

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADERO Y PUBLICIDAD**

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Título del proyecto: Sentire

Autores:

Aeleen Paola Navarrete Aycardy

Geraldine Johana Orozco Ramos

Mary Paola Plazas Moreno

Docente asesor (coautor): Osmar Yesid Alba Cortes

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE MERCADERO Y PUBLICIDAD**

BOGOTÁ

2022

BOGOTÁ

2022

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADEO Y PUBLICIDAD
MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA
PLAN DE NEGOCIO**

Título del proyecto: Sentire

Autores:

Aeleen Paola Navarrete Aycardy

Geraldine Johana Orozco Ramos

Mary Paola Plazas Moreno

Docente Asesor:

Osmar Yesid Alba Cortes

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA**

AUTORIDADES ACADÉMICAS

Rector

DR. José Leonardo Valencia

Vicerrector Académico

DRA. Martha Castellanos

Decano Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras

DR. Fernando Téllez

Secretario Académico

DR. José David Sánchez

Director del Programa

DRA. Diana Maritza Luque Mantilla

Asesor

Osmar Yesid Alba Cortes

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO 1

JURADO 2

Ciudad _____ **Día** _____ **Mes Año** _____

AGRADECIMIENTOS

Toda nuestra gratitud a Dios por habernos dado la oportunidad de afrontar este nuevo reto en nuestra formación profesional y porque nos permitió crecer, acompañándonos en cada paso del camino, hasta llegar a esta etapa de nuestras vidas.

A cada uno de los profesores de la facultad de mercadeo y publicidad, les damos las gracias por compartirnos todos sus conocimientos y en especial a nuestro tutor Osmar Alba Cortes por su orientación, apoyo y ayuda que nos brindó durante estos meses, para seguir con la realización de este proyecto, siendo parte fundamental ya que su motivación y dedicación fue para nosotras el impulso para continuar y así entregar los mejores resultados, por ende, estaremos siempre agradecidas por su asesoría, colaboración y su infinita paciencia.

De igual manera, a todas aquellas personas que de una u otra forma han pasado por nuestras vidas a darnos una enseñanza, nos llevaremos el aprendizaje como ejemplo, así mismo todas las personas que han participado indirectamente en la elaboración de este proyecto, brindándonos su colaboración.

Agradecemos a nuestros amigos y familiares por su espera, animo y entrega que nos daban, permitiéndonos lograr el desarrollo de nuestra carrera profesional.

Finalmente, gracias al grupo de trabajo que conformamos, porque en el apoyo de cada una de nuestras fortalezas hicieron que estos años fueran gratificantes y que a pesar de las dificultades pudiéramos avanzar en las metas y proyectos que semestre a semestre nos poníamos para seguir creciendo y fortaleciendo nuestros conocimientos. La dedicación de cada una de nosotras hizo posible que este proyecto sea el resultado de un trabajo en equipo donde la perseverancia y el amor por lo que hacemos fuera la calve.

DEDICATORIA

Este proyecto de grado está dedicado a:

A nuestros seres queridos y en especial a nuestros padres quienes con su amor y dedicación siempre nos inculcan el ejemplo de valentía, esfuerzo y responsabilidad para afrontar las situaciones de la vida, porque son los que han estado presente desde el principio en este camino, uno que no ha sido fácil, pero que con su apoyo incondicional hemos podido seguir adelante con este tan anhelado sueño de convertirnos en profesionales de mercadeo y publicidad y empezar una nueva etapa en nuestras vidas.

A nuestro maestro Osmitar, quien nunca desistió de enseñarnos, sin importar cuantas veces nos repetía las lesiones. Siempre creyendo en nosotras para guiarnos en cada paso de la realización de este proyecto

Por último dedicamos este trabajo de grado a nuestro grupo, por que juntas formamos un equipo intachable que nos permitió lograr esta meta.

ÍNDICE

DEFINICIÓN DEL PROYECTO:

- 1.1 Resumen ejecutivo y descripción de la idea de negocio P
- 1.2 Origen de la idea de negocio P
- 1.3 Diagnóstico del sector económico P
- 1.4 Factores internos clave de éxito A
- 1.5 Factores clave del mercado A
- 1.6 Factores diferenciadores y propuesta de valor G
- 1.7 Aliados clave. G

2. ESTUDIO DE MERCADOS

- 2.1 Análisis de competencia P
 - 2.1.1 Competencia indirecta P
 - 2.1.2 Competencia directa P
- 2.2 Análisis de la demanda G
 - 2.2.1 Demanda potencial G
 - 2.2.2 Demanda efectiva G
 - 2.2.3 Cuantificación de la demanda G
- 2.3 Segmentación del mercado P
- 2.4 Análisis comparativo del producto y su ventaja competitiva P
- 2.5 Estrategias de mercado A
 - 2.5.1 Estrategias de producto A
 - 2.5.2 Estrategias de precio A
 - 2.5.3 Estrategias de distribución A
 - 2.5.4 Estrategias de promoción A
 - 2.5.5 Estrategias de comunicación A

2.6 Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados G

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Características de la localización A

3.2 Características de las áreas A

3.3 Especificaciones técnicas de las maquinarias A

3.4 Características técnicas del servicio P

3.4.1 Descripción de áreas de servicio G

3.5 Características de la cadena de suministros G

3.5.1 Descripción de proveedores G

3.6 Personal P

3.6.1 Perfiles de los puestos de trabajo P

3.6.2 Funciones y responsabilidades P

3.7 Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico G

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 Descripción general de la estructura de la empresa. P

4.1.1 Tipo de sociedad P

4.1.2 Legalización P

4.1.3 Organigrama P

4.1.4 Misión A

4.1.5 Visión A

4.1.6 Objetivos y valores A

4.1.7 Aliados estratégicos A

4.2 Políticas generales G

4.2.1 Políticas de proveedores G

4.2.2 Políticas de clientes G

4.2.3 Políticas ventas G

4.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo G

5. ESTUDIO ECONOMICO Y SOCIAL

5.1 Impacto social A

5.1.1 Beneficiarios directos del proyecto A

5.1.2 Beneficiarios indirectos A

- 5.1.3 Aporte al desarrollo local o regional P
- 5.1.4 Coherencia con el plan de desarrollo nacional P
- 5.2 Impacto Ambiental P
 - 5.2.1 Matriz de riesgos ambientales G
 - 5.2.2 Plan de mitigación del impacto ambiental G
- 5.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio económico social G

6. ESTUDIO FINANCIERO P

- 6.1 Proyecciones
 - 6.1.1 Inversión inicial
 - 6.1.2 Financiación y fuentes de financiación
 - 6.1.3 Proyección de ventas
 - 6.1.4 Proyección de costos y gastos
 - 6.1.5 Flujo de caja proyectado
- 6.2 Indicadores de evaluación del proyecto
 - 6.1.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero

7. Conclusiones generales G

- 7.1 Presentación del proyecto en modelo CANVAS
- 7.2 Recomendaciones generales

8. Listado de imágenes

9. Listado de graficas

10. Listado de anexos

11. Bibliografía y fuentes de consultas

1.1 Resumen ejecutivo y descripción de la idea

Sentire, es una empresa que basará su servicio en un modelo de negocio que busca promover el turismo de bienestar, pretendiendo generar una conexión de las personas con la naturaleza, enfatizando en el cuidado físico y mental a través de los cinco sentidos.

Se creará el plan de negocio que busca soportar el modelo de marketing de la empresa haciendo especial énfasis en el neuromarketing, recurriendo a estrategias que permitan posicionar a Sentire como el lugar ideal para la recuperación de cuerpo y alma; que permitirá reconectar consigo mismos a los visitantes. Contará con cinco centros de bienestar, los cuales se centrarán en una experiencia sensorial (olfato, gusto, vista, tacto, oído). Incluido los centros de hospedaje, dado que el usuario podrá adquirir un “plan de retiro” para poder estar varios días viviendo una sensación de bienestar Sentire.

Actualmente se cuenta con problemáticas en la salud o trastornos mentales en gran parte de la población colombiana, el estilo de vida monótona y de estar enfocados en el trabajo la mayor parte del tiempo ha sido causante de enfermedades como el estrés, la ansiedad y depresión. Inclusive el inicio de una pandemia hizo que se agudizara aún más estos trastornos mentales afectando a las personas desde los inicios del confinamiento, lo cual ha sido de los mayores retos que ha tenido que sobrellevar la gente. (Minsalud, 2020)

Sin embargo, este modelo de negocio también aporta a esa comunidad que lleva un estilo de vida saludable y que disfruta de la conexión con la naturaleza, aportando al turismo de bienestar colombiano.

Este plan de negocio busca aportar a la salud de la población colombiana además de contribuir al cuidado y conservación de las zonas naturales del país. Así mismo generar más ingresos tanto al turismo en general como al turismo de bienestar de Colombia; todo esto mediante estrategias de neuromarketing (Cinco sentidos) y estrategias de atracción, retención y relación con el cliente.

Palabras clave: Bienestar, talasoterapia, Cinco sentidos, neuromarketing, experiencia.

1.2 Origen de la idea de negocio

Con el transcurso del año que paso, se identificó que había una gran necesidad en las personas, de querer salir de lo rutina diaria ya que sus vidas estaban entrando en un estado de monotonía, pero así mismo dentro de la experiencia personal, se pudo evidenciar que esta situación se asociaba a otras problemáticas como la salud mental; está última fuertemente golpeada durante el último año, presentándose frecuentes trastornos como estrés, depresión y ansiedad.

Estas dos últimas situaciones se hicieron bastante comunes lo que deja claro que es importante ofrecer alternativas para generar bienestar y salud mental a las personas. De esta particular coyuntura surge la idea de proponer un servicio que sea capaz de aportar bienestar, relajación, tranquilidad y paz a los usuarios, contribuyendo así a mejorar su estado psicológico mediante un espacio donde puedan ir a pasar el tiempo, logrando así que salir más conectados consigo mismas.

El motor que más ha impulsado esta propuesta es que cada una de las autoras en su experiencia personal pasó por situaciones similares y al buscar ayudas de solución, lo que se percibe es que hace falta una propuesta de servicio como esta en el país.

Pero más que eso ayudar a nivel mental ya que como bien se sabe, a raíz de la pandemia se han agudizado ciertos trastornos como la ansiedad, la depresión, que han afectado a las personas desde los inicios del confinamiento y esto ha sido de los mayores retos que ha tenido que sobrellevar la gente. (Minsalud, 2020)

1.3 Diagnostico económico

Gracias a la diversidad colombiana, el país cuenta con una amplia oferta de servicios turísticos para todas las personas. Estas se dividen en dos grupos los cuales son: El turismo de ocio y el turismo de negocios. Dentro del turismo de ocio encontramos segmentos de cultura, cruceros, viajes de aventura y de salud. Por otro lado, el turismo de negocios incluye reuniones, eventos de incentivo, congresos y exposiciones. (Fondo para la promoción del turismo en Colombia. 2018). La enorme diversidad del turismo en Colombia no es posible sin las condiciones geográficas y culturales que posee actualmente, además del constante

crecimiento del reconocimiento del país en el extranjero y los avances que han surgido en ciudades potencialmente turísticas lo que hace que Colombia sea un sitio llamativo para todo tipo de personas, nacionales o extranjeras.

A lo anterior se suman alentadoras cifras como las que presenta el ministerio de comercio, según el cual 1.860.000 personas realizaron turismo interno y/o excursionismo en promedio durante los dos primeros trimestres de 2021, llegaron al país entre enero y junio 594.000 visitantes no residentes lo que equivale al 52% de la meta a 2021. (Oficina de Estudios Económicos de Mincomercio, 2021).

Al respecto se ha podido evidenciar también que 13,7 billones de pesos sumaron el PIB en alojamiento y servicios de comida en el primer semestre del año, lo cual representa 48% de la meta del 2021 (DANE, 2021). Los ingresos por viajes y transporte aéreo de pasajeros en el primer trimestre del año fueron de USD \$520 millones, lo cual representa el 27% de la meta del año 2021 (Banco de la República, 2021).

Según con el Ministerio de Industria Comercio y Turismo (2018), se han realizado esfuerzos para recuperar la confianza de los visitantes y fortalecer al país como destino turístico, incrementando la oferta de atractivos y de igual forma sus recursos. El sector ha logrado un mayor crecimiento en los últimos años; evidenciándose que actividades como retail, transporte, hospedaje, y venta de alimentos preparados, mostraron una dinámica muy destacada que contribuyó sin duda a un crecimiento del 3.3% en la economía entre 2019 y 2021 afirmando los esfuerzos que se han realizado para lograr que Colombia sea un país competitivo a nivel internacional.

Según datos arrojados por la Oficina de Estudios Económicos del MinCIT (2019), el turismo logró alcanzar una cifra de récord respecto al ingreso de extranjeros al país en el año 2019 con un total de 4.515.932 turistas; donde Bogotá fue pionera en recibir extranjeros junto con ciudades como Cartagena, Medellín y Cali. Del mismo modo, la ocupación de servicios de hotelería alcanzó una cifra de 57,8% siendo San Andrés, Bogotá y Cartagena los lugares con mayor registro de extranjeros hospedados.

Sin embargo, por el impacto que generó la pandemia durante estos años la economía y todos sus sectores decayeron: según MinCIT En Colombia se esperaba un aporte del

turismo cercano a los 37,3 billones al PIB en el año 2020, ya que el 2019 resultó ser un año favorable y se tomaba como referente para las proyecciones del 2020; dándose, por el contrario una caída del 22% y según la Organización Mundial del Turismo lo cual nos afirma que dicha crisis podría llevar a una caída anual de entre el 60% y el 80% en contraste con el año 2019 (Organización Mundial del Turismo, 2020).

ProColombia sigue con sus proyecciones al año 2030, en las que el turismo de bienestar aportará gran dinámica al crecimiento económico del país, ya que el mercado de la salud representa aproximadamente a 289 millones de personas dentro de los 30 países más desarrollados y es a estas cifras que Colombia le quiere apostar. (Procolombia 2021)

Según el estudio titulado, análisis de turismo de bienestar en Colombia, realizado por Procolombia, en 2011, unos 20.500 turistas visitaron al país por motivos de salud, un 30% más que en 2010 (14.500).

Colombia actualmente no es líder en turismo de bienestar sin embargo lo podría ser si se adecuarán zonas para este tipo de negocio ya que al ser un país tan diverso en ecosistemas tendría un nivel de competencia más alto frente a otros países que lo implementan.

1.5 Factores Internos claves de éxito

En Colombia la diversidad cultural, climática y la biodiversidad como la fauna y flora y contando también las riquezas hídricas, han permitido que el país sea uno de los destinos de turismo preferidos. Según el informe presentado por el ministerio de industria y comercio en noviembre 2021, en el país hubo un aumento del 39,8% de visitantes extranjeros, de los que para el mismo año 2,1 millones de personas fueron visitantes colombianos; esto demuestra que los turistas cada día buscan nuevos conceptos y destinos con actividades de bienestar mientras conocen el territorio nacional (Mincomercio, 2021).

Por lo que se ha podido evidenciar el turismo en Colombia cada vez va creciendo de forma exponencial a pesar de ser una industria volátil y cíclica cuya demanda ha venido en crecimiento para el último año. También ha sufrido un duro revés por la pandemia, pero se ha venido recuperando con la reactivación turística y económica durante el 2021 en la

que se ha visto una transformación de las formas de viajar, las tendencias y las preferencias de los viajeros y visitantes.

Esto último ha permitido la creación de nuevas ideas desde la innovación y la oferta de servicios que ayuda a seguir impulsando el sector, abriendo un campo al subsector del turismo de bienestar, donde se busca conectar con la identidad cultural y la naturaleza, ya que las personas no solo quieren conocer, sino que buscan sentirse bien con su cuerpo, mente y espíritu, por lo que tienen como objetivo cuidarse.

En el ámbito del turismo de bienestar, existen tres aspectos de terapias y tratamientos alternativos: el termalismo, los spas y centros de bienestar y la talasoterapia en los cuales se brindan beneficios para el cuerpo. (Colombia Productiva, 2013).

De acuerdo con esto, Sentire se enfocará en este último, es decir, en la talasoterapia, que consiste en usar los recursos del agua del mar y sus diferentes elementos como las algas, la arena o lodos para implementar tratamientos alternativos o preventivos bajo supervisión médica. (Colombia Productiva, 2013)

La talasoterapia como técnica basada en el mar y sus derivados tiene diferentes efectos que ayudan médicamente con los problemas circulatorios, estimulación del sistema inmune, inflamaciones crónicas, condiciones respiratorias, entre otras, pero también permite al cliente entrar en un estado de relajación mejorando la calidad del sueño, limpieza y tonificación de la piel, reduce el estrés y los trastornos de ansiedad y la depresión, mejorando la salud y las condiciones negativas causadas por la vida actual.

El impacto que ha tenido la pandemia en las personas ha causado que se incrementen ciertos desafíos para la salud mental, por las medidas de aislamiento, económicas y los duelos causados por la situación actual. Debido a esto se han potenciado los riesgos de ansiedad y depresión; según el estudio realizado por el Ministerio de salud “Resiliencia y riesgo en salud mental durante la pandemia por COVID 19”, se demostró que el 30,1% de las personas muestran un riesgo de sufrir desordenes de salud mental. (Ministerio de Salud , 2021) Por ello, para Sentire es importante relacionarse con la naturaleza, los paisajes y los habitantes, de donde se establecerá el centro de bienestar, que en este caso será en la ciudad de Cartagena, aprovechando la cercanía con el contacto

étnico de la comunidad; ya que se buscará transmitir esa conexión a los visitantes destacando un ambiente natural y ecológico, por lo que el ecoturismo también es un pilar para la preservación y el cuidado de las especies y biodiversidad que en la isla se presentan.

El país cuenta con grandes fuentes hídricas como los mares y la ciudad de Cartagena es conocida por su historia, por su clima tropical y por sus diferentes playas, que hacen que la ciudad se atraiga para el turista, donde Sentire resaltará su importancia y sus beneficios para ofrecer un servicio de calidad.

Ahora bien, no solo se disfruta de la ventaja competitiva que ofrece crear un centro de talasoterapia, sino que adicional a esto, se va a comenzar evaluando y conociendo la importancia que últimamente se otorga a la salud física y mental.

Por lo que, como centro de bienestar es fundamental crear experiencias enfocadas en mente, cuerpo y alma a partir de los cinco sentidos, creando espacios para cada uno de ellos, dividiendo el centro de bienestar en cinco partes; uno por cada sentido; encontrando diferentes actividades o líneas de tratamiento en las que las personas puedan a través de los sentidos verse beneficiados, estructurándose esto como un sistema de prevención y de relajación para mejorar su calidad de vida.

Por último, en el centro de bienestar también se encontrarán estancias en las que los clientes puedan quedarse con la finalidad de cumplir su tratamiento, en estas se adecuarán lugares especializados para el descanso, la relajación y cuidado físico, ofreciendo un servicio de hotelería que puede incluir desde la alimentación saludable, instalaciones y tratamientos alternativos, terapéuticos holísticos y homeopáticos, lo que hará de Sentire un centro de bienestar completo y especializado para los visitantes.

Dado que se ha comprendido que el consumidor, ha cambiado y ya no solo busca un lugar que le ofrezca descanso, recreación y sitios para visitar, sino que busca relacionarse más con la espiritualidad, el medio ambiente y su ser interior; se propone un proyecto de esta magnitud.

Como empresa, se pretende generar en el sector un valor agregado que permita satisfacer las necesidades del cliente, de tal manera que se brinde al usuario un diferencial.

así se logrará ser los pioneros en la inclusión de la talasoterapia y de los cinco sentidos en servicios de bienestar en el país aprovechando los recursos naturales, creando infraestructuras especializadas adaptadas con los 5 sentidos, con un personal capacitado para la atención y la tecnología adecuada para ofrecer un servicio completo y de calidad, mejorando la calidad de vida de las personas.

1.6 Factores Claves del mercado

El turismo es un sector con demanda estacional y está siempre sujeto a volatilidades impuestas por factores externos, sobre todo en un país como Colombia que muchas veces presenta grandes debilidades en infraestructura, conectividad aérea y seguridad.

También hay que tener en cuenta que Colombia posee un gran patrimonio cultural, geográfico, y sobre todo una amplia diversidad climática: ecosistemas, especies y riqueza de paisajes; por lo que se han hecho esfuerzos para convertirse en un destino turístico con prestigio a nivel internacional y nacional aprovechando todos los recursos naturales que lo diversifican.

Durante los últimos años el incremento del turismo se ha visto un poco impedido por el impacto de la pandemia ya que este ha sido de los sectores más afectados, aun así, se ha permitido evaluar nuevas formas de ofrecer un servicio diferente, original y único, esto obedece a que el consumidor también ha cambiado en sus gustos y preferencias a la hora de viajar.

El gran reto es seguir reactivando el sector del turismo en Colombia de una forma sostenible, contribuyendo con el bienestar no solamente de los visitantes, sino de las comunidades locales, teniendo en cuenta la conservación y la protección del ecosistema aprovechando así un negocio que puede hacerse altamente competitivo.

Es aquí donde entra a jugar un papel importante el turismo de bienestar porque este tiene como objetivo realizar actividades que van inclinadas al cuidado y la prevención para hacer sentir bien a las personas por medio de tratamientos alternativos, terapéuticos y holísticos, con la finalidad de generar bienestar, descanso y relajación, por lo que este sector empieza a tener un alto valor y un rápido crecimiento.

El desarrollo del mercado de bienestar está en primer plano a medida que los viajeros buscan experiencias y destinos relacionados con la salud, también por que se ha incrementado las enfermedades causadas por el estrés, insomnio, dolores de espalda, obesidad, etc. Así mismo se ha comenzado a ver un alto interés por el estilo de vida saludable y la medicina alternativa, haciendo que la gente busque un cambio en su estilo de vida generando equilibrio entre cuerpo y mente. (Colombia Productiva, 2013).

En el mercado la oferta turística va creciendo de forma diferenciada e innovadora ofreciendo turismo especializado, enfocado en la naturaleza, salud y bienestar. Esto permite visualizar que hay un alto potencial para desarrollar el turismo de bienestar en el país, resaltando el potencial de zonas turísticas como la Costa Caribe y Pacífica, ya que estas permiten proponer experiencias diferentes a través de los 5 sentidos y la naturaleza.

En uno de los informes realizado por el ministerio de comercio en diciembre del 2021 y en donde se destacan cifras del DANE, nos dice que para esta fecha en el país la ocupación de alojamiento registrada fue de 54,4% y las regiones que tuvieron las ocupaciones más altas fueron: San Andrés con el 75,1%, Cartagena con 73,7% y región Caribe con 61,4% (Ministerio de comercio, 2021). Lo que permite identificar que lo que tienen en común estas regiones es que están cerca del mar.

Por otro lado, la implementación de estos centros de desarrollo hace que varios sectores económicos se unan como tal, por lo que este sería un punto clave para incentivar el desarrollo económico para Colombia.

1.6.1 Análisis DOFA

Debilidades

- **El precio:** Se reconoce que, a pesar de tener un precio competitivo en el mercado, el valor del centro de bienestar será un poco costoso dentro del valor promedio del sector, esto debido a que se implementaran nuevas técnicas de tratamiento, complementado de un servicio con alojamiento y médicos tratantes.
- **Débil capacidad de financiación:** No se cuenta con la versión adecuada, por lo que no es el capital suficiente, por lo que es necesario encontrar inversionistas que crean en el bienestar y la salud que permitan impulsar este proyecto.
- **Elevados costos de desarrollo:** La maquinaria y la tecnología que se necesita el centro debe ser de calidad, así mismo su construcción de ser elaborada

estratégicamente para garantizar confort en cada uno de sus espacios aprovechando los recursos naturales al máximo sin dañar o perjudicar el ecosistema.

- **Desarrollo de la infraestructura:** Es primordial conseguir un espacio amplio en el que se pueda realizar todos los tratamientos teniendo como primera estancia que sea un lugar cercano al mar.

Oportunidades

- **Talasoterapia:** Utilización del recurso hídrico en un entorno marítimo y bajo vigilancia médica, de los beneficios que elementos como las algas pueden ofrecer como prevención a enfermedades.
- **Beneficios del agua de mar y sus derivados:** Estos organismos son esenciales ya que estos serán la base del centro de bienestar, ya que los usaremos con fines de alivio de enfermedades o patologías.
- **Poca competencia nacional:** El primer centro de bienestar que incluya tratamientos de talasoterapia con experiencias a través de los 5 sentidos y que se encuentre ubicado en la región caribe.
- **Creación de experiencias a través de los 5 sentidos:** El centro estará dividido en 5 partes que identifiquen los sentidos creando momentos únicos por medio de los sentidos, en los que se incluirá aromaterapia, música, espacios para degustar, etc.

Fortalezas

- **Tratamientos naturales:** Los tratamientos serán en base a los beneficios de la naturaleza, los recursos naturales son esenciales como: el mar, lodo, algas, piedras volcánicas entre otros.
- **Tratamientos terapéuticos:** Tienen como objetivo el alivio de patologías o enfermedades del paciente.
- **Instalaciones adecuadas para cada tratamiento:** Para cada uno de los tratamientos se tendrá no solamente la tecnología sino también el espacio en el que el usuario se sienta cómodo seguro y sobre todo se le pueda brindar relajación y el bienestar.

- **Personal capacitado:** El personal médico será especializado para tratamientos de medicina homeopática, medicina holística y medicina general o internista, esto se complementa con personal especializado en fisioterapia, masajistas, administrativos y de servicios varios, etc.
- **Implementación de tratamientos basado en los 5 sentidos:** Tales como la aromaterapia, musicoterapia, degustaciones, el uso de luces adecuadas para generar un ambiente de bienestar, los paisajes también serán parte fundamental, así como los tratamientos alternativos donde daremos uso a los sentidos.

