aliarnos con esta escuela está en que Sampoorna ya es una escuela reconocida en la industria; esta se estableció en Goa – India en el 2009 y cuenta con más de 13 mil graduados hasta la fecha. Su calificación en Google es de 4.8 con 160 opiniones y en Yoga Alliance la escuela tiene una calificación de 4.6 con 525 reviews. Además, Sampoorna está por inaugurar su segunda sede en Bali – Indonesia en agosto de este año, por lo que pareciera que está en proceso de expansión y podría ser una oportunidad el considerar aliarnos con esta escuela.

#### *4.2 Estrategia de precios*

La estrategia de precios con la cual este negocio buscará arrancar operaciones tomará en cuenta los precios de la competencia como principal base para fijar el precio de venta al público; esto porque dentro del análisis de la competencia que se realizó, se pudo observar que el precio de las certificaciones de yoga que brindan las escuelas en el país cobran más o menos lo mismo. Cabe mencionar que las escuelas que se utilizaron para hacer este análisis comparativo de precios son las mismas escuelas que en el apartado de FODA se utilizaron para analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas respecto a la competencia.

De igual forma, es válido mencionar que algunas escuelas venden certificaciones con precios más bajos, pero en general, a nivel país y mundo, los precios de las escuelas de yoga, con similares características a las de este proyecto, tienen un rango de precio bastante parecido al que se ha optado vender esta certificación en este proyecto de emprendimiento.

Además, como se podrá observar en los análisis financieros más adelante, el precio basado en la competencia deja utilidades considerables al negocio, lo que refirma que escoger esta estrategia puede generar rentabilidad y utilidad al emprendimiento.

Finalmente, se debe mencionar que las escuelas de yoga que se catalogaron como competencia para este proyecto de tesis no declaran sus ingresos a los órganos encargados para este cometido; por lo que fue especialmente difícil poder armar otra estrategia de precios que no sea el precio de la competencia, dada la nula información oficial sobre datos económicos reales que se tiene sobre los competidores en el país. De hecho, la escuela que se podría considerar la

mayor competencia de este proyecto recién registró la empresa el año pasado, 2023, declarando pérdidas al ser “nueva”, pese a que lleva en el mercado de Ecuador nueve (9) años.

Se adjuntan las capturas de pantallas de los órganos de control del país en donde se puede observar que un análisis mayor de la competencia no es posible dado que no hay información oficial que permita realizar dicho análisis. ANEXOS 25 - 32.

ANÁLISIS DE COMPETENCIA - ESCUELA DE YOGA					
NOMBRE ESCUELA	AÑO CREACIÓN	CALIFICACIÓN YOGA ALLIANCE	PRECIO	TIPO DE PROGRAMA	TIPO DE ACOMODACIÓN
Trimuti Yoga Ecuador	jun-13	4.73 (395 reviews)	S/D	S/D	S/D
Arts Yoga International University	feb-15	4.74 (45 reviews)	\$ 1,800.00	200hrs. YTTC.	NO TIENE
			\$ 2,500.00	300hrs. YTTC	
			\$ 4,800.00	500hrs. YTTC	
Durga's Tiger School of Tantra Yoga and Shamanism	mar-15	4.79 (90 reviews)	\$ 2,800.00	200hrs. YTTC.	Cuarto doble o triple con baño compartido.
			\$ 3,482.00	300hrs. YTTC	Cuarto doble o triple con baño compartido.
OM Healing center	1-nov	4.86 (7 reviews)	\$ 2,400.00	200hrs. YTTC.	Cuarto doble con baño compartido.
			\$ 1,700.00	200hrs. YTTC.	Sin acomodación.

*Tabla 1 – Tabla de análisis de la competencia de las principales escuelas de yoga en el país. Fuente: elaboración propia. (2024).*

#### 4.3 Fuentes de ingresos

Para desarrollar esta parte del proyecto, se procederá a explicar de dónde se financiará el emprendimiento en el año cero (0) de vida, así como qué productos o servicios extras se planea tener para que el proyecto genere más fuentes de ingresos.

Para empezar, respecto a la financiación del proyecto en el año número cero (0), se debe aclarar que este proyecto contará con la financiación de un socio económico allegado a mi persona. Él será mi socio capital más importante, seguido de mi persona a través de capital de mis ahorros y apalancamiento a través de deuda con un banco.

El dinero necesario para la realización de este proyecto es de **\$245,759.69 dólares** y su fecha de inicio de construcción no debería tardar más de 3 años. En primera instancia, se propone tener solo dos shalas (salones de clases para hacer yoga) y 14 casas para albergar estudiantes o visitantes divididas en la siguiente manera: 8 casas con ocupación máxima de 3 personas; 6 casas con ocupación máxima de 2 personas. En total, la escuela en su primera fase podrá recibir 30 estudiantes por módulo de certificación.

Se adjuntan los **ANEXOS 20 – 24** en donde se podrá encontrar renders de cómo va a verse la escuela de yoga, y el **ANEXO 33** en donde se detalla cómo están divididos los valores iniciales de inversión.

Como productos o servicios añadidos que aporten a generar más recursos para este emprendimiento se encuentran los que ya se mencionó en el capítulo *características y propuesta de valor* y son las siguientes:

- Ceremonias de Yagué o Ayahuasca
- Ceremonias de Kambo
- Ceremonias con San Pedro
- Ceremonias con Cacao
- Sesiones de medicina Ayurveda

- Sesiones de Acupuntura
- Sesiones de Astrología y Tarot
- Sesiones de Reiki
- Temazcales
- Baños de sonido
- Masajes energéticos
- Limpieza con hierbas ancestrales

Además, se planea poner el espacio de físico de la escuela a disposición para otras actividades como:

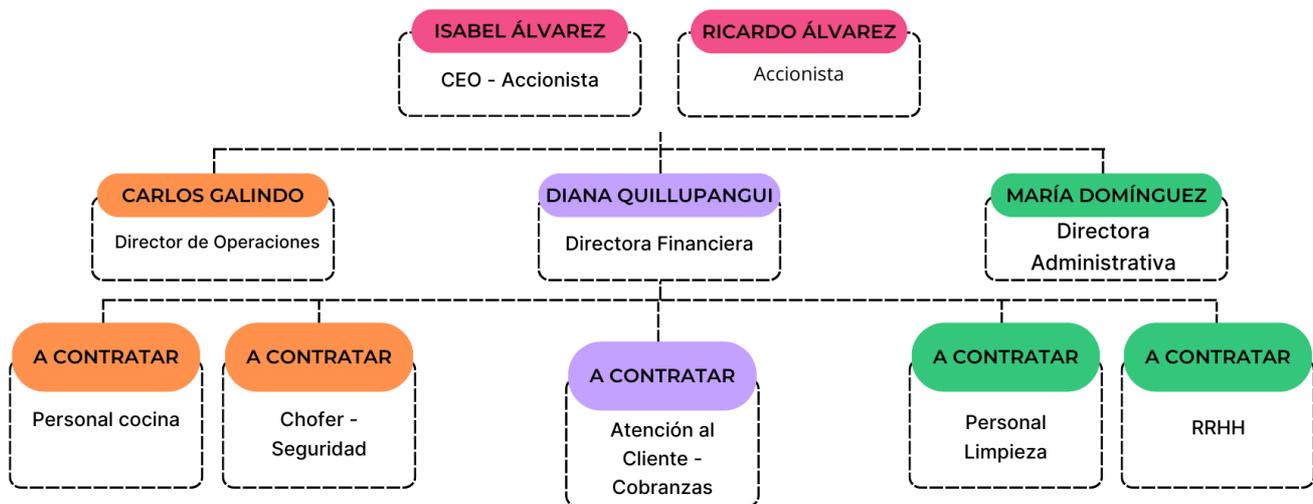
- **Airbnb – Booking:** cuando la ocupación de los cursos no esté completa, se puede arrendar las habitaciones a través de estas plataformas para obtener recursos monetarios de otra fuente y aprovechar el espacio disponible.
- **Hotel – lugar de eventos:** de igual forma, los meses en donde no se dicten cursos o si no hay la ocupación necesaria para abrir un curso de certificación de yoga el espacio puede servir como un hotel y también como un espacio en donde se pueden realizar eventos tipo retiros de todo tipo y recepciones. Si la capacidad de habitaciones de un profesorado de yoga no está completa, el espacio también podría ser arrendado en paralelo y así gestionar de otra forma ingresos.

De igual forma, en paralelo, se pueden ofrecer certificaciones en línea, clases pregrabadas bajo suscripción, entre otros.

## 5. PLAN OPERATIVO

### 5.1 Estructura organizativa

## ORGANIGRAMA CHANDRA SCHOOL



### 5.2 Recursos necesarios

Los recursos necesarios para crear esta escuela son varios, a continuación, se mencionará a breves rasgos los requerimientos básicos necesarios para que este emprendimiento funcione.

Ante todo, es vital que la escuela cuente con un terreno en donde sentar sus bases. Para esto, se ha decidido comprar un terreno de 10 hectáreas en Manabí, en este terreno se planea construir dos shalas de yoga y 14 casas que alberguen hasta 30 estudiantes por programa de certificación. Las habitaciones serán simples, pero contarán con todo lo necesario para su funcionamiento, desde sábanas, pasando por toallas e implementos básicos de limpieza.

La escuela contará con un restaurante en donde se servirán las tres comidas principales del día y una estancia en donde siempre se podrá encontrar agua y té. Toda la escuela estará rodeada de áreas verdes y espacios para caminar, descansar y admirar la naturaleza del lugar.

De igual forma, se necesitará de un vehículo para realizar, mandados, compras y demás; este vehículo sí fue considerado dentro de los costos iniciales de este proyecto.

Respecto a los colaboradores necesarios para que la escuela de yoga funcione, en un inicio, se necesitará de: un profesor certificado por Yoga Alliance para dictar el curso, una persona encargada de la administración general del espacio, dos personas encargadas de limpieza y dos personas de cocina. Estos puestos de trabajo son susceptibles a cambios dependiendo de la necesidad en el momento de abrir la escuela, pero son el mínimo necesario para la apertura.

## **6. PLAN FINANCIERO**

### *6.1 Proyecciones financieras.*

Como se mencionó con anterioridad, los datos económicos reales de los competidores de la escuela de yoga no se han transparentado. La competencia no declara sus ganancias y pérdidas y recién han decidido “formalizar”, de alguna forma, su trabajo. Debido a esto, las proyecciones que se realizaron para este trabajo no tienen un dato sólido que le pueda corresponder; sin embargo, dada la informalidad del sector bajo el cual se encuentra este proyecto, me he basado en el relato de otras escuelas para poder sacar las siguientes proyecciones.

Para empezar, se decidió que durante los tres primeros años de vida de la escuela solo se realicen certificaciones durante 6 ocasiones al año; esta decisión se la tomó a razón de ser realistas y no esperar tener la periodicidad de cursos de otras escuelas que ya tienen trayectoria en el país y en el mundo. A partir del año 4 de vida de la escuela se dictará un curso más al año, es decir serían 7 certificaciones anuales. El número de cursos que se dicten está sujeto a modificaciones según las necesidades reales que se puedan presentar en el camino.

De igual forma, buscando ser más “pesimistas”, pero con el objeto de ver si los números aun siendo no tan buenos la escuela puede ser rentable, se ha decidido que para las proyecciones financieras recién en el quinto año de funcionamiento de la escuela y durante tan solo uno de sus cursos llegue a la capacidad máxima de ocupación que es de 30 personas. Pese a este “pesimismo” forzado, la escuela alcanza a cubrir sus costos fijos y variables, la deuda del capital inicial y tiene utilidades.

Sin embargo, a razón de que este ejercicio académico sea aún más real, se planteraron dos escenarios más al ya mencionado. Uno con +15% de participantes y ganancias y otro con un -15% de alumnos y ganancias al base que aquí se ha denominado “pesimista”. Lo bueno de estos planteamientos es que permitió corroborar que, aún siendo más pesimistas de lo que tal vez se puede llegar a ser, la escuela y centro de retiros de yoga sigue siendo rentable. **ANEXO 11 – 12.**

En la misma línea, año tras año se planificó incrementos en servicios básicos, pese a que en el sector donde se asentará la escuela, alguno de estos servicios no existen o tienen subvención y el aumento en los últimos años no ha sido significativo. El mismo incremento se realizó con

otros valores que se encuentran en costos variables. Los costos fijos también se modificaron, pero ciertos aumentos deberán revisarse en el momento según lo que dicten las reglas ecuatorianas sobre salarios mínimos.

Otra proyección que se hizo es que, a partir del tercer año de funcionamiento de la escuela, el negocio debe saber manejar mejor sus costos de comida por alumno y encontrara la forma, a través de la experiencia y la auto sustentabilidad, de ser más eficientes y reducir costos asociados a este rubro.

Se adjunta las tablas de las proyecciones del Estado de Pérdidas y Ganancias a 5 años. **ANEXO 1-5**. En la misma línea, se adjunta las proyecciones de alumnos por mes, durante 5 años, con las que se trabajó y se establecieron todos los supuestos para la parte financiera. **ANEXO 6-10**.

### *6.2 Necesidades de inversión y financiamiento*

Como se mencionó con anterioridad, la inversión necesaria para la realización de este proyecto en el año cero (0) es de **\$245,759.69 dólares**. El financiamiento estará dividido entre un socio capital, dinero propio y apalancamiento bancario. Para ser más exactos, se espera que **\$145,000.00 dólares** provengan del socio capital y mi persona, y que los otros \$100,000.00 dólares se los adquiera a través de un préstamo bancario.

Se adjunta las tabla del Balance General. **ANEXO 13**.

### *6.3 Evaluación de riesgos financieros*

Los índices de evaluación de riesgos financieros con los que se trabajó para este proyecto son: punto de equilibrio, retorno sobre la inversión (ROI), retorno sobre el capital (ROE), tasa interna de retorno (TIR) y valor actual neto (VAN).

Todos los índices que se exponen aquí, como ya se mencionó, están basados en proyecciones estimadas, puesto que no hay un margen comparativo real de la competencia que se pueda utilizar como referencia puesto que la competencia no declara impuestos en el país.

Respecto al Punto de Equilibrio, se obtuvo el número 23 como resultado. Esto nos deja ver que, al año, para que el negocio sea rentable, debemos tener al menos 23 personas inscritas en las certificaciones (6) que se dictarán a partir de marzo del 2028. Con este número de personas y su equivalencia en dinero, la escuela alcance el número mínimo requerido para saldar todas sus cuentas y gastos y, a partir de la persona número 24 inscrita la escuela y centro holístico de yoga empieza a ver ganancias.

Como se ha mencionado con anterioridad, el número de alumnos con el que se proyectó las ventas fue bastante pesimista; sin embargo, 23 es un número de alumnos que está dentro de las proyecciones y que indicaría que el punto de equilibrio es alcanzable.

De igual forma, si hablamos del Retorno Sobre la Inversión (ROI), la ganancia que se obtuvo a 5 años, luego de hacer las proyecciones, arroja un 492.15% de ganancia sobre la inversión inicial. Para ser más específicos, se espera tener una ganancia de \$1,455,255.54 frente a los \$ 245,759.69 dólares de inversión inicial. Este dato, de igual forma, dejaría ver que abrir el

emprendimiento es una buena decisión y que en efecto la ganancia será mayor a la de la inversión.

En esa misma línea, el Retorno Sobre la Inversión (ROE), también demostró ser rentable. La ganancia neta de \$1,455,255.54 frente a los \$ 145,000 dólares de aporte de capital propio nos dejan ver que el negocio es 903.62% rentable; de esta forma se obtiene un retorno neto sobre lo que se invertirá casi 9 veces mayor en un lapso de 5 años.

Respecto a la Tasa Interna de Retorno (TIR), tras realizar los flujos de caja a 5 años se obtuvo una tasa interna de retorno del 42%, lo que indica que, si los flujos estimados se llegan a cumplir o superar, el negocio sería entable, y que las ganancias que se esperan obtener son significativamente alentadoras frente a la inversión inicial que se realizará. Hay que tener en cuenta que un 42% de TIR es alentador, sin embargo, podría indicar, al ser el porcentaje de retorno alto, comparado con la inversión inicial que el proyecto podría ser de alto riesgo y hay que evaluar bien todos los factores inmersos.

Finalmente, dentro de los índices financieros utilizados para medir la viabilidad y rentabilidad de este emprendimiento se encuentra el Valor Actual Neto (VAN), el cual, al igual que los otros indicadores aquí expuestos con anterioridad, arrojó números alentadores. Se debe mencionar que la tasa de riesgo que se utilizó para obtener este valor fue de un 18%, la cual es una tasa de riesgo alta por tratarse de un emprendimiento y del cual no hay, a ciencia cierta, no hay tantos datos duros con los cuales comparar porque, como ya se mencionó, los competidores de escuelas de yoga en el país no funcionan de forma “regularizada” ni declaran a los organismos de control del Ecuador sus ganancias.

Sin embargo, aun utilizando una tasa de riesgo alta, el número que arrojó es de \$196,958.44 dólares. Esto nos deja ver que el proyecto es rentable por encima de una tasa mínima esperada y que no solo paga la inversión inicial, sino que también deja ganancias.

De igual forma, en los anexos se podrá encontrar la fórmula del WACC, la cuál tras ser realizada nos deja ver que el costo promedio ponderado de capital para este trabajo es bueno y que merece invertirse el capital en este proyecto puesto que sí genera ganancias.

Se adjunta las tablas con los Índices Financieros. **ANEXO 14 - 19.**

## **7. ESTRATEGIA DE MARKETING Y VENTAS**

### *7.1 Estrategia de Marketing*

Para promocionar la escuela de yoga y ponerla en el radar de los clientes se ha decidido poner en marcha algunas estrategias de marketing, pero, sobre todo, dirigir los esfuerzos a dos estrategias en específico; el posicionamiento de la marca y marketing digital.

Si bien estas estrategias no son nada fuera de lo común y son altamente utilizadas en el marketing, al ser este centro holístico de yoga un emprendimiento, la primera necesidad que se presenta es la de dar a conocer la existencia de este lugar. De igual forma, hoy en día, al ser todo digital la estrategia de marketing digital irá de la mano con las acciones que se realicen para posicionar la marca.

A continuación, se expondrán algunas de las estrategias a realizarse para el posicionamiento de la marca:

1. **Campaña de expectativa en las redes sociales:** se buscará generar una campaña en donde se publiquen imágenes misteriosas para generar interés hacia la escuela de yoga. Dicha campaña se llevará a cabo en las redes sociales con más usuarios.

**Qué se busca:** con esta estrategia se busca, primero que nada, definir cuáles serán los canales de redes sociales que, en un inicio, la escuela tenga y en donde se suba contenido sobre nosotros, quiénes somos, qué hacemos, nuestro diferenciador, la manera en cómo hacemos las cosas, etc.

**Canal:** Instagram, TikTok y YouTube.

**Presupuesto:** \$500 al mes; distribuido de la siguiente manera: \$300 Instagram, \$100 TikTok, \$100 YouTube.

**Timing:** la campaña de expectativa será de 6 meses. **La fecha de apertura de la escuela se ha planificado que sea para la primera semana de marzo del 2028.** Por lo que la campaña de expectativa empezaría en septiembre del 2027.

2. **Embajadores de yoga extranjeros:** se plantea la opción de invitar a 10 profesores de yoga experimentados de distintas partes del mundo a que durante una semana vivan la experiencia de nuestra escuela de yoga de manera gratuita. En esta semana habrá toda clase de experiencias en la escuela, desde sesiones de yoga y meditación, pasando por rituales ancestrales con yerbas nativas, sesiones de astrología y tarot, hasta acupuntura.

**Qué se busca:** a través de esta estrategia se busca primero que los embajadores invitados puedan vivir por sí mismos el espacio, las actividades y las experiencias que la escuela y

centro holístico de yoga ofrece. Segundo, al ser los embajadores seleccionados personas con trayectoria en el mundo del yoga, se les solicitará que generen contenido de su experiencia, pero de manera orgánica, sin ningún libreto por detrás, más la realidad de cómo se sintieron en nuestro espacio.

**Canal:** contacto directo con los embajadores de yoga extranjeros para invitarlos a ser parte de esta experiencia.

**Presupuesto:** \$8000 en pasajes para 10 invitados, más \$1400 en comida por los 7 días de estancia en nuestras instalaciones con comida incluida y algunos de nuestros programas holísticos incluidos.

**Timing:** fecha tentativa, julio de 2027.

- 3. Influencers fitness, espirituales del país y la región:** de igual forma, se propone realizar un evento similar al de embajadores especializados de yoga, pero con personas que estén inmersas en el mundo fitness y la espiritual en el país y la región. La estrategia sería más o menos la misma, se los invita a nuestras instalaciones durante un fin de semana para que puedan vivenciar lo que nuestra escuela propone en el campo del yoga, la meditación y la espiritualidad.

**Qué se busca:** a través de esta estrategia se busca primero que los influencers invitados puedan vivir por sí mismos el espacio, las actividades y las experiencias que la escuela y centro holístico de yoga ofrece. Segundo, se les solicitará que generen contenido de su experiencia, pero de manera orgánica, sin ningún libreto por detrás, más la realidad de cómo se sintieron en nuestro espacio.

**Canal:** contacto directo con los influencers fitness, espirituales del país de la región para invitarlos a ser parte de esta experiencia.

**Presupuesto:** \$1000 por los 5 días de estancia para 10 influencers en nuestras instalaciones con comida incluida y algunos de nuestros programas holísticos incluidos.

**Timing:** fecha tentativa, agosto de 2027.

4. **Unirse al festival \*Si Yoga\*:** este es un festival de yoga que se realiza en el país en la tercera semana de junio por motivo del día del yoga. En esta participación se dará a conocer la escuela de yoga y todos los otros servicios complementarios que ofrece nuestro espacio.

**Qué se busca:** a través de esta estrategia se busca ser parte de una red más grande en el país que de soporte para que nuestro público, sobre todo el extranjero, pueda confiar más en nosotros y ver que somos la mejor opción de entre todos los participantes nacionales. Esta estrategia busca ser la validación externa en el país de que somos una escuela real, que no vende humo; un lugar al que se puede acudir con seguridad.

**Canal:** contacto directo con los organizadores del festival para inscribir la participación de la escuela en este evento.

**Presupuesto:** \$500

**Timing:** tercera semana de junio 2027.

## *7.2 Estrategia comercial*

Dentro de la estrategia comercial, a continuación, se presentarán algunas ideas que podrían ayudar a reforzar la estrategia de marketing para posicionar y digitalizar el marketing del centro holístico y la escuela de yoga; con estas ideas se busca que la escuela tenga una ocupación alta, que se posicione como la mejor escuela de yoga y centro holístico en el país y que brinde las mejores experiencias a sus clientes.

- 1. Membresía VIP para los primeros clientes:** esta estrategia ofrecerá a los primeros 100 estudiantes beneficios de por vida en clases, retiros y eventos especiales; existirán términos y condiciones para aplicar a este beneficio, pero, básicamente la idea busca ofrecer descuentos, beneficios, etc., a los primeros 100 estudiantes que decidan inscribirse en nuestros cursos a manera de gratitud por confiar en una escuela que recién abre sus puertas. Esta oferta se la realizaría a manera de una subasta en línea o un beneficio exclusivo por pre-lanzamiento.

**Presupuesto:** 30% de descuento para nuestros 100 primeros inscritos en futuros programas de certificación y 10% de descuento en terapias holísticas.

**Timing:** de por vida para los primeros 100 inscritos.

- 2. Certificaciones con la opción de “desconexión total” del mundo:** esta estrategia brindaría la opción a nuestros participantes de desconectarse por completo del mundo exterior durante su estadía con nosotros. En este mundo en donde nos vemos bombardeados por tanta comunicación, brindar un espacio en donde las personas puedan decidir aislarse del mundo exterior es una estrategia que puede ser muy buena.

La implementación de esta idea es fácil, quienes decidan que no tener contacto con el mundo exterior podrían dejar sus móviles en un espacio seguro y designado para este cometido en la escuela; de esta forma no solo brindamos todo lo que el centro holístico ya posee en términos de la certificación y los otros servicios, sino que también la escuela puede ser ese lugar en donde, voluntariamente, las personas se desconecten para conectar.

Esta posibilidad estaría abierta para todas las personas que nos visiten.

**Presupuesto:** \$400 para una caja fuerte.

**Timing:** la caja fuerte estará instalada para la fecha de apertura de la escuela **en marzo del 2028.**

- 3. Medición holística del progreso a través de una herramienta tecnológica:** con esta estrategia se propone crear algún tipo de cuestionario que permita evaluar la salud de nuestros clientes de manera holística. La idea busca que durante las certificaciones los estudiantes rellenen cuestionarios, aplicaciones, etc., con datos sobre su progreso físico, su estado mental y como se sienten espiritualmente y al final de la certificación puedan ver, medir o analizar su experiencia durante su estadía en la escuela. Esta herramienta podría ser un plus que atraiga clientes; sin embargo, su aplicación no sería obligatoria puesto que hay personas que no buscan realizar una certificación por ver “mejoras”, sino solo por vivir la experiencia. Esta herramienta se podría desarrollar si su costo es viable y si hay público dispuesto a adoptarla.

**Presupuesto:** \$39 para desarrollar un cuestionario en línea

**Timing:** disponible a partir de marzo 2028.

- 4. Paquetes de yoga y coworking:** como se mencionó en el apartado *fuentes de ingresos*, la escuela puede servir como un hotel cuando la ocupación de los cursos no este completa. Ante esta razón, se podría dar a conocer a la escuela como un espacio acogedor para nómadas digitales que deseen hacer yoga, meditación y tener una vida más en conexión con la tierra mientras trabajan alrededor del mundo. Se crearían paquetes especializados para personas que decidan estar en el centro holístico por más de un mes y medio, en donde

recibirían clases de yoga, alimentación, acceso a una cantidad determinada de otras terapias alternativas, etc.

**Presupuesto:** descuento del 15% en el valor de las habitaciones compartidas que incluyen alimentación y la opción a tener un drop in de yoga al día.

**Timing:** disponible a partir de marzo 2028.

- 5. Flash mobs de yoga al rededor del mundo y en lugares icónicos del país:** esta idea busca realizar secuencias de una clase de yoga en espacios reconocidos en distintas partes del mundo con el fin de generar un impacto en quienes presencia la puesta en escena. Estas secuencias serian grabadas y se utilizarían como videos promocionales de la escuela. Gente haciendo yoga en lugares como: Hanoi, Barcelona, Múnich, Santiago de Chile, Zurich, Goa y que todos confluyan en nuestra escuela de yoga en Ecuador. De igual manera, estos mismos videos promocionales se podrían llevar a cabo en lugares icónicos y reconocidos del Ecuador y que el punto de convergencia sea el centro holístico.

**Presupuesto:** \$

**Timing:** junio, julio, agosto 2027.

- 6. Karma Yoguis:** esta idea buscaría acoger a profesores certificados de yoga que viajan por el mundo en nuestra escuela de yoga. De esta forma estaríamos cumpliendo con uno de nuestros diferenciadores que es brindar diversidad de estilos de yoga y también de profesores en la escuela. Se buscaría ser un refugio, un lugar de reunión para profesores que deciden enseñar yoga mientras viajan, a cambio de que ellos den clases en la escuela y nosotros brindarles hospedaje y comida por un tiempo determinado. Esta es una práctica

muy común en India y otros países de la región que pone en marcha la doctrina de “unión a través de la acción”.

**Presupuesto:** poner a disposición una habitación compartida de 3, más comida al día a cambio de profesores que den clases gratis en la escuela. El tiempo mínimo para ser karma yogui es de 4 meses.

**Timing:** disponible a partir de marzo 2028.

## 8. IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

### 8.1 Indicadores clave

#### 1. Alcance en redes sociales

**Indicador:** # de seguidores en Instagram, YouTube y TikTok

**Meta:** tener al menos 3000 seguidores en el primer año e incrementar seguidores en un 5% - 8% mensual.

**Seguimiento y ajuste:** verificar de forma quincenal el alcance en redes sociales y hacer modificaciones si no se está cumpliendo con los indicadores. Realizar cambios de contenidos y ver que está en tendencia.

#### 2. Engagement (interacción)

**Indicador:** fórmula de la tasa de interacción (likes + comentarios + compartidos / total de seguidores x 100)

**Meta:** mantener un engagement superior al 5%.

**Seguimiento y ajuste:** verificar de forma quincenal cómo está el engagement en redes sociales y hacer modificaciones si no se está cumpliendo con los indicadores. Realizar cambios de contenidos y ver que está en tendencia.

### **3. Tráfico del sitio web**

**Indicador:** tráfico total al sitio web desde redes sociales

**Meta:** aumentar el tráfico web en un 8% - 10% mensual.

**Seguimiento y ajuste:** verificar de forma mensual, el tráfico en el sitio web y hacer modificaciones si no se está cumpliendo con los indicadores. Realizar cambios de contenidos en la página, ver que está en tendencia y considerar si es necesario aumentar la pauta.

### **4. Encuesta satisfacción del cliente**

**Indicador:** encuesta sencilla que mide la satisfacción del cliente con la pregunta: “¿Qué tan probable es que recomiendes nuestra escuela a un amigo o conocido?”. Se mide en la escala del 1 al 10.

**Meta:** tener al menos 75% de satisfacción

**Seguimiento y ajuste:** verificar después de cada certificación la tasa de satisfacción de los clientes y hacer modificaciones si no se está cumpliendo con los indicadores. Analizar las posibles fallas y corregirlas.

### **5. Tasa de ocupación en certificaciones o retiros**

**Indicador:** porcentaje de habitaciones ocupadas en certificaciones y retiros. (Habitaciones reservadas / total habitaciones x 100)

**Meta:** tener una ocupación de al menos 60% en clases y retiros en los tres primeros años.

**Seguimiento y ajuste:** medir la tasa de ocupación de certificaciones o retiros después de cada certificación y analizar las posibles causas de una ocupación que no cumpla con los indicadores

cruzando la información con otros indicadores claves como: alcance en redes sociales, engagement, tráfico en el sitio web, etc.

## **6. Tiempo de respuesta al cliente**

**Indicador:** tiempo promedio por parte del equipo en responder a los clientes.

**Meta:** toda consulta debe responderse en menos de 24 horas.

**Seguimiento y ajuste:** medir semanalmente el tiempo de respuesta, si no cumple con los indicadores establecidos, analizar el porqué y corregir.

## **7. Tasa de cancelación**

**Indicador:** porcentaje de clientes que cancelan su certificación o retiros antes de que empiece.

**Meta:** tener una tasa de cancelación menor al 15%.

**Seguimiento y ajuste:** revisar antes del inicio de cada certificación las razones de cancelaciones por parte de los clientes, esto a través de una breve encuesta y emitir un mensaje de “esperamos poder verte en otra ocasión” o similar a decidir más adelante.

## CONCLUSIONES

### *1. Respuesta a las Preguntas de Investigación*

El estudio ha respondido a las preguntas de investigación al identificar una necesidad real en el mercado ecuatoriano para un centro de certificación y retiro de yoga que combine calidad, confort y diversidad cultural. La revisión de literatura y los análisis de mercado reflejan que el yoga no solo es una práctica beneficiosa para la salud mental y física, sino también un negocio en crecimiento global, lo que valida la propuesta de este emprendimiento.

### *2. Limitaciones del Estudio*

**Actualización de la información:** aunque la investigación está basada en datos recientes, la disponibilidad de información sobre el mercado ecuatoriano de yoga es limitada y podría ser incompleta, debido a la informalidad del sector y a la falta de declaraciones económicas de los competidores.

- **Fuentes:** la revisión de literatura se basó principalmente en fuentes extranjeras, lo que podría limitar la contextualización local de los hallazgos.
- **Metodología:** las proyecciones financieras se realizaron con un enfoque conservador, lo cual, si bien asegura viabilidad, podría subestimar el potencial del mercado.

### *3. Importancia de los Datos y el Análisis:*

- a. **Significancia del Estudio:** este proyecto no solo aborda una necesidad creciente de bienestar post-pandemia, sino que también promueve el desarrollo sostenible alineado con el ODS 3 de la ONU.
- b. **Beneficiarios del Estudio:**

- i. **Directos:** practicantes de yoga, profesionales en formación, y turistas interesados en experiencias holísticas.
  - ii. **Indirectos:** la economía local de Manabí, al estimular el turismo y generar empleo.
- c. **Impacto en el Campo de Estudio:** este emprendimiento desafía la percepción de que el yoga en Ecuador es limitado a estilos tradicionales y espacios improvisados, introduciendo estándares internacionales y experiencias holísticas únicas.

4. *Presunciones Cambiadas o Confirmadas:*

- d. **Confirmadas:** el yoga es una práctica efectiva para reducir estrés y promover bienestar integral.
- e. **Cambiadas:** la idea de que Ecuador no puede ser competitivo en el mercado global de certificaciones de yoga se desmitifica con la propuesta de un modelo innovador.

5. *Limitaciones Metodológicas:*

- f. **Diseño del Estudio:** la dependencia de datos auto-reportados y la falta de estadísticas oficiales locales representan una limitación importante.
- g. **Proyecciones Financieras:** aunque conservadoras, están sujetas a riesgos políticos y económicos y de seguridad interna del país que podrían influir en el desempeño real.

6. *Recomendaciones para Futuros Estudios:*

- h. **Ampliar la Revisión de Literatura:** incorporar más estudios y datos locales para enriquecer la contextualización.

- i. **Investigación de Mercado Más Detallada:** realizar encuestas o focus groups con practicantes potenciales en Ecuador y el extranjero.
- j. **Explorar Modelos Digitales:** investigar la viabilidad de integrar certificaciones en línea para expandir la accesibilidad del programa.
- k. **Evaluación de Riesgos Políticos y Económicos:** incluir análisis más profundos sobre el impacto de la estabilidad del país en el emprendimiento.

Finalmente, se puede mencionar que este estudio sienta las bases para un proyecto pionero que combina prácticas milenarias con innovación en un contexto moderno, generando impacto social y económico mientras promueve el bienestar integral.

## REFERENCIAS

- [1] <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>
- [2] <https://dle.rae.es/yoga>
- [3] Brown, C. (2010). *La biblia del yoga*. Gaia.
- [4] Calvo Shadid, A., & Rojas Cabezas, Z. (2015). LOS TÉRMINOS SÁNSCRITOS DEL YOGA: UNA TRAVESÍA MILENARIA. *Revista Káñina*, XXXIX( ), 95-112.
- [5] Iyengar, B.K.S. (2007). *Luz sobre los Yoga Sutras de Patañjali*. Barcelona: Kairós.
- [6] Castillo, A. I. (2019). Análisis de viabilidad para un negocio de retiros de yoga en México. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- [7] *TwentyFour Seven Yoga Mats — Historia y filosofía del yoga*. (s. f.). TwentyFour Seven Yoga Mats. <https://247yogamats.com/historia-y-filosofia-yoga>
- [8] *Yoga sutras de Patanjali: los 8 pasos del yoga*. (s/f). THE CLASS. Recuperado el 5 de marzo de 2024, de <https://www.theclassyoga.com/que-es-yoga/otros/sutras-patanjali-yoga/>
- [9] Montoya, L. (2017, octubre 19). Historia y biografía de Historia del Yoga. Historia y biografía de; Historia-biografía.com. <https://historia-biografia.com/historia-del-yoga/>
- [10] (N.d.). News.un.org. Retrieved March 7, 2024, from <https://news.un.org/es/story/2020/06/1476232>
- [11] Giménez, Gloria Concepción, Olguin, Gustavo, & Almirón, Marcos Daniel. (2020). Yoga: beneficios para la salud. Una revisión de la literatura. *Anales de la Facultad de Ciencias Médicas (Asunción)*, 53(2), 137-144. Epub 00 de agosto de 2020. <https://doi.org/10.18004/anales/2020.053.02.137>
- [12] (N.d.-b). Yogaalliance.org. Retrieved March 7, 2024, from [https://www.yogaalliance.org/yoga\\_in\\_the\\_world](https://www.yogaalliance.org/yoga_in_the_world)

- [13] *Yoga: Dar calidad de vida también deja réditos.* (s/f). Revistalideres.ec. Recuperado el 23 de abril de 2024, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/yoga-dar-calidad-vida-deja.html>
- [14] <https://www.primicias.ec/noticias/el-chat/sadhana-yoga-conference-ecuador/>
- [15] <https://theconversation.com/illegal-occasionally-deadly-and-not-much-fun-what-is-the-frog-toxin-kambo-and-why-do-people-use-it-205401>
- [16] <https://mainiti.org/kambo-ceremony/>
- [17] <https://www.forbes.com/health/wellness/ayahuasca/>
- [18] <https://doubleblindmag.com/san-pedro/>
- [19] <https://kinetiko.net/wp/service/terapias-energeticas/>
- [20] <https://www.facebook.com/photo/?fbid=717076185091037&set=pb.100069222925735.-2207520000>
- [21] <https://www.crfmontigala.com/estetica/reiki-que-es-beneficios-salud/>
- [22] <https://parade.com/living/what-is-tarot>
- [23] <https://billiken.lat/interesante/astrologia-por-que-nos-gusta-leer-el-horoscopo-pese-a-que-sabemos-que-no-es-una-ciencia/>
- [24] <https://enlinea.santotomas.cl/actualidad-institucional/instituto-confucio/acupuntura-funciona-beneficiosa/80141/>
- [25] <https://www.shantisom.com/es/blog/que-es-un-bano-de-sonido-y-sus-beneficios/>
- [26] <https://health.clevelandclinic.org/what-is-ayurveda>
- [27] Organización Mundial de la Salud. Informe mundial sobre el envejecimiento y la salud. Ginebra: OMS; 2015. Disponible en: [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/186466/1/9789240694873\\_spa.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/186466/1/9789240694873_spa.pdf).
- [28] <https://www.sampoornayoga.com/>
- [29] <https://www.yogaalliance.org/SchoolPublicProfile?sid=667&lid=4185>

[30] Aguilar-Sigüeñas LE, Cruz-Vásquez YK, Villarreal-Zegarra D. Secuelas post-COVID en salud mental: una revisión narrativa. *Rev. Med. Vallejana* 2021; 10(2): 105-118. DOI: <https://doi.org/10.18050/revistamedicavallejana.v10i2.08>

[31] Yin, D. (2013, diciembre 19). Out of Israel, into the world. *Forbes*.  
<https://www.forbes.com/sites/davidyin/2013/12/19/out-of-israel-into-the-world/>

[32] Woollacott, M., & Shumway-Cook, A. (2023). Spiritual awakening and transformation in scientists and academics. *Explore (New York, N.Y.)*, 19(3), 319–329.  
<https://doi.org/10.1016/j.explore.2022.08.016>

**ÍNDICE DE ANEXOS**

ANEXO 1. ....	83.
ANEXO 2. ....	84.
ANEXO 3. ....	85.
ANEXO 4. ....	86.
ANEXO 5. ....	87.
ANEXO 6. ....	88.
ANEXO 7. ....	88.
ANEXO 8. ....	89.
ANEXO 9. ....	89.
ANEXO 10. ....	90.
ANEXO 11. ....	91.
ANEXO 12. ....	92.
ANEXO 13. ....	93.
ANEXO 14. ....	94.
ANEXO 15. ....	94.
ANEXO 16. ....	94.
ANEXO 17. ....	95.
ANEXO 18. ....	95.
ANEXO 19. ....	96.
ANEXO 20. ....	97.
ANEXO 21. ....	98.
ANEXO 22. ....	99.
ANEXO 23. ....	100.

ANEXO 24. ....	101.
ANEXO 25. ....	102.
ANEXO 26. ....	102.
ANEXO 27. ....	103.
ANEXO 28. ....	103.
ANEXO 29. ....	104.
ANEXO 30. ....	104.
ANEXO 31. ....	105.
ANEXO 32. ....	105.
ANEXO 33. ....	106.











## ANEXO 6: PROYECCIONES DE NÚMERO DE ALUMNOS AÑO 1.

Proyección de ingresos y venta el primer año					
Periodo	Pronóstico de personas	Tipo de acomodación		Ingresos x 3	Ingresos x 1
		Hab. X 3	Hab. X 1		
Marzo	10	3	1	\$ 25,200.00	\$ 3,200.00
Mayo	9	3	0	\$ 25,200.00	\$ -
Julio	12	4	0	\$ 28,000.00	\$ 6,400.00
Agosot	15	4	3	\$ 33,600.00	\$ 9,600.00
Octubre	11	3	2	\$ 25,200.00	\$ 6,400.00
Noviembre	12	4	0	\$ 33,600.00	\$ -
<b>69</b>				\$ 170,800.00	\$ 25,600.00
<b>Total de proyección de ingresos y ventas el primer año</b>				<b>\$</b>	<b>196,400.00</b>

## ANEXO 7: PROYECCIONES DE NÚMERO DE ALUMNOS AÑO 2.

Proyección de ingresos y venta del segundo año					
Periodo	Pronóstico de personas	Tipo de acomodación		Ingresos x 3	Ingresos x 1
		Hab. X 3	Hab. X 1		
Marzo	11	3	1	\$ 28,000.00	\$ 3,200.00
Mayo	12	4	2	\$ 28,000.00	\$ 6,400.00
Julio	15	4	3	\$ 33,600.00	\$ 9,600.00
Agosot	15	5	2	\$ 36,400.00	\$ 6,400.00
Octubre	10	3	1	\$ 25,200.00	\$ 3,200.00
Noviembre	11	3	2	\$ 25,200.00	\$ 6,400.00
<b>74</b>				\$ 176,400.00	\$ 35,200.00
<b>Total de proyección de ingresos y ventas del segundo año</b>				<b>\$</b>	<b>211,600.00</b>

## ANEXO 8: PROYECCIONES DE NÚMERO DE ALUMNOS AÑO 3.

Proyección de ingresos y venta del tercer año					
Periodo	Pronóstico de personas	Tipo de acomodación		Ingresos x 3	Ingresos x 1
		Hab. X3	Hab. X1		
Marzo	12	3	3	\$ 28,000.00	\$ 9,600.00
Mayo	15	4	3	\$ 28,000.00	\$ 9,600.00
Julio	20	5	5	\$ 42,000.00	\$ 16,000.00
Agosot	21	6	3	\$ 50,400.00	\$ 9,600.00
Octubre	16	3	1	\$ 42,000.00	\$ 3,200.00
Noviembre	17	5	3	\$ 39,200.00	\$ 9,600.00
<b>101</b>				\$ 229,600.00	\$ 57,600.00
<b>Total de proyección de ingresos y ventas del tercer año</b>				<b>\$</b>	<b>287,200.00</b>

## ANEXO 9: PROYECCIONES DE NÚMERO DE ALUMNOS AÑO 4.

Proyección de ingresos y venta del cuarto año					
Periodo	Pronóstico de personas	Tipo de acomodación		Ingresos x 3	Ingresos x 1
		Hab. X3	Hab. X1		
Marzo	15	4	3	\$ 33,600.00	\$ 9,600.00
Mayo	18	6		\$ 44,800.00	\$ -
Junio	18	5	3	\$ 42,000.00	\$ 9,600.00
Julio	21	6	3	\$ 50,400.00	\$ 9,600.00
Agosto	25	7	5	\$ 56,000.00	\$ 16,000.00
Octubre	21	6	3	\$ 50,400.00	\$ 9,600.00
Noviembre	20	5	5	\$ 42,000.00	\$ 16,000.00
<b>138</b>				\$ 319,200.00	\$ 70,400.00
<b>Total de proyección de ingresos y ventas del tercer año</b>				<b>\$</b>	<b>389,600.00</b>

## ANEXO 10: PROYECCIONES DE NÚMERO DE ALUMNOS AÑO 5.

Proyección de ingresos y venta del quinto año					
Periodo	Pronóstico de personas	Tipo de acomodación		Ingresos x3	Ingresos x1
		Hab. X3	Hab. X1		
Marzo	16	3	2	\$ 33,600.00	\$ 6,400.00
Mayo	19	6	1	\$ 50,400.00	\$ 3,200.00
Junio	21	5	6	\$ 42,000.00	\$ 19,200.00
Julio	25	24	1	\$ 67,200.00	\$ 3,200.00
Agosto	26	8	2	\$ 67,200.00	\$ 6,400.00
Octubre	19	5	4	\$ 42,000.00	\$ 12,800.00
Noviembre	30	8	6	\$ 67,200.00	\$ 19,200.00
<b>156</b>				<b>\$ 369,600.00</b>	<b>\$ 70,400.00</b>
<b>Total de proyección de ingresos y ventas del tercer año</b>				<b>\$</b>	<b>440,000.00</b>

## ANEXO 11: PROYECCIONES DE ÍNDICES FINANCIEROS +15% (ESCENARIO OPTIMISTA).

PUNTO DE EQUILIBRIO			
<i>PE = Costos Fijos / (Precio de Venta – Costo de venta)</i>			
Costos Fijos	\$	56,312.00	Costos Variables
Precio de Venta	\$	2,800.00	\$ 336.00 \$ 2,464.00
Punto de equilibrio		23	\$ 63,990.91

SACADA DEL PYG		
ROI (Retorno Sobre la Inversión)		
<i>(GANANCIA - INVERSION)/(INVERSION)*100%</i>		
\$ 1,694,689.54	\$ 245,759.69	589.57%

ROE (Retorno Sobre el Capital)		
<i>(Ganancia neta / Patrimonio total) x 100</i>		
\$ 1,694,689.54	\$ 145,000.00	1068.75%

TIR						
Tasa Interna de Retorno						
FLUJOS DE CAJA						
INVERSION	FLUJO AÑO 1	FLUJO AÑO 2	FLUJO AÑO 3	FLUJO AÑO 4	FLUJO AÑO 5	
-\$ 245,759.69	\$ 99,447.35	\$ 128,257.31	\$ 166,044.58	\$ 280,271.46	\$ 291,677.64	54%

VAN						
El Valor Actual Neto						
FLUJOS DE CAJA						
INVERSION	FLUJO AÑO 1	FLUJO AÑO 2	FLUJO AÑO 3	FLUJO AÑO 4	FLUJO AÑO 5	
-\$ 245,759.69	\$ 99,447.35	\$ 128,257.31	\$ 166,044.58	\$ 280,271.46	\$ 291,677.64	\$ 303,745.87

## ANEXO 12: PROYECCIONES DE ÍNDICES FINANCIEROS -15% (ESCENARIO PESIMISTA).

PUNTO DE EQUILIBRIO			
<i>PE = Costos Fijos / (Precio de Venta – Costo de venta)</i>			
Costos Fijos	\$ 56,312.00	Costos Variables	
Precio de Venta	\$ 2,800.00	\$ 336.00	\$ 2,464.00
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>23</b>	\$ 63,990.91	

SACADA DEL PYG		
<b>ROI (Retorno Sobre la Inversión)</b>		
<i>(GANANCIA -INVERSION)/(INVERSION)*100%</i>		
\$ 1,215,821.54	\$ 245,759.69	<b>394.72%</b>

ROE (Retorno Sobre el Capital)		
<i>(Ganancia neta / Patrimonio total) x 100</i>		
\$ 1,215,821.54	\$ 145,000.00	<b>738.50%</b>

TIR						
Tasa Interna de Retorno						
FLUJOS DE CAJA						
INVERSION	FLUJO AÑO 1	FLUJO AÑO 2	FLUJO AÑO 3	FLUJO AÑO 4	FLUJO AÑO 5	
-\$ 245,759.69	\$ 40,547.35	\$ 62,987.31	\$ 109,154.98	\$ 194,701.86	\$ 204,690.04	<b>29%</b>

VAN						
El Valor Actual Neto						
FLUJOS DE CAJA						
INVERSION	FLUJO AÑO 1	FLUJO AÑO 2	FLUJO AÑO 3	FLUJO AÑO 4	FLUJO AÑO 5	
-\$ 245,759.69	\$ 40,547.35	\$ 62,987.31	\$ 109,154.98	\$ 194,701.86	\$ 204,690.04	<b>\$ 90,171.02</b>

## ANEXO 13: BALANCE GENERAL.

<b>ESCUELA DE YOGA</b>					
<b>BALANCE GENERAL CONSOLIDADO</b>					
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE XXXXX</b>					
<b>ACTIVOS</b>				<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>				<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
INVENTARIOS		15,250.66			
INVENTARIO DE ACCESORIOS		15,250.66			
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			230,509.03	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	100,759.69
<b>PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO</b>			230,509.03	PRESTAMO BANCARIO	100759.69
TERRENOS		5,000.00			
EDIFICIOS		170,071.29			
INSTALACIONES		12,319.74			145,000.00
MUEBLES Y ENSERES		9,868.00			
MAQUINARIA Y EQUIPO		2,820.00		APORTACIONES PERSONALES	145,000.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1,430.00			
VEHÍCULOS		29,000.00			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>245,759.69</b>	<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>245,759.69</b>

## ANEXO 14: PUNTO DE EQUILIBRIO NEUTRAL

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
<i>PE = Costos Fijos / (Precio de Venta – Costo de venta)</i>			
<b>Costos Fijos</b>	\$	56,312.00	<b>Costos Variables</b>
<b>Precio de Venta</b>	\$	2,800.00	\$ 336.00 \$ 2,464.00
<b>Punto de equilibrio</b>		<b>23</b>	\$ 63,990.91

## ANEXO 15: RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN (ROI) NEUTRAL

<b>SACADA DEL PYG</b>		
<b>ROI (Retorno Sobre la Inversión)</b>		
<i>(GANANCIA -INVERSION)/(INVERSION)*100%</i>		
\$ 1,455,255.54	\$ 245,759.69	<b>492.15%</b>

## ANEXO 16: RETORNO SOBRE EL CAPITAL (ROE) NEUTRAL

<b>ROE (Retorno Sobre el Capital)</b>		
<i>(Ganancia neta / Patrimonio total) x 100</i>		
\$ 1,455,255.54	\$ 145,000.00	<b>903.62%</b>

**ANEXO 17: TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) NEUTRAL**

<b>TIR</b>						
Tasa Interna de Retorno						
FLUJOS DE CAJA						
INVERSION	FLUJO AÑO 1	FLUJO AÑO 2	FLUJO AÑO 3	FLUJO AÑO 4	FLUJO AÑO 5	
-\$ 245,759.69	\$ 69,997.35	\$ 95,622.31	\$ 137,599.78	\$ 237,486.66	\$ 248,183.84	<b>42%</b>

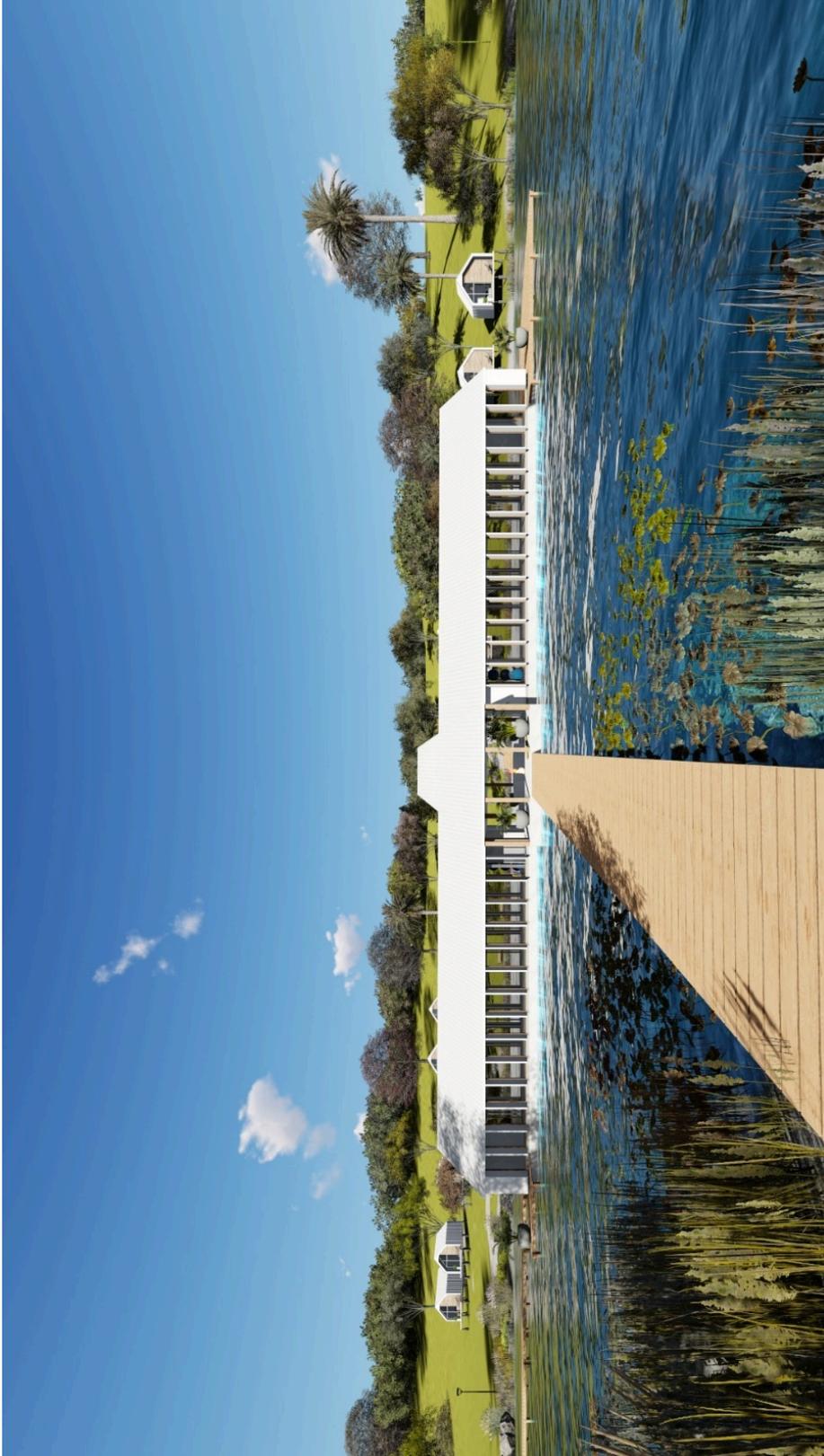
**ANEXO 18: VALOR ACTUAL NETO (VAN) NEUTRAL**

<b>VAN</b>						
El Valor Actual Neto						
FLUJOS DE CAJA						
INVERSION	FLUJO AÑO 1	FLUJO AÑO 2	FLUJO AÑO 3	FLUJO AÑO 4	FLUJO AÑO 5	
-\$ 245,759.69	\$ 69,997.35	\$ 95,622.31	\$ 137,599.78	\$ 237,486.66	\$ 248,183.84	<b>\$ 196,958.44</b>

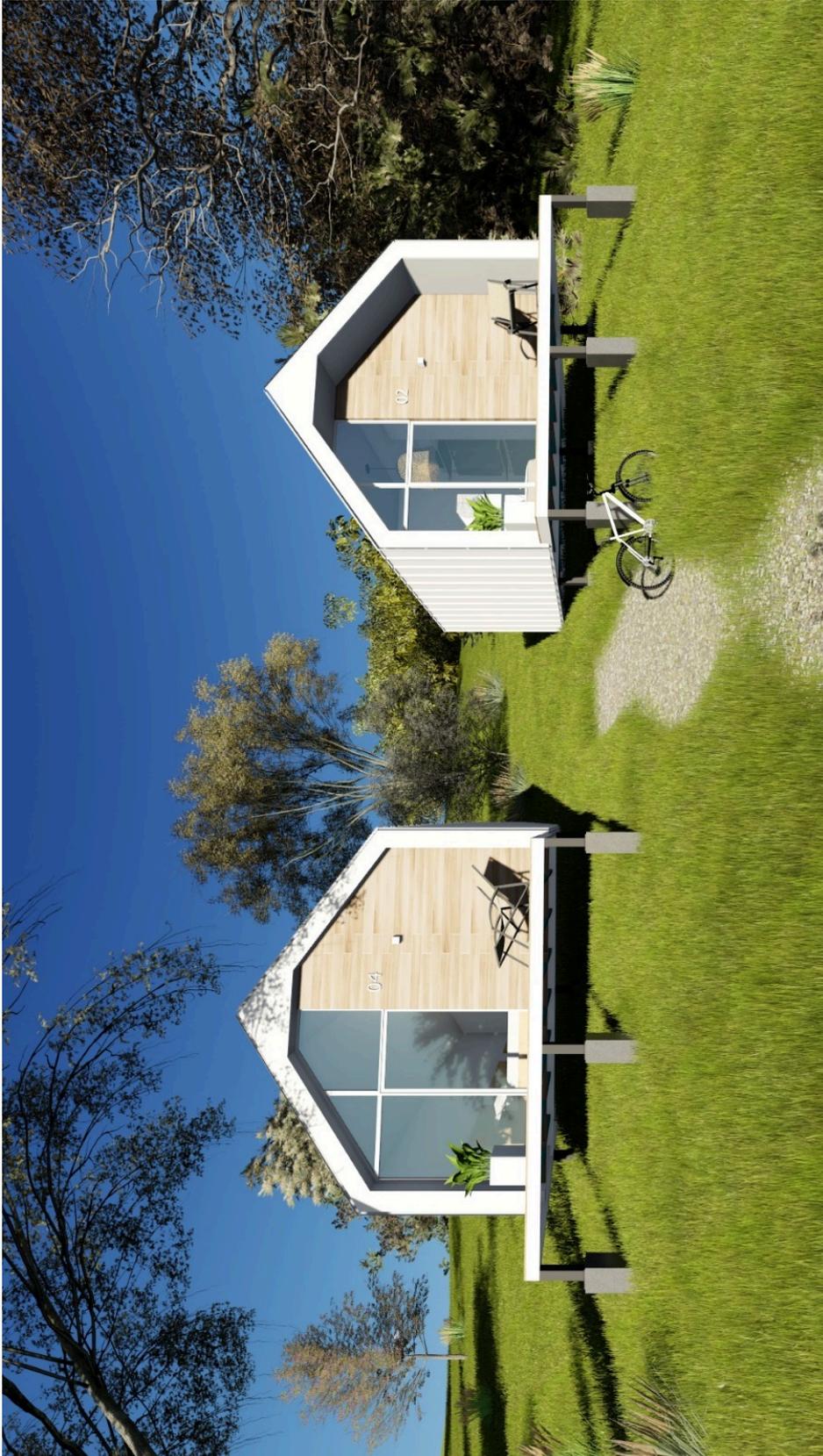
## ANEXO 19: COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)

				Kd * (1-tax)		
<b>DEUDA</b>	<b>Monto</b>	<b>Tasa</b>	<b>Tasa Impuestos</b>	<b>Costo de Deuda</b>	<b>despues de impuesto</b>	
Instituciones bancarias	\$ 100,000.00	16%	25%	12.0000%		
Deuda propia	\$ 145,759.00	10%	25%	7.500%		
<b>Fuentes de Financiamiento</b>	<b>Montos</b>	<b>Costos</b>	<b>Ponderacion</b>	<b>Costo Ponderado</b>		
Instituciones bancarias	\$ 100,000.00	12.0000%	40.69%	4.88%		
Deuda propia	\$ 145,759.00	7.500%	59.31%	4.45%		
<b>Total</b>	<b>\$ 245,759.00</b>		<b>100.00%</b>	<b>9.33%</b>	<b>Costo de Capital</b>	
					<b>Tasa de Descuento</b>	
					<b>Rendimiento Requerido</b>	
<b>WACC</b>	<b>11- 16%</b>	<b>Costo de Capital</b>				
		<b>Tasa de Descuento</b>				
		<b>Rendimiento Requerido</b>				
Presupuesto de Capital						
Flujos	Proyecciones se realizan en crecimiento de ventas					
	<b>definir la tasa de crecimiento 10%</b>					
	6000 unidades de venta * 150 cada una . Se estima un crecieminto del 10% anual					
				<b>1.1</b>		
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos x Ventas		\$ 196,400.00	\$ 211,599.00	\$ 287,199.00	\$ 386,600.00	\$ 439,999.00
Costos Variables		\$ 12,627.00	\$ 12,702.00	\$ 13,147.00	\$ 15,660.00	\$ 15,408.00
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 183,773.00</b>	<b>\$ 198,897.00</b>	<b>\$ 274,052.00</b>	<b>\$ 373,939.00</b>	<b>\$ 424,591.00</b>
Costo Fijos #2		\$ 41,720.00	\$ 41,720.00	\$ 41,720.00	\$ 41,720.00	\$ 41,720.00
Depreciacion		\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00
<b>UAI</b>		<b>\$ 129,553.00</b>	<b>\$ 144,677.00</b>	<b>\$ 219,832.00</b>	<b>\$ 319,719.00</b>	<b>\$ 370,371.00</b>
Impuestos (25%)		\$ 32,388.25	\$ 36,169.25	\$ 54,958.00	\$ 79,929.75	\$ 92,592.75
Utilidades Empleados (15%)		\$ 19,432.95	\$ 21,701.55	\$ 32,974.80	\$ 47,957.85	\$ 55,555.65
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 77,731.80</b>	<b>\$ 86,806.20</b>	<b>\$ 131,899.20</b>	<b>\$ 191,831.40</b>	<b>\$ 222,222.60</b>
<b>FEO</b>		<b>\$ 90,231.80</b>	<b>\$ 99,306.20</b>	<b>\$ 144,399.20</b>	<b>\$ 204,331.40</b>	<b>\$ 234,722.60</b>
<b>Gastos de Capital / Inversion Inicial</b>	<b>\$ 245,759.00</b>					
<b>Flujos de efectivo incrementales</b>	<b>\$ (245,759.00)</b>	<b>\$ 90,231.80</b>	<b>\$ 99,306.20</b>	<b>\$ 144,399.20</b>	<b>\$ 204,331.40</b>	<b>\$ 234,722.60</b>
<b>Tasa de Descuento</b>	<b>15%</b>					
<b>Valor Presente de Los Flujos</b>	<b>\$482,022.76</b>					
<b>Vlor presnete Neto</b>	<b>\$727,781.76</b>	(- costo + VP de los flujos )				
	<b>Se acepta este proyecto</b>					
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>44%</b>	TIR/ IRR				
	<b>Se acepta el proyecto si tasa es superior a la tasa de descuento</b>					

**ANEXO 20: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – RENDER SHALA PRINCIPAL**



**ANEXO 21: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – RENDER HABITACIONES**



**ANEXO 22: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – REND. VISTA PANORÁMICA**



**ANEXO 23: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – REND. COCINA - COMEDOR**



**ANEXO 24: DISEÑO ESTRUCTURAL ESCUELA – REND. VISTA COMEDOR INTERNO**



## ANEXO 25: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR TRIMUTI NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS



### PORTAL DE INFORMACIÓN / CONSULTA DE COMPAÑÍAS

No existe ninguna compañía cuyo nombre coincida con el parámetro ingresado

#### Parámetros de búsqueda

Expediente  R.U.C.  Nombre

TRIMUTI

Consultar

## ANEXO 26: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR TRIMUTI NO ESTÁ REGISTRADO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)

SRI en línea

> RUC > Consulta

### Consulta de RUC

Obtenga los datos de contribuyentes registrados en el RUC (incluye: estado, tipo y clase, actividad, establecimientos registrados, entre otros).

RUC

Razón social

#### Consultar información del contribuyente

La búsqueda no generó resultados.

Razón social

TRIMUTI

Consultar

**ANEXO 27: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR ARTS YOGA UNIVERSITY NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS**



PORTAL DE INFORMACIÓN / CONSULTA DE COMPAÑÍAS

No existe ninguna compañía cuyo nombre coincida con el parámetro ingresado

Parámetros de búsqueda

Expediente  R.U.C.  Nombre

ARTS YOGA

Consultar

**ANEXO 28: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR ARTS YOGA UNIVERSITY NO ESTÁ REGISTRADO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)**

SRI en línea

Inicio > RUC > Consulta

## Consulta de RUC

Obtenga los datos de contribuyentes registrados en el RUC (incluye: estado, tipo y clase, actividad, establecimientos registrados, entre otros).

RUC

Razón social

### Consultar información del contribuyente

⚠ La búsqueda no generó resultados.

Razón social

ARTS YOGA

Consultar

**ANEXO 29: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR OM HEALING CENTER NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS**



**PORTAL DE INFORMACIÓN / CONSULTA DE COMPAÑÍAS**

✖ No existe ninguna compañía cuyo nombre coincida con el parámetro ingresado ✖

**Parámetros de búsqueda**

Expediente   
  R.U.C.   
  Nombre

**ANEXO 30: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR OM HEALING CENTER NO ESTÁ REGISTRADO EN EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)**

**SRI** en línea

[Home](#) > [RUC](#) > [Consulta](#)

## Consulta de RUC

Obtenga los datos de contribuyentes registrados en el RUC (incluye: estado, tipo y clase, actividad, establecimientos registrados, entre otros).

### Consultar información del contribuyente

⚠ La búsqueda no generó resultados.

Razón social

**ANEXO 31: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR RETREAT GURU NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS**



The screenshot shows the top left corner with the logo of the Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Below it is a blue navigation bar with the text "PORTAL DE INFORMACIÓN / CONSULTA DE COMPAÑÍAS". A red error message box at the top right states: "No existe ninguna compañía cuyo nombre coincida con el parámetro ingresado". Below this is a search form titled "Parámetros de búsqueda" with three radio buttons: "Expediente", "R.U.C.", and "Nombre" (which is selected). The search input field contains the text "RETREAT GURU" and there is a "Consultar" button.

**ANEXO 32: CAPTURA DE PANTALLA EN DONDE SE DIVISA QUE EL COMPETIDOR RETREAT GURU NO ESTÁ REGISTRADO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, VALORES Y SEGUROS**



The screenshot shows the top left corner with the logo of the Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Below it is a blue navigation bar with the text "PORTAL DE INFORMACIÓN / CONSULTA DE COMPAÑÍAS". A red error message box at the top right states: "No existe ninguna compañía cuyo nombre coincida con el parámetro ingresado". Below this is a search form titled "Parámetros de búsqueda" with three radio buttons: "Expediente", "R.U.C.", and "Nombre" (which is selected). The search input field contains the text "SACHA WASI" and there is a "Consultar" button.

## ANEXO 33: DETALLE DE LA INVERSIÓN INICIAL DIVIDADA POR COSTOS.

<b>Costo inicial escuela de yoga</b>	
<b>Total Infraestructura</b>	<b>\$ 170,071.29</b>
<b>Total Equipamiento cocina</b>	<b>\$ 16,474.36</b>
<b>Total indumentaria yoga (accesorios)</b>	<b>\$ 1,115.00</b>
<b>Total Equipamiento Dormitorio</b>	<b>\$ 19,849.04</b>
<b>Total indumentaria yoga</b>	<b>\$ 4,250.00</b>
<b>Total movilidad</b>	<b>\$ 29,000.00</b>
<b>Total terreno</b>	<b>\$ 5,000.00</b>
<b>Total Costo inicial escuela de Yoga</b>	<b>\$ 245,759.69</b>