



**Estrategia de posicionamiento y validación de un modelo de  
negocio experiencial en el mercado del bienestar.**

Ceverio, Abril & Mayoral, Camila

Universidad CAECE Mar del Plata

Trabajo presentado por requerimiento de la asignatura

Taller de Trabajo Final 1 & 2

Profesores: Mg. Ing. Antonio Morcela y Lic. Julia Carballeda

Licenciatura en Administración de Negocios

Noviembre, 2025

# Índice de contenidos

Resumen ejecutivo.....	3
Historia de la empresa.....	5
Capítulo 1 - Introducción.....	6
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Capítulo 2 - Metodología de investigación aplicada.....	8
Técnica de recolección de datos: Encuesta autoadministrada.....	8
Universo y muestra.....	9
Capítulo 3 - Análisis del entorno y diagnóstico estratégico.....	11
1. Entorno general.....	11
2. Entorno competitivo.....	12
3. Ventaja competitiva de IKIA.....	13
4. Estrategia de marketing.....	14
Capítulo 4 - Impacto del modelo de negocio y sostenibilidad.....	15
1. Impacto económico.....	15
2. Impacto social.....	15
3. Impacto en el área de marketing.....	16
4. Impacto tecnológico.....	17
5. Impacto ambiental.....	17
Capítulo 5 - Estructura del modelo de negocios.....	19
1. Propuesta de valor.....	20
2. Segmento de clientes.....	20
3. Canales.....	21
4. Relación con clientes.....	21
5. Recursos clave.....	22
6. Actividades clave.....	22
7. Socios clave.....	23
8. Estructura de costos.....	23
9. Flujo de ingresos.....	24

<b>Capítulo 6 - Análisis de pre-factibilidad técnica y de mercado.....</b>	<b>25</b>
1. Análisis de la demanda.....	25
2. Tamaño del proyecto .....	26
3. Localización.....	26
4. Punto de equilibrio .....	27
<b>Capítulo 7 - Evaluación económica y financiera del proyecto.....</b>	<b>30</b>
1. Contexto.....	30
2. Enfoque.....	30
3. Horizonte temporal .....	31
4. Tasa de corte .....	32
5. Flujo de fondos.....	33
<b>Capítulo 8 - Implementación y validación del modelo de negocio .....</b>	<b>39</b>
Objetivo del evento.....	39
Desarrollo (Paso a paso).....	40
Encuesta post-evento .....	48
<b>Capítulo 9 - Conclusión general y proyecciones futuras.....</b>	<b>57</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>59</b>

## Índice de graficos

<b>Gráfico 1 - Clasificación de la experiencia. Elaboración propia. ....</b>	<b>49</b>
<b>Gráfico 2 - Evaluación de la experiencia y guía. Elaboración propia. ....</b>	<b>49</b>
<b>Gráfico 3 - Relación precio/servicio. Elaboración propia. ....</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 4 - Valoración/percepción de la experiencia. Elaboración propia .....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 5 - Nivel de satisfacción. Elaboración propia. ....</b>	<b>52</b>

## **Resumen ejecutivo**

IKIA es un emprendimiento marplatense que fusiona diseño artesanal, bienestar y experiencias sensoriales a través de velas intencionadas. La investigación desarrolla y valida un modelo de negocio basado en workshops vivenciales donde los participantes elaboran su propia vela, integrando conocimientos sobre esencias, cristales y energía.

El estudio combina metodología cuantitativa (encuesta online) y validación práctica mediante un evento piloto. Los resultados muestran un nivel de satisfacción del 100%, alta disposición a recomendar la experiencia y potencial de expansión comercial.

La propuesta se apoya en pilares de innovación, sostenibilidad y comunidad, articulando impacto económico, social y ambiental. El proyecto demuestra la viabilidad de IKIA como modelo replicable y escalable dentro del mercado de experiencias holísticas.

## Historia de la empresa

Este proyecto nace en 2024 como un emprendimiento personal enfocado en la producción artesanal de velas aromáticas e intencionadas. Su fundadora comenzó creando velas para uso personal, buscando combinar estética, aroma y energía en un solo objeto, lo que rápidamente despertó el interés de su círculo cercano y dió paso al desarrollo del proyecto como una propuesta comercial.

El nombre “IKIA” remite al concepto de hogar como centro energético, al espacio íntimo y personal donde habita lo invisible. Las velas se elaboran con cera de soja —un insumo vegetal, ecológico y biodegradable— y se presentan en diversos formatos: recipientes de vidrio reutilizables, moldes decorativos y piezas de yeso hechas a mano. La propuesta combina el diseño artesanal con una dimensión simbólica, promoviendo un vínculo emocional entre el producto y quien lo utiliza.

En 2025, IKIA da un nuevo paso con una propuesta de innovación: experiencias sensoriales personalizadas a través de talleres para eventos privados, donde los participantes pueden crear su propia vela intencionada. Esta evolución representa una fusión entre lo artesanal y lo vivencial, en respuesta a una creciente demanda por experiencias significativas, personalizadas y con valor emocional.

## Capítulo 1 - Introducción

Desde tiempos antiguos, las velas han sido utilizadas como fuente de luz en contextos cotidianos y rituales. Con el paso del tiempo, sus funciones fueron evolucionando: la incorporación de esencias naturales y el refinamiento de sus componentes permitieron que se transformarán en objetos cargados de simbolismo, utilizados en prácticas de conexión espiritual, relajación y bienestar. Hoy en día, las velas son herramientas clave en espacios dedicados a la meditación, la armonización emocional, la decoración consciente e incluso el alivio físico a través de la aromaterapia.

En paralelo, las exigencias del mundo contemporáneo —marcado por el estrés, la hiperconectividad y la sobrecarga de estímulos— han impulsado la búsqueda de prácticas que permitan liberar tensiones y reconectar con lo esencial. En este contexto, las velas no solo representan un objeto estético o funcional, sino también un canal para el autoconocimiento, el descanso consciente y la creación de espacios personales de calma y contención.

Sin embargo, en el mercado local aún escasean las propuestas que integren el componente artesanal, holístico y experiencial en una sola vivencia. La mayoría de las ofertas se limitan a la venta de productos terminados, sin invitar al usuario a ser parte del proceso ni a explorar la dimensión simbólica y personal que una vela puede contener.

IKIA busca innovar dentro de este panorama. A partir de su experiencia en la producción artesanal de velas con intención, el emprendimiento plantea una evolución hacia una propuesta vivencial: talleres personalizados para eventos privados, donde los participantes pueden crear su propia vela, eligiendo aromas, colores, elementos naturales y significados que resuenen con su mundo interno. Más que una simple actividad creativa, estos encuentros

proponen una experiencia sensorial y emocional que conecta lo manual con lo espiritual, lo estético con lo terapéutico, y lo individual con lo compartido.

## **Objetivo general**

Estructurar un modelo de negocio que contemple el diseño e implementación de una propuesta innovadora dentro del emprendimiento IKIA, basada en la realización de talleres sensoriales y personalizados para eventos privados, donde los participantes puedan crear su propia vela intencionada integrando conocimientos básicos sobre aromas, hierbas, cristales y energía.