Amenazas

- **Desastres naturales:** Por estar tan cerca al mar podemos ser víctimas de algunos desastres naturales como lo son los tsunamis, huracanes o tormentas.
- **Seguridad:** Sabemos que Colombia es un país que lucha con la inseguridad, por lo que es primordial tener una buena seguridad desde equipos especializados de vigilancia hasta personal idóneo para prestar seguridad a los clientes.
- **Economía:** Actualmente el país pasa por un estado económico difícil por el costo de los proveedores aumentaría, afectando el precio del servicio.
- **Legalización y reglamentación:** Es importante obtener los permisos adecuados ante las entidades de regulación pública como lo son el Ministerio de salud y protección social, Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible la Gobernación y alcaldía en este caso de la ciudad de San Andrés, así como del IDEMA, SINA, INVEMAR, COTELCO Y ANATO, ya que estos permisos pueden ser negados.
- **Competencia internacional:** Hay competencia que ya usa la talasoterapia como tratamiento alternativo por lo que estas empresas pueden llegar al país teniendo como ventaja que son conocidas a nivel internacional.
- **Malas reseñas:** Los usuarios pueden generar malos comentarios a través de una voz a voz o por los medios de comunicación que tendrá Sentire. Lo que puede generar inconformidad entre los clientes.

El turismo no será el mismo tras la crisis de la pandemia y esto es algo que ya evidenciamos , por lo que se debe tener en cuenta las diferentes tendencias que hoy mueven el mercado del turismo, como brindar confianza y seguridad, Slow Tourism , turismo local, turismo enfocado en la naturaleza, sostenibilidad y el bienestar, aunque el sector afronta desafíos tales como: las débiles infraestructuras, los pocos inversionistas, la seguridad y algunos hechos económicos; es cierto que este mercado tiene la oportunidad de transformarse, con la finalidad de ofrecer un nuevo servicio atractivo e innovador buscando satisfacer las necesidades de los viajeros para que estos se sientan en plenitud y puedan mejorar su calidad de vida.

1.7 Factores Diferenciadores y Propuesta de Valor

La propuesta de valor se basa en un modelo turístico de bienestar que pretende una conexión con la naturaleza, enfocado en el cuidado físico y mental a través de los 5 sentidos viviendo así una experiencia de prevención y recuperación.

Este se soporta en la búsqueda del bienestar y se pretende una conexión con la naturaleza, dando especial énfasis en el cuidado físico y mental a través de los 5 sentidos viviendo así una experiencia de prevención y recuperación.

A través del proyecto icónico del turismo de bienestar y la integración del neuromarketing apoyando los productos complementarios como las terapias ancestrales, indígenas y de medicina alternativa, se pretende satisfacer las necesidades de los usuarios, ya sea por envejecimiento, progresión de enfermedades, interés por estilo de vida saludable o equilibrio de cuerpo y mente.

Como destino principal, el país cuenta con dos océanos como ventaja y factor destacado, enormes recursos de aguas interiores, 310 termales, 30 de las cuales pueden ser centros de salud; costos competitivos, hermosas vistas y residentes amigables. (Procolombia, 2016). Además, el ofrecer servicios que beneficien la salud mental de los consumidores, siendo espacios que permitan fortalecer y disminuir, eliminar o borrar por completo las aflicciones que se generan a causa de factores externos como por ejemplo el Covid -19, las instalaciones están prestas a generar cambios desde lo interno a lo externo para que el consumidor retorne a su cotidianidad de una manera más saludable.

El turismo de bienestar se enmarca en el turismo de salud, como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no simplemente como la ausencia de cualquier enfermedad. (Organización Mundial de la Salud , 2011).

Cabe resaltar, que al incursionar en el TB (Turismo de bienestar) es un fenómeno social que se adapta a las tendencias y evoluciona. Cada vez son más las personas que viajan para percibir nuevas sensaciones, conectar con el mundo y la naturaleza, y conocer diferentes sociedades y tradiciones (Rieckhof, 2020) es decir, no solo se denota la importancia por la salud sino por la diversión y el ocio que se puede tener de forma plural o unipersonal y es aquí donde la empresa decide dar ese plus que permite complementar la visita del usuario dando así una experiencia agradable que dé lugar al regreso del cliente y de forma paralela con el servicio lograr su fidelización.

De acuerdo con lo anterior, el servicio que ofrecen los colaboradores internos es de suma importancia para lograr una experiencia 100% transformadora y por su puesto donde el usuario realmente viva un cambio. Desde una gerencia asertiva se logrará desde cada área asignada en el centro de talasoterapia, acompañado de médicos, entrenadores especializados, entre otros, beneficiar al crecimiento conjunto de la empresa y por supuesto dar pie a crear una relación adecuada entre el usuario y el colaborador, creando un ambiente laboral que beneficie la productividad de Sentire.

Es así como esta propuesta diferencial será un eslabón que relaciona varios sectores económicos y toda la cadena de valor turística, es decir, el centro de Talasoterapia no solo dará servicios de medicina alternativa sino además incluirá otros sectores que ayuden a mitigar el bajo rendimiento dentro del mercado, se incluyen el sector hotelero, turístico, sector médico, turismo de naturaleza ecoturismo y bienestar, etc.

1.8 Aliados Clave

En pro de realizar alianzas estratégicas, reducir riesgos y adquirir recursos dentro del modelo de negocio, uno de los principales socios serán las entidades de regulación pública, donde según (Procolombia Exportaciones Turismo Inversión Marcas País, 2016) el proyecto debe estar dirigido a promover la protección de las tradiciones culturales y el patrimonio natural; generando ingresos y empleo e influye en otros sectores como la cultura, el desarrollo sostenible, el voluntariado, la aventura y el deporte. Aportando de forma económica al proyecto ya que el centro de Talasoterapia en un porcentaje alto está adaptado a

través de los recursos naturales de la región, por ende, no solo es un beneficio como empresa, logrando que sea más reconocida, además será uno de los motores de desarrollo.

La industria del turismo médico del país también puede atraer la atención de los extranjeros, que han invertido 139.000 millones de dólares en viajes para implementar el concepto. (Procolombia Exportaciones Turismo Inversión Marcas País, 2016).

Es así como el proyecto tendrá un beneficio no solo en el área económica sino también a nivel social y medio ambiental del país.

1.8.1 Entidades de Regulación Pública

1.8.1.1 Medio Ambiental y Social

- **Ministerio de Salud y Protección Social:** El objeto de este organismo, dentro de su competencia, es desarrollar, adoptar, orientar, coordinar, ejecutar y evaluar la política pública en materia de salud y mejoramiento social. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2022).
 - **Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible:** Sus funciones, reglamentos y orientaciones se dirigen al medio ambiente, la biodiversidad, los océanos y los recursos hídricos (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2022).
- **Ideam (Instituto de Investigación y Pronóstico):** Institución para la creación de soporte científico y técnico nacional para los ecosistemas nacionales, generar y brindar información confiable, consistente y oportuna sobre el estado y la dinámica de los recursos naturales y el medio ambiente, formar la política ambiental nacional y la toma de decisiones, así como fortalecer el sector privado y el público en general. (Instituto de Investigación y Pronóstico, 2022).
- **SINA (Sistema Nacional Ambiental):** Compuesto por el Ministerio del Ambiente, el SINA es un conjunto de lineamientos, reglamentos, actividades, recursos, programas y organismos que contribuyen a la implementación de la legislación ambiental general. (Sistema Nacional Ambiental, 2022).

- **INVEMAR (Institución de Investigaciones Marinas y Costeras):** Adquirir los conocimientos básicos de oceanografía y ecosistemas marinos y sus recursos y procesos, almacenar, analizar y difundir esta información para su comprensión, gestión y uso. Además, evaluar los estándares pesqueros biológicos esenciales para los grupos de especies existentes, estanques de investigación para otros recursos vivos marinos y el potencial reproductivo de estas especies. (Sistema Nacional Ambiental, 2022).

1.8.1.2 Turísticas

- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Para adoptar, dirigir, coordinar políticas, para el desarrollo económico y social del país):** Apoya la actividad comercial y productora de bienes, así como la gestión turística, con el fin de incrementar la competitividad y sostenibilidad de las regiones del país y promover la creación de mayor valor agregado. (Sistema Nacional Ambiental, 2022).
- **COTELCO (Asociación Hotelera y Turística):** Representa y apoya los intereses de la industria hotelera y turística de Colombia al mismo tiempo que aumenta la competitividad y la productividad mediante la prestación de servicios que satisfacen las necesidades de sus miembros y de la industria turística. (Asociación Hotelera y Turística, 2022).
- **ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo):** Es un sindicato sin fines de lucro que representa y defiende los intereses públicos del turismo y las agencias de viajes en Colombia. (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo , 2022).
- **Corporación Andina de fomento CAF:** Promueve y financia programas y proyectos que contribuyan al logro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo. (Corporación Andina de Fomento , 2022).
- **Banco mundial BM:** Promueve el crecimiento sostenible del país a través de proyectos empresariales y de mercado que benefician a la industria y la región, así como la conservación, preservación y conservación de la biodiversidad, y proporciona ingresos económicos apoyando una mejor infraestructura. (Banco Mundial, 2022).

- **Fundación Coomeva:** Es una cooperativa sin fines de lucro con posibilidad de desarrollo empresarial sustentable, que tiene como objetivos: Promover la creación y fortalecimiento de empresas asociadas. (Fundación Coomeva, 2022).

2.1 Análisis de la competencia

2.1.1 Competencia indirecta

A nivel nacional se encontraron seis organizaciones que enfocan su actuar en ámbitos similares a Sentire. Es decir, relacionadas con el termalismo, conexión con la naturaleza, cuidado de la salud y tranquilidad. Sin embargo, no logran ser una competencia que va directamente a los objetivos de Sentire y sus características.

Casa Agrreste (hotel)

Es un santuario natural ubicado en Sopó, Cundinamarca, una casa de tres habitaciones en las cuales se disfruta muchos espacios y zonas verdes, jardines donde se pueden encontrar diferentes tipos de plantas, es un lugar para descansar y desconectarse.

Imagen 1: Competencia Casa Agrreste



Fuente: <https://www.instagram.com/casaagrreste/?hl=es>

Estelar Paipa Hotel & Centro de convenciones

El hotel está ubicado a orillas del lago Suchaguta, Paip. Este hotel es famoso por sus aguas termales y clima. Rodeado de naturaleza y plantas, ofrece un lugar para el descanso y relajación.

Imagen 2: Competencia Estelar Paipa



Fuente: <https://m.facebook.com/EstelarPaipa/>

Hotel campestre los Lagos

Ubicado en Armenia vereda el Caimo, posee grandes zonas verdes y habitaciones es un espacio para desintoxicarse del estrés y de las cosas diarias, donde la naturaleza da paz y tranquilidad.

Respecto a la competencia indirecta internacional se encuentran los siguientes países pioneros en turismo de bienestar según Colombia Productiva en su plan de negocio del año 2013.

Imagen 3: Competencia Los Lagos



Fuente: <https://www.tarjetajoven.com/index.jsp?accion=aliado&idAliado=814>

Francia

Primer destino mundial de talasoterapia con 108 estaciones termales y 112 centros termales públicos junto con su cadena privada de gestión. Mientras que los centros de talasoterapia son privados

Túnez

El segundo destino mundial del país del norte de África para la talasoterapia y los auténticos baños turcos tradicionales. También está representado en la Sociedad Internacional de Hidrología Médica y Climatología.

Alemania

Disponen de estaciones termales y centros de talasoterapia, 75% de centros termales públicos, 350.000 médicos, normativa totalmente implantada, certificados y marcas de calidad.

Rumanía

Con una importante tradición de terapia termal, la industria está orientada a la medicina, pero en los últimos años los centros se han diversificado para ofrecer solo actividades de ocio y recreación. En 2009, se desarrolló un plan de desarrollo turístico de aguas termales para fortalecer este sector.

India

El bienestar son parte de la cultura local, representan el 30% de los ingresos por turismo del país y el gobierno financia el 67% de la publicidad del sitio.

Argentina

Como hay 40 centros termales en el país, la oferta de turismo de salud es muy solicitada, especialmente el spa. (Costa Atlántica, Patagonia y el Norte del país)

Por último, se realiza una observación a la competencia sustituta a nivel nacional, en la que se contemplan aproximadamente 4 organizaciones, las cuales dedican su trabajo netamente a la medicina alternativa y terapias naturales de tipo spa o clínica, cuyo fin es conseguir el confort de las personas en mente y cuerpo. Estas son;

Biosalud IPS Wellness Center, organización de servicios integrales en la medicina, adicionalmente son un centro médico para deportistas de alto rendimiento y recreación. *Ananda*, centro de medicina integrativa. *GENAVie*, centro de bienestar especializado en medicina biológica y relajación que mejora la calidad de vida. *Clínica del colon - Medicina Alternativa*, clínica de terapias desintoxicantes.

Imagen 4: Competencia Biosalud



Fuente: <https://es-la.facebook.com/Biosaludduitama/>

Imagen 5: Competencia Ananda



Fuente: <https://www.facebook.com/anandawellnessspa/services>

Imagen 6: Competencia GENAVie



Fuente: <https://genaviewellness.com>

Imagen 7: Competencia Clínica del Colon



Fuente: <https://clinicadelcolon.com/#!/-inicio/>

2.1.2 Competencia directa

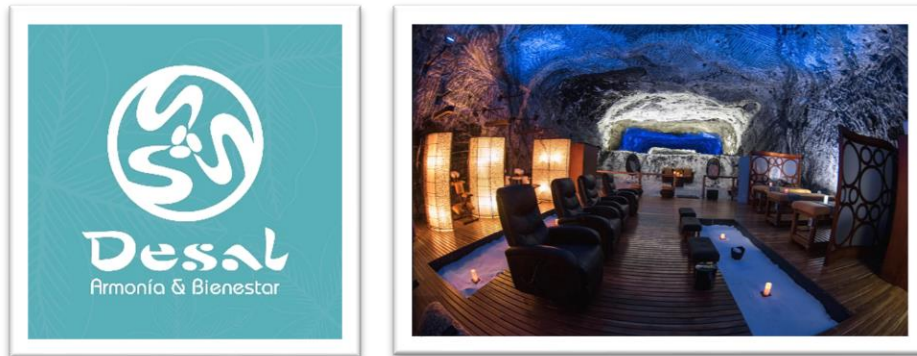
A nivel nacional se encuentran ocho potenciales organizaciones que logran ser una competencia directa para Sentire.

Desal, armonía y bienestar.

Es un centro de relajación y bienestar ubicado en Zipaquirá Cundinamarca, donde se puede encontrar un esquema completo de cuidado personal, se incluyen productos cosméticos naturales, de cuidado corporal y relajación. Incluye diferentes tipos de masajes relajantes

enfocados en brindar bienestar, por el cual se dedican a explotar los beneficios de la sal y cómo estos son curativos.

Imagen 8: Competencia Desal



Fuente: <https://www.desal.co/>

La sirena

Es un Eco-hotel ubicado en Palomino, La Guajira en el que se encuentra un restaurante vegetariano. Cuenta con una granja orgánica, estudio de yoga y spa. Su principal objetivo es realizar turismo consciente, brindando nuevas experiencias desde la sencillez y la naturaleza.

Imagen 9: Competencia La Sirena



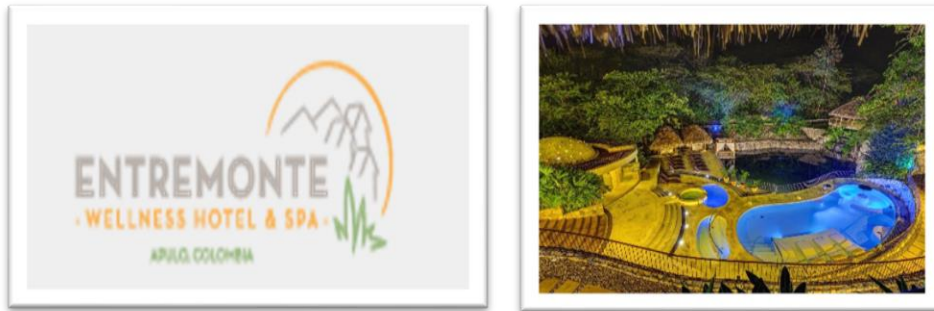
Fuente: <https://www.ecosirena.com/>

Entremonte: Wellness hotel y spa

Espacio de relajación ubicado en la Vereda Guacamayas Tolima, dedicado a las experiencias. Es un espacio de armonía y tranquilidad, equilibrio entre cuerpo, mente y

espíritu para lograr la concentración en sí mismo. Sus servicios se dividen en hotelería, spa, servicios de relajación y alimentación.

Imagen 10: Competencia Entremonte



Fuente: <http://www.entremontehotelapulo.com>

Nirvana Spa

Es un espacio de bienestar y relajación ubicada en Medellín Antioquia, donde su principal atractivo es seducir y transportar a través de la música, además del uso de aromas para evocar y elevar el espíritu a un estado supremo de liberación de las ataduras. El objetivo es brindar absoluta tranquilidad y serenidad. Tiene la promesa de quien llega a Nirvana Spa Colombia se libera a la máxima expresión; ellos ofrecen servicios corporales, estéticos, entrenamiento físico y spa.

Imagen 11: Nirvana Spa



Fuente: <https://www.nirvanaspacolombia.com/>

Reserva Termal San Vicente

Es una experiencia de bienestar en las aguas termales naturales de Colombia ubicado en Medellín Antioquia, dentro de esta reserva se encuentran vinculados varios servicios que

garantizan el bienestar y el cuidado de los clientes, adicional de una gran naturaleza que rodea la reserva, dentro de los servicios que encuentran son los siguientes: Hotel, actividades de aventura, hotel y cosméticos termales.

Imagen 12: Competencia San Vicente



Fuente: <https://sanvicente.com.co/>

Monte gracia - Hotel Wellness & Spa

Es un centro de experiencias dedicado al bienestar físico, mental y espiritual ubicado en la Vereda Iscala en Chinácota, donde se ofrece variedad de terapias saludables personalizadas en el que se garantiza ayudar al descanso integral de la persona. Esto acompañado de alimentación saludable, dentro de sus servicios se encuentra; caminatas ecológicas guiadas, zonas húmedas, spa, restaurante y nutrición, etc.

Imagen 13: Monte Gracia



Fuente: <https://montegraciahotel.com/>

Syvanna - Hotel Wellness & Spa

Es un centro ubicado en Pereira, Risaralda en donde la arquitectura es su principal atractivo ya que esta proporciona bienestar general, dado que su fin es desconectarse de la rutina y recargar el cuerpo, la mente, y el alma dentro de un oasis de bienestar.

Imagen 14: Competencia Syvanna



Fuente: <http://www.syvannahotel.com/>

Las Termas Agua Calientes de los llanos

Son termas naturales ubicados en Villavicencio, Meta donde se ofrecen varios servicios como baños con lodo, cuentan con senderos ecológicos donde se encuentra fauna y flora exclusiva de la región. Otro de los servicios ofrecidos por el centro son los típicos baños termas donde muestran sus yacimientos con una temperatura de 75°C; en la que ayuda a la limpieza de la piel, estímulos de pulmones y mejorar la circulación.

Imagen 15: Competencia Termas Agua Calientes



Fuente: <https://www.covioriente.co/termas-aguas-calientes-area-protegida-donde-podra-disfrutar-de-una-experiencia-natural/>

También se ha podido evidenciar, varios países especialmente del continente europeo y asiático han sido precursores en cuanto a turismo de bienestar, termalismo y talasoterapia.

Es por ello que hemos destacado 4 organizaciones potenciales que para Sentire son competencia directa a nivel internacional.

Sha Wellnes

Es una selecta clínica de lujo ubicada en Alicante España, dedicada al bienestar de cuerpo y mente, puntera en el cuidado integral. Fundado en 2008 por el empresario Alfredo Bataller, este grupo profesional combina filosofías ancestrales con los últimos logros de la medicina occidental y oriental.

Imagen 16: Competencia Sha Wellness



Adaptado de: <https://shawellnessclinic.com/es>

L'Auberge de Sedona

Es uno de los destinos de bienestar más populares de Estados Unidos y uno de los dos únicos que albergan los vórtices espirituales y la energía concentrada que irradia el planeta. Es un complejo de 62 casas y 21 habitaciones en un bosque de cipreses, donde los visitantes pueden tomar un baño de bosque, un ritual japonés. El ejercicio se trata de abrazar la esencia del bosque, sumergirse en la naturaleza, reducir los niveles de estrés y aumentar la creatividad.

Imagen 17: Competencia L'Auberge de Sedona

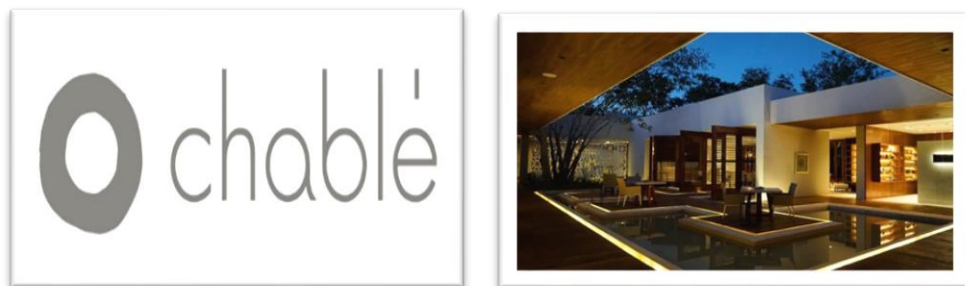


Adaptado de: <https://www.lauberge.com/>

Chablé

Fue votado como el mejor hotel del mundo en Yucatán, México. Ofrece a los visitantes una variedad de tratamientos inspirados en la cultura maya. El spa tiene un cenote en medio del paisaje, que también es útil para algunos tratamientos en el lugar.

Imagen 18: Competencia Chablé



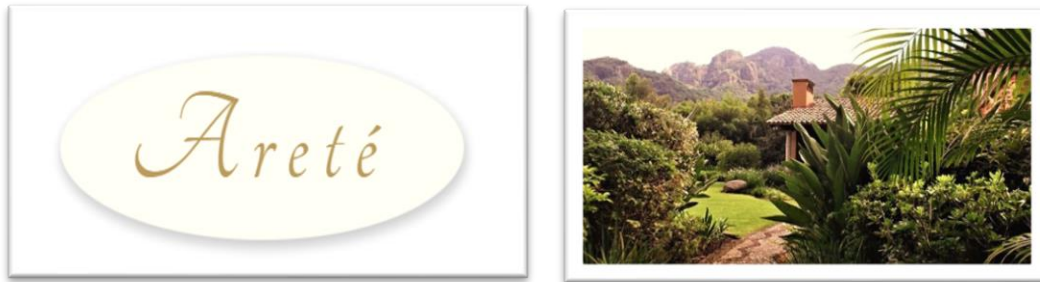
Adaptado de: <https://www.lauberge.com/>

Areté

Arete es uno de esos lugares donde hay muchas posibilidades. Por ejemplo, ofrecen nueve tratamientos de spa, una variedad de masajes, opciones gastronómicas e instalaciones para brindar mucho entretenimiento durante la estadía. También hay varias oportunidades para encontrar paz y tranquilidad en Tierra Santa. La base de esta particular terapia zonal es la estimulación de todos los sentidos. Incluye muros de piedra con temperatura variable,

aromaterapia y piscina. Los momentos bajo el agua combinados con bebidas relajantes visuales y auditivas durarán toda su estadía.

Imagen 19: Competencia Areté



Adaptado de: <https://www.areteh.com/>

2.2 Análisis de la demanda

Se presentan a continuación tres factores claves como son demanda potencial, demanda efectiva y cuantificación de la demanda para definir la segmentación que hará parte del proyecto del centro de talasoterapia Sentire.

2.2.1 Demanda potencial

En los últimos años y a raíz de la pandemia el turismo y el bienestar ha tenido una acogida por los diversos tipos de consumidores. Los cambios, particularmente en la economía, la cultura y los mercados turísticos, van acompañados de cambios en los perfiles de los consumidores. Los turistas, cada vez mejor informados, más inteligentes y exigentes, complejizan el mercado y estimulan el desarrollo de nuevos productos y servicios. Hace más de 10 años, Swarbrooke y Horner (2002) sugirieron que los gustos de los consumidores de viajes evolucionarán rápidamente, lo que requerirá un mayor esfuerzo para comprender el comportamiento de compra.

De acuerdo con la investigación, del censo nacional de población y vivienda (DANE, 2021) se logró tener una “fotografía” del país, generando información que sustente esos perfiles de clientes óptimos para el centro de talasoterapia. En ella previamente se analizó cuáles son esos segmentos a los cuales se apunta para garantizar el éxito de la empresa y por

supuesto que los servicios a través de la ventaja diferencial sean de beneficio para los usuarios.

Los perfiles de clientes potenciales son tres el primero: jóvenes universitarios que buscan un momento de relajación y ocio, que les permita salir del estrés del estudio y demás responsabilidades; segundo: aquella persona de altos recursos económicos que busca nuevas experiencias y ambientes de alto estatus y del estilo. El centro de talasoterapia ofrece a estas personas un espacio de relajación y ocio para estar con sus amigos o simplemente tomarse unas vacaciones luego de trabajar e ir de un lado a otro por cuestiones profesionales. Y por último, el centro de talasoterapia apunta al adulto mayor donde a través de este se le permite complementar los tratamientos de la medicina común o tradicional con medicina alternativa con el fin de lograr mejoría en su estado físico, y que a través de las terapias con la naturaleza pueda entrar en estado de relajación y aliviar dolores que presente.

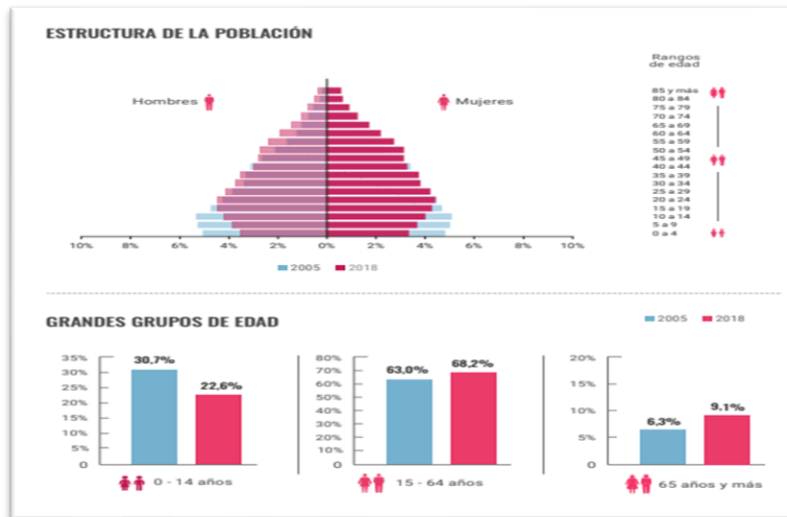
Gráfico 1: Censo de Turismo últimos 3 años

Sexo y rangos de edad	Total 24 ciudades y áreas metropolitanas								
	2021	2020	2019	Variación absoluta (2021-2020)	Variación (%) (2021-2020)	Contribución (p.p) (2021-2020)	Variación absoluta (2021-2019)	Variación (%) (2021-2019)	Contribución (p.p) (2021-2019)
Población en turismo	1.232	814	2.058	418	51,3		-826	-40,1	
10 - 17 años	128	79	217	49	61,5	6,0	-89	-41,1	-4,3
18 - 28 años	245	171	496	74	43,2	9,1	-251	-50,6	-12,2
Total	411	281	638	130	46,4	16,0	-227	-35,6	-11,0
45 - 59 años	261	171	414	90	52,8	11,1	-153	-36,9	-7,4
60 años y más	187	112	293	75	66,5	9,2	-106	-36,1	-5,1
Total hombres	593	386	962	207	53,7		-368	-38,3	
10 - 17 años	64	48	116	16	33,4	4,1	-52	-44,8	-5,4*
18 - 28 años	123	75	223	48	63,3	12,3	-100	-44,9	-10,4*
29 - 44 años	212	136	309	77	56,6	19,9	-97	-31,3	-10,0*
45 - 59 años	111	78	197	33	41,8	8,5	-86	-43,6	-9,0*
60 años y más	83	49	117	34	69,7	8,9	-34	-28,9	-3,5*
Total mujeres	639	428	1.096	210	49,2		-458	-41,7	
10 - 17 años	64	31	102	33	104,4	7,7	-38	-36,9	-3,4*
18 - 28 años	122	96	273	26	27,5	6,1	-151	-55,3	-13,8*
29 - 44 años	198	145	329	53	36,8	12,5	-131	-39,7	-11,9*
45 - 59 años	150	93	217	58	62,1	13,4	-67	-30,7	-6,1*
60 años y más	104	63	175	40	64,0	9,4	-72	-40,9	-6,5*

Fuente: DANE- EGIT (p.15)

Se hizo una investigación que diera lugar para apoyar los tres perfiles. De acuerdo con la gráfica, se identifica la población que realizó turismo en los tres últimos años, teniendo en cuenta el rango de edad y sexo. Donde se puede denotar como para el 2019 y el 2021 el aumento de personas que realizaron turismo creció significativamente, paralelo a esto da una visión de las personas potenciales que realizan turismo en el país, entre las edades de 18- 28 años (912), 29-45 años (1330), y con un rango menor pero no menos importante 59 años en adelante (592). Soportando así los segmentos claves para Sentire.

Gráfico 2: Censo Nacional de Población y vivienda



Fuente: DANE- CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA

Según el censo realizado el año 2021 por el DANE, se pudo concluir como lo muestra la gráfica de estructura y grandes grupos de edad en la población, que predomina las edades entre los 15 a 64 años representando el 68,2% de la población, considerándose viable como segmento para la empresa.

Gráfico 3: Boletín de datos y cifras turísticas de Bogotá

Concepto	I -2020	I -2021	Variación Porcentual
Población total que realizó turismo interno	1.889	1.305	-30,9%
Negocios o motivos profesionales	64	57	-11,2%
Recreación, vacaciones	894	549	-38,6%
Visita a parientes o amigos	752	682	-9,3%
Otro motivo*	179	17	-90,4%

Fuente: BOLETÍN DE DATOS Y CIFRAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Es muy importante analizar el concepto por el cual las personas viajaban en los últimos años, permitiendo el perfilamiento de los clientes potenciales. Es así como se determina que las personas en un porcentaje del 38,6% viajan por recreación, vacaciones, por

viaje de negocios o motivos profesionales con un 11,2% otros motivos representan el 90,4% que abarca educación comercio, salud, entre otros (Instituto Distrital de Turismo, 2021)

Según la *Organización Mundial de Turismo* los otros motivos de viaje abarcan el turismo de salud y turismo médico. El turismo de salud incluye todas las formas en que los pacientes viajan a otros países para recibir servicios de atención médica. (Aragonés, 2011).

Gráfico 4: Boletín de datos y cifras turísticas de Bogotá



Fuente: BOLETÍN DE DATOS Y CIFRAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

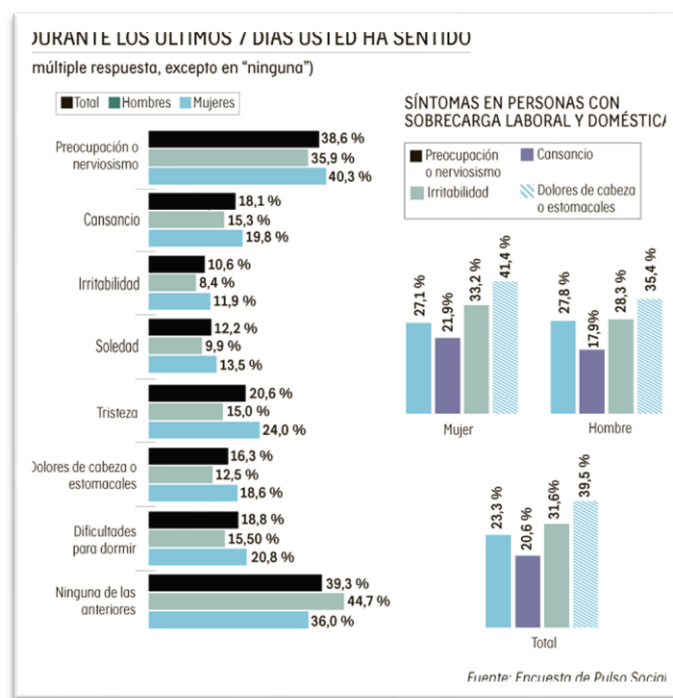
Por último, se hace un perfilamiento más detallado acerca de las personas que a nivel nacional ingresaron como turistas, representando al mes de mayo de 2021 el 60,0% y extranjeros para el mismo año 40,0% estimando así el ingreso de turistas al centro de talasoterapia afianzando la idea de cómo Sentire será un medio de crecimiento en muchas áreas del país y no solo turística (Instituto Distrital de Turismo, 2021).

2.2.2 Demanda efectiva

De acuerdo con lo analizado en la demanda potencial se dieron a conocer tres perfiles importantes para el segmento, dado el índice de personas que pre y post COVID sufren constantemente de estrés, depresión y ansiedad y por medio del centro de talasoterapia se lograría saciar, controlar y en muchas ocasiones prevenir dichas afecciones; de acuerdo con la (Asociación Americana de Psicología , 2013); La investigación de la APA muestra que los temas más estresantes a cualquier edad son el trabajo, los ingresos y las relaciones, que

contribuyen a enfermedades crónicas y de alto riesgo. El estudio de la APA también muestra que para los adultos mayores colombianos, que constituyen una gran parte de la población del país, el entretenimiento es un gasto importante junto con los pagos de tarjetas de crédito, la educación y los pagos de vivienda o alquiler. La misma encuesta también reveló que la condición física es más importante para las personas mayores, con un 51% de los encuestados optimistas sobre su salud, familia y tiempo libre. (Asociación Americana de Psicología, 2013).

Gráfico 5: Síntomas en personas con sobrecarga laboral y doméstica



Fuente: EL TIEMPO – ENCUESTA DEL PULSO SOCIAL

Teniendo en cuenta el perfil de aquellas personas con altos recursos económicos (*ricos*) se evidencia también la siguiente información con base en su salud mental y física: los profesionales con un nivel educativo alto y los que presentaron mayor porcentaje de emociones, como cansancio 22,8%, irritabilidad 15,6% y dificultad para dormir, fueron los que tenían maestría. (DANE, 2020).

Contemplando así que los jóvenes con un rango de edades entre los 20 a 29 años representa un grupo superior a los 2.355.603 de personas, siendo parte de la población con acceso a educación superior (universitarios) (Sistema Nacional de Información de educación

superior, 2021). La incertidumbre aumenta a medida que muchos jóvenes recurren al trabajo informal y al espíritu empresarial como fuente principal de empleo basado en relaciones.

El 35% de la generación Centennials y 37% de los Millennials comprendiendo este último según el DANE (2018) 7.055.332 aproximadamente de la población, Dijeron que están muy preocupados por la situación actual ya que más de la mitad de ellos ya han visto afectados sus ingresos.

Según estadísticas proporcionadas por el Censo del DANE (2018), el 9,14% de la población colombiana tiene más de 59 años, lo que corresponde a 4.391.523 habitantes.

De acuerdo con esto se da a entender como la demanda efectiva se centra en un segmento que realmente necesita de un espacio que le brinde no solo ocio y entretenimiento sino también la oportunidad de reconectarse consigo mismo, pues ya se ha evidenciado los diferentes factores que involucran las enfermedades y afecciones sean físicas o mentales.

Así mismo se denota la similitud más allá desde esas complejidades de salud y el querer a través del turismo de bienestar obtener una ayuda.

La práctica de la terapia de bienestar, que tiene como objetivo mejorar la salud emocional y física de las personas, es patrimonio inmaterial de la sociedad. Según Boulogne, las personas buscan un equilibrio entre la salud y la vida cotidiana. (Rieckhof, 2020).

El crecimiento del turismo de bienestar en el mundo es uno de los aspectos más importantes de, cómo los turistas buscan la salud en spa y talasoterapia, (Aragonés, 2011) esto ha aumentado considerablemente la demanda de estos servicios, ejerciendo una gran presión sobre la economía, el turismo y la hotelería del país.

2.2.3 Cuantificación de la demanda

Por último y teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente; de una población sumamente amplia como lo es Colombia y delimitando la misma en tres segmentos potenciales importantes para el centro de talasoterapia, se entiende así, que hay muchas razones para viajar. Se puede utilizar para relajación, escape de las tareas diarias, aire fresco, salud, relajación con familiares y amigos, vacaciones en grupo, trabajo, etc. Ofreciendo una gama de experiencias llenas de comodidad, paz y felicidad. (Compensar, 2021).

Es así como en promedio se ha estimado que, de una población de más de 48.258.494 (DANE, 2018), como turistas nacionales e internacionales pertenecientes a los segmentos vistos, se estima en promedio (*cinco mil personas*) para atender en el centro de talasoterapia.

2.3 Segmentación del mercado

Conociendo los objetivos y beneficios Sentire contempla tres grupos objetivos que por su estilo de vida exigen una solución a la problemática de salud mental y física. Por ello, se realiza una introducción de estos tres nichos.

Para iniciar estos grupos, es importante conocer el estado actual de la población colombiana en aspectos de salud mental. Según el análisis realizado por el DANE sobre los efectos de la pandemia se evidencio que hay un antes y un después de la salud pública de la población. Con la que se demuestra que, en 23 ciudades encuestadas por el sondeo de Pulso Social, el sentimiento que prevalece es la preocupación y el nerviosismo, lo cual genera el mal común de ansiedad y depresión. Todo esto causado por las preocupaciones diarias y durante estos años el miedo por el COVID 19.

Dentro del análisis del DANE se encuentra la gran encuesta integrada de hogares la cual afirma que la población entre 10 a 24 años ha sido la más afectada por estas enfermedades o síntomas, con un 42,2% a nivel global del país. Siendo las mujeres las que reportan mayor sentimiento de soledad, estrés, preocupación o depresión. Por su parte los adultos de más de 55 años han presentado mayor cantidad de síntomas negativos psicológicamente. Aunque los de 10 a 24 años son los más afectados, los adultos mayores son los que presentan mayores síntomas.

Es por esto que, se ha escogido como target a la generación Z, Generación Y o Millennials y Baby Boomers.

La generación Z, comprendida por las personas nacidas entre 1995 y 2000 se han caracterizado por ser individuos resilientes y adaptables. Sin embargo, es una generación que ha construido una carga de estrés, ansiedad y depresión los cuales han tomado como sentimientos comunes o normales. La OMS reporta que la tasa de mortalidad en los jóvenes ha aumentado en países latinos, siendo como principal causa, el suicidio representando el

30%. Aún más cuando se habla de la etapa universitaria en la que existen mayores riesgos al momento de desarrollar trastornos.

Esto lleva a Sentire a que se enfoque en este grupo objetivo para darles soluciones a esos problemas o trastornos que comienzan a generarse por causa del estrés universitario y en algunos casos el trabajo, junto con temas de relaciones personales y realización personal.

Serán usuarios potenciales y medianos que adquirirán el servicio de manera habitual, tendrán tiempo de relajación para poder salir del estrés y monotonía que genera el estudio.

Les ayudará a controlar enfermedades que se crean en la adolescencia y se desarrollan en la etapa de crecimiento como lo son la depresión y ansiedad, además de la prevención de problemas comunes como dolores musculares, cefalea entre otros.

Sus ingresos son bajos pues, dependen económicamente de sus padres, de género femenino y masculino. Tendrán un ingreso mayor o igual a 3 salarios mínimos mensuales vigentes (SMMV) y su ciclo familiar se encontrará como joven soltero/a sin hijos. Están dedicados al estudio universitario, con deseos de conseguir trabajo y lograr la independencia económica. Su principal reto es hacer todo lo que se propone en el tiempo establecido, sin descuidar su salud, estado físico y manteniendo sus relaciones personales.

Continuamos con la generación Y o Millenials, son los que poseen mayor preparación académica y capacidad de multitarea. En ese mismo sentido son los que actualmente tienen más estrés laboral y carga de responsabilidad. Esto les ha generado un intento de soportar estas situaciones ya que para ellos es indispensable crecer laboralmente y tener más capital, generando problemas de salud mental y física, ya que se encuentran en un estado de agotamiento.

Según la OMS al menos la mitad de la población a nivel mundial ha generado algún tipo de enfermedad mental, afectando su autoestima, sus relaciones sociales, y el enfrentamiento de su vida cotidiana. Esto ha hecho que ocuparse de responsabilidades familiares y laborales se convierta en una angustia diaria. Ya que como se mencionó anteriormente el trabajo se ha convertido en la base de todo.

Actualmente, la precariedad laboral es uno de los riesgos psicosociales más importantes a nivel mundial y pueden conducir a un constante estado de estrés por el miedo a perder el trabajo. (Allande et al. 2022).

Serán usuarios potenciales y medianos de género femenino y masculino, que adquirirán el servicio de manera habitual. Sentire les ofrecerá nuevas experiencias, ambientes de alto estatus y estilo. Será un espacio de relajación para ellos, y un centro de ocio para estar con sus compañeros o simplemente tomarse unas vacaciones.

Sus ingresos o nivel socioeconómico será de mínimo 10 SMMLV, su ciclo familiar se encontrará en la etapa de independiente, soltero y sin hijos. Quiere disfrutar al máximo de todos los placeres que pueda darse, ya que para eso genera toda esa cantidad de dinero. Para él vivir la vida es muy importante. Su preocupación es no encontrar lugares aptos para su estilo de vida o para una plena comodidad. Además de tener que encargarse de trabajos pequeños o básicos y así mismo perder dinero.

Por último, la generación Baby Bommer. En ellos se encuentra con mayor precisión la necesidad de un bienestar tanto físico como mental. Pues, por la edad son más propensos a adquirir enfermedades, dificultad en la movilidad, problemas musculares, entre otros.

Además, a nivel psicológico los adultos mayores desarrollan sentimientos de soledad lo que puede llevar a trastornos psicológicos como la angustia, el nerviosismo o la ansiedad. Este mismo sentimiento hace que sean más propensos a sufrir depresión. (Palma y Dolores, 2021).

El sexo femenino es el más afectado en estos problemas psicológicos, con un 60% tienen mayor incidencia a ser depresivas, debido a los factores hormonales y en algunos casos la preexistencia de otras enfermedades como la ansiedad las cuales no fueron tratadas. Además, uno de los factores que pueden influir es la falta de compañía, en especial para los viudos y solteros. (Morales y Alcivar, 2021)

Por esto mismo Sentire les brindará tratamientos de medicina alternativa para que sea un complemento de sus demás tratamientos y funcionar como prevención para otras enfermedades que puedan surgir. Esto con el fin de lograr una mejoría en su estado físico a

través de las terapias con la naturaleza y de relajación. Estas terapias le permitirán aprender a controlar estado mental y pueda entrar en una situación de paz y tranquilidad.

Serán usuarios potenciales y frecuentes ya que estarán emocionalmente ligados al servicio. Sus ingresos serán aproximadamente 3 SMMLV más los ingresos de sus hijos, por ende, su ciclo familiar corresponderá a viuda/o y con hijos adultos. Disfruta cada vez que sus hijos y nietos la/o visitan, sale al parque para caminar y poder sentirse más libre. Lo más importante para ellos es la unión de su familia y que ésta siempre esté para apoyarse. Es religiosa/o y le gusta dedicar tiempo a su culto, no tuvo una educación avanzada, sin embargo, se esforzó para que sus hijos sí la tuvieran. Ya que ellos son los que actualmente la cuidan y ven por ella.

2.4 Análisis comparativo del producto y su ventaja competitiva

Sentire tiene como propuesta de valor a través de la naturaleza conectar con los sentidos y vivir una experiencia de sanación de cuerpo y alma. Atendiendo a los futuros clientes por medio de la talasoterapia y la conexión de sus sentidos. Además de brindarles estadía para que puedan entrar en un estado de completa relajación y salud.

Actualmente en el mercado nacional no se identifica alguna otra organización que realice estas mismas prácticas lo que nos permite ser novedosos ante el público. Podemos encontrar spas, glampings, clínicas de medicina alternativa.

A nivel internacional existe una competencia situada en México (Areté) que tiene objetivos muy parecidos a Sentire, sin embargo, se cuenta con la unión del turismo de naturaleza para generar diferenciación a nivel global en el mercado de bienestar y turismo. Este punto de turismo de naturaleza sería el plus o la diferenciación con la competencia Areté que presentaría las mismas características que Sentire.

2.5 Estrategia de mercado

Como estrategia se ofrecerán los mejores tratamientos basado en la talasoterapia para nuestros clientes ya que son ellos los que inspiran nuestro proyecto, por lo que, se quiere ofrecer transformación, bienestar, prevención y relajación en conjunto con los 5 sentidos, que a través de la naturaleza los clientes puedan conectar con ellos mismo, enfocados en la

creación de una estrategia que garantice una experiencia única, personalizada y emocional, en donde el cuerpo encuentre un equilibrio por medio de la prevención y alivio de enfermedades provocadas por el estrés de una vida cotidiana productiva.

Ahora bien, con la estrategia se irá adquiriendo posicionamiento a través de los competidores, Así mismo aprovechando el diferencial y valor agregado que son los recursos naturales e hídricos del país como: los mares ya que éstos contribuyen a la mejoría de la salud.

Es parte de la estrategia, la comunicación de la cual es importante manejar con los clientes, así como a nivel interno con los colaboradores, ya que para reflejar un buen servicio al cliente es necesario mantener una buena relación con los colaboradores, por lo que la comunicación se caracterizará por ser empática, amable y con un diálogo cercano es decir amigable.

Otra de las características que resaltarán la estrategia es el sistema de afiliación y fidelización de los clientes. Crear espacios en dónde los usuarios se sientan cómodos y que no solamente obtengan un espacio de relajación sino también de turismo ecológico y familiar.

2.5.1 Estrategia de producto

Se ha dividido en tres segmentos distintos el público al que se quiere dirigir (Adulto mayor, universitario y rico), por ende, se le ofrecerá una experiencia única y personalizada basada en la necesidad del cliente. Por lo que los tres grupos de afiliación ayudan a diferenciar al público y generar planes específicos.

Los grupos de afiliación llevarán por nombre: Golden, que identificará a los adultos mayores a partir de los 60 años; de acuerdo con los boletines poblacionales realizados por la oficina de promoción social ministerio de salud y protección que nos comenta que a partir del censo elaborado en el 2018 para el 2020 se estimaba un total de adultos mayores de 6.808.641 personas, lo que representa el 13,5% de la población colombiana mayor de 60 años. (Minsalud, 2020). Lo que indica que nuestros planes serán diseñados para mantener el equilibrio, otorgando una mejor calidad de vida contribuyendo en su salud física y emocional.

Imagen 20: Grupo Golden



SERVICIOS A OFRECER:

- Terapias de relajación corporal.
- Terapias para la artritis.
- Masajes de relajación.
- Masajes Localizado.
- Hidrataciones corporales y faciales.
- Hidroterapia.
- Talasoterapia.
- Flotarium.
- Entre otros.

Golden

Edad: +60
Profesión: Pensionados
Actividades: Adultos mayores que se buscan obtener una mejor calidad de vida a través de terapias que ayuden al estado del cuerpo, disminuyendo dolencias corporales y articulares.

SENTIRE, AYUDARÁ A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LOS ADULTOS MAYORES A TRAVÉS DE TERAPIAS QUE FORTALEZCAN SU SALUD FÍSICA Y EMOCIONAL.

Nota: Elaboración propia

El grupo Premium, será el grupo identificados como personas de altos recursos económicos o que manejan niveles altos de estrés, ya que esta es una enfermedad común que padece un 33% de los trabajadores colombianos (Castañeda, 2020). Por lo que se desarrollarán planes donde la relajación corporal y el control de los niveles de estrés sean la prioridad para mejorar su salud.

Imagen 21: Grupo Premium



SERVICIOS A OFRECER:

- Terapias de relajación corporal.
- Control de niveles de estrés.
- Masajes Localizados.
- Talasoterapia.
- Zonas húmedas.
- Entre otros.

Premium

Edad: +30
Profesión: Profesional de altos recursos económicos.
Actividades: Estas son personas que manejan altos niveles de estrés por el trabajo, no tienen una pausa en el día a día.

SENTIRE BUSCA QUE LAS PERSONAS PUEDAN AFRONTAR LOS RETOS DE LA VIDA CON MAYOR SERENIDAD Y CONCIENCIA.

Nota: Elaboración propia

Así mismo, estarán los Younger, quienes serán esos jóvenes universitarios que se encuentran estudiando y siempre están en búsqueda de nuevas experiencias y Sentire les brindará un espacio en el que podrán vivir momentos de bienestar.

Imagen 22: Grupo Younger



Nota: Elaboración propia

A través del servicio se manejará una relación cercana con el cliente ya que esto hace parte de la estrategia.

En Sentire se destacará por ser un centro de bienestar enfocado en los 5 sentidos y como parte de la estrategia la personalización de los planes que pueden adquirir los clientes, los espacios serán especializados que se enfoquen en los sentidos, no es necesario que el cliente se tenga que afiliar a alguno de los 3 grupos, podrá asistir al centro a vivir una experiencia con los 5 sentidos más sin embargo hay que resaltar que al afiliarse tendrá beneficios exclusivos.

Por otro lado, los planes que se realicen para los públicos objetivos tendrán algo muy importante que es un plan alimenticio personalizado durante su estadía, elaborado por los nutricionistas del centro, Así mismo, habrá doctores de Medicina holística realizando tratamientos alternativos a los visitantes, lo que hará que en el centro de bienestar vivan una experiencia completa, ya que también se acoplara.

2.5.2 Estrategia de precio

Se ofrecerá un valor competitivo en el mercado, para que los clientes puedan acceder a los servicios sin que ellos sientan que es costoso y que no se les ofrece el producto adecuado. Es por ello, que al principio al estar en un ciclo de vida de nacimiento y hacer un emprendimiento nuevo se entrara al mercado a través de precios de introducción o de

lanzamiento, es decir, se iniciara en el mercado con una tarifa relativamente baja en comparación con el sector esto con la finalidad de atraer el máximo posible de usuarios para que la marca empiece hacer reconocida.

A medida que se vaya creciendo se generara precios de flexibilidad, esto quiere decir que serían únicos y que tendrán una elasticidad, ya sea por los altos o bajos costos en la economía que afecte los valores y demanda, pero también tendrá esta ductilidad gracias a que habrá una estrategia fuerte de descuentos o beneficios para cada uno de los público objetivo, así mismo la división que se le da al servicio se transforma en la afiliación de los clientes lo que generaría precios exclusivos por cada plan personalizado.

Ahora bien, se sabe que los valores pueden llegar a ser costosos, pero en relación con el precio y calidad del servicio que se ofrecerá, y sobre todo con los beneficios que generara en las personas; el valor ofrecido lograra satisfacer las necesidades del cliente, ya que encontrara dentro del centro bienestar; prevención y alivio de enfermedades o incluso puede encontrar espacios donde se puede liberar del estrés que es causante de enfermedades.

2.5.3 Estrategia de distribución

Para Sentire es importante contar con canales de distribución que permita obtener intermediarios para el servicio, ya que ellos actuaran en ocasiones como porta voces de la empresa.

De tal manera que se adoptará un canal de distribución B2C dado a que se maneja un contacto desde los proveedores hasta el cliente final, para ofrecer a los usuarios una atención de calidad, con los mejores servicios y productos.

Al tener claro el canal de distribución se determinara que para la estrategia es adecuado manejar un tipo de distribución, que ayude a mantener una buena relación y atención generando lealtad en el cliente, por lo que se ha decidido que será: indirecta, ya que contaremos con diferentes intermediarios para obtener los distintos productos que se usaran en los tratamientos, para la preparación de comida que se implementará en los planes de alimentación, así mismo para dotación de insumos necesarios tanto administrativos, como operativos para una correcto funcionamiento a nivel general dentro del centro de bienestar con la finalidad de que cada una de estas cosas lleguen de la mejor manera posible al consumidor final.

Se sabe que puede haber retrasos entre los intermediarios y la entrega final, estas demoras se pueden ocasionar por fallas a la educación o los largos procedimientos o por los problemas naturales, de lo cual, como empresa, estableceremos desde el principio buenas relaciones entre las dos partes, es decir, Sentire y los intermediarios para que haya una eficiencia considerable. (efficy, s.f.)

2.5.4 Estrategia de promoción

Sentire se destacará por ser un centro de bienestar enfocado en los 5 sentidos y como parte de la estrategia la personalización de los planes que pueden adquirir los clientes los espacios será especializados que se enfoquen en los sentidos, no es necesario que el cliente se tenga que afiliar a alguno de los 3 grupos, podrá asistir al centro a vivir una experiencia con los 5 sentidos más sin embargo hay que resaltar que al afiliarse tendrá beneficios exclusivos.

Como propósito la empresa busca ir creciendo en el mercado y enlazado a esa intención se espera que los usuarios conozcan la marca a partir de un voz a voz dadas las experiencias que tengan los primeros visitantes. Para llegar a eso , es necesario generar una estrategia previa que se explica a continuación: para Sentire será importante obtener un buen funcionamiento del ecosistema digital, ya que esto ayudará a llegar al cliente a través de los medios digitales, es decir que no solo se manejará redes sociales, sino que también se implementaran estrategia seo y sem generando contenidos de calidad, cómo palabras claves en el buscador, landing Page, página web, blogs, entre otros, con la finalidad de que estos contenidos se puedan volver orgánicos.

El manejo de nuestra publicidad no solo será por medio online, sino que de igual forma se manejará medios ATL o tradicionales como: revistas y comerciales de televisión, también es importante generar una interacción con el cliente por lo que para promocionar y lanzar el centro de bienestar realizaremos medios BTL, con una actividad en centros comerciales, en este caso se empezara primero en Gran estación en la ciudad de Bogotá, dado a que esta ciudad es un punto clave para la atracción de clientes, según un artículo de la revista semana Bogotá lidera el ranking de las ciudades más estresantes a nivel mundial, la capital del país es clasificada así por factores como el tráfico, el desempleo, el clima, la polución, entre otros factores que se intensificaron a raíz de la pandemia. (Semana, 2021).

Un buen manejo del branding será fundamental para que Sentire sea identificado como marca, por medio los colores, formas y diseños donde se busca reflejar bienestar, cuidado, y prevención de la salud generando un equilibrio de cuerpo, alma y mente.

Para la retención de los clientes, es conveniente el uso de los descuentos, por lo que se usarán de forma esporádica, pero de las partes más importantes serán los incentivos que otorgamos por medios de: bonos de descuento, regalos y tarjetas de servicio, que pueden ser usados por nuestros clientes frecuentes o ser regalos para otras personas.

Dentro del centro es vital ofrecer un ambiente de recibimiento en el que se hará una cortesía de bienvenida, siendo esto un kit personal para su uso durante la estadía, De igual forma el uso del email marketing nos permitirá llegar al cliente directamente con mensajes exclusivos, en donde vea el interés que tenemos por él.

Otra de los grandes aspectos por los que se destacará Sentire es en los tiempos de respuesta rápida en todos los medios de comunicación, a partir del uso de la tecnología por medio de Chatbots que será vital para cumplir esta promesa, donde las quejas y reclamos incluso sugerencias y felicitaciones del cliente se contesten de forma ágil asertiva, formal y hasta personalizada.

Por último, la realización de eventos, cursos de meditación, yoga y actividades realizadas con un invitado especial que conecten con el bienestar, serán esenciales para que el cliente se sienta atraído y quiera asistir seguido.

2.5.5 Estrategia de comunicación

Para Sentire es un punto clave la comunicación no sólo la que se realizara a los clientes sino la que también se tratara internamente, pues es importante para mantener una buena comunicación con nuestros colaboradores para Así mismo reflejar una buena Atención al Cliente.

Los pilares de la comunicación se basarán en un diálogo cercano que nos permita diferenciarnos en el mercado, que sea amigable, familiar y confiable, pero sobre todo en un tono en el que, el cliente se sienta identificado. Por otro lado, la comunicación también se basará en ser empática con las personas, pues el factor humano debe resaltar, porque, al ser un centro de bienestar, es bueno que a Sentire la identifiquen por los tratamientos alternativos

que se ofrezcan, sino que también se reconocida por la atención y el trato hacia los demás, ya sea hacia los clientes o los trabajadores o simplemente la población de la región,

Otra de las características que identificara la comunicación será la amabilidad, transparencia y honestidad que serán valores que nos identifiquen al momento de comunicarnos ya sea para una mala situación que se genere o incluso para alguna felicitación, pues es importante generar un plan de acción donde las partes estén de acuerdo hice llegue a través del diálogo.

La finalidad de que la comunicación es hacer que ésta llegue a ser personalizada a través de la tecnología y la inteligencia artificial con chatbots y sistemas de información que automaticen la comunicación pero que no se pierda esa cercanía y humanismo que nos debe caracterizar. Por lo que la atención cara a cara nunca debe perder su esencia al ser gentil.

Así mismo, Sentire a través de la marca pretende brindar una conexión con la naturaleza, que se base en el cuidado físico y mental, esto por medio de los 5 sentidos, en el que se generara una experiencia de prevención y sanación de cuerpo y alma.

Imagen 23: Nombre de marca.



Nota: Elaboración propia

Sentire: Significa sentir; Experimentar sensaciones, representando todos los sentidos. La marca lleva como slogan: Bienestar, el reflejo de lo esencial

Imagen 24: Símbolo



Nota: Elaboración propia

Da ilusión a las olas del agua. Donde las 5 olas representan los 5 sentidos.

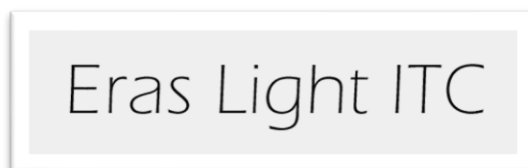
Imagen 25: Tipografía principal



Nota: Elaboración propia

Tipografía cursiva, ya que representa elegancia y por tanto transmitirá lujo y calidad.

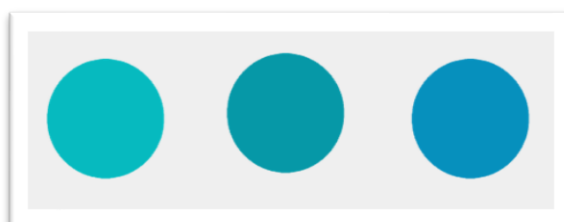
Imagen 26: Tipografía Secundaria



Nota: Elaboración propia

Tipografía sin serifa, que representa modernidad, minimalismo y confianza.

Imagen 27: Color Azul



Nota: Elaboración propia

Se asocia a las emociones y los sentimientos, así mismo, representa el elemento agua, por lo que este color genera frescura, espiritualidad y tranquilidad. (Gallardo, 2018).

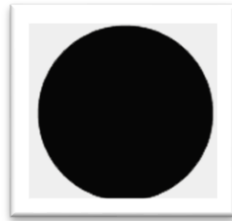
Imagen 28: Color violeta



Nota: Elaboración propia

Esta relacionado con el ser, el alma y el yo interior, este color representa la meditación, la tranformación y la intuición, por lo que genera, lujo, sabiduria, misterio y espiritualidad. (Gallardo, 2018)

Imagen 29: Color negro



Nota: Elaboración propia

Es el color del poder y la sofisticación. Irradia seguridad y lujo, por ende, represeta la elegancia, prestigio, fuerza y seguridad. (Francia., 2021)

Imagen 30: Logo



Nota: Elaboración propia

La union de todos los elementos anteriormente mensioados da como resultado el logo de la marca que representa con cada detalle, los colores, el simbolo y nombre del centro de bienestar.

Imagen 31: Aplicaciones del logo



Nota: Elaboración propia

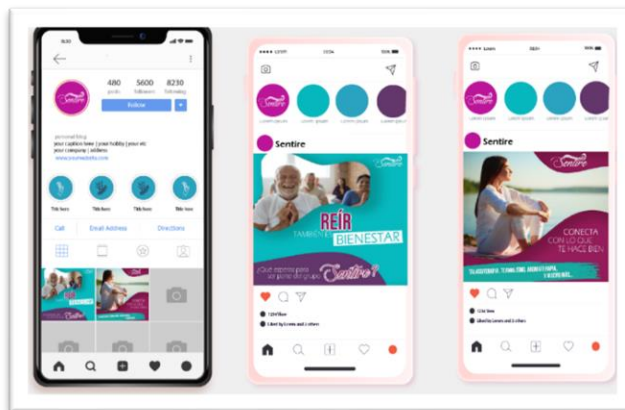
Imagen 32: Revista



Nota: Elaboración propia

La comunicación también va por medios off- line, es decir en revistas de turismo o de viajes.

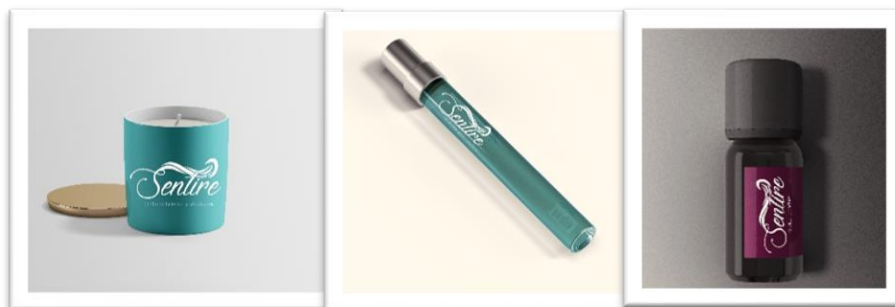
Imagen 33: Redes Sociales



Nota: Elaboración propia

Por otro lado, los medios Online también serán usados para dar a conocer los servicios y atraer comunidad.

Imagen 34: Branding





Nota: Elaboración propia

Imagen 35: Señalética



Nota: Elaboración propia

2.6 Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercado

Al concluir con este capítulo se evidencia el análisis del mercado, involucrando la competencia, segmentación y factores que contribuyen al buen desarrollo del proyecto como las diversas estrategias que acompañan a la consolidación del centro de Talasoterapia *Sentire*.

El mercado meta seleccionado para *Sentire* se compone de tres nichos importantes los cuales son generación Z, Generación Y o Millennials y Baby Boomers. Que de acuerdo a varias investigaciones y encuestas realizadas por la DANE y otras entidades se logró evidenciar que no solo son personas propensas a tener enfermedades “mentales” y físicas sino

además están interesadas por el turismo de bienestar, de salud y médico enfatizando las secuelas que dejó el COVID-19 aumentando dichas afecciones, de forma paralela está el entretenimiento y el ocio que juegan un factor importante dentro de la planeación de sus viajes.

De igual manera, se determinó cual es la competencia que más se aproxima a lo que Sentire ofrece a sus usuarios, teniendo en cuenta que la competencia se encuentra más en el extranjero recordando que en Colombia no hay centros especializados en la Talasoterapia, la investigación nos aportó una gran variedad ubicadas en Francia, India, entre otros. Una en particular que, aunque no se ubica en Colombia también da a sus clientes una experiencia a través de los cinco sentidos fomentando la prevención de enfermedades, entretenimiento y ocio, está ubicado en Tepoztlán México sin embargo, es importante resaltar la ventaja competitiva que se tiene al ubicar el centro de talasoterapia en un país tan diverso en flora y fauna como lo es Colombia, pues da la oportunidad de vivir una experiencia completa de conexión con la naturaleza sin dejar de lado la función de relajación y prevención de enfermedades y afecciones.

Es importante resaltar cómo se realizó la estrategia que se divide en cinco partes; precio, producto, distribución, comunicación y promoción, en el cual una gran parte de la estrategia son los sistemas de afiliación que se manejan con los clientes que se llaman Golden, Premium y Younger, planes personalizados según la necesidad del cliente, otra de las cosas primordiales es la comunicación que se emplea, siendo empática, cordial, amigable y cercana, ahora en cuanto temas de precios será competitivo, pero al iniciar tendrá una penetración en el mercado con un valor relativamente bajo para el sector esto para tener más reconocimiento, como cierre, serán esas acciones con las que se llegara al cliente en todos los aspectos anteriormente mencionados.

A continuación, se presentan las recomendaciones que se consideran importantes para la ejecución del centro de Talasoterapia Sentire:

- Hacer una revisión de los aspectos externos tales como los problemas políticos, sociales y económicos, como el INVEMAR (Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras), que afectan el desarrollo de este proyecto al momento de su implementación.

- Tener presente los cambios que se presentan a nivel climático, aprovechando las ventajas que ofrece el IDEAM (Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales) recordando que nuestro centro de Talasoterapia funciona y opera en función del aprovechamiento del mar y los recursos de la flora y fauna.
- La distribución indirecta que maneja Sentire con proveedores e intermediarios debe ser particularmente excepcional, manteniendo una armonía que beneficie la cadena de información y distribución de los productos que se necesitan para la prestación de los distintos servicios en el centro de Talasoterapia, evitando retrasos o productos de baja calidad que influyan en la buena experiencia de los usuarios.
- Mantener actualizada la información y datos del comportamiento de los clientes a través de las diferentes instituciones de Turismo tales como la OMT (organización mundial de Turismo), IDT (Instituto Distrital de Turismo) o el DANE que suplen informes y estadísticas actualizada sobre la conducta de los turistas nacionales y extranjeros del país.
- Ser estratégicos en el desarrollo y puesta en marcha de los precios para las diferentes categorías de los usuarios, es decir, precios que llamen la atención de la persona y se enganchen en complemento con los diversos servicios y por supuesto la experiencia vivida, no obstante, a medida que el centro gana reconocimiento analizar y revisar con cautela el alza de los precios para no generar rechazo frente al consumidor.
- Teniendo en cuenta, que a nivel nacional no se cuenta con una competencia directa es necesario mantener a través de una comunicación asertiva, el diferencial y la ventaja competitiva que evite la mal interpretación y confusión con los centros de estética, de entretenimiento y ocio acompañado de espacios al aire libre (spas, saunas, termales, glampings, entre otros) para no darle ventaja a las competencias indirectas de tomar clientes potenciales para Sentire.

3. Estudio técnico

3.1 Características de la localización

Se evalúa diferentes zonas geográficas del país en cuanto a su nivel de atracción turística, por lo cual el lugar ideal para la implementación del centro de bienestar Sentire se ubicará en Cartagena, según el Ministerio de Industria y Turismo en el 2021 es la ciudad que ha presentado un crecimiento a nivel turístico, donde 74 de 100 habitaciones estuvieron ocupadas.

Ubicado en el departamento de Bolívar.

Imagen 36: Mapa del Departamento de Bolívar



Fuente: https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa_Arquidiócesis_de_Cartagena_de_Indias.svg

Imagen 37: Mapa especificando la ciudad de Cartagena de Indias



Fuente: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Colombia_Bol%C3%ADvar_location_map_\(%2Blocator_map\).svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Colombia_Bol%C3%ADvar_location_map_(%2Blocator_map).svg)

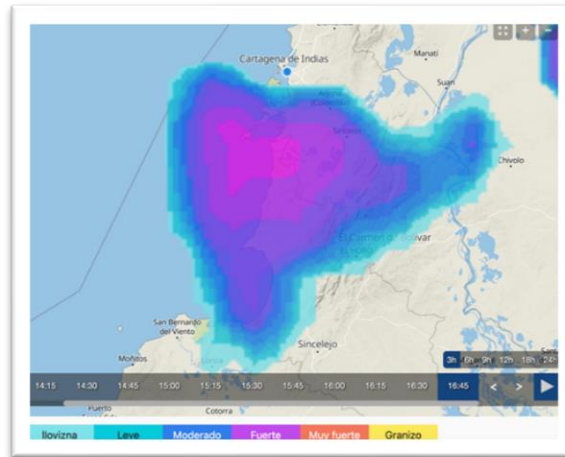
Superficie: 609.1 km²

Altitud: Media 2 m s. n. m.

Clima: Semiárido cálido

Temperatura promedio: 32° C

Imagen 38: Mapa Radar y precipitación nowcast para Cartagena de Indias



Fuente: https://www.meteoblue.com/es/tiempo/semana/cartagena-de-indias_colombia_3687238

3.2 Características de las áreas

Se ubicarán cinco zonas de bienestar enfocadas a cada uno de los sentidos, se ubica estratégicamente para representar la unión de los mismos sentidos.

Por otra parte, se ubican tres tipos de zonas para hospedarse, cada una pensada para diferente público objetivo.

Imagen 39: Mapa General de Sentire



Nota: Elaboración propia

Los centros se dividen por los cinco sentidos y 5 colores extraídos de la paleta de la marca.

La construcción contará con espacios abiertos y cerrados en donde el sentido auditivo será el principal en las terapias junto con los efectos de la naturaleza. Visualmente será de color morado en diferentes tonalidades, junto con colores como el gris y el blanco. Las luces

de igual forma serán azules, moradas y blancas tanto de los cuartos como de las luces que se acompañan con el agua.

Imagen 40: Mapa Centro de Bienestar Auditivo

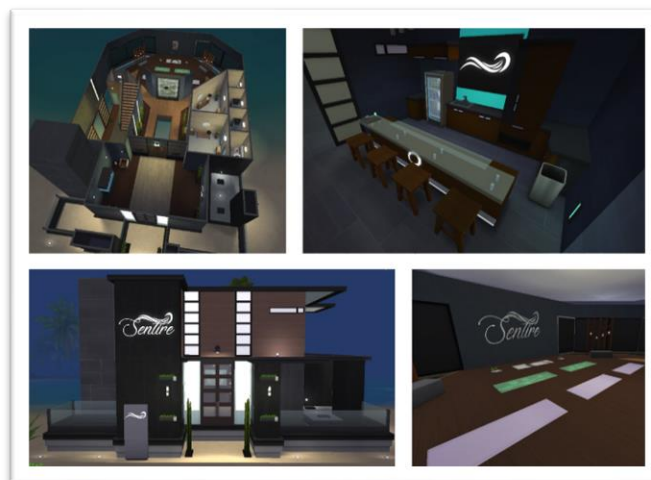


Nota: Elaboración propia

Maqueta del centro de bienestar gusto, color negro.

La construcción contará con espacios cerrados en donde el sentido del gusto será el principal en las terapias. Visualmente será de color negro junto con colores como el gris, verde, aguamarina y café como colores secundarios. Las luces serán en su mayoría blancas para dar contraste de los colores oscuros, como también habrá luces de color aguamarina para dar contraste al negro. En este centro lo primordial son los cuartos tipo cocina.

Imagen 41: Mapa Centro de Bienestar Gusto



Nota: Elaboración propia

Maqueta del centro de bienestar olfato, color azul.

La construcción contará con espacios cerrados en donde el sentido del olfato será el principal en las terapias, por ello es necesario la concentración de cada olor en los cuartos. Visualmente será de color azul en su interior ya que por fuera tendrá colores cafés de la madera y negro. Por ende, las luces y pintura por dentro serán de tonalidades azules.

Imagen 42: Mapa Centro de Bienestar Olfato



Nota: Elaboración propia

Maqueta del centro de bienestar tacto, color verde.

Este se proyecta como el centro estrella, ya que en él se encontrarán los servicios de talasoterapia, este estará muy cerca del mar y por ende su vista será increíble. La construcción contará con espacios abiertos en su mayoría, en donde el sentido del tacto será el principal en las terapias. Visualmente será de color verde por la gran cantidad de naturaleza expresada en plantas, así mismo habrá zona de agua para las terapias.

Imagen 43: Mapa Centro de Bienestar Tacto

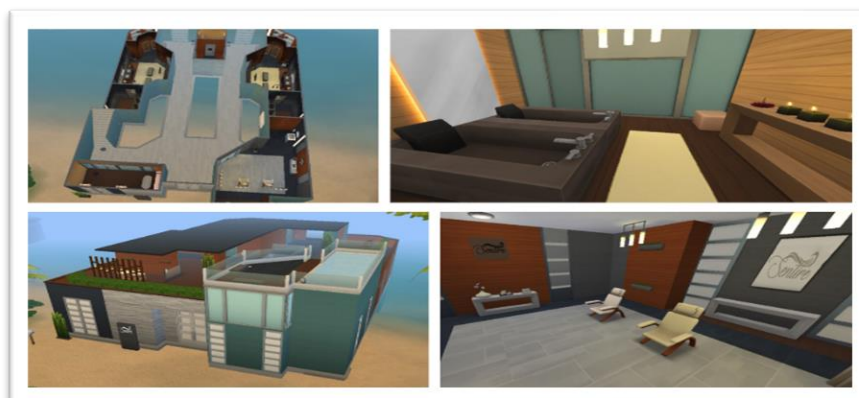


Nota: Elaboración propia

Maqueta del centro de bienestar vista, color aguamarina.

La construcción contará con espacios en su mayoría abiertos, ya que es aquí donde prevalecerá el turismo de naturaleza, se pretende una conexión con la persona y el paisaje, pues, la vista será el sentido de este centro cuyo fin será transmitir relajación por medio de la vista. Visualmente será de color aguamarina, con colores secundarios como el café y el gris. Se ubicará cerca al mar y también tendrá cuartos cerrados para otro tipo de terapias.

Imagen 44: Mapa Centro de Bienestar Vista



Nota: Elaboración propia

Hoteles.

Se han dividido tres tipos de estadias, con el fin de que se ofrezca diferentes experiencias al cliente.

Se contará con dos tipos de resort, el primero es de tipo aparta estudio, es para personas que prefieran tener todo privado, es decir, su cuarto, baño y hasta cocina. Este

último punto es lo que hace de este resort diferente a los demás. Es un ambiente para sentirse literalmente como en casa y apropiarse de este espacio de bienestar.

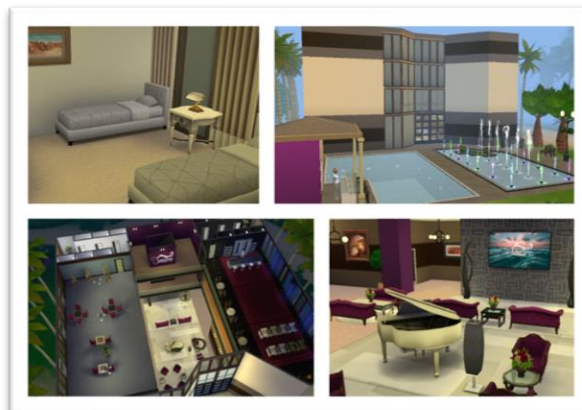
Imagen 45: Mapa Hotel tipo Resort 1



Nota: Elaboración propia

También está el resort de tipo más común en el que los cuartos tendrán su propio baño, sin embargo, su comedor será compartido y se ubicará en el mismo edificio. Este tipo de estadias son los que se encuentran casi siempre en todos los lugares vacacionales.

Imagen 46: Mapa Hotel tipo Resort 2



Nota: Elaboración propia

Y por último cuenta con la experiencia totalmente natural, este un glamping aislado de tecnología y contará solo con lo esencial para la estadia. La idea de este tipo de hotel es para las personas que se quieran alejar de todo el ritmo del día a día y quieran un plan

alejado, sin ruido. La única diferencia entre estos dos tipos de glamping es que uno contará con baño privado común y otro con baño compartido, diseñado de forma más natural.

Imagen 47: Mapa Hotel tipo Glamping 1



Nota: Elaboración propia

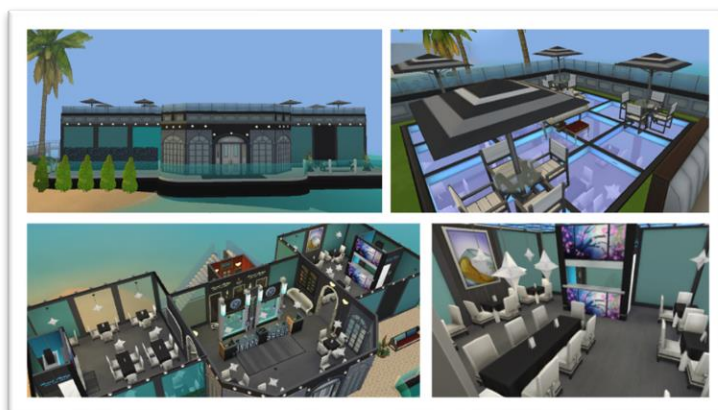
Imagen 48: Mapa Hotel tipo Glamping 2



Nota: Elaboración propia

Dado que estos glampings no tienen cocina integrada se crea un restaurante propio de todo el centro de bienestar para estas personas que deseen consumir dentro del centro de bienestar.

Imagen 49: Mapa Restaurante Comunal



Nota: Elaboración propia

3.3 Especificaciones técnicas de las maquinarias

Se analizan la maquinaria fundamental para dar inicio con el proyecto de bienestar Sentire presupuestado en el plan financiero.

Bañera hidromasaje: Se contará con bañeras básicas las cuales tendrán las siguientes presentaciones o características;

- Jets regulables, encargados de regular la intensidad de la presión del agua para definir intensidad del masaje.
- Programas de masaje, servirán para elegir el tipo de masaje, este se define por tiempos, presión y secuencia.
- Encendido digital, panel de controles rápido y sencillo.
- Sensor de nivel, este será necesario para programar el masaje hasta que el agua haya alcanzado el nivel necesario.
- Secado en tuberías, es importante un sistema de soplado de las tuberías con el fin de evitar el aumento de bacterias.
- Calentador, se encarga de mantener el agua a una temperatura indicada durante todo el masaje.
- Anti-tracción de cabellos, evitando el acceso de cabellos.
- Cromoterapia y aromaterapia, dado que Sentire tiene como destacado el uso de los cinco sentidos, usará las luces emitidas junto con aceites con esencias para complementar el masaje.

Piscinas conectadas al mar, para la construcción de estas piscinas se tendrá en cuenta las estructuras en concreto, conexión al mar, excavaciones y rellenos, cimientos, mampostería, instalaciones eléctricas e hidrosanitarias, revestimientos y enchapes y aparatos sanitarios.

Duchas a presión, serán fijas y de tres chorros con placa plana y en cascada, más nueve chorros de masaje que irán direccionados al cuerpo en forma de presión delicada, manejando la temperatura fría y caliente con un máximo de 60 grados.

Bombas de calor, Sentire comenzará a implementar bombas de calor aire-aire, estas son utilizadas para la climatización de la zona en la que se instale, se obtendrá gracias al flujo de gas refrigerante mediante la válvula instalada siendo impulsada por el termostato. Tendrá una batería exterior la cual realizará la función en el ciclo de calor y la batería interna para el ciclo de calefacción.

Vaporizadores y humidificadores, en este caso se utilizará con tecnología ultrasónica, esta permite transformar el agua en vapor mediante un transductor el cual hace vibrar el agua a velocidad ultrasónica permitiendo descomponer el vapor de forma fina y como fin humedeciendo el ambiente, además de ser silenciosos.

3.4 Características técnicas del servicio

Sentire, será un centro de bienestar enfocado en tratamientos de talasaoterapia que consiste en el manejo de los recursos naturales, en este caso del mar y sus derivados marinos como: las algas, el agua o el lodo. Así mismo la inclusión de los sentidos hará de una experiencia completa, dado que las terapias irán conectadas con estos a través de tratamientos como: baños, la aromaterapia, masajes bioenergéticos, uso de piedras y cristales, etc. Que permiten ofrecer bienestar, relajación y equilibrio tanto físico como emocional.

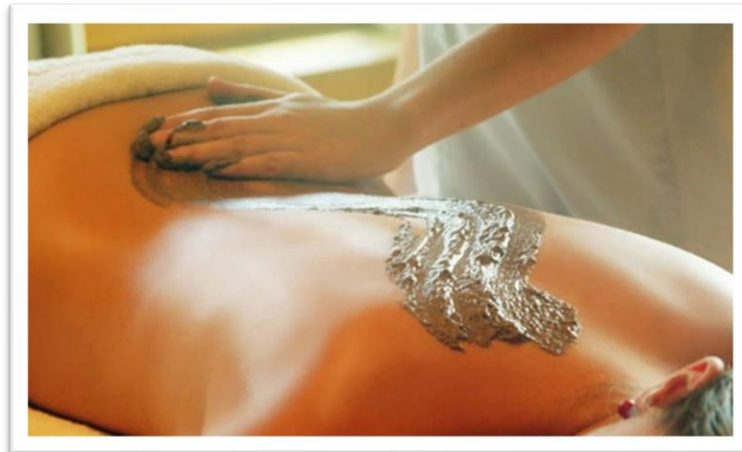
Por ende, Sentire tendrá alojamiento para que cada persona que llegue pueda realizar los tratamientos y terapias durante el tiempo necesario, lo que permite conectar a los usuarios con la naturaleza e incrementar el turismo de bienestar.

Imagen 50: Técnica de talasoterapia



Fuente: <http://set.com.es/que-es-la-talasoterapia/>

Imagen 51: Manejo de los recursos marinos



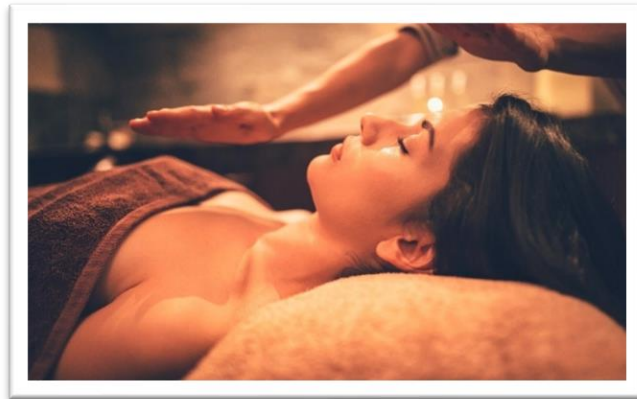
Fuente: <http://set.com.es/que-es-la-talasoterapia/>

Imagen 52: Aromaterapia



Fuente: <http://siluetdermspa.com/aromaterapia/>

Imagen 53: Masaje bioenergético



Fuente: <https://thebeautyconcept.com/magazine/salud/es-el-masaje-bioenergetico-el-que-necesitas-antes-de-enfrentarnos-al-estres-de-la-navidad/>

3.4.1 Descripción de áreas de servicio

El centro de bienestar estará dividido por diferentes áreas de servicio, que lo que permitirá ofrecer al cliente un servicio completo y de calidad. Sentire tendrá diez áreas de servicio que se dividen en cinco centros de bienestar, tres hoteles, un restaurante y un gimnasio.

Imagen 54: Plano de Sentire



Nota: Elaboración propia

- **Centros de bienestar**

Cada uno de estos centros está enfocado en los cinco sentidos de los cuales serán diferenciados por un color.

- Centro de bienestar vista (Agua marina): Aquí se encontrarán espacios donde la naturaleza será la protagonista, los paisajes destacaran con espacios de relajación y bienestar.
- Centro de bienestar olfato (Azul): Un espacio especializado para conectar con el sentido del olfato por medio de terapias como la meditación o el yoga que, junto con la aromaterapia, aceites esenciales o humidificadores hará de un ambiente perfecto para la relajación, también se alojarán algunas zonas húmedas como saunas y jacuzzis.
- Centro de bienestar Auditivo (Morado): Dedicado para las terapias auditivas, ya que gracias a la naturaleza hará la combinación perfecta garantizar un ambiente de relajación.
- Centro de bienestar gusto (Negro): Un espacio dedicado al gusto en donde su principal característica serán las degustaciones y comidas para despertar y deleitar el paladar.
- Centro de bienestar tacto (Verde): Dentro de este espacio se garantizará un espacio de conexión con el medio ambiente, ya que en este centro se colocará las terapias de talasoterapia tendiendo conexión directa con el mar y la naturaleza permitiendo serenidad y tranquilidad.

- **Hoteles**

Los servicios hoteleros tendrán una estructura adecuada para entregar al usuario confort, bienestar y seguridad. Con la finalidad de que las personas se hospeden y puedan completar sus tratamientos o tener un espacio de relajación.

Por lo que se dividirá el centro en tres hoteles, de los cuales los dos que serán resort que brindaran comodidad al huésped ya que las habitaciones contarán con todo lo necesario, uno de ellos será especialmente para hospedajes en familia, que tendrá un ambiente familiar y adecuado para los niños, sin perder la esencia de brindar bienestar.

Por último, para las personas que quieran vivir una experiencia completa se contará con la opción de los glamping donde se conectarán con la naturaleza brindando al cliente desconexión con la vida cotidiana.

- **Restaurante**

La alimentación será saludable y equilibrada ya que el menú del restaurante tendrá una carta amplia llena de sabores, texturas y colores con ingredientes locales que se disfrutaran durante todo el día.

- **Gimnasio**

Será un elemento fundamental para seguir fortaleciendo el interés por la vida sana en los huéspedes, así los podrán mantener las rutinas de entrenamiento mientras la estadía, por lo que el gimnasio estará equipado con las máquinas adecuadas para realizar ejercicio funcional o crossfit.

3.5 Características de la cadena de suministros

El desafío es encontrar proveedores potenciales que puedan brindar productos y servicios que no solo garanticen confiabilidad y mantenibilidad, sino que también cumplan con los compromisos establecidos en términos de calidad y satisfacción del cliente. Se establecerán políticas que permitan que los proveedores cumplan estándares en términos de innovación, costes mínimos, reducción en el impacto medio ambiental y suministros adecuados para el cumplimiento de las funciones del centro de talasoterapia.

Por ende, evaluar y seleccionar a los proveedores será en base a su disponibilidad, capacidad y como se mencionó anteriormente de la calidad de los productos a suministrar, por lo que dentro del proceso para elegir será necesario realizar seguimiento de los pedidos para conocer a profundidad la logística del proveedor y el cumplimiento de este, con la finalidad de escoger los mejores productos o servicios que permitan entregar el mejor servicio dentro del centro.

Las actividades permitirán que Sentire sea un centro de bienestar funcional, donde en conjunto con el transporte, el control de inventarios, el almacenamiento, las compras, etc. Al crear un canal adecuado permitirá un manejo de los suministros en el que se le podrá llevar al consumidor final un servicio de calidad, satisfaciendo a los clientes, añadiéndole valor a la marca.

Con la cadena de valor se implementará un sistema de trabajo ágil, lo que ayuda a la toma de decisiones frente a los procesos de obtención de suministros, así como también se pueda abordar cualquier situación, porque es necesario que se mantenga un plan de contingencia, en el que se prepare el centro ante cualquier eventualidad con los proveedores o suministros, evitando interrupciones con un manejo adecuado del abastecimiento para entregar al final un buen servicio de calidad.

Por lo que es importante destacar que la cadena de suministros sea:

1. Controlada y planificada con la finalidad de conocer la productividad y el inventario que se maneje, manteniendo el objetivo de satisfacer el cliente.
2. Se debe tener buena coordinación entre los productos y servicios que se entrega, ya que hay procesos internos que permitirán dar un servicio de calidad; siendo al final el cliente quien evalúa el servicio ofrecido, lo que hará que la marca Sentire sea conocida.
3. Conocer que algunos productos como: los alimentos, son perecederos por lo que su almacenamiento debe ser corto y su uso repetitivo, al mantener un control adecuado de lo que se usa.
4. La logística que se llegue a implementar deberá ser segura ya que la gestión de datos muchas veces podrá ser sensible o confidencial, por lo que será necesario un software

adecuado para el manejo de la logística, es decir del control de inventario, ante los alimentos, productos de masaje, utensilios, etc.

Al adoptar una buena cadena de suministros atrae una serie de beneficios, tales como: la retención de los clientes, mayor incremento de los ingresos, reducción de los costos y mejora la eficiencia operativa. (Cladera, 2013)

3.5.1 Descripción de proveedores

Para realización del proyecto que llevará por nombre Sentire y que permitirá aumentar el turismo de bienestar, se debe tener en cuenta un buen proveedor de suministros que permitan brindar un servicio ameno, cálido y de calidad. Siendo este uno de los elementos de mayor importancia, al elegir un proveedor, por eso la elección no debe ser a la ligera, por lo que se debe probar y verificar la calidad de los artículos y de cómo trabajan como empresa proveedora para que en un futuro no haya inconvenientes.

Ahora bien, con la tendencia ecología y medio ambiental y al ser un proyecto que contribuirá al cuidado y la prevención del medio ambiente, en las instalaciones de Sentire prevalecerá que los productos a usar en su mayoría sean sostenibles.

Para que la idea pueda cobrar vida es necesario obtener buenos proveedores con los que se pueda crear una relación a largo plazo garantizando la cadena de suministros de la cual se cumplan las exigencias de la compañía. Por ende, hay que contar con empresas proveedoras no solo de productos sino también de servicios de calidad que permitan brindar una buena atención al huésped, los actores principales de la cadena de suministros serán:

- **Suministro de alimentos y bebidas:** Mayorista de comidas y bebidas, en especial de alimentos orgánicos que sean saludables y que sobre todo sea materia prima proveniente de campesinos y pequeños comercios locales con productos colombianos.
- **Transporte:** Transporte privado con buses que garantizará la llegada de los clientes desde el aeropuerto hasta el centro de bienestar.

- **Suministros Hoteleros:** Proveedores que proporcionen la comodidad del huésped como los son las camas, almohadas, escritorio, lencería, electrodomésticos, utensilios de aseo, etc.
- **Decoración:** Arte decorativo que acompañara el centro de bienestar con la finalidad de que sea un espacio amigable y acogedor.
- **Equipos de desinfección y asea:** Elementos que garanticen al cliente el aseo adecuado de las instalaciones siguiendo todas las medidas de seguridad y de bioseguridad en el lugar.
- **Suministros de equipamiento:**
 - **Gimnasio:** Maquinas para la realización de actividades deportivas como ejercicios funcionales o de crossfit.
 - **Área de spa (tratamientos y terapias):** Elementos como camillas especializadas para masajes, sillas con vibraciones eléctricas, luces, humidificadores de olor, así mismos serán todos los equipos para proporcionar un servicio de bienestar, también los utensilios como aceites esenciales, piedras volcánicas, cuarzos, cremas, etc.
- **Proveedores de servicios turísticos:** Intermediarios entre los turistas y el centro de bienestar, lo que traerá una variedad de clientes que se relacionan con el servicio de turismo de bienestar de la cual buscan un paquete completo que garantice su bienestar, tratamientos y relajación.
- **Servicios de profesionales médicos:** Personal profesional en fisioterapia, Médicos especializados en medicina holística o homeopática, donde prevalezca la medicina alternativa, natural y no la tradicional.
- **Tradiciones ancestrales:** Personal que tenga conocimiento en tratamientos ancestrales.

3.6 Personal

La empresa debe contar con personal capacitado y formado para prestar servicios que permitan al usuario vivir una experiencia 100% sensorial y de forma paralela positiva, sin ningún percance por falta de conocimiento o práctica en las diferentes áreas de servicio que se ofrecerán. Por ende, el profesionalismo ético y moral deben ser pilares de los colaboradores que forman parte del centro de bienestar que de paso a la prestación de un servicio eficiente generando, además un entorno y clima laboral sano a nivel interno y externo de la organización.

Debe cumplir con la dotación (ropa y calzado), acordes a las funciones que desempeñan en el centro, cumplir con la guía de bioseguridad solicitado por el Ministerio de Protección Social y realizar los procedimientos adecuados siempre con el consentimiento del cliente.

3.6.1 Perfiles de los puestos de trabajo

- ***Médicos tradicionales y alternativos/ especialistas en bienestar E***

El personal debe estar preparado para afrontar las diversas situaciones que se presenten además de prestar un buen servicio a los usuarios durante su estadía generando empatía y una comunicación asertiva entre colaboradores y los mismos usuarios.

- ***Profesionales en turismo, ocio y recreación***

Dentro de este perfil se buscan profesionales que den esa “chispa” al centro de talasoterapia ese momento donde solo o en compañía se puede salir de la rutina divirtiéndose y experimentando situaciones novedosas por lo cual, deben tener habilidades de comunicación claras, con un tono alegre y dinámico, estando en capacidad de manejar grupos amplios. Cuando se trata del guía turístico, Los profesionales de estos campos deben ser altamente motivados, flexibles, pacientes y comprometidos.

- ***Servicios generales***

Se constituirá un equipo para que se ocupen de las actividades de limpieza que garantice la correcta higiene de las instalaciones. Por lo que es importante mantener un personal con un perfil capaz de desempeñar su trabajo de manera autónoma, que se acople a los planes de limpieza ayudando a mantener un control, deben tener como características ser:

respetuosos, cordial en sus relaciones laborales, responsables siendo cuidado con el material a cargo, eficiente y eficaz.

- ***Área administrativa***

Los profesionales dentro del área administrativa serán los que se encargaran de gestionar, organizar, planificar y entender las tareas internas y externas administrativas que den soporte y apoyo a la organización, por ende, deben tener como aptitudes: atención a público, eficiente, eficaz, respetuoso, debe estar dispuesto a la actualización y la capacitación, leal, responsable, reflexivo, dinámico y oportuno para siempre responder con sus tareas.

- ***Seguridad***

El perfil del puesto de seguridad y vigilancia del establecimiento es de suma importancia pues el personal debe contar con capacidades de reacción ante situaciones de riesgo en el centro, analizar la situación a la que se enfrenta y ponerla en contexto junto a las normas y protocolos a los que incurre, así mismo, debe contar con habilidades comunicativas, de dialogo, serenidad, asertividad y habilidad para entenderse con los usuarios

- ***Mantenimiento***

Este colaborador deberá atender las necesidades y urgencias se presentan en función de mantener siempre en buen estado las máquinas para la prestación del servicio del centro de talasoterapia, trabajando con pulcritud y proactividad.

3.6.2 Funciones y responsabilidades

- ***Fisioterapeuta***

- Contar con calzado adecuado y no consumir alimentos ni bebidas durante los procedimientos.
- Identificar y responder a los objetivos y necesidades de los pacientes.
- Ofrecer servicios que mejoren la calidad mórbida de los clientes.
- Reducir los medicamentos por tratamientos naturales en compañía de las terapias.
- Hacer seguimiento de los pacientes para tener un servicio más personalizado en las visitas al centro.

- ***Masajista***

- Contar con calzado adecuado y no consumir alimentos ni bebidas durante los procedimientos.
- Hacer uso de sus conocimientos para reconocer las necesidades del cliente y así brindar el servicio más conveniente a sus dolencias o afecciones.
- Reconocer problemas de salud que necesitan una derivación a otro proveedor de atención médica.
- Ayudar a los médicos y / o quiroprácticos en la fisioterapia de un paciente o en la recuperación de una lesión
- Asesorar a los clientes sobre las técnicas adecuadas de ejercicio, estiramiento y relajación.
- Manejar de acuerdo con la ética profesional, confidencialidad con los usuarios luego de terminar las terapias y consultas.

- ***Terapeuta***

- Contar con calzado adecuado y no consumir alimentos ni bebidas durante los procedimientos
- Evaluación de las deficiencias de los clientes y así aplicar el tratamiento adecuado
- Elaboración de programas de tratamiento según objetivos individualizados acordes con las capacidades, necesidades e intereses de la persona.
- Incitación e integración sensorial.
- Asesoramiento en ocio y tiempo libre dentro y fuera de las instalaciones.
- Afianzar a través de las terapias las habilidades para la adaptación a los diferentes entornos (físico, laboral, social familiar)

- ***Guía de turismo***

- Contar con calzado adecuado y no consumir alimentos ni bebidas durante los procedimientos.
- Como labor, orientar, asistir e instruir siempre al turista por los recorridos acordes al viaje.
- Ser personal autorizado y certificado para realizar los recorridos.

- ***Entrenador profesional***

- Valorar las necesidades físicas de los clientes.
- Asignar los ejercicios adecuados para cada usuario
- Llevar un seguimiento de los ejercicios.
- Contar con ropa y calzado adecuado para cada procedimiento.
- Estar siempre actualizado en los ejercicios y tendencias del cuidado físico.
- Promover los paquetes y planes del centro de talasoterapia.
- Desarrollar una relación adecuada y agradable con los usuarios.
- Aconsejar a los clientes sobre un mejor cuidado de la salud física.

- ***Chef y cocineros***

- Contar con calzado adecuado y no consumir alimentos ni bebidas durante los procedimientos
- Manejar el adecuado funcionamiento en las cocinas del centro.
- Revisar la calidad de los alimentos que se ofrecen y verificar si son perecederos o no para dar un buen uso.
- Hacer pedidos de materias primas y equipo en compañía del área administrativa.
- Vigilar las medidas de higiene y seguridad en las cocinas.
- Atender a los clientes siempre con un trato cordial y agradable.

- ***Servicios generales***

- Contar con calzado adecuado y no consumir alimentos ni bebidas durante los procedimientos.
- Asear las áreas asignadas, antes del ingreso de los funcionarios y turistas.
- Mantener los baños en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.
- Clasificar la basura en los empaques correspondientes.
- Mantener limpios todos los materiales y utensilios del centro.

- ***Área administrativa***

- Registrar, procesar y transmitir documentos, facturas, correos electrónicos y cualquier otro tipo de información.
- Archivar las hojas de vida del personal que labore en el establecimiento con los debidos soportes, de acuerdo con la Ley 711 de 2001.
- Realizar las gestiones administrativas de personal, en apoyo necesario al departamento de Recursos Humanos.
- Realizar las gestiones administrativas de tesorería, supervisión de proyectos de inversión, captación de fondos, etc.
- Llevar a cabo los registros contables, a través de las correspondientes aplicaciones informáticas.
- Informar y atender al cliente sobre productos y/o servicios financieros y de seguros, a través de las distintas vías de comunicación (en persona, por teléfono, a través del correo electrónico, etc.).
- Realizar gestiones administrativas ante la administración pública.

- ***Seguridad***

- Contar con calzado adecuado y no consumir alimentos ni bebidas durante los procedimientos.
- Decidir bajo algunos criterios preestablecidos, quienes son las personas que tienen o no permitido el ingreso a una zona del centro.
- Hacer rutas de vigilancia, para garantizar la seguridad.
- Verificar cualquier tipo de novedad a las personas pertinentes.
- Bitácora de seguridad y redacción de informes.

- ***Técnico/mantenimiento***

- Contar con calzado adecuado y no consumir alimentos ni bebidas durante los procedimientos.
- Diagnosticar y controlar máquinas, equipos e instalaciones.
- Realizar operaciones de mantenimiento correctivo o preventivo.
- Participar en la mejora continua de los procesos de mantenimiento en la empresa.

3.7 Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico

- La empresa contará con recurso humano capacitado en todas las áreas, con valores morales y éticos necesarios para lograr una experiencia positiva dentro de la organización.
- El centro estará ubicado en Santa Marta aprovechando los recursos naturales del lugar para prestar un servicio enfocado en la talasoterapia. Contando así con una infraestructura óptima para la estadía y hospedaje de los usuarios.
- La empresa operará en las mismas condiciones que todos los socios comerciales, contará con experiencia en diversos campos, también se realizará una formación continua y su estructura organizativa garantizará la comunicación y coordinación entre todos los empleados.
- El centro de talasoterapia está pensado para suplir las necesidades de los usuarios de manera muy completa a través de la implementación de los diferentes espacios pensados en compañía de los cinco sentidos, por ende, se ofrece bienestar para que las personas tengan conexión con el cuerpo, mente y alma, contando con un gimnasio para seguir contribuyendo a una vida sana
- Por medio del canal de suministros se encargará de tener la capacidad para abordar cualquier eventualidad para dar al cliente un servicio de calidad.
- El canal de proveedores y suministros permite abastecer aquellos productos y suministros necesarios para la funcionalidad óptima del centro de talasoterapia generado así, un servicio más eficiente.

Recomendaciones

- Optimización de tiempos para ofrecer mayor número de servicios.
- Dar capacitación constante a los colaboradores para fortalecer el crecimiento laboral y personal de los mismos creciendo en acreditaciones de alta calidad.
- Proporcionar un sistema de base de datos computarizado para control interno y varios cambios de clientes e historial clínico.
- Enfatizar en los aspectos ambientales y la utilización adecuada de los recursos naturales como forma de integración y credibilidad en los servicios a prestar.

- Utilizar tecnología de punta y el cumplimiento de la normatividad y legislación existente para garantizar la calidad y certificación del servicio.

4. Estudio administrativo

4.1 Descripción general de la estructura de la empresa

Sentiré será una sociedad por acciones simplificada, conformado por una junta de accionistas, su debida gerencia y cuatro direcciones, todas ellas encargadas de la funcionalidad

4.1.1 Tipo de sociedad

La empresa Sentire estará constituida por el tipo de S.A.S, esta fue elegida por los tres fundadores y socios de la marca, con el fin de proteger su patrimonio personal. Pues la responsabilidad de los accionistas se limita de acuerdo al monto de sus aportes, la junta directiva no será esencial en este tipo de sociedad y en aspectos de trámites, brindará a Sentire facilidad y agilidad en los trámites gubernamentales y mayor facilidad para acceder a fondos de capital.

4.1.2 Legalización

Según la guía emitida por la Cámara de Comercio de Bogotá del año 2019, estos son los requisitos y pasos para seguir para la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada.

Es importante mencionar que la sede principal administrativa de Sentire estará situada en Bogotá D.C.

Para Sentiré será necesario la inscripción de una SAS mediante el canal virtual, aceptando términos y condiciones, validando la identificación, realizando los formularios exigidos. Después de estos pasos se presentará el valor total a cancelar. Por último, todos los accionistas deberán ser notificados para la revisión de los formularios y estatutos para así

realizar la firma digital y efectuar el pago para que la cámara de comercio de Bogotá autorice el trámite y sea aceptada la creación de Sentire SAS.

Se construirá Sentire SAS mediante la inscripción de varias personas, en este caso de las tres fundadoras de la compañía por medio de escritura pública de constitución. Los requisitos serán:

- Nombre, id y domicilio de los accionistas
- Razón Social
- Domicilio principal de Sentire
- Término de duración, este puede ser o no indefinido
- Enunciación de actividades principales
- Capital autorizado, suscrito o pagado. Para este punto será necesario que se especifique la clase, número y valor nominal del total de los accionistas.
- Nombre, id y facultades de los administradores
- Nombramientos
- Clausula compromisoria

La documentación requerida para la creación de Sentire SAS es:

- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES), este se adquiere mediante la página web de la cámara de comercio de bogotá.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT), en donde se evidenciará las responsabilidades, calidades y atributos tributarios que deberá tener Sentire.
- Documentos de identidad de todos los accionistas
- Situación de Control, este es un formato el cual va a manifestar la condición de controlante de la sociedad Sentire. En este formato será necesario la siguiente información;
- Nombre de la sociedad subordinada, razón social
- Domicilio de la sociedad subordinada
- Actividad de la sociedad subordinada
- Nombre, domicilio y nacionalidad que corresponderá al accionista único natural
- Actividad, código CIU

Al finalizar todo el proceso y al realizar el pago, el sistema elabora la obtención del NIT ante la DIAN lo que le permitirá a Sentire tener el certificado de existencia y representación legal.

De igual forma, es necesario tener en cuenta los siguientes documentos para la aprobación de una empresa dedicada al área de salud y bienestar. Para obtener la autorización de los profesionales que van a ejercer en Sentiré será necesario la siguiente documentación según la alcaldía de Bogotá 2022.

- Original escaneado de la cédula de ciudadanía del solicitante.
- Original escaneado del diploma que acredite el título profesional o el de especialista.
- Original escaneado del acta de grado.
- Para profesionales en psicología:
Original escaneado de la tarjeta profesional, expedida por el Colegio Colombiano de Psicólogos COLPSIC.
- Si los títulos fueron obtenidos en el exterior:
Original escaneado de la resolución de convalidación.

Para obtener la autorización de realizar la apertura de los centros de bienestar será necesario la siguiente documentación según la alcaldía de Bogotá 2022. Antes de radicar los documentos, Sentire deberá estar registrado ante la cámara de comercio.

Deberá cumplir con los requisitos de funcionamiento establecidos en el artículo 5 de la Resolución 2263 de 2004.

- Certificado de uso de suelo: un original y una fotocopia
- Planos del establecimiento indicando las áreas: un original
- Relación del personal que prestará los servicios en el establecimiento, indicando la función o actividad laboral realizada por cada uno: un original
- Certificado de estudio que acredita al personal médico y en cosmetología: un original, una fotocopia.
- Relación de los servicios a prestar: un original

- Las organizaciones deben presentar una lista de entidades que declaran servicios e indican la cantidad de conceptos tecnológicos deseados emitida por el Instituto Nacional de Administración de Alimentos y Medicamentos – Invima: un original
- Presentar vía WEB los documentos necesarios para registrarse en el Centro de Salud, Belleza y Bienestar.

4.1.3 Organigrama

Gráfico 6: Organigrama de Sentire



Nota: Elaboración propia

4.1.4 Misión

Mejorar el bienestar y la calidad de vida de las personas a través de métodos de terapia y tratamientos basados en la talasoterapia y los cinco sentidos, usando elementos del ambiente marino como un agente terapéutico, que permita promover, potenciar y generar conciencia en la importancia del cuidado y equilibrio del cuerpo entre lo físico, mental y espiritual.

Además, satisfacer las necesidades del cliente en cuanto a relajación, desconexión y bienestar por medio de espacios que conecten a los clientes con su fuerza interior, permitiéndoles superar los obstáculos diarios con tranquilidad y así vivir en armonía obteniendo cambios positivos en la vida y su salud.

4.1.5 Visión

Posicionar a Sentire como el primer centro de bienestar de talasoterapia en el país incluyendo los cinco sentidos, que a través de terapias y tratamientos busca ser la mejor opción para el cliente, prestando un servicio de calidad en la que se destaquen elementos marinos y especializados para brindar procedimientos y asesorías profesionales que proporcionen salud y bienestar.

Por lo que crear un ambiente de experiencias única permitirá brindar una óptima atención en el cuidado de las necesidades del cliente con la finalidad de consolidar a Sentire como una entidad referente a los servicios de cuidado personal, prevención y confort, donde se destacará la innovación para prestar un servicio más integral y completo, en el que se entregue equilibrio con el que así los visitantes puedan generar un cambio en el estilo de vida, para que vayan en armonía con cuerpo, mente y espíritu.

4.1.6 Objetivos y valores

4.1.6.1 Objetivos

- Cubrir las necesidades de los clientes por medio de terapias o actividades que favorezcan a los visitantes en cuanto a su bienestar, satisfaciéndolos a través de servicios de calidad, confort e innovación.
- Diseñar un ambiente donde haya armonía con la naturaleza que conecte con los clientes para ofrecer un lugar en el que sobresalgan la comodidad, relajación, tranquilidad, serenidad, calma y paz.
- Brindar diferentes alternativas de tratamientos que permitan el cuidado de la salud física y mental, con la finalidad de vivir en armonía y en equilibrio con cuerpo, mente y alma.

4.1.6.2 Valores

- **Respeto:**

En Sentire será fundamental mantener un ambiente de armonía, amistad, profesionalismo y honestidad, para así mantener la mejor actitud frente a la inclusión y aceptación entre los miembros del equipo de trabajo y los clientes.

- **Servicio al cliente:**

Satisfacer las necesidades de los clientes será primordial brindando un trato amable, atento y cortés, antes, durante y después en la estadía en el centro de bienestar para el centro de bienestar.

- **Calidad:**

En sentirte la capacidad y conocimientos del personal, se encontrarán a disposición para los visitantes, para entregar el mayor de los esfuerzos, para otorgarles un servicio integral y de calidad con la finalidad de cumplir las expectativas.

- **Innovación:**

Obtener las mejores terapias y herramientas para estar siempre a la vanguardia con nuevas técnicas de tratamientos garantizando una buena calidad y atención en el servicio prestado por Sentire.

4.1.7 Aliados estratégicos

Con la finalidad de que se obtengan recursos que permitan a Sentire hacer su labor de servicio, es importante se tenga relación con entidades de regulación que impulsen este proyecto, para que así se pueda dar reconocimiento al turismo de bienestar en el país y que esto ayude generar ingresos y puestos de trabajos a la comunidad donde se ubicara Sentire.

4.1.7.1 Regulación pública

- **Medio ambiental y social**

- ***Ministerio de salud y protección social:*** Entidad que regulará dentro del marco de sus competencias el desarrollo del manejo del centro en cuanto a salubridad, por lo que evaluará y orientará la ejecución de este proyecto para el control de riesgos, control de enfermedades, riesgos profesionales; regirá las políticas de salud pública y promoción social en salud para Sentire, por ser un centro de bienestar. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2022)
- ***Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible:*** Organización que en dirección de sus competencias será que regirá el sistema de gestión ambiental y de los recursos naturales, lo que será el agente regulador medio ambiental del territorio en el que se desarrollara Sentire, esto por ser un proyecto del cual se usaran recursos naturales, por lo que esta entidad cuidara y velara por que los ecosistemas sean cuidado y protegidos por la empresa. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible , 2022).
- ***IDEAM (Instituto de Investigación y Pronóstico):*** Esta institución será el apoyo en el monitoreo del uso de las energías o recursos renovables e la organización, lo que nos generara un impacto verde, por otro lado, esta entidad proporcionara información importante en cuanto a los recursos naturales, pero sobre todo será útil conocer los estados meteorológicos de la zona de ubicación de la empresa, por que ayudara analizar y definir con claridad el uso del espacio y de los suelos. (Instituto de Investigación y Pronóstico, 2022).
- ***SINA (Sistema Nacional Ambiental):*** Institución integrada por el Ministerio del Ambiente, instituciones estatales autónomas, organismos

regionales y las correspondientes instituciones de investigación dependientes del Ministerio, encargada de evaluar y gestionar las actividades de la SENTER. Además de brindar orientación sobre el uso de la tierra, la participación y el medio ambiente. (Sistema Nacional Ambiental - SINA, 2022)

- **INVEMAR: (Institución de Investigaciones Marinas y Costeras):** Entidad efectuara un seguimiento constante al uso de los recursos marinos, referente a su extinción, contaminación y degradación, como empresa es vital mantener el compromiso con el desarrollo sostenible y seguro de estas zonas marinas, en donde los ecosistemas sean preservados y conservados con total responsabilidad y que por ende nuestra actividad no perturbe ni dañe el ambiente, por lo que esta institución coordinara y evaluara los procesos realizados en cuanto al medio ambiente y el mar. (Invemar , 2022)

- **Colombia productiva:** Entidad que promociona e impulso proyectos del sector económico, en este caso en el sector del turismo de bienestar con la finalidad de que este tenga más reconocimiento en el país, por lo que apoya a proyectos como Sentire, en busca promover y garantizar el turismo ecológico y de bienestar, por lo que postular el proyecto permitirá producir con la mejor calidad e innovación la empresa y así abrir puertas en el sector turístico. (Colombia Productiva, 2018)

- **Turística**

- **Ministerio de Comercio, Industria y turismo:** Dentro del marco de su competencia el ministerio de comercio, industria y turismo, será el encargado de velar por el desarrollo económico del sector que beneficie la competitividad turística en el país y de la región establecida por Sentire para la ejecución de sus labores, por eso, es necesaria para evaluar, definir y establecer acciones que beneficien con el fin de desarrollar un ambiente armónico del turismo de bienestar. (Mincomercio, 2022)

- ***COTELCO (Asociación Hotelera y Turística):*** Sentire estará establecido ante la Asociación hotelera y turística, esta entidad brindará apoyo ante la construcción del centro de bienestar, por medio de consultorías referentes a: mapas de riesgo, estudios de dotación, definición de estructuras, entre otros tipos de consulta relacionados al sector. (Asociación Hotelera y Turística, 2022).

- ***ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo):*** Empresa asociada a Sentire de la cual se hará parte para garantizar un respaldo que diferencie y certifique a la empresa como un centro confiable, además permite que como organización se obtenga mayor conocimiento sobre temáticas del sector, ya que se reciben capacitaciones, así mismo el apoyo por parte de esta institución no solo se basa en incentivos sino, también en consultorías sobre las normativas y técnicas sectoriales, tales como: sostenibilidad turística, , servicio al cliente, reservas, entré otras. (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo , 2022).

- ***Corporación Andina de fomento CAF:*** Con ayuda de entidades como esta que promueven y financian programas y proyectos empresariales, se podrá ampliar más la posibilidad de financiación gracias a que Sentire es un proyecto novedoso para el país, donde se garantizará la protección del habitat, ambiente y sobre todo el desarrollo sostenible de los ecosistemas, ya que para la empresa la naturaleza hará parte fundamental.

Por eso, presentar el plan de negocio ante entidades como esta permitirá que Sentire se pueda materializar permitiendo la mejora de la calidad de vida en las personas que no solo trabajarán ahí sino también las que asistirán al centro de bienestar. (Corporación Andina de Fomento , 2022).

- **Banco mundial BM:** Este será un aliado en cuanto guía para el desarrollo sostenible, para la prevención, conservación y protección de la biodiversidad; por lo que, al seguir su modelo, Sentire acoplara un proyecto interno que tienen como objetivo ayudar a la población de la zona para contribuir con el crecimiento y la equidad económica. (Banco Mundial, 2022).

- **Fundación Coomeva:** Entidad sin ánimo de lucro, que actualmente cuenta con un programa de fomento del desarrollo empresarial, lo cual ayuda a fortalecer y facilitar la creación de empresas, por tal motivo es fundamental adquirir esta ayuda financiera para el inicio de la empresa, ya que la fundación realiza un apoyo económico con un microcrédito para capital de trabajo, maquinaria y equipo, que va desde el punto cero hasta los 36 meses de operación de la empresa. (Fundación Coomeva, 2022).

- **Proveedores**

Juegan un papel importante ante el desarrollo y creación de la organización ya que ellos son los encargados de suministrar los productos o servicios que se necesitaran en Sentire. Por tal motivo la relación que se adquiera con ellos deberá basarse en la confianza y ser a largo plazo, de tal forma que ambas partes se beneficien, por lo que, para tener éxito con los aliados es necesario escoger y acoger adecuadamente los proveedores, evaluando y seleccionado cuidadosamente para así tratar de mantener la misma calidad de producto y de suministros.

Así mismo una buena alianza con los proveedores, ayudará a generar beneficios, por lo que se podrá maximizar el valor por cada organización y el desempeño de la cadena de suministros teniendo una gestión eficiente y eficaz.

4.2 Políticas Generales

Para Sentire será importante establecer políticas que apunten a mantener y resaltar los valores e identidad de marca, estableciendo los procesos que involucran a cada una de las áreas de la organización, logrando una sinergia entre los colaboradores, permitiendo que el trabajo fluya de forma asertiva y adecuada alcanzando las metas trazadas como empresa.

4.2.1 Políticas de Proveedores

- Para lograr la máxima satisfacción del cliente, hacer contratos con proveedores que ofrezcan las mejores capacidades en términos de innovación, time to market, costes, servicio y calidad.
- Integrar a los proveedores en el sistema de gestión ambiental de Sentire para minimizar el impacto del entorno de todas las actividades comerciales.
- Encontrar el costo total más bajo de materiales, teniendo en cuenta no solo el precio, sino también el costo de la calidad, la innovación y el servicio, así como el costo asociado a los beneficios del servicio prestado.

4.2.2 Políticas de Clientes

En Sentire es importante mantener relaciones amistosas de largo plazo con todos los clientes, que son la base de la organización y la sustentan. Por ello, se ha establecido la siguiente política de atención:

- Proporcionar herramientas técnicas diseñadas para servir de manera efectiva al cliente con el fin de informarle sobre nuestros productos y servicios.
- Promover un ambiente de trabajo acogedor, implementando un clima laboral idóneo que permita que el cliente sea participé de una experiencia y atención adecuada con los colaboradores.
- Brindar servicios oportunos, confiables y de valor agregado.
- Análisis estructurado de las necesidades, deseos y expectativas del cliente en el contexto de la dinámica de la industria en la que está involucrado el consumidor.

- Los usuarios pueden contactar al centro en cualquier momento para resolver dudas y consultas y/o cualquier otro asunto relacionado con el funcionamiento y uso de datos personales, productos y sitios web de Sentire.

4.2.3 Políticas de ventas

Con el fin de brindar un servicio de excelencia, oportuno y de confianza a los clientes, las políticas de ventas son:

Precios tarifas y promociones

- El precio de venta del producto está expresado en pesos colombianos. Si hay una venta en el sitio web, estos precios se aplican en el momento de la compra de acuerdo con los términos de la política.
- Los precios incluyen el IVA ("IVA") y Sentire respetará el precio acordado, pero si el pago se procesa a una tasa incorrecta en el momento de la creación, el servicio puede cancelarse con previo aviso al cliente.
- La compañía se reserva el derecho de cambiar o modificar precios y promociones en cualquier momento sin previo aviso.
- Las promociones ofrecidas en el sitio web tienen una duración determinada y se describirán en la información de la promoción.
- Las ofertas promocionales son válidas para una sola compra y/o hasta agotar existencias. Sin actualizaciones masivas.

Formas de pago

Se pueden comprar varios paquetes de servicios, complementos y suscripciones a través de las siguientes pasarelas de pago:

- Uso de una interfaz de operador de terceros.
- Recarga manual de tarjetas de crédito. Esta opción es válida únicamente para la suscripción y se realizará de acuerdo con los términos del contrato, entregado al cliente en forma física o digital a pedido del servicio.
- En caso de débitos fraudulentos o no verificados y en general en caso de cualquier posibilidad o transacciones imprevistas, el usuario debe comunicarse directamente con el banco, Sentire no es responsable y la venta final se

completará después del pago. Sin embargo, el centro de bienestar hará todo lo posible para ayudar y ayudar a los usuarios a resolver cualquier transacción.

- Pago en efectivo en las instalaciones del Centro de Talasoterapia del centro.

Cancelación

Para cancelaciones de servicio se deberá poner en contacto a través de la línea de servicio telefónica o vía Gmail 24 horas antes, de lo contrario deberá pagar una multa de acuerdo con el servicio solicitado. En cualquiera de los medios deberá proporcionar la siguiente información:

- Nombre de quien realizó la compra.
- Indicar motivo de la cancelación.
- Cualquier cancelación del servicio deberá ser objeto de un acuerdo formal entre ambas partes.

4.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo

Al concluir este capítulo se determina la documentación necesaria para la constitución y legalización de la empresa, el tipo de sociedad que regirá a la empresa Sentire SAS, con el fin de proteger su patrimonio personal. Pues la responsabilidad de los accionistas se limita de acuerdo con el monto de sus aportes.

Se permite establecer la misión, visión, objetivos, valores y aliados estratégicos que hacen parte de la esencia de marca de Sentire estos términos nos permiten definir la estructura y organización, así como su cultura, su papel en la sociedad y su funcionamiento en relación con cualquier decisión o problema.

Las políticas generales que hacen parte de la empresa permiten el buen funcionamiento del centro de talasoterapia además de ofrecerle los usuarios un servicio adecuado bajo el regimiento de estas políticas. Se manifiesta la organización de la empresa y las funciones que predominan para el buen funcionamiento de esta, iniciando por una junta de accionistas, gerencia y culmina con las diversas direcciones administrativas y de operaciones que permiten desde cada cargo aportar al cumplimiento de las metas establecidas y crecer en conjunto con la organización.

Recomendaciones

- Para llegar al cumplimiento de la misión y visión, se debe desarrollar un plan estratégico que tenga como enfoque los objetivos a alcanzar de la empresa, pues es vital que al ejecutar las funciones y servicios del centro de bienestar los clientes se sientan cómodos. Ya que lo que el ideal de Sentire es que las personas encuentren su equilibrio y realicen cambios positivos en pro de su bienestar.
- En cuanto a la constitución de la empresa, es fundamental recopilar toda la documentación para la iniciación de la organización, pero no sin antes establecer acuerdos ante los socios, sobre el manejo de los recursos, por tal motivo, debe realizarse una mesa de negociación que permita establecer, parámetros que ayuden a la toma de decisiones.
- Para que la empresa tenga un manejo eficaz, productivo y se mantenga la estabilidad de esta, es necesario poner en conocimiento a los colaboradores sobre las diferentes políticas que se presentan y de forma paralela a los usuarios para no incurrir en un caos organizacional. A través de la puesta en conocimiento y la publicación de las políticas necesarias para la solidez de Sentire.

5. Impacto social y económico

5.1 Impacto social

Para Sentire será importante mantener la vida cultural, social y medio ambiental local, ya que esta hace parte de la identidad de la ciudad y del país, por lo que es trascendental mantener viva las tradiciones, la agricultura, y sobre todo las oportunidades para la población.

Como objetivo Sentire contribuirá al mejoramiento de la calidad de vida de las personas, brindando bienestar y tranquilidad, generando un desarrollo positivo para la región teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Parte fundamental de este proyecto es impulsar la generación de empleos para la población, por lo cual es importante contribuir a la inclusión laboral.

- Es significativo para el centro de bienestar que todas las personas se sientan bienvenidas, por lo que la implementación de lenguajes inclusivos es esencial para los visitantes o trabajadores que, en su defecto, cuenten con esta discapacidad.
- Sentire, desarrollara programas de responsabilidad social donde se fortalezcan las capacidades de las personas de la región permitiéndoles tener una realización personal.
- Para Sentire será importante mantener el empoderamiento femenino, sobre todo para las madres cabeza de hogar impulsando su desarrollo y formación, así mismo la igualdad y equidad de género se verán reflejadas en el desarrollo del centro de bienestar.
- Por otro lado, se quiere mantener el respeto hacia la cultura local y hacia los habitantes, por eso es fundamental siempre ser amables, honestos y amigables, teniendo esto como pilar para el buen funcionamiento y entendimiento interno y externo.

Sentire presentara sus servicios con total libertad a las personas que deseen sentir una experiencia nueva y gusten usar los diferentes servicios para su beneficio, Sentire no será un espacio para la exclusión sino más bien para la inclusión de la comunidad local y de los visitantes sin ninguna discriminación, la flexibilidad de los servicios permitirá que cada uno los utilice según sus gustos y necesidades.

5.2 Beneficiarios directos del proyecto

El centro de bienestar Sentire prestara un servicio dirigido a una población que actualmente llevan un ritmo de vida ocupado y estresante, donde las actividades diarias con llevan a mucha presión, estrés y tensión, en el desarrollo de su día a día, ya sea, en lo laboral, familiar o académico, generando inconvenientes en el cuerpo a nivel físicos y de mente.

También se centrará en mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, optimizando y disfrutando esta nueva etapa de su vida, donde se enfrentarán a algunas dificultades de salud, por lo que Sentire se caracterizará por brindar bienestar, a través de

servicios que alivien o prevengan el malestar, contribuyendo de esta manera al mejoramiento de cuerpo, mente y alma.

Por todo lo anterior, los potenciales turistas o visitantes extranjeros y/o los que residan en el país, serán los beneficiarios directos, ya que son personas que desean conocer las riquezas y beneficios de una experiencia basada en los 5 sentidos y la talasoterapia. Y es ahí donde Colombia se vuelve ideal para el turismo de bienestar, por lo que se ofrecen propuestas únicas que satisfacen las necesidades de los visitantes, que a raíz de la pandemia el concepto de bienestar cobro importancia debido a que las personas están buscando situaciones o momentos que los hagan sentir bien, por lo que el turismo ha cobrado un nuevo papel y es brindar felicidad y hospitalidad a las personas. (Carmona, 2021),

5.3 Beneficiarios indirectos del proyecto

Se busca contribuir no solo a una reactivación económica, sino también al incremento de las visitas de viajeros que buscan equilibrar la actividad turística con la aspiración de mejorar y nivelar su vida a través de lo físico, mental y emocional, implementando la espiritualidad.

Por lo que Cartagena se convierte en un destino ideal para establecer el centro de bienestar, porque en el encontramos excelentes vistas y paisajes que regala el mar, que permite brindar y aprovechar los recursos marinos para tratamientos de talasoterapia, así mismo generar espacios naturales únicos.

Y es allí donde los beneficiarios indirectos serán:

- Todas aquellas agencias de turismo aliadas que ofrecerán planes de bienestar, promocionando el centro para la vista de los viajeros.
- Las aerolíneas con el incremento de vuelos a la región y las tiendas locales o tiendas de suvenires.
- Los proveedores, esto por lo que Sentire no solo será un centro de bienestar, sino que también ofrecerá hospedaje y exquisita comida saludable.

- Los inversionistas o socios de este proyecto, al ponerse en marcha y se empiece a generar utilidades se espera obtener ingresos para recuperar la inversión, teniendo una rentabilidad que permita a Sentire crecer en el mercado del turismo.

5.1.3 Aporte al desarrollo local o regional

Sentire no solo se ha encargara de crear una estructura la cual se adapte a los cinco sentidos en pro al bienestar de los futuros consumidores, sino que va más allá, formando una construcción colectiva tanto a nivel regional evaluando diferentes perspectivas de desarrollo como el ambiental, cultural, social.

Sentire estará de la mano con entes gubernamentales y privados que permitirán mejorar las condiciones y calidad de vida de la población. Se conoce que el desarrollo es un proceso el cual surge de la misma comunidad por ello deberá ser dirigido hacia aspectos que generen valor agregado junto a otros fundamentales como los son la empleabilidad, inclusividad y generadores de tecnología.

Desde un comienzo Sentire será creado para mejorar las condiciones de cada persona, en cuanto a su nivel físico y psicológico, por ello, de aquí parte uno de los aportes al desarrollo regional más importante para la compañía, el cual está enfocado en las personas. Sentire entiende que lo primordial en las necesidades de los seres humanos es encontrarse en un estado de bienestar (buena salud), aún más en la actualidad ya que encontramos un pico en el nivel de estrés y enfermedades que tiene la comunidad.

Aun así, el aporte se extiende a temas de sostenibilidad, empleabilidad, ingresos y turismo. Más que generar una organización con ánimo de lucro Sentire se encargará de preservar y mejorar el estado de los recursos naturales de las instalaciones, esto con el fin de mantener seguro uno de los “insumos” más importantes del centro de bienestar y aún más el que sea parte de la contribución para el progreso del medio ambiente y del bienestar social.

Así mismo, la empleabilidad será un factor fundamental para tratar ya que se necesitará de la colaboración de diversos profesionales y funciones. De este punto es importante mencionar el hecho de que todo Sentire será construido o manejado por mano de obra colombiana, dará la oportunidad a que gran cantidad de personas tengan un trabajo

digno y estable, los cuales serán de gran aporte para que el centro de bienestar sea el mejor entre el mercado.

Los ingresos a nivel regional se verán reflejados junto a los porcentajes de crecimiento en cuanto al turismo de Colombia. Pues al escoger un punto estratégico como lo es Cartagena se aumentará el reconocimiento positivo del país a nivel internacional, atrayendo no solo a consumidores nacionales sino también extranjeros que aportarán a las PYMES y al PIB de Colombia. Esto beneficiará no solo a la región costera sino a toda la economía y crecimiento que puede tener el país permitiendo ser un nuevo modelo de desarrollo con incorporación a un mejor estilo de vida.

5.1.4 Coherencia con el plan de desarrollo

Sentire es una empresa que también trabajara para transformar a Colombia y poder ser parte del desarrollo de este. Pues, se ha tenido presente el cumplimiento de varios puntos presentes en el Plan de Desarrollo de Colombia según el Gobierno de Colombia que va hasta el año 2022.

Los pilares de este plan en el gobierno comprendido entre el 2018 y 2022 es un pacto por la equidad a través del emprendimiento con el fin de obtener la inclusión social y productiva de la mano de la legalidad, lo que también se puede llamar como la protección de la vida humana en todos los sentidos.

Comprendiendo esta síntesis Sentire se ha involucrada en hacer parte de este plan por medio del equilibrio que nos plantean de conservación y producción, todo esto para que los bienes naturales del país puedan ser suministrados como un activo de la Nación. Eso sí, sin afectar la naturaleza misma, por el contrario, como centro de bienestar su labor principal será el cuidado de la naturaleza ya que es de suma importancia para el funcionamiento de esta, pues representara gran parte de la producción de Sentire.

Este punto también fortalece un pacto transversal el cual menciona la protección y promoción de la cultura y desarrollo de la economía naranja, en el cual, el ideal es fortalecer procesos culturales salvaguardando el patrimonio natural. Ya que es por medio de esa apropiación es que Sentire representará a Colombia y cuidará de todo su entorno.

Esto generará resultados para el plan de desarrollo en cuanto a las utilidades del país, permitiendo ser representativos frente a las estadísticas que busca el gobierno durante este periodo de tiempo. Además, se involucran temas como Colombia en la escena global y la participación ciudadana. Pues, una de las ideas principales es la atracción de extranjeros, lo que permitirá crear una idea de Colombia totalmente positiva frente a los demás países con todos los servicios que prestará el centro de bienestar, demostrando así, la gran variedad de naturaleza y cultura que se tiene y además incrementando la economía no solo para Sentire sino también para todos aquellos negocios o independientes que viven del turismo, permitiendo a la comunidad ser partícipes junto a Sentire de este plan de desarrollo.

5.2 Impacto Ambiental

Uno de los puntos principales por el que Sentire escogió la zona de Cartagena como punto principal para la construcción del centro de bienestar fue gracias al sector costero pues, uno de los servicios más novedosos que prestará será la talasoterapia, para ello, es fundamental el uso del agua de mar. Sin embargo, cada vez es más evidente la contaminación no solo en el mar de Cartagena sino en toda la ciudad debido a la poca cultura ambiental de las personas residentes y de los turistas.

Según el artículo redactado por Infobae del año 2021 sobre la alerta por la alta contaminación en Cartagena, señala que la ciudad cada vez se está hundiendo, debido al cambio climático el mar aumenta siete milímetros de los cuales el 3,2 es gracias a la contaminación.

Lo que determina que aproximadamente en el año 2050 el nivel del mar alcanzará un crecimiento de veintiséis centímetros, cifra alarmante para todos los habitantes. Y no solo eso ha sido una problemática, sino también han encontrado bacterias fecales en las playas, metales como mercurio y cromo que también han afectado cada vez más a los peces y animales marinos, lo que también resulta preocupante para la salud humana.

Todo esto también resulta alarmante para Sentire, ya que el mal estado de la zona afecta al desarrollo del centro de bienestar. Sin embargo, se ha visto esta problemática como un beneficio ya que se negociará tanto con las empresas privadas como del gobierno el financiamiento para la creación de Sentire teniendo en cuenta el desarrollo de nuestro plan de

sostenibilidad, que emprenderá el cuidado y el cambio positivo del estado ambiental de la ciudad.

Así es como Sentire comenzará a involucrarse en el impacto ambiental de la ciudad, será una ganancia tanto para el centro de bienestar como para la ciudad y el gobierno ya que este trato o negocio permitirá generar resultados positivos no solo a nivel ambiental sino también económico y respecto a la visibilidad de la ciudad frente a los viajeros.

Logrando un lugar sano para la salud y la naturaleza. Todo esto se logrará gracias al financiamiento que permitirá limpiezas a profundidad que tendrán como resultado el avance del estado del agua y de los lugares, que posteriormente se irán protegiendo y manteniendo para no volver a la situación preocupante de la naturaleza. De hecho, este es uno de los ganchos principales para poder implementar Sentire en Cartagena.

5.2.1 Matriz de riesgos ambientales

Tabla 1: Matriz Riesgos Ambientales Centro de Talasoterapia Sentire

IMPACTO	RIESGOS	TIPO DE RIESGOS	CAUSAS	CONSECUENCIAS	ELEMENTOS VULNERABLES
MEDIO	Inundaciones, deslizamientos, sísmica	Geológico	Aguaceros intensos, alteraciones del mar, deficiencia de drenaje, inadecuado uso del suelo, incorrecto manejo de aguas lluvias	Inundación del predio, afectaciones a la infraestructura, reflujo de aguas negras.	Flora, fauna, personas e infraestructura
ALTO	Materiales y sustancias químicas	Tecnológico o químico	Antropicas	Contaminación irreversible al aire y el entorno por sustancias	Flora, fauna, personas e infraestructura
BAJO	Ruido	Tecnológico	Ruido producido por maquinaria propia del proceso, terapias auditivas	Daños a la salud auditiva y mental	Colaboradores de la organización, turistas
MEDIO	Transporte	Tecnológico	Antropicas	Contaminación del aire por CO2, ácido sulfúrico, entre otros.	Flora, fauna, personal del área de influencia
MEDIO	Incendios	Construcción	Mala planificación	Perdida de estructuras, daño a la vida	Fauna, flora, comunidad, infraestructura

Nota: Elaboración propia

Luego de evaluar el impacto identificado en la organización, se concluyó que la implementación del proyecto no generará impactos ambientales graves en el medio ambiente,

pero es importante contar con un plan para reducir los posibles riesgos químicos. centro de talasoterapia.

- **Plan de mitigación riesgo materiales y sustancias químicas:** Las situaciones de emergencia como incendios, explosiones, fugas o derrames pueden ocurrir en cualquier punto del ciclo de vida de un químico peligroso. Esto se puede evitar aplicando normas legales y técnicas:
 - Aislamiento.
 - Señalización.
 - Definición de puntos de encuentro y vías de escape.
 - Determinación de la cantidad y localización estratégica de equipos de seguridad y protección individual.
 - Definición de procedimientos contra derrames, fugas e incendios.

5.2.2 Plan de mitigación del impacto ambiental

Teniendo en cuenta las actividades realizadas para la implementación del proyecto y su impacto en el medio ambiente, la autoridad nacional de permisos ambientales responsable de la aprobación consistente del proyecto o actividad debe desarrollar y revisar un plan de manejo al entorno que se cumpla con el desarrollo sostenible de Sentire.

El plan de remediación ambiental ayudará a reducir el impacto en el medio ambiente antes y después de la construcción, tomando en cuenta elementos del medio físico y biológico (suelo, vegetación y paisaje). Para evitar la planificación en áreas de mayor calidad ambiental, durante la fase de diseño se desarrolló un plan de mitigación para reducir el impacto significativo de esta actividad.

Teniendo en cuenta la zona en la que se establecen los centros de talasoterapia, se verá afectada la pérdida de suelo, normalmente suelo agrícola. Además, el uso de los recursos naturales que Sentire utilizará para brindar ciertos servicios, como bosques, humedales y hábitats, incluidas las especies industriales, se benefician del mar.

Las principales medidas para la implementación del plan de reducción de impacto ambiental en relación con el sistema de seguimiento, reporte y verificación (MRV) establecido en la resolución 1447 de 2018 y sus reformas parciales a la resolución 0831 de 2020.

- Desarrollar programas de capacitación para empleados y educación ambiental para resaltar las preocupaciones ambientales de los usuarios.
- Desarrollar un plan integral de manejo de residuos sólidos (PGIRS).
- Prevenir, reducir y evaluar los impactos ambientales significativos.
- Promover el derecho humano al agua, con énfasis en saneamiento básico y acceso al agua.
- Controlar el cultivo y uso de diversas plantas medicinales y especies arbóreas.
- Evaluación legal de costos ambientales y compensación de impactos, herramientas de mitigación y emergencia.
- Mecanismo de franquicia para la producción de energía sostenible.
- Cumplir con las normas y reglamentos ambientales aplicables.
- Implementar la gestión integrada de residuos sólidos, residuos, emisiones atmosféricas y ruidos en el centro para dar respuesta a la gestión del impacto ambiental.
- Balance de gases de efecto invernadero por emisiones atmosféricas en Sentire.
- Utilizar vehículos de viaje eléctricos para reducir la contaminación por dióxido de carbono.
- Mejorar el manejo adecuado de los residuos sólidos peligrosos en los centros de talasoterapia.

Además, es importante resaltar las medidas de servicio y de construcción que se tendrán en cuenta para el plan:

- **Uso de energía solar:** El centro de bienestar es ideal para celdas solares como paneles y calentadores para la producción a gran escala de electricidad y agua caliente. Los paneles solares funcionan con energía renovable.

Imagen 55: Panel Solar Fotovoltaico



Tomada de: PANEL SOLAR FOTOVOLTAICO/ <https://www.panelsolarfotovoltaico.es/algunas-cosas-que-hay-que-tener-en-cuenta-para-instalar-paneles-solares-fotovoltaicos/>

- **Captadores de agua lluvia:** Debido al aumento desmesurado del consumo de agua, se debe dejar de promover el uso intensivo y promover el uso racional de los recursos hídricos basado en la conservación, la eficiencia y la reutilización.

Este problema se puede solucionar instalando colectores de agua de lluvia. Porque si se alcanza el máximo de precipitaciones, la estación puede ahorrar entre un 10% y un 15% del consumo de agua.

Imagen 56: Captador de agua lluvia



Tomada de: Sistema de captación de agua lluvia para usar como agua potable / <https://ecoinventos.com/sistema-de-captacion-de-agua-de-lluvia-para-usar-como-agua-potable/>

- **Ahorro energético:** Al adoptar estándares de aislamiento y bioclimáticos adecuados en el diseño de los centros de talasoterapia, se puede reducir el uso de aire acondicionado en ciertas áreas del espacio mediante el uso de jardines verticales y techos verdes.

Imagen 57: Azoteas Verdes



Tomada de: Techos verdes bajan la temperatura en clima tropical/ <https://la.network/techos-verdes-bajan-la-temperatura-en-clima-tropical/>

Imagen 58: Jardines verticales



Tomado de: Jardines y ecosistemas verticales/ <https://agriculturers.com/jardines-verticales-y-ecosistemas-verticales-2/>

- **Reutilizar y minimizar residuos y materiales:** Evitar el procesamiento y el desperdicio debido a un almacenamiento, transporte o manipulación inadecuados. La distribución de estos residuos en incineradores, que pueden ser utilizados como combustible para la producción de energía, promueve su uso para la separación de materiales que no causen degradación ambiental.

Imagen 59: Reciclaje de Residuos y Materiales



Tomado de: Residuos profesional/ <https://www.residuosprofesional.com/bir-industria-reciclaje-esencial/>

5.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio económico y social

Para Sentire será importante contribuir en aspectos tanto culturales, sociales y medio ambientales, permite reflejar la identidad no solo de marca sino de la ciudad y el país teniendo en cuenta el peso que tiene Cartagena como sitio turístico. En la organización entendemos la importancia de aportar no solo al lugar sino a las personas de la región a través de desarrollos de proyectos que beneficien a los colaboradores, beneficiarios directos, indirectos en términos de oportunidades y bienestar, por ejemplo, el trabajo y la prestación de los diferentes servicios del centro no obstante, la creación de programas de responsabilidad social juegan un papel importante en la organización, este llevara a fortalecer las capacidades de las personas y afianzar esa deber que se tiene con el lugar y el ecosistema.

El Plan de Conservación y Producción del Gobierno de Iván Duque propone utilizar los recursos naturales que brinda el país conservando, en general, una forma de utilizar los intereses de la región para la prosperidad y prosperidad. Así mismo, el propósito del plan de gestión ambiental propuesto por la organización es crear una serie de actividades diseñadas para monitorear y evaluar las actividades para prevenir, mitigar, corregir y compensar los impactos más significativos causados por la organización.

Recomendaciones

- Implementar todas las medidas preventivas, mitigadoras, de preparación y compensación para reducir el impacto en el ambiente derivado de la implementación del Centro de Talasoterapia.
- Mantener programas de educación ambiental y responsabilidad social diseñados para promover una cultura de preservación y conservación de especies vegetales y animales, así como de todos los empleados y beneficiarios involucrados en las fases de construcción y operación de Sentire.
- Al desarrollar un plan de manejo ambiental, se debe desarrollar un enfoque práctico para monitorear y evaluar las medidas ambientales para determinar su idoneidad y efectividad y el cumplimiento de las medidas propuestas.

- De la mano con las diferentes entidades ambientales y gubernamentales efectuar los planes y programas de educación y mitigación generando confianza y por ende estar de forma paralela al día con los aspectos legales correspondientes.

6. Estudio financiero

6.1 Proyecciones

6.1.1 Inversión inicial

Luego de realizar el análisis y adecuar los precios para cada actividad y línea de servicio que se va a ofrecer, teniendo en cuenta los recursos y el costo total de los mismos. Se obtiene que la proyección del monto inicial de inversión es de \$271.808.603,00.

Tabla 2: Inversión inicial Hotel 1

Actividad	Recurso	Cantidad	Costo unit	Costo tot
1	Energia Eléctrica	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
	Kit de bienvenida	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
	Bolsas de caneca	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
	Detergente	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
	Desinfectante	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
	Papel Higénico	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
	Servicio Agua	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
	Mano de Obra	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
	Servicio Internet	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
	Salarios administrativo	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
	Servicio de TV	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
TOTAL ACTIVIDAD				\$ 1.583.800,00

Nota: Elaboración propia

Tabla 3: Inversión inicial Hotel 2

Actividad	Recurso	Cantidad	Costo unit	Costo tot
2	Energia Eléctrica	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
	Kit de bienvenida	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
	Bolsas de caneca	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
	Detergente	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
	Desinfectante	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
	Papel Higénico	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
	Servicio Agua	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
	Mano de Obra	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
	Servicio Internet	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
	Salarios administrativo	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
	TOTAL ACTIVIDAD			

Nota: Elaboración propia

Tabla 4: Inversión inicial centro de bienestar gusto

Actividad	Recurso	Cantidad	Costo unit	Costo tot
3	Energia Eléctrica	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	Alimentos	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
	Servicio Agua	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
	Servicio gas	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	Mano de Obra	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	Salarios administrativo	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
	Utensilios	1	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00
	Amueblación	1	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00
TOTAL ACTIVIDAD				\$ 55.140.500,00

Nota: Elaboración propia

Tabla 5: Inversión inicial centro de bienestar tacto

Actividad	Recurso	Cantidad	Costo unit	Costo tot
4	Energia Eléctrica	1	\$ 694,00	\$ 694,00
	Bañera hidromasaje	1	\$ 15.000.000,00	\$ 15.000.000,00
	Psicinas conectas al ma	1	\$ 65.000.000,00	\$ 65.000.000,00
	Duchas a presión	1	\$ 146.000,00	\$ 146.000,00
	Bombas de calor	1	\$ 1.092.000,00	\$ 1.092.000,00
	Algas	1	\$ 197.000,00	\$ 197.000,00
	Lodo marino	1	\$ 123.000,00	\$ 123.000,00
	Servicio Agua	1	\$ 972,00	\$ 972,00
	Mano de Obra	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
	Paquete kit personal	1	\$ 10.175,00	\$ 10.175,00
	Amueblación	1	\$ 40.000.000,00	\$ 40.000.000,00
	Salarios administrativo	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
	Mantenimineto	1	\$ 1.061.000,00	\$ 1.061.000,00
TOTAL ACTIVIDAD				\$ 122.734.341,00

Nota: Elaboración propia

Tabla 6: Inversión inicial centro de bienestar olfato

Actividad	Recurso	Cantidad	Costo unit	Costo tot
5	Energia Eléctrica	\$ 1,00	\$ 4.583,00	\$ 4.583,00
	Esencias	\$ 1,00	\$ 6.052,00	\$ 6.052,00
	Paquete kit personal	\$ 1,00	\$ 5.800,00	\$ 5.800,00
	Servicio Agua	\$ 1,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
	Mano de Obra	\$ 1,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	Salarios administrativo	\$ 1,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
	Vaporizadores	\$ 1,00	\$ 39.999,00	\$ 39.999,00
	Amueblación	\$ 1,00	\$ 40.680.000,00	\$ 40.680.000,00
TOTAL ACTIVIDAD				\$ 40.848.934,00

Nota: Elaboración propia

Tabla 7: Inversión inicial centro de bienestar vista

Actividad	Recurso	Cantidad	Costo unit	Costo tot
6	Servicio Agua	1	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00
	Energia Eléctrica	1	\$ 1.666,00	\$ 1.666,00
	Mano de Obra	1	\$ 3.785,00	\$ 3.785,00
	Salarios administrativos	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
	Amueblación	1	\$ 20.000.000,00	\$ 20.000.000,00
TOTAL ACTIVIDAD				\$ 20.107.201,00

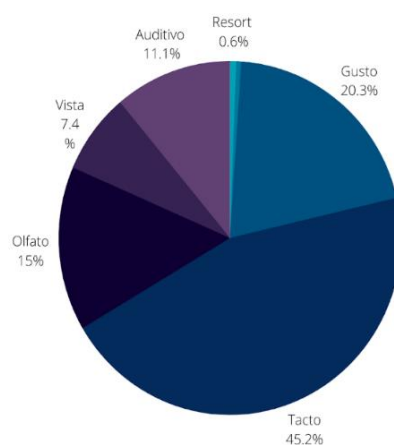
Nota: Elaboración propia

Tabla 8: Inversión inicial centro de bienestar auditivo

Actividad	Recurso	Cantidad	Costo unit	Costo tot
7	Energia Eléctrica	1	\$ 972,00	\$ 972,00
	Servicio Agua	1	\$ 555,00	\$ 555,00
	Mano de Obra	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
	Equipos sonido indi	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	Salarios administrativos	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
	Amueblación	1	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00
TOTAL ACTIVIDAD				\$ 30.115.027,00

Nota: Elaboración propia

Gráfico 7: Inversión inicial de Sentire



Nota: Elaboración propia

6.1.2 Financiación y fuentes de financiación

Sentire ha evaluado el mercado respecto a tasas de financiación, por ende, solicitará al banco Pichincha el monto total de \$271.808.603,00 pesos colombianos, con una tasa de

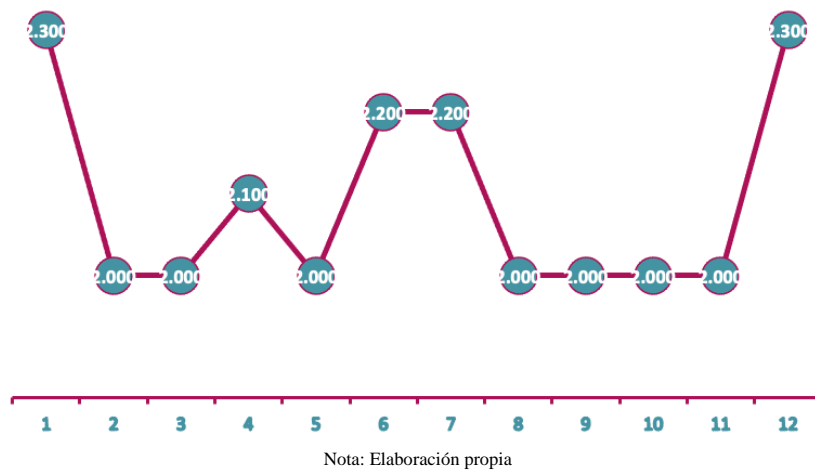
interés del 1% Mes Vencido a un plazo de 60 meses. Por lo que, la tasa efectiva anual será de 18,58% y la periódica del 1,43%. Lo que permite generar un flujo de caja de \$6.778.549,96.

6.1.3 Proyección de ventas

Se tiene en cuenta que la demanda total en el mes son dos mil y el precio de venta \$300.000 pesos colombianos por hora son los valores mínimos para generar ingresos y no entrar en posibles pérdidas.

De acuerdo a los anteriores datos se evidencia el comportamiento de los ingresos durante todo el año, sin embargo, en algunos meses se registra un pico más alto de ingresos. Estos son los meses de temporada alta que benefician al centro de bienestar con un porcentaje de participación que se muestran de la siguiente manera; Enero y diciembre con un 15% de crecimiento, junio y julio con el 10% y abril con el 5%. Esto debido a las temporadas altas y vacaciones en Colombia.

Gráfico 8: Proyección de ventas en unidades por un año



La proyección se realiza dentro de un periodo de tiempo de cinco años con los doce meses hábiles, obteniendo los siguientes datos.

Tabla 9: Proyección de ventas a 5 años

Proyección ventas anualizadas					
Año	1	2	3	4	5
Unidades	25.100	26.355	27.673	29.056	30.509
Precio de venta	\$ 300.000,00	\$ 312.000,00	\$ 324.480,00	\$ 337.459,20	\$ 350.957,57
Ingresos	\$ 7.530.000.000,00	\$ 8.222.760.000,00	\$ 8.979.253.920,00	\$ 9.805.345.280,64	\$ 10.707.437.046,46

Nota: Elaboración propia

6.1.4 Proyección de costos y gastos

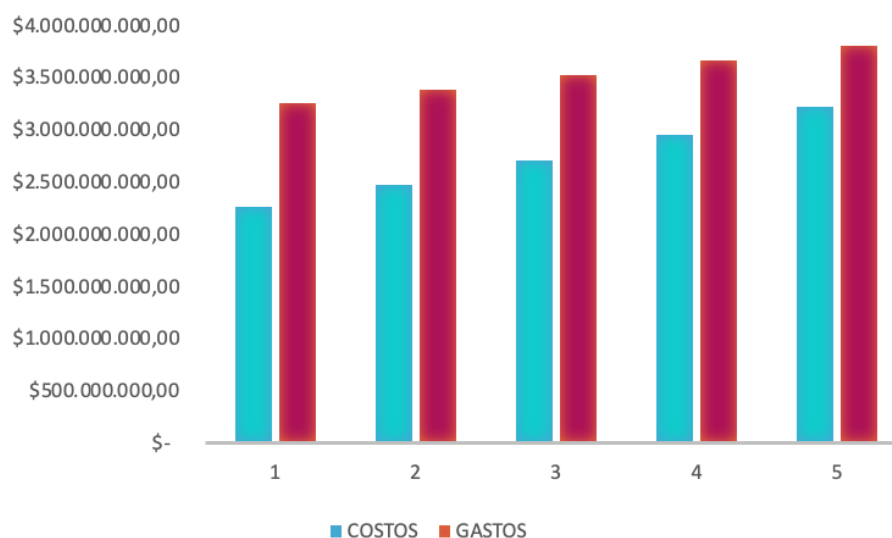
En cuanto a la proyección financiera de costos y gastos ha permitido a Sentire calcular desde el punto de vista contable cuál será el desenvolvimiento de la empresa dentro de 5 años, anticipando posibles pérdidas o en este caso costos o gastos innecesarios. El costo fue evaluado por las prestaciones de servicios y la producción de los centros de bienestar y el gasto por su parte se evaluó por el desembolso para poder efectuar las actividades diarias, como el pago de servicios.

Tabla 10: Proyección a 5 años de costos y gastos

Proyección costos anualizados					
Año	1	2	3	4	5
Unidades	25.100	26.355	27.673	29.056	30.509
Costo por unidad	\$ 90.169,68	\$ 93.776,47	\$ 97.527,53	\$ 101.428,63	\$ 105.485,77
Costos	\$ 2.263.258.968,00	\$ 2.471.478.793,06	\$ 2.698.854.842,02	\$ 2.947.149.487,48	\$ 3.218.287.240,33
Proyección gastos anualizados					
Año	1	2	3	4	5
Gastos	\$ 3.250.461.408,00	\$ 3.380.479.864,32	\$ 3.515.699.058,89	\$ 3.656.327.021,25	\$ 3.802.580.102,10

Nota: Elaboración propia

Gráfico 9: Proyección costos y gastos



Nota: Elaboración propia

6.1.5 Flujo de caja proyectado

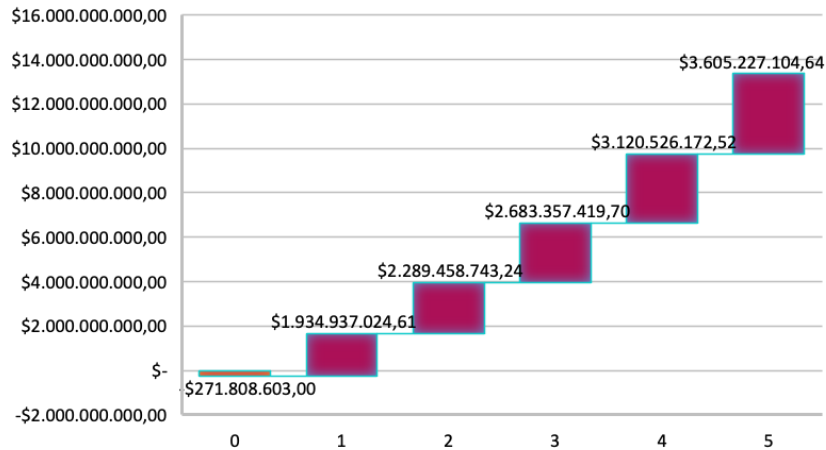
Respecto a la información analizada dentro de cinco años sobre los recursos que Sentire generará, teniendo en cuenta tanto los flujos de entrada como de salida evaluados anteriormente, la acumulación neta de activos líquidos durante este tiempo determinado será de la siguiente forma.

Tabla 11: Flujo de caja Sentire

Flujo de caja						
Año	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja	-\$ 271.808.603,00	\$ 1.934.937.024,61	\$ 2.289.458.743,24	\$ 2.683.357.419,70	\$ 3.120.526.172,52	\$ 3.605.227.104,64

Nota: Elaboración propia

Gráfico 9: Flujo de caja Sentire



Nota: Elaboración propia

6.2 Indicadores de evaluación del proyecto

La inversión se recuperará en el año 1 con la siguiente información, un saldo inicial de \$1.663.128.421, saldo del año de \$ 2.289.458.743 y saldo final de \$ 3.952.587.164 pesos colombianos. Evidenciando que por cada peso invertido los socios e inversionistas ganarán \$21,6.

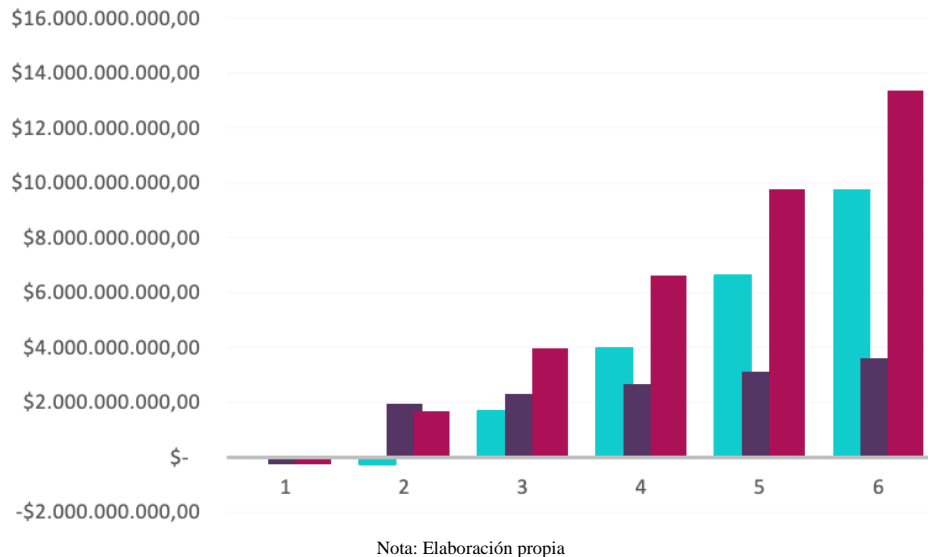
Tabla 12: Recuperación de la inversión Sentire

Determinación de la recuperación de la inversión						
Año	0	1	2	3	4	5
Saldo inicial	\$ -	-\$ 271.808.603,00	\$ 1.663.128.421,61	\$ 3.952.587.164,85	\$ 6.635.944.584,55	\$ 9.756.470.757,08
Saldo del año	-\$ 271.808.603,00	\$ 1.934.937.024,61	\$ 2.289.458.743,24	\$ 2.683.357.419,70	\$ 3.120.526.172,52	\$ 3.605.227.104,64
Saldo final	-\$ 271.808.603,00	\$ 1.663.128.421,61	\$ 3.952.587.164,85	\$ 6.635.944.584,55	\$ 9.756.470.757,08	\$13.361.697.861,72
Estado	Por Recuperar	Ya se recuperó	Ya se recuperó	Ya se recuperó	Ya se recuperó	Ya se recuperó

Nota: Elaboración propia

Esta es la relación beneficio costo, la cual indica que el proyecto a los 5 años, valoriza los recursos en \$5.602.198.278.

Gráfico 10: Recuperación de la inversión Sentire



Se evidencia que la TIR es más alta que la tasa del inversionista, esto hace que el proyecto sea más atractivo, es decir, las TIR superan la estimación de las TIO siendo más viable el negocio.

Tabla 13: Determinación de la inversión TIO

VAN de los beneficios	\$5.874.006.881,57
TIO	32%

Nota: Elaboración propia

Tabla 14: Determinación de la inversión TIR

TIR	730%
VAN del proyecto	\$5.602.198.278,57
B/C	\$ 21,61

Nota: Elaboración propia

6.1.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero

De acuerdo con los datos arrojados entre los ingresos y los gastos que se deben llevar y la utilidad esperada, este negocio será rentable, pues, no solo generará beneficios a los clientes, socios e inversionistas, sino además es una fuente de empleo para las personas de la región, es así como el sector donde se ubique el centro tendrá una influencia directa en la rentabilidad. Generando además un retorno de la inversión en un periodo de tiempo corto.

Para Sentire es importante que el cliente tenga la facilidad de escoger y disfrutar de la gran mayoría de los servicios en pro a su bienestar y ocio, es así, como cada valor y dato suministrado en todo el análisis financiero le permite al centro de bienestar no incurrir en pérdidas. También conociendo que por cada peso invertido los socios inversionistas ganarán un \$21,61 pesos colombianos.

Por último, es importante tener en cuenta el punto de equilibrio que tendrá la empresa, pues permite evaluar la rentabilidad que tiene el centro de bienestar y saber si los ingresos que se obtienen cubrirán con los gastos fijos y variable que maneja Sentire.

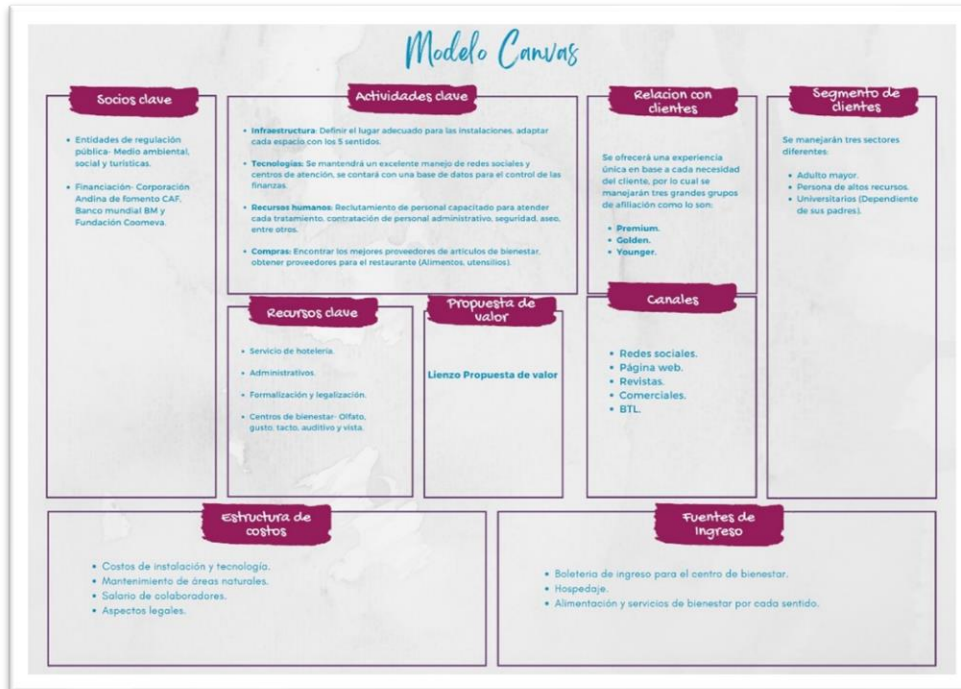
Al establecer los precios del mercado y el costo por unidad que tendrán cada uno de los servicios a ofrecer, se permite definir el siguiente punto de equilibrio;

Punto de equilibrio operativo será de siete mil nueve y el punto de equilibrio financiero será de novecientos dos millones novecientos cinco mil novecientos cuarenta y siete.

7. Conclusiones genéres

7.1 Presentación del proyecto en modelo CANVAS

Imagen 60: Modelo Canvas



Nota: Elaboración propia

Imagen 61: Propuesta de valor del modelo Canvas



Nota: Elaboración propia

7.2 Recomendaciones Generales

- Ser cuidados y exigentes ante la selección del personal, teniendo en cuenta que las personas postuladas posean las capacidades pertinentes para brindar un servicio de calidad.
- Mantener una política de calidad tanto para prestación del servicio como para todos los insumos entregados por los proveedores.
- Tener una comunicación cercana y honesta con los visitantes y que esta se vea reflejada en todo lo relacionado con el centro.
- En materia publicitaria, usar los medios efectivos como Online, dando uso de las redes sociales, con la finalidad de crear estrategias seo y sem, pero también usar algunos medios Offline.
- Enfatizar en todos los aspectos culturales, sociales y medio ambientales garantizando el desarrollo sostenible y económico de la sociedad.

8. Listado de tablas

Tabla 1: Matriz Riesgos ambientales centro de talasoterapia Sentire.

Tabla 2: Inversión inicial hotel 1.

Tabla 3: Inversión inicial hotel 2.

Tabla 4: Inversión inicial centro de bienestar gusto

Tabla 5: Inversión inicial centro de bienestar tacto.

Tabla 6: Inversión inicial centro de bienestar olfato.

Tabla 7: Inversión inicial centro de bienestar vista.

Tabla 8: Inversión inicial centro de bienestar auditivo.

Tabla 9: Proyección de ventas a 5 años.

Tabla 10: Proyección a 5 años de costos y gastos.

Tabla 11: Flujo de caja Sentire.

Tabla 12: Recuperación de la inversión Sentire.

9. Listado de Graficas

Gráfico 1: Censo de Turismo últimos 3 años.

Gráfico 2: Censo Nacional de Población y vivienda.

Gráfico 3: Boletín de datos y cifras turísticas de Bogotá.

Gráfico 4: Boletín de datos y cifras turísticas de Bogotá.

Gráfico 5: Síntomas en personas con sobrecarga laboral y doméstica.

Gráfico 6: Organigrama de Sentire.

Gráfico 7: Inversión inicial de Sentire.

Gráfico 8: Proyección de ventas en unidades por un año.

Gráfico 9: Proyección costos y gastos.

Gráfico 10: Flujo de caja Sentire.

Gráfico 11: Recuperación de la inversión Sentire.

10. Listado de anexos

Imagen 1: Competencia Casa Agrreste.

Imagen 2: Competencia Estelar Paipa.

Imagen 3: Competencia Los Lagos.

Imagen 4: Competencia Biosalud.

Imagen 5: Competencia Ananda.

Imagen 6: Competencia Genavie.

Imagen 7: Competencia Clínica del Colon.

Imagen 8: Competencia Desal.

Imagen 9: Competencia La Sirena.

Imagen 10: Competencia Entremonte.

Imagen 11: Nirvana Spa.

Imagen 12: Competencia San Vicente.

Imagen 13: Monte Gracia.

Imagen 14: Competencia Syvanna.

Imagen 15: Competencia Termales Agua Calientes.

Imagen 16: Competencia Sha Wellness.

Imagen 17: Competencia L'Auberge de Sedona.

Imagen 18: Competencia Chablé.

Imagen 19: Competencia Areté.

Imagen 20: Grupo Golden.

Imagen 21: Grupo Premium.

Imagen 22: Grupo Younger.

Imagen 23: Nombre de marca.

Imagen 24: Símbolo.

Imagen 25: Tipografía principal.

Imagen 26: Tipografía Secundaria.

Imagen 27: Color Azul.

Imagen 28: Color violeta.

Imagen 29: Color negro.

Imagen 30: Logo.

Imagen 31: Aplicaciones del logo.

Imagen 32: Revista.

Imagen 33: Redes Sociales.

Imagen 34: Branding.

Imagen 35: Señalética.

Imagen 36: Mapa del Departamento de Bolívar.

Imagen 37: Mapa especificando la ciudad de Cartagena de Indias.

Imagen 38: Mapa Radar y precipitación nowcast para Cartagena de Indias.

Imagen 39: Mapa General de Sentire.

Imagen 40: Mapa Centro de Bienestar Auditivo.

Imagen 41: Mapa Centro de Bienestar Gusto.

Imagen 42: Mapa Centro de Bienestar Olfato.

Imagen 43: Mapa Centro de Bienestar Tacto.

Imagen 44: Mapa Centro de Bienestar Vista.

Imagen 45: Mapa Hotel tipo Resort 1.

Imagen 46: Mapa Hotel tipo Resort 2.

Imagen 47: Mapa Hotel tipo Glamping 1.

Imagen 48: Mapa Hotel tipo Glamping 2.

Imagen 49: Mapa Restaurante Comunal.

Imagen 50: Técnica de talasoterapia

Imagen 51: Manejo de los recursos marinos

Imagen 52: Aromaterapia

Imagen 53: Masaje bioenergético

Imagen 54: Plano de Sentire

Imagen 55: Panel Solar Fotovoltaico

Imagen 56: Captador de agua lluvia

Imagen 57: Azoteas Verdes

Imagen 58: Jardines verticales

Imagen 59: Reciclaje de Residuos y Materiales

Imagen 60: Modelo Canvas

Imagen 61: Propuesta de valor del modelo Canvas

11. Bibliografía y fuentes de consultas

- Alerta en Cartagena: la contaminación y el aumento en el nivel del mar tienen en peligro una de las ciudades más importantes de Colombia. (2021, 15 octubre). infobae. <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/10/15/alerta-en-cartagena-la-contaminacion-y-el-aumento-en-el-nivel-del-mar-tienen-en-peligro-una-de-las-ciudades-mas-importantes-de-colombia/>
- Alcaldía de Bogotá. (15 de junio 2022). Registro y autorización de títulos en el área de la salud. Obtenido de <https://bogota.gov.co/servicios/guia-de-tramites-y-servicios/registro-y-autorizacion-de-titulos-en-el-area-de-la-salud>
- Alcaldía de Bogotá. (18 de marzo 2022). Apertura de los centros de estética y similares. Obtenido de <https://bogota.gov.co/servicios/guia-de-tramites-y-servicios/apertura-de-los-centros-de-estetica-y-similares>
- Aragonés, F. J. (28 de noviembre de 2011). *El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global*. Obtenido de El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global: [file:///C:/Users/geraldine.orozco/Downloads/Dialnet-ElTurismoDeSalud-5114831%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/geraldine.orozco/Downloads/Dialnet-ElTurismoDeSalud-5114831%20(4).pdf)
- Allande R., García J., Fagundo J., Navarro Y., Climent J., Gómez J. (2022) Salud y trastornos mentales en los lugares de trabajo. Pag 3 Párrafo 2 https://www.sanidad.gob.es/biblioPublic/publicaciones/recursos_propios/resp/revista_cdrom/VOL96/C_ESPECIALES/RS96C_202201006.pdf
- Asociación Americana de Psicología. (2013). *Sistema de salud se queda corto al atender manejo del estrés*. Obtenido de Sistema de salud se queda corto al atender manejo del estrés: <https://www.apa.org/news/press/releases/2013/02/manejo-del-estres>

- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. (5 de marzo de 2022). *Quiénes somos*. Obtenido de Quiénes somos: <https://anato.org/quienes-somos/>
- Asociación Hotelera y Turística. (10 de marzo de 2022). *Quiénes somos*. Obtenido de Quiénes somos: <https://www.cotelco.org/quienes-somos>
- Banco Mundial. (2 de marzo de 2022). *Qué hacemos*. Obtenido de Qué hacemos: <https://www.bancomundial.org/es/what-we-do>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (marzo de 2019). Guía 1, constitución de una sociedad por acciones simplificadas (SAS). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>
- Carolina, S. S. (21 de junio de 2021). *La República*. Obtenido de Radiografía de la Juventud en Colombia: <https://www.larepublica.co/especiales/las-1000-empresas-mas-grandes-de-2020/en-colombia-se-reportan-mas-de-1253-millones-de-jovenes-entre-los-15-y-29-anos-3187633#:~:text=Salud,En%20Colombia%20se%20reportan%20m%C3%A1s%20de%2012%2C53%20millones%20de,los%2>
- Carmona, M. A. (10 de 11 de 2021). *Colombia, destino ideal para el turismo de bienestar*. Obtenido de El espectador : <https://www.elespectador.com/turismo/colombia-destino-ideal-para-el-turismo-de-bienestar/>
- Castañeda, D. R. (21 de abril de 2020). *Asuntos:Legales*. Obtenido de estrés laboral, una enfermedad común que sufre 33% de los trabajadores en Colombia: <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/estres-laboral-una-enfermedad-comun-que-sufre-33-de-los-trabajadores-en-colombia-2995082>
- Colombia Productiva . (2013). *Colombia Productiva* . Obtenido de Plan de negocio 2013: Publicaciones turismo de bienestar : <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=80fca027-7c4e-4585-88f7-a349ed5a1a0b>

- Colombia productiva . (2013). *Colombia Productiva* . Obtenido de Turismo de bienestar: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/servicios/turismo-bienestar>
- Colombia Productiva . (2018). *¿QUÉ HACE COLOMBIA PRODUCTIVA?* Obtenido de *¿QUÉ HACE COLOMBIA PRODUCTIVA?*: <https://www.colombiaproductiva.com/conozcanos/que-hace-ntp>
- Conde J., Jarne A. (2006) Trastornos mentales en la vejez. <https://www.researchgate.net/publication/258995752> *Trastornos mentales en la vejez*
- Compensar. (13 de octubre de 2021). *El turismo se consolida en el proceso de reactivación*. Obtenido de El turismo se consolida en el proceso de reactivación: <https://www.portafolio.co/mas-contenido/el-turismo-se-consolida-en-el-proceso-de-reactivacion-557174>
- Corporación Andina de Fomento. (3 de enero de 2022). *Quiénes somos*. Obtenido de Quiénes somos: <https://www.caf.com/es/sobre-caf/>
- Cladera, J. M. (2013). *Análisis de las cadenas de suministro en empresas hoteleras*. Obtenido de https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3081/Montilla_Cladera_Juan_Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cuenca N., Robladillo L., Meneses M., Suyo J. (2020) Salud mental en adolescentes universitarios Latinoamericanos: Revisión sistemática. Pag 690 Párrafo 1 <https://www.redalyc.org/journal/559/55965387003/55965387003.pdf>
- Cubillos Álzate Julio Cesar, Matamoros Cárdenas Mariana, Perea Caro Santiago Alberto. (06 de 2020). *Boletines Poblaciones: Personas Adultas Mayores de 60 años*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/280920-boletines-poblacionales-adulto-mayorI-2020.pdf>
- DANE . (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/infografias/info-CNPC-2018total-colombia.pdf>

- DANE . (2020). *Pandemia ha golpeado emocionalmente a 6 de cada 10 colombianos*. Obtenido de EL TIEMPO:
<https://www.eltiempo.com/salud/encuesta-del-dane-revela-afectaciones-de-la-pandemia-en-la-salud-mental-de-los-colombianos-544811>
- DANE. (28 de marzo de 2021). *Encuesta de Gasto Interno en Turismo EGIT*. Obtenido de Encuesta de Gasto Interno en Turismo EGIT:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta_gastos_turismo_Int_EGIT/Pres_EGIT_2021.pdf
- DANE. (2021). *Salud Mental en Colombia: un análisis de los efectos de la pandemia*. Pag 11, Párrafo 4.
<https://ascofapsi.org.co/pdf/Noticias/Estad%C3%ADstica%20de%20Salud%20Mental%20en%20Colombia-%20pandemia%202021%20.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación (2022). Plan Nacional de Desarrollo. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>
- Francia., G. (13 de 01 de 2021). *Psicología Online* . Obtenido de <https://www.psicologia-online.com/significado-del-color-negro-en-psicologia-5403.html>
- Fondo para la promoción del turismo en Colombia. (23 de Marzo de 2021). *Procolombia.com*. Obtenido de Promoción.com:
<https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Estudios-Territoriales/Indicadores-y-Mediciones/Paginas/desempeno-integral.aspx>
- Fundación Coomeva. (10 de marzo de 2022). *Quiénes somos*. Obtenido de Quiénes somos: https://www.coomewa.com.co/publicaciones/168046/asociate-a-coomeva/?utm_source=Google&utm_medium=TextAd&utm_campaign=SEM
- Gallardo, P. (04 de 04 de 2018). *El color comunica* . Obtenido de <http://www.elcolorcomunica.com/2015/11/mundo-holistico-colores-y-emociones.html>

- <http://www.invemar.org.co/web/guest/quienes-somos>. (marzo de 2022). *Quiénes somos*. Obtenido de *Quiénes somos*: <http://www.invemar.org.co/web/guest/quienes-somos>
- Invemar. (2022). *Acerca de INVEMAR*. Obtenido de ¿Quiénes Somos?: <http://www.invemar.org.co/quienes-somos#:~:text=Funciones,aprovechamiento%20de%20los%20recursos%20marinos>.
- Institución de Investigaciones Marinas y Costeras. (marzo de 2022). *Quiénes somos*. Obtenido de *Quiénes somos*: <http://www.invemar.org.co/web/guest/quienes-somos>
- Instituto de Investigación y Pronóstico. (marzo de 2022). *Acerca de la entidad*. Obtenido de *Acerca de la entidad*: <http://www.ideam.gov.co/web/entidad/acerca-entidad>
- Instituto Distrital de Turismo. (junio de 2021). *BOLETÍN DE DATOS Y CIFRAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ*. Obtenido de *BOLETÍN DE DATOS Y CIFRAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ*: <https://www.idt.gov.co/sites/default/files/Boletin-No-06-junio-de-2021-DVOV1.pdf>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (marzo de 2022). *Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible*. Obtenido de *Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible*: <https://www.minambiente.gov.co/>
- Mincomercio. (2022). *Funciones y Composiciones*. Obtenido de *Funciones y Composiciones*: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/consejo-superior-de-turismo/funciones-y-composicion/funciones-y-composicion>
- Mincomercio. (2021). *El turismo en cifras: Diciembre 2021*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2021/diciembre/oee-yv-turismo-diciembre-28-02-2022.pdf.aspx>.

- Mincomercio. (2021). *El turismo en cifras: Noviembre 2021*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2021/noviembre/oee-yv-turismo-noviembre-28-01-2022.pdf.aspx>
- Ministerio de comercio . (07 de 2022). *Información: perfiles económicos Departamentales* . Obtenido de Oficinas de estudios económicos .
- Minsalud. (Diciembre de 2020). *Boletines Poblaciones: Personas adultas mayores de 60 años* . Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/280920-boletines-poblacionales-adulto-mayorI-2020.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (10 de marzo de 2022). *Misión, visión, objetivos y normas que rigen la entidad*. Obtenido de Misión, visión, objetivos y normas que rigen la entidad: <https://www.mincit.gov.co/ministerio/organizacion/mision-vision-objetivos-normas#:~:text=El%20Ministerio%20de%20Comercio%2C%20Industria,de%20las%20empresas%20en%20el>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (24 de septiembre de 2021). En el Día Mundial del Turismo, Mincomercio entregará medalla al mérito turístico. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/medalla-al-merito-turistico-en-dia-mundial-turismo>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018) Plan sectorial de turismo 2018-2022 “Turismo: el propósito que nos une”. Pag 6. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018) Plan sectorial de turismo 2018-2022
- “Turismo: el propósito que nos une”. Pag. 5 <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018) Plan sectorial de turismo 2018-2022 “Turismo: el propósito que nos une”. Pag. 3 <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Mincomercio. (2021). \$9,1 billones alcanzaron el PIB de alojamiento y servicios de comida en el tercer trimestre del año. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/pib-de-alojamiento-en-el-tercer-trimestre-del-ano>
- Mincomercio. (2019). En 2019 el turismo en Colombia rompió récords. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>
- Ministerio de Salud. (11 de 10 de 2021). *Minsalud*. Obtenido de ViceSalud instó a un trabajo intersectorial por la salud mental: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/ViceSalud-insto-a-un-trabajo-intersectorial-por-la-salud-mental.aspx>
- Ministerio de salud de Colombia (2020) Salud mental, uno de los principales retos de la pandemia. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Salud-mental-uno-de-los-principales-retos-de-la-pandemia.aspx>
- Nacional Ambiental – SINA: <https://www.minambiente.gov.co/ordenamiento-ambiental-territorial-y-sistema-nacional-ambiental-sina/>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (10 de marzo de 2022). *Ministerio de salud y protección social*. Obtenido de Ministerio de salud y protección social: <https://www.minsalud.gov.co/Portada2021/index.html>
- Organización Mundial de la Salud. (noviembre de 2011). *El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global*. Obtenido de El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5114831.pdf>

- Organización Mundial del Turismo. (7 mayo de 2020) Las cifras de turistas internacionales podrían caer un 60-80% en 2020. <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>
- *Procolombia*. (11 de mayo de 2016). Obtenido de Procolombia: <https://procolombia.co/actualidad-internacional/vacacional/bienestar-un-nicho-de-oportunidades-para-el-turismo-colombiano>
- Procolombia Exportaciones Turismo Inversión Marcas País. (11 de mayo de 2016). *Bienestar, un nicho de oportunidades para el turismo colombiano*. Obtenido de Bienestar, un nicho de oportunidades para el turismo colombiano: <https://procolombia.co/actualidad-internacional/vacacional/bienestar-un-nicho-de-oportunidades-para-el-turismo-colombiano>
- Procolombia Exportaciones Turismo Inversión Marcas País. (27 de abril de 2016). *Seminario web Perfil: turismo de bienestar -ES*. Obtenido de Seminario web Perfil: turismo de bienestar -ES: <https://procolombia.co/en/memories/seminario-web-perfil-turismo-de-bienestar-en>
- Rieckhof, M. A. (2020). Turismo de bienestar. Nuevas oportunidades en la hotelería. *REDIB Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico*, 27.
- Sistema Nacional Ambiental. (marzo de 2022). *Dirección de Ordenamiento Ambiental Territorial y Sistema Nacional Ambiental – SINA*. Obtenido de Dirección de Ordenamiento Ambiental Territorial y Sistema Nacional Ambiental – SINA: <https://www.minambiente.gov.co/ordenamiento-ambiental-territorial-y-sistema-nacional-ambiental-sina/>
- Ministerio de Comercio (2013) Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia. Pag 28. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/sectoriales/publicaciones-turismo-de-bienestar/plan-de-negocios-2013>

- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (23 de Febrero 2022). *En 2022 el sector turismo pasará de la reactivación al crecimiento sostenido*. Obtenido de Mincomercio <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2022-el-turismo-pasara-al-crecimiento-sostenido>
- *MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. (2015). Funciones Guía de Turismo*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/normatividad/proyectos-de-normatividad/proyectos-de-decretos-2019/p-d-guias-de-turismo-29-04-2019.aspx#:~:text=Instruir%20al%20turista%2C%20viajero%20o,de%20viaje%20o%20servicios%20convenidos>.
- Morales C., Alcivar S. (2021) Depresión en adultos mayores de la Fundación una Vida con Propósito. Pag 8 <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8219297.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (2021). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Organización Panamericana de la Salud. Informe Anual del Director. (2019). Impulsar la Agenda de Salud Sostenible para las Américas 2018-2030. Resumen. Washington, D.C.: OPS; 2019. <https://www.paho.org/annual-report-of-the-director-2019/es/>
- Organización mundial de la Salud. (2021) Salud mental del adolescente. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health>
- Palma-Ayllón, Elena, & Escarabajal-Arrieta, María Dolores. (2021). Efectos de la soledad en la salud de las personas mayores. *Gerokomos*, 32(1), 22-25. Epub 05 de abril de 2021. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1134-928X2021000100022
- Rieckhof, M. A. (02 de octubre de 2020). *Turismo de bienestar. Nuevas oportunidades en la hotelería*. Obtenido de Turismo de bienestar. Nuevas

oportunidades en el hotelería:

https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_34_turismo-bienestar.pdf

- Semana. (25 de Junio de 2021). *Bogotá, entre las ciudades más estresantes de América*. Obtenido de Revista Semana : <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/bogota-entre-las-ciudades-mas-estresantes-de-america/202114/>
- Sistema Nacional Ambiental - SINA. (2022). *Lo Que Hacemos*. Obtenido de Funciones de la Dirección: <https://www.minambiente.gov.co/ordenamiento-ambiental-territorial-y-sistema-nacional-ambiental-sina/lo-que-hacemos/>
- Sistema Nacional de Información de educación superior. (27 de agosto de 2021). *El Ministerio de Educación Nacional pone a disposición la información estadística de educación superior 2020*. Obtenido de El Ministerio de Educación Nacional pone a disposición la información estadística de educación superior 2020: <https://snies.mineducacion.gov.co/portal/401926#:~:text=27%20de%20agosto%20de%202021,del%201.7%25%20respecto%20a%202019>
- Resolución 2263 de 2004 [Ministerio de la Protección Social]. Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones. 14 de Julio de 2004. https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%202263%20DE%202004.pdf