## **Objetivos específicos**

- Realizar un análisis del mercado objetivo para identificar intereses, motivaciones y preferencias del público en relación con experiencias holísticas y personalizadas.
- Desarrollar el diseño integral de los talleres, definiendo estructura, materiales, tiempos y recursos necesarios.
- Validar la propuesta mediante experiencias piloto, en distintos tipos de eventos sociales o espacios afines (baby showers, jornadas de yoga, encuentros entre amigas, etc.).
- Evaluar la viabilidad comercial y económica del servicio, en función de los costos, precios y retorno esperado.
- Diseñar estrategias de marketing y posicionamiento digital, que reflejen el carácter sensorial y emocional del servicio, utilizando herramientas como redes sociales, contenidos audiovisuales y alianzas con microinfluencers.

## **Capítulo 2 - Metodología de investigación aplicada**

La presente investigación es de tipo exploratorio, descriptivo y aplicado, con enfoque cuantitativo. Su propósito es recolectar información que permita comprender las preferencias, expectativas y disposición de pago del público objetivo frente a la propuesta de IKIA: talleres sensoriales personalizados de armado de velas intencionadas. A partir de estos datos, se busca validar el encaje entre el producto y el mercado, y ajustar la propuesta a las necesidades detectadas.

### **Técnica de recolección de datos: Encuesta autoadministrada**

Se utilizará una única técnica: la encuesta autoadministrada.

Esta será distribuida de forma online a través de formularios digitales (google forms), permitiendo recolectar datos de manera ágil, accesible y económica. El cuestionario estará compuesto por preguntas cerradas y semiabiertas, diseñadas para captar información clave en torno a:

- Interés general por el servicio propuesto.
- Frecuencia con la que participarían de una experiencia como la que ofrece IKIA.
- Elementos que valoran en este tipo de actividades (ambiente, aromas, personalización, etc.).
- Precio máximo que estarían dispuestos a pagar.
- Duración ideal del taller.
- Valoraciones sobre el concepto de “experiencia sensorial” y “vela intencionada”.

La encuesta autoadministrada permite recolectar información estandarizada de una muestra amplia de personas. Es especialmente útil para conocer la demanda potencial y construir una propuesta ajustada a los intereses y posibilidades del público.

### Universo y muestra

El universo de estudio está compuesto por jóvenes y adultos, de entre 25 y 45 años, residentes en Mar del Plata, con afinidad hacia temáticas relacionadas con el bienestar emocional, la espiritualidad, la estética artesanal y el consumo consciente.

La muestra será no probabilística y por conveniencia, seleccionando participantes que se ajusten al perfil del público objetivo mediante difusión del formulario en redes sociales, círculos cercanos al emprendimiento y entornos vinculados al bienestar (estudios de yoga, ferias holísticas, etc.). Se prevé recolectar aproximadamente entre 30 y 50 respuestas.

### Instrumento

El instrumento será un cuestionario estructurado, compuesto por entre 10 y 12 preguntas en torno a:

- Datos generales (edad, sexo, ciudad)
- ¿Qué plataformas/redes sociales utilizan o consumen con más frecuencia? (Importante para dar a conocer el proyecto).
- Conocimiento y uso actual de velas artesanales
- ¿Qué fragancia prefieren?
- ¿Para que la utiliza? decorar, aromatizar, intencionar, meditar, etc.

- Interés por la experiencia de creación de velas y por el mundo espiritual/holístico, etc.
- Preferencias respecto a duración, formato, aromas y ambiente del evento.
- Lugar → De contratar el servicio → prefiere que sea en su casa (para algún cumpleaños, bautismos, etc), en eventos de yoga, juntada con amigas (vinito y velas), etc.
- ¿Qué tipo de presentación le gustaría? Envase de madera/cristal/metálico; velas con formas, etc.
- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la experiencia? Rango de precios.
- Expectativas sobre lo que debería incluir la propuesta.

El cuestionario será testeado previamente con un grupo reducido para validar su claridad y pertinencia, antes de su aplicación definitiva.

## Capítulo 3 - Análisis del entorno y diagnóstico estratégico

### 1. Entorno general

El entorno actual de consumo en Argentina presenta una creciente orientación hacia la búsqueda de bienestar emocional, equilibrio personal y experiencias con propósito. En un contexto social marcado por el estrés cotidiano, la hiperconectividad y la necesidad de reconexión interior, se ha consolidado una tendencia hacia el consumo consciente y la valorización de lo artesanal.

En el plano económico, pese a la inestabilidad inflacionaria y la reducción del poder adquisitivo, el público objetivo de IKIA continúa destinando parte de sus ingresos a productos y actividades vinculadas al bienestar personal, el diseño y la espiritualidad. Este fenómeno responde a una lógica de “autocuidado emocional” que impulsa el consumo de bienes y servicios simbólicos, como velas, difusores, rituales o experiencias sensoriales.

En el ámbito tecnológico, la expansión de plataformas digitales y redes sociales (Instagram, TikTok) ha permitido a los emprendimientos de pequeña escala alcanzar visibilidad y posicionarse mediante contenido experiencial y emocional. Esto representa una oportunidad para IKIA, que puede fortalecer su presencia digital y generar comunidad a partir del storytelling de marca.

En cuanto al entorno cultural y ambiental, las tendencias hacia la sustentabilidad y la producción ecológica respaldan la propuesta de valor de IKIA basada en el uso de cera de soja, insumos naturales y envases reutilizables. El público

muestra una creciente sensibilidad frente al impacto ambiental, favoreciendo la elección de productos artesanales frente a los industrializados.

## **2. Entorno competitivo**

El mercado de velas artesanales y experiencias holísticas en Mar del Plata y sus alrededores presenta una competencia fragmentada, con numerosos emprendimientos pequeños, la mayoría concentrados en la venta de productos terminados y no en la oferta de experiencias vivenciales.

- **Competencia directa:**

Talleres de elaboración de velas artesanales o de cosmética natural que ofrecen instancias prácticas similares, aunque sin componente espiritual o personalizado. Algunos espacios de yoga o tiendas holísticas organizan encuentros creativos, pero aún no de elaboración de velas.

- **Competencia indirecta:**

Actividades recreativas y de bienestar (jornadas de meditación, talleres de arte, clases de cerámica, yoga o mindfulness) que compiten por el mismo segmento de público que busca experiencias sensoriales, relajantes y grupales.

También compiten los emprendimientos de decoración, aromaterapia y espiritualidad que venden productos similares sin ofrecer experiencia participativa (velas, difusores, sahumeros, etc.).

<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Crecimiento del interés por experiencias con sentido y autocuidado.	Inflación y pérdida del poder adquisitivo que puede afectar la frecuencia de compra.
Expansión del consumo consciente y preferencia por lo artesanal y sustentable.	Saturación del mercado de velas artesanales y diferenciación limitada en precios.
Potencial de alianzas con espacios wellness, yoga y eventos privados.	Aparición de imitaciones de bajo costo o talleres improvisados.
Alta viralización de contenido en redes sociales mediante experiencias estéticas.	Dependencia de la organización presencial (limitaciones logísticas y de escala).

### **3. Ventaja competitiva de IKIA**

IKIA se diferencia por ofrecer una propuesta integral que combina:

- la creación personalizada de velas,
- la dimensión simbólica y energética de los materiales,
- y un entorno sensorial y social que favorece la conexión emocional.

Mientras los competidores se centran en la fabricación o venta del producto, IKIA ofrece una experiencia completa, donde el cliente participa activamente del proceso, genera su propia intención y se lleva un recuerdo emocional tangible.

Además, la estética de marca, la ambientación cuidada y el acompañamiento profesional refuerzan la percepción de calidad, posicionando a IKIA como un emprendimiento premium dentro del segmento holístico-artesanal.

#### 4. Estrategia de marketing

La estrategia de marketing de IKIA se orienta a posicionar la marca como referente local en experiencias holísticas y sensoriales, utilizando los contenidos generados durante los workshops como principal herramienta de comunicación. A través de los videos y fotografías capturadas en cada evento, se elaborarán campañas publicitarias en redes sociales —principalmente Instagram y TikTok— con el propósito de dar a conocer la propuesta, difundir la marca y promover tanto los futuros workshops como los productos complementarios (velas, difusores y home sprays). Estas piezas visuales reflejarán la experiencia auténtica de los participantes, fortaleciendo la credibilidad y el atractivo emocional de la marca.

Asimismo, se proyecta la colaboración con influencers vinculadas al ámbito del bienestar y la espiritualidad, a través de acuerdos de canje o difusión compartida. Entre las posibles colaboraciones se evalúa la participación de referentes como *Naty Franzoni*, cuyo perfil y audiencia se alinean con los valores y el propósito de IKIA. Esta estrategia busca potenciar el alcance, generar contenido orgánico y consolidar el reconocimiento de la marca dentro del segmento de consumidores interesados en el bienestar consciente y las experiencias con propósito.

## Capítulo 4 - Impacto del modelo de negocio y sostenibilidad.

### 1. Impacto económico

El modelo de negocio de IKIA genera impacto económico en dos niveles complementarios. *En primer lugar*, a través de la venta directa de workshops, que representan una fuente de ingresos sostenible, con costos variables controlados y margen creciente a medida que se incrementa la ocupación de cada edición. *En segundo término*, mediante la comercialización cruzada de productos tradicionales — velas aromáticas, difusores, home spray y velas de molde—, exhibidos estratégicamente durante los eventos en un espacio especialmente preparado para dar visibilidad al portafolio completo de la marca.

Esta dinámica permitió que varios participantes adquirieran productos adicionales, confirmando que el Workshop no solo cumple una función pedagógica y experiencial, sino que también se constituye en un canal de venta indirecto que potencia el consumo de artículos de la línea regular.

En consecuencia, el modelo de negocio integra ingresos recurrentes por la actividad y ventas incrementales por productos complementarios, consolidando un esquema de doble impacto que asegura estabilidad financiera, mayor rotación de inventario y posibilidades concretas de escalabilidad.

### 2. Impacto social

IKIA promueve un impacto social positivo al generar espacios de encuentro, creatividad y bienestar, donde los participantes comparten experiencias significativas

y fortalecen lazos afectivos. El taller, al centrarse en la confección de velas intencionadas personalizadas, estimula procesos de reflexión individual y conexión simbólica, lo que amplifica el valor emocional de la experiencia. En este sentido, el Workshop trasciende la lógica de un simple curso manual para consolidarse como una instancia de socialización con propósito, en la que cada persona se lleva no solo un producto tangible, sino también un recuerdo vinculado a su propia intención y a la interacción con otros. Este impacto fortalece la construcción de una comunidad en torno a la marca, potenciando la fidelización y la generación de relaciones duraderas.

### **3. Impacto en el área de marketing**

Desde la perspectiva de marketing, el Workshop se configura como una herramienta estratégica de posicionamiento. Por un lado, ofrece una propuesta innovadora y distinta que da a conocer el emprendimiento mediante la vivencia directa, lo que incrementa la recordación de marca. Por otro, la experiencia se convierte en un generador de contenido orgánico, ya que los participantes tienden a compartir fotos, videos y testimonios en redes sociales, ampliando el alcance de la marca a bajo costo. Esta combinación transforma al evento en un disparador de ventas y reputación, al integrar en una misma estrategia el marketing experiencial con la exposición comercial de productos tradicionales. Así, IKIA se posiciona como un emprendimiento diferencial, alineado con tendencias de consumo consciente y experiencias vivenciales, reforzando su visibilidad y legitimidad en el mercado.

## **4. Impacto tecnológico**

El modelo de negocio incorpora un uso estratégico de herramientas digitales que optimizan tanto la gestión interna como la comunicación externa.

- En el plano operativo, se utilizan formularios digitales (Google Forms) para la recolección de datos y encuestas post-evento, lo que permite sistematizar información clave para la toma de decisiones y la mejora continua.
- En términos de marketing, se aprovechan plataformas digitales (Instagram, TikTok, email marketing con Doppler) para difundir el servicio, gestionar reservas y fomentar la interacción con los clientes.

Este componente tecnológico posibilita la escalabilidad del negocio, al facilitar la trazabilidad de resultados, la fidelización de clientes y la creación de una comunidad online que acompaña a la marca más allá de los encuentros presenciales.

## **5. Impacto ambiental**

IKIA también contempla un compromiso ambiental, expresado en la selección de materiales y procesos. La utilización de cera de soja, un insumo renovable y biodegradable, en reemplazo de la parafina, reduce la huella contaminante. Asimismo, se promueve el uso de recipientes reutilizables y prácticas conscientes en la elaboración, reforzando el carácter sustentable de la iniciativa. Al fomentar un consumo basado en la creación artesanal y personalizada, se contrasta con la lógica de la producción masiva y se incentiva un vínculo más responsable entre las personas y los objetos que utilizan. Este componente ambiental contribuye a posicionar a IKIA

como un emprendimiento coherente con las demandas actuales de sustentabilidad y consumo consciente, fortaleciendo así su propuesta integral de valor.

## Capítulo 5 - Estructura del modelo de negocios

Tabla 1- Modelo de Negocios Canvas. Elaboración propia



## **1. Propuesta de valor**

IKIA ofrece una experiencia holística y creativa a través de workshops en los que los participantes diseñan y confeccionan su propia vela intencionada, eligiendo entre distintos aromas, hierbas y cristales según sus preferencias personales y simbólicas. La propuesta combina tres dimensiones:

- Artesanal, por el carácter personalizado y manual del proceso.
- Simbólica, al integrar significados asociados a los elementos seleccionados.
- Social, ya que los talleres generan espacios de encuentro y disfrute compartido.

Además, la propuesta incluye la posibilidad de adquirir productos tradicionales (velas aromáticas, difusores, home spray y velas de molde) en un entorno de cercanía y confianza, potenciando las ventas a través de la experiencia vivencial. De esta manera, IKIA se diferencia no solo por el producto, sino por la vivencia integral que ofrece, que trasciende la compra y fortalece el vínculo emocional con la marca.

## **2. Segmento de clientes**

El público objetivo está compuesto por personas de entre 25 y 45 años, residentes en Mar del Plata y alrededores, con afinidad hacia el bienestar personal, la espiritualidad y el consumo consciente. Se trata de individuos que valoran las experiencias con propósito, el diseño artesanal y las actividades que promueven el equilibrio entre mente y cuerpo.

Dentro de este segmento se identifican distintos subgrupos: quienes buscan un plan diferente para compartir con amigas o familiares, organizadores de eventos privados interesados en propuestas originales, y espacios de yoga o wellness que buscan incorporar talleres vivenciales en su oferta.

### **3. Canales**

IKIA emplea una estrategia de comunicación y distribución omnicanal, combinando medios presenciales y digitales para maximizar su alcance. Los workshops presenciales constituyen el principal punto de contacto con el público, donde se genera la experiencia de marca. En el plano digital, las redes sociales (Instagram y TikTok) funcionan como canales de inspiración y captación de clientes, a través de contenido visual atractivo que muestra el proceso creativo y los resultados de cada taller.

Además, el email marketing, gestionado con la herramienta Doppler, permite mantener una comunicación personalizada y constante con los participantes, fomentando la fidelización y la recompra.

### **4. Relación con clientes**

La relación con los clientes se caracteriza por la atención personalizada y el acompañamiento cercano en cada etapa del proceso. Durante los workshops, las facilitadoras guían a los participantes con calidez y profesionalismo, promoviendo un clima de confianza y disfrute.

Luego de cada edición, se realiza un seguimiento post-evento, mediante encuestas digitales y comunicación en redes sociales, que permite mantener el vínculo y obtener retroalimentación directa.

Asimismo, IKIA trabaja activamente en la construcción de una comunidad online, donde se comparten consejos, novedades y testimonios, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la lealtad hacia la marca.

## **5. Recursos clave**

El funcionamiento de IKIA depende de un conjunto equilibrado de recursos materiales, humanos y simbólicos. Entre los materiales se destacan los insumos de alta calidad (cera de soja, esencias naturales, cristales y recipientes reutilizables) y los elementos necesarios para el desarrollo de los talleres (kits, mobiliario, ambientación).

En cuanto a los recursos humanos, las facilitadoras capacitadas representan el corazón del servicio, aportando conocimiento técnico y contención emocional.

A nivel intangible, los pilares son el conocimiento holístico, la identidad de marca sólida y las herramientas digitales que permiten gestionar reservas, encuestas y comunicación con los clientes.

## **6. Actividades clave**

Las actividades principales del negocio se centran en la planificación y ejecución de los workshops, que incluyen el armado de kits, la ambientación del espacio, la guía teórica y la asistencia práctica a los participantes.

A su vez, IKIA realiza la producción de su línea de productos tradicionales (velas aromáticas, difusores y home sprays), que complementan la propuesta experiencial.

La gestión del marketing digital y la coordinación con aliados estratégicos también constituyen actividades esenciales, orientadas a mantener la visibilidad de la marca, ampliar la red de contactos y generar oportunidades de colaboración.

## **7. Socios clave**

El modelo de negocio se apoya en una red de socios estratégicos que garantizan su operación y expansión. Entre ellos se encuentran:

- Los proveedores de insumos, responsables de abastecer materiales sostenibles y de calidad.
- Los espacios aliados que brindan locaciones para el desarrollo de los talleres;
- Los profesionales de comunicación y diseño, que colaboran en la gestión visual y digital de la marca.

Además, IKIA mantiene alianzas con emprendimientos complementarios del sector bienestar y lifestyle, que aportan valor agregado mediante colaboraciones, eventos conjuntos o promociones cruzadas.

## **8. Estructura de costos**

El modelo requiere una inversión inicial moderada destinada a materiales base, ambientación y marketing digital. El financiamiento proviene de capital propio, reinversión de utilidades y preventa de workshops.

La estructura de costos se organiza en dos niveles principales: costos fijos por evento y costos variables por participante.

- **Costos fijos** por evento: incluyen aquellos necesarios para el funcionamiento operativo del workshop, tales como el alquiler del espacio y los honorarios de las facilitadoras. A esto se suman los costos asociados al marketing digital, que comprenden la inversión en publicidad en redes sociales y campañas de email marketing, junto con los costos de soporte operativo vinculados al diseño gráfico, la gestión de redes sociales y el mantenimiento de la comunidad digital.
- **Costos variables** por participante: dependen de la cantidad de asistentes y se relacionan directamente con la elaboración de los kits de trabajo. Entre ellos se incluyen los insumos principales (cera de soja, esencias, hierbas, cristales, recipientes, pabilos, sostenedores y dijes), los materiales de apoyo (folletos explicativos, elementos de pintura y candelabros) y la merienda ofrecida durante la actividad.

A mediano plazo, la rentabilidad se proyecta en función del aumento en la frecuencia de eventos y la venta cruzada de productos tradicionales.

## 9. Flujo de ingresos

El modelo de ingresos de IKIA se sustenta en una combinación de fuentes recurrentes y complementarias, que garantizan estabilidad y crecimiento a largo plazo.

La principal fuente proviene de la venta de workshops presenciales, tanto en formato abierto como en eventos privados personalizados. A ello se suman los ingresos generados por la comercialización de productos tradicionales —velas aromáticas, difusores, home spray y velas de molde—, que se exhiben y venden durante los talleres.

Asimismo, IKIA desarrolla ingresos complementarios mediante la venta de kits para el hogar, etiquetas personalizadas y ediciones temáticas orientadas a distintas intenciones o fechas especiales.

Este enfoque diversificado permite maximizar el valor de cada encuentro, elevar el ticket promedio y consolidar un flujo de ingresos constante, basado en la integración de lo vivencial y lo comercial dentro de una misma propuesta de valor.

## **Capítulo 6 - Análisis de pre-factibilidad técnica y de mercado**

La etapa de prefactibilidad tiene como objetivo verificar la viabilidad técnica y operativa del proyecto antes de avanzar a los análisis financieros. En este punto, se busca validar si las condiciones del entorno, la demanda potencial y la estructura operativa proyectada permiten sostener la propuesta de valor de IKIA.

### **1. Análisis de la demanda**

El mercado del bienestar y las experiencias holísticas en Mar del Plata se encuentra en etapa de crecimiento, con un público cada vez más interesado en actividades que integren creatividad, relajación y conexión emocional. La alta participación registrada en el primer workshop y las reiteradas consultas recibidas a través de redes sociales evidencian una demanda insatisfecha por este tipo de experiencias presenciales.

Si bien se trata de un proyecto en etapa inicial, la tendencia general del consumo consciente, la sostenibilidad y la búsqueda de experiencias con propósito respalda una proyección creciente de la demanda.

## **2. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto se define como la capacidad máxima de participantes que IKIA puede atender de manera eficiente en cada edición de su workshop holístico. Esta dimensión determina el nivel de recursos materiales, humanos y logísticos requeridos para mantener la calidad del servicio y garantizar una experiencia personalizada.

Cada evento cuenta con un cupo máximo de 12 participantes, número determinado en función del espacio físico disponible, la duración del taller y la necesidad de brindar un acompañamiento cercano durante todo el proceso de creación. Este tamaño permite mantener un equilibrio entre productividad, confort y atención individualizada, pilares fundamentales del concepto de experiencia sensorial que caracteriza a IKIA.

En términos anuales, se proyecta la realización de dos workshops mensuales durante un período operativo de diez meses al año, considerando una pausa en los meses de enero y febrero por cuestiones estacionales.

De este modo, el proyecto alcanza una capacidad máxima de 20 eventos anuales, con 12 participantes por edición, lo que representa una participación potencial de 240 personas por año.

## **3. Localización**

Los workshops se llevan a cabo en espacios alquilados temporalmente para cada edición, tales como salas de arte, estudios holísticos o locales gastronómicos aliados, ubicados en zonas estratégicas como Güemes, Playa Grande o el Centro Comercial Alberti.

Esta elección permite:

- Reducir costos fijos, evitando la necesidad de un local propio.
- Adaptar la ambientación y el tamaño del espacio según el número de participantes.
- Colaborar con otros emprendimientos locales, fortaleciendo la red comercial y la visibilidad de IKIA.

De esta manera, la localización mantiene coherencia con la identidad de la marca (flexible, sensorial y artesanal) y contribuye al posicionamiento del proyecto dentro de un circuito de experiencias urbanas y conscientes.

#### **4. Punto de equilibrio**

##### a. Costos Fijos por evento

Incluyen aquellos necesarios para el funcionamiento operativo del workshop, tales como:

- el alquiler del espacio/salon: \$70.000 (4hs)
- Los honorarios de las facilitadoras: \$28.000 x 2 asistentes: \$56.000
- Publicidad/Marketing: \$9.800 (Por workshop)

Total CF: **\$135.800**

##### b. Costos variables por persona

- Palito para revolver: \$133
- Vaso descartable: \$64

- Sostenedor de pabilo: \$37
- Cera: \$722
- Endurecedor: \$50
- Esencia: \$800
- Gotero esencia: \$213
- Mantel de papel: \$167
- Flores secas: \$580
- Cristales: \$875
- Envases: \$1.490
- Impresiones detalles: \$300
- Pabilo: \$26
- Ojalillo: \$12
- Vela candelabro: \$500
- Pintura velas candelabro: \$310
- Dije cristal: \$790
- Bolsa para llevarse: \$296
- Bolsita candelabro: \$13
- Bolsa dije: \$15
- Merienda: \$3.000

Total por persona: **\$10.393**

c. Cálculo del precio de equilibrio

- Cantidad máxima de participantes: 12
- Costos Variables Unitarios (CVu): \$10.393

- Costos fijos por evento: \$135.800

$$P_{eq} = \frac{CF}{Q} + CVu$$

$$P_{eq} = 135.800/12 + 10.393$$

$$P_{eq} = 11.316,67 + 10.393 = 21.709,67$$

El **precio de equilibrio** es **\$21.710 por participante**.

Esto significa que, con un cupo completo de 12 participantes, el workshop debería fijar un precio mínimo de **\$21.710** para cubrir la totalidad de los costos fijos y variables del evento.

d. Determinación del precio final de venta

Para establecer un precio competitivo y asegurar la rentabilidad del modelo, se aplica un margen de ganancia del 35 % sobre el precio de equilibrio:

$$P_{venta} = P_{eq} \times (1 + 0.35)$$

$$P_{venta} = 21.710 \times 1.35 = 29.308,5$$

Por lo tanto, el precio final sugerido se establece en **\$30.000** por participante.

Este valor asegura la cobertura total de los costos y una rentabilidad adecuada, permitiendo además la reinversión en futuras ediciones, mejoras de ambientación y ampliación de la propuesta.

De esta manera, IKIA garantiza la sostenibilidad económica del modelo y la coherencia entre la calidad del servicio ofrecido y el valor percibido por los participantes.

## Capítulo 7 - Evaluación económica y financiera del proyecto

La etapa de factibilidad tiene como objetivo evaluar la viabilidad económica y financiera del proyecto, considerando los flujos esperados de ingresos y egresos en un horizonte temporal determinado.

Permite analizar la capacidad del modelo para sostenerse en el tiempo, generar beneficios y contribuir al crecimiento del emprendimiento.

### 1. Contexto

El proyecto IKIA se enmarca en un entorno económico de riesgo moderado, propio del contexto inflacionario argentino, donde los costos operativos presentan variaciones constantes. A pesar de ello, el modelo se sustenta en una estructura flexible y de baja inversión inicial, lo que reduce la exposición al riesgo financiero.

La creciente tendencia hacia el consumo consciente y las experiencias personalizadas ofrece un escenario favorable para la propuesta, permitiendo proyectar un crecimiento gradual y sostenido del emprendimiento en el mediano plazo.

### 2. Enfoque

Para la evaluación financiera del proyecto se adoptó un **enfoque tradicional**, propio de los modelos de análisis de inversiones en contextos de emprendimientos de pequeña escala.

Este enfoque se basa en la utilización de herramientas clásicas de evaluación de proyectos —como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el

Período de Recupero (Payback)— que permiten medir la rentabilidad esperada y comparar el rendimiento del proyecto frente a una tasa de oportunidad o costo de capital.

### **3. Horizonte temporal**

El horizonte temporal de evaluación se fija en **dos años**, período considerado adecuado para analizar la estabilidad del modelo de negocio, la evolución de la demanda y la recuperación de la inversión inicial.

Durante este lapso se proyecta la realización de dos workshops mensuales, con una capacidad máxima de 12 participantes por evento, lo que representa un total de 24 ediciones anuales.

El primer año se destina a la consolidación operativa y posicionamiento de marca, mientras que el segundo año permite medir la estabilidad financiera y el crecimiento sostenido del proyecto.

Este horizonte permite identificar con precisión el momento de recuperación de la inversión (payback) y estimar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), indicadores clave para determinar la rentabilidad del emprendimiento.

El análisis a dos años resulta coherente con la naturaleza del proyecto IKIA, caracterizado por una inversión inicial baja, rotación rápida del capital y estructura de costos flexible, factores que permiten proyectar resultados positivos en un período corto de maduración.

#### 4. Tasa de corte

Para determinar la **tasa de rendimiento exigida** del proyecto se aplica el modelo **CAPM**, que permite estimar el costo de oportunidad del capital ajustado al riesgo del emprendimiento.

La tasa de corte es el costo de oportunidad del capital invertido y el riesgo del proyecto. Se utiliza en la evaluación de proyectos para traer los flujos de fondos futuros a valor presente.R

$$r = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

Donde:

- **r**: tasa de rendimiento exigida (tasa de corte del proyecto)
- **R<sub>f</sub>**: tasa libre de riesgo. Bonos del tesoro de EEUU (4,14%)
- **R<sub>m</sub>**: rendimiento esperado del mercado (promedio de retorno de inversiones comparables). Variación Merval.

- Merval 24/09/2025: 1.773.439,63

- Merval 12/10/2023: 728.170,91

$$\mathbf{R_m} = 1.773.439,63 - 728.170,91 / 1.773.439,63 \times 100 = \mathbf{58,95 \%}$$

- **β (beta)**: medida del riesgo del proyecto respecto al mercado. Tomamos el beta de entretenimiento (1,04%)

### **Reemplazando los valores:**

$$K = 4,14 + 1,04 \times (58,95 - 4,14) = 61,14\%$$

En consecuencia, la **tasa de corte del proyecto es del 61,14 % anual**, valor que representa la rentabilidad mínima que debe generar IKIA para resultar económicamente atractivo frente a otras alternativas de inversión de similar riesgo.

Esta tasa se utilizará como base para descontar los flujos de fondos proyectados y evaluar la conveniencia financiera del emprendimiento a través de los indicadores VAN, TIR y Período de Recupero.

## **5. Flujo de fondos**

El flujo de fondos del proyecto contempla los **ingresos, egresos y resultados netos** estimados para los dos primeros años de operación, con el objetivo de evaluar la **viabilidad económica y financiera** del modelo IKIA.

### **➤ Momento 0: Inversión inicial**

La inversión inicial es el conjunto de gastos o desembolsos necesarios para poner en marcha el proyecto antes de generar ingresos:

- 2 ollas para derretir la cera:  $\$39\text{dol} \times \$1.457$  (cotización 9/10/2025)  $\times 2 = \$113.646$
- 3 jarras de plástico:  $\$3.500 \times 3 = \$10.500$
- 3 espátulas para revolver:  $\$2.333.3 \times 3 = \$7.000$

- 12 pinzas = \$11.880
- 12 pinceles = \$7.908

Total estimado: **\$150.934**

### ➤ **Ingresos**

Los ingresos surgen de la venta directa de los workshops, donde cada edición contempla la participación de hasta 12 personas.

Se proyecta la realización de dos workshops mensuales durante diez meses al año, alcanzando 20 eventos anuales.

El precio de venta estimado por participante es de \$30.000 para el primer año.

En consecuencia:

- Ingresos año 1 = 12 participantes × 20 workshops × \$30.000 = \$7.200.000

Para el **segundo año**, se prevé un incremento de **15 %** en el precio promedio (ajuste por posicionamiento de marca):

- Ingresos año 2 = \$7.200.000 \* 1.15 = **\$8.280.000**

Siguiendo esta línea, para el **tercer año** tendríamos un incremento del **15%** en el precio promedio, por ende:

- Ingresos año 3 = \$8.280.000 \* 1.15 = **\$9.522.000**

### **Externalidades**

Además de los ingresos provenientes de los workshops, el proyecto genera externalidades económicas positivas a través de la comercialización cruzada

de productos tradicionales —velas aromáticas, difusores, home spray y velas de molde—.

Estos productos son exhibidos estratégicamente durante los eventos, en un espacio especialmente ambientado para dar visibilidad al portafolio completo de la marca, incentivando la compra impulsiva y reforzando el vínculo emocional con IKIA.

La proyección de ingresos por externalidades se calcula a partir del comportamiento estimado de compra observado en experiencias similares, bajo los siguientes supuestos:

- Precio promedio de venta de una vela: \$12.500
- Porcentaje de compra estimado: 3 de cada 12 participantes (25 %)
- Cantidad de workshops anuales: 2 por mes durante 10 meses → 20 eventos/año
- Participantes por evento: 12

**Cálculo Año 1** =  $\$12.500 * 3 * 20 = \$750.000$

Para el **Año 2**, se proyecta un **incremento del 15 %** debido al fortalecimiento del posicionamiento de marca y al aumento de la fidelización de clientes:

$750.000 * 1.15 = \$862.500$ .

Para el **tercer año**, también con un **incremento del 15%** para seguir posicionando aún más la marca, conseguiríamos tener **\$991.875** de ingresos por externalidades (  $\$862.500 * 1.15$ ).

➤ **Amortización**

Suponemos que la vida útil de cada máquina de derretir la cera es de 3 años.

Por lo que calculamos:

$\$56823 / 3 = \$18.941$  amortización anual.

<b>Concepto</b>	<b>Momento 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ingresos		\$7.200.000	\$8.280.000	\$9.552.000
Externalidades		\$750.000	\$862.500	\$991.875
Costos Variables		(\$2.974.320)	(\$2.974.320)	(\$2.974.320)
Alquiler		(\$1.400.000)	(\$1.400.000)	(\$1.400.000)
Sueldos		(\$1.120.000)	(\$1.120.000)	(\$1.120.000)
Publicidad		(\$196.000)	(\$225.400)	(\$259.210)
Amortización		(\$37.882)	(\$37.882)	(\$37.882)
<b>SUBTOTAL</b>	\$0	\$2.221.798	\$3.384.898	\$4.722.463
IIGG (35%)	\$0	(\$777.629)	(\$1.184.714)	(\$1.652.862)
Amortización		\$37.882	\$37.882	\$37.882
Inversión	(\$150.934)			
<b>FF NETOS</b>	<b>(\$150.934)</b>	<b>\$1.482.051</b>	<b>\$2.238.066</b>	<b>\$3.107.483</b>

Una vez que tenemos los flujos de fondo, calculamos el VAN. El **Valor Actual Neto (VAN)** es uno de los principales indicadores utilizados en la evaluación financiera de proyectos de inversión. Representa el valor presente de los flujos netos de fondos que generará el emprendimiento a lo largo del tiempo, descontados a una tasa que refleja el **costo de oportunidad del capital** o la **tasa mínima de rendimiento exigida** por el inversor. El VAN se calcula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Flujo_t}{(1+k)^t} - Inversión\ inicial$$

Aplicada a nuestro flujo de fondos sería:

$$VAN = 1.482.051 / (1+0.6114)^1 + 2.238.066 / (1+0.6114)^2 + 3.107.483 / (1+0.6114)^3 - 150.934$$

$$VAN = 919.529 + 861.918 + 742.675 - 150934 = \mathbf{\$2.373.187}$$

El resultado **VAN = \$2.373.187** significa que, después de recuperar la inversión inicial y descontar los flujos a la tasa de corte del 61,14 %, el proyecto genera un beneficio neto equivalente a \$2,3 millones en valor presente.

Por lo tanto, IKIA es financieramente viable y supera la rentabilidad mínima exigida por el modelo CAPM.

Podemos concluir, que el análisis de factibilidad confirma la **viabilidad económica y financiera del proyecto IKIA**, evidenciando que la propuesta es rentable y presenta un riesgo moderado en función de la inversión inicial. La aplicación del modelo CAPM permitió determinar una **tasa de corte del 61,14 % anual**, frente a la cual el **Valor Actual Neto**

(VAN) resultó positivo en **\$2.373.187**, demostrando que el emprendimiento genera valor incluso bajo condiciones exigentes del mercado.

En síntesis, IKIA se presenta como un proyecto **financieramente sólido y sostenible**, con una estructura de costos equilibrada, rápida recuperación de la inversión y un modelo de negocio innovador que integra producción artesanal y experiencias de bienestar, validado por la buena aceptación del público objetivo.

## **Capítulo 8 - Implementación y validación del modelo de negocio**

### **Workshop holístico**

#### **Objetivo del evento**

El Workshop se organizó como una experiencia piloto destinada a validar la propuesta de valor del modelo de negocio de IKIA. El objetivo principal fue observar la recepción de los participantes ante la creación de velas intencionadas en un entorno guiado y sensorial, evaluando tanto el interés en la actividad como los elementos más valorados de la experiencia, tales como el acompañamiento, los materiales, la personalización y la ambientación. Este evento se enmarca dentro de la metodología de validación planteada en la investigación, consistente en testear la viabilidad comercial mediante instancias prácticas y recolección de información directa del público objetivo.

La actividad contó con la participación de diez personas pertenecientes al perfil previamente definido (afinidad con el bienestar, la espiritualidad y el consumo consciente) y fue coordinada por dos facilitadoras responsables de guiar el componente teórico, asegurar las condiciones de seguridad durante el trabajo con materiales y brindar asistencia técnica en cada etapa del proceso.

El encuentro tuvo como finalidad introducir el concepto de “vela intencionada” y su dimensión simbólica, a la vez que permitió a los participantes personalizar su propia vela mediante la elección de aromas, hierbas y cristales en función de sus preferencias e intenciones. De este modo, se buscó no solo ofrecer un espacio creativo y de aprendizaje práctico, sino también relevar percepciones, motivaciones y valoraciones sobre la experiencia, con el fin de retroalimentar el diseño definitivo del servicio.

Además de la instancia de producción artesanal, la propuesta incluyó un espacio social y sensorial de merienda compartida, que favoreció la distensión, el intercambio interpersonal y la construcción de un ambiente armónico. La ambientación cuidada, la interacción entre participantes y el acompañamiento constante consolidaron la percepción de un encuentro artesanal, simbólico y holístico, en coherencia con el propósito de IKIA de ofrecer vivencias significativas que trascienden la simple adquisición de un producto.

### **Desarrollo (Paso a paso)**

La jornada comenzó con la **bienvenida a los participantes**, en la que se presentó el proyecto IKIA y se explicó el propósito del encuentro, concebido como una experiencia creativa y holística con enfoque sensorial. En este espacio inicial también se comunicaron las pautas básicas de seguridad e higiene necesarias para trabajar con cera caliente, esencias y demás materiales, garantizando un desarrollo seguro y ordenado de la actividad.



A continuación, cada participante recibió un **kit individual** con materiales estandarizados para la confección de la vela: recipiente de vidrio, cera de soja, esencias aromáticas, hierbas/flores botánicas, cristales, vasitos descartables, palito para revolver, sostenedor de pabilo, pabilo y pinzas. Se verificó que cada kit estuviera completo y se explicó su uso antes de comenzar.



Posteriormente, se brindó una **explicación introductoria** sobre las velas intencionadas y los principales componentes de personalización:

A. Esencias aromáticas:

- Lavanda: relajante y equilibrante, ideal para meditación.

- Coco Vainilla: cálida y reconfortante, crea sensación de hogar.
- Nag Champa: aroma espiritual que favorece la introspección.
- Rosas & Lavanda: combinación clásica para armonizar emociones, conectar con la calma interior y abrir el corazón.
- Naranja & Vainilla: aroma dulce y alegre, ideal para atraer energía positiva y bienestar.
- Lavanda & Vainilla: mezcla relajante y cálida; ayuda a soltar tensiones y crear un ambiente acogedor.
- Flores Blancas & Citric: fresca y pureza en equilibrio; invita a la claridad mental y la renovación energética.
- Té Verde & Gardenia: fragancia sutil y equilibrada; promueve serenidad, vitalidad y conexión con la naturaleza.

#### B. Flores botánicas/hierbas

- Lavanda: calma la mente, alivia el estrés y protege la energía.
- Rosas secas: simbolizan amor, armonía y apertura del corazón.
- Romero: limpia energías negativas, aporta claridad y enfoque.
- Anís estrellado: atrae buena fortuna, equilibrio y protección.
- Canela: activa la prosperidad, vitalidad y conexión espiritual.

### C. Cristales

- Amatista: favorece la intuición, paz interior y protección.
- Turmalina negra: absorbe energías negativas y brinda seguridad.
- Citrino: Impulsa la confianza, la creatividad y la prosperidad material.
- Jaspe rojo: Aporta seguridad, pasión y fuerza para avanzar.
- Cuarzo rosa: conecta con el amor propio y la armonía emocional.
- Cuarzo cristal: potencia intenciones y limpia vibraciones.
- Cuarzo verde: Aporta bienestar y prosperidad, brindando equilibrio y calma emocional.

En paralelo, se entregó a cada participante un **folleto de apoyo** que incluía la descripción de cada uno de estos componentes, diseñado para que pudieran **marcar los elementos seleccionados** al momento de confeccionar su vela. Este recurso no solo facilitó la organización durante la práctica, evitando que olvidaran qué materiales habían elegido, sino que también les permitió llevarse un registro personal para **consultar y releer posteriormente**, reforzando los aprendizajes adquiridos y recordando los significados transmitidos durante el encuentro.



**La primera etapa práctica** consistió en la **creación de la vela**, donde cada participante seleccionó de manera personalizada las esencias, hierbas o flores botánicas y cristales en función de la intención que deseaba plasmar en su elaboración. Con la asistencia permanente de las coordinadoras, se dosificaron las esencias en los recipientes descartables, se integraron a la cera de soja a la temperatura adecuada y luego se vertió la mezcla en el recipiente elegido, asegurando la correcta colocación del pabito mediante el sostenedor correspondiente. Finalmente, se revisó que la alineación del pabito fuera la adecuada, que el nivel de llenado resultara uniforme y que los elementos decorativos se distribuyeran de manera equilibrada en la superficie.



Mientras la mezcla se asentaba y se producía la integración de la cera con las esencias y hierbas seleccionadas, se llevó a cabo un **momento de pausa y merienda** que permitió a los participantes distenderse y socializar. Se ofrecieron diversas infusiones —mate, café y té— junto con opciones dulces y saladas como budín de limón, budín de chocolate, medialunas, chipá, masas secas y palitos salados de queso. Este espacio no solo reforzó el carácter sensorial de la experiencia, sino que también favoreció la interacción entre los asistentes y optimizó el tiempo técnico de enfriado de las velas.



A continuación, se desarrolló una **segunda instancia práctica** enfocada en la **pintura del candelabro**, con el objetivo de ampliar la personalización de la experiencia y sumar un componente artístico. Cada participante recibió un set compuesto por un candelabro, pincel, vaso con agua y pinturas de diferentes colores. Muchas de las participantes buscaron inspiración en plataformas como Pinterest y compartieron ideas entre sí, generando un ambiente creativo y participativo. El intercambio espontáneo de referencias visuales y técnicas favoreció la producción de diseños originales, reflejando la creatividad individual y colectiva del grupo.



Como parte del cierre de la jornada, se organizó un **sorteo sorpresa** de una vela aromática del emprendimiento, lo que generó entusiasmo adicional y contribuyó a fortalecer el vínculo emocional con la marca.



Además, como gesto de agradecimiento, cada participante recibió un **dije con un cristal al azar**, acompañado de una tarjeta explicativa sobre sus propiedades energéticas. Esta sorpresa complementa la experiencia y refuerza el carácter simbólico del encuentro.

Finalmente, se realizó un **cierre grupal** en el que las facilitadoras expresaron su agradecimiento y se abrió un espacio de retroalimentación, donde los participantes

compartieron percepciones, aprendizajes y sugerencias. Posteriormente, se envió una **encuesta post-evento**, que permitió relevar de manera estructurada las valoraciones sobre la experiencia, el interés general, los elementos más apreciados, la disposición de pago y las preferencias respecto al formato y la duración. Este instrumento aportó insumos clave para la validación y el ajuste del modelo de negocio.

## **Encuesta post-evento**

El propósito de esta encuesta es evaluar la experiencia vivida por los asistentes a los talleres sensoriales de IKIA, recogiendo información clave sobre la percepción general de la actividad, la claridad y utilidad de las explicaciones brindadas durante el proceso de creación de velas intencionadas, la valoración del servicio recibido en relación al precio abonado, y el nivel de satisfacción respecto a la organización y el ambiente del evento. Asimismo, busca identificar sugerencias y aspectos de mejora señalados por los participantes, con el fin de optimizar la propuesta, fortalecer la calidad de la experiencia y consolidar la fidelización de los clientes en futuras ediciones.

Link encuesta:

<https://docs.google.com/forms/d/1b9mA8uXtbGRppepiANpqFnPezVajNwM8a13nTrRTEEs/edit#responses>

### ¿Cómo calificarías la experiencia del Workshop Holístico?

10 respuestas

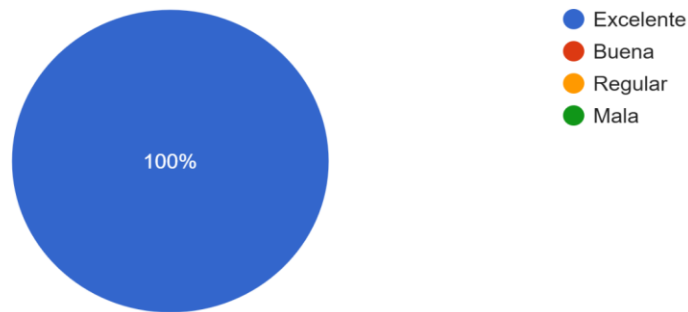


Gráfico 1 - Clasificación de la experiencia. Elaboración propia.

La totalidad de los participantes calificó la experiencia como **Excelente**, lo que refleja un consenso absoluto respecto a la calidad de la actividad. Este resultado constituye un indicador directo de la satisfacción global, validando tanto el diseño metodológico del workshop como la ejecución del mismo. El carácter unánime de la valoración demuestra que la propuesta no solo cumplió, sino que superó las expectativas de los participantes, consolidando la pertinencia de este tipo de experiencias vivenciales dentro del modelo de negocio de IKIA.

### ¿Qué te pareció la explicación y guía brindada durante la actividad?

10 respuestas

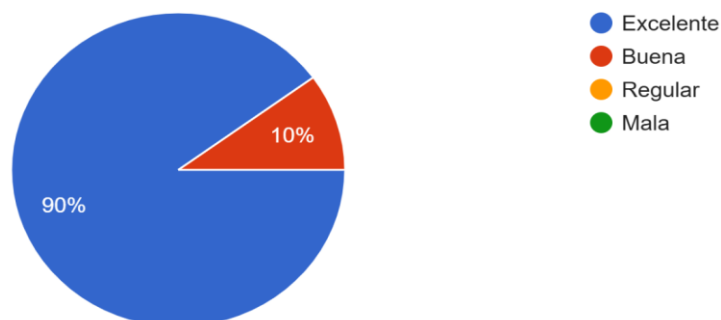


Gráfico 2 - Evaluación de la experiencia y guía. Elaboración propia.

El 90% de los participantes calificó la explicación y guía como **Excelente**, mientras que un 10% la consideró **Buena**. Esto sugiere que la conducción del evento fue en términos generales muy clara, didáctica y contenida. La única respuesta en la categoría “Buena” puede interpretarse como una oportunidad de mejora puntual: reforzar la comunicación en momentos críticos de la práctica, por ejemplo durante la integración de esencias o la decoración del candelabro. En conjunto, los datos muestran que la **mediación pedagógica** fue altamente valorada y que la percepción de profesionalismo de las facilitadoras constituye un activo central para futuras ediciones.

¿Qué opinas de la relación entre el precio abonado y el servicio recibido?

10 respuestas

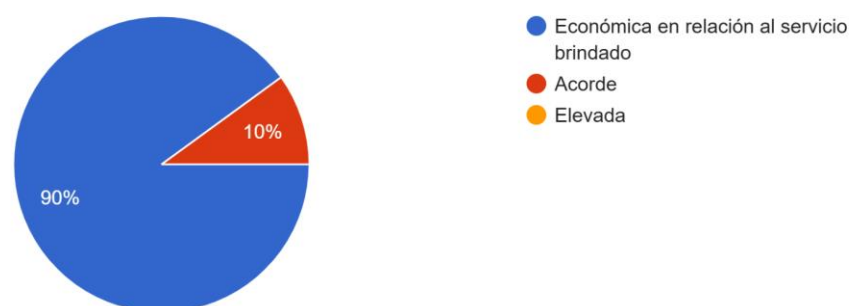
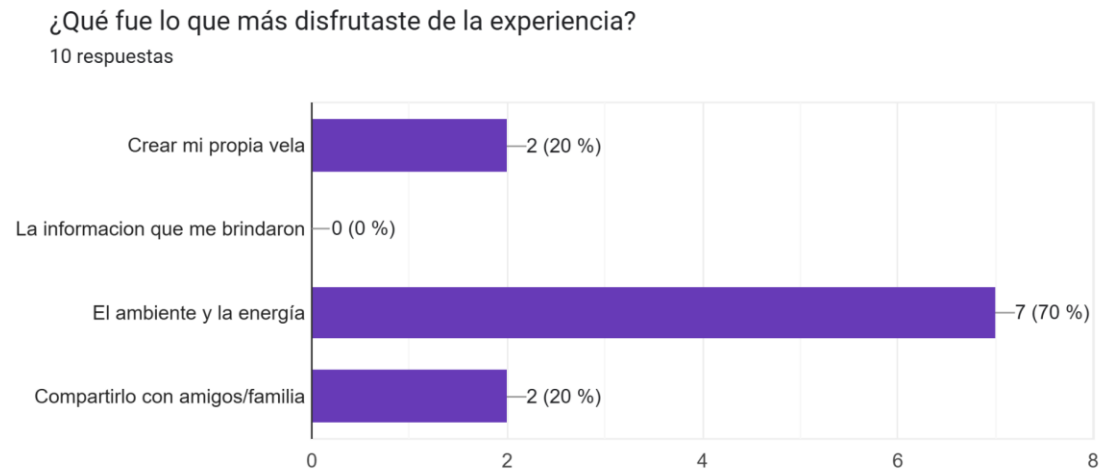


Gráfico 3 - Relación precio/servicio. Elaboración propia.

La gran mayoría (90%) consideró la relación **económica**, mientras que el 10% restante la evaluó como **acorde**. Este resultado evidencia que el valor percibido por los participantes supera al monto abonado, lo que confirma la competitividad del precio fijado. Además, habilita dos posibles líneas de acción estratégica:

- Mantener el precio actual como ventaja comparativa en fases iniciales de expansión
- Proyectar un ajuste gradual acompañado de agregados de valor (por ejemplo, personalización de etiquetas o ampliación de materiales).

En cualquier caso, los datos confirman que la propuesta es vista como accesible y que los participantes reconocen un alto retorno simbólico y experiencial frente al desembolso económico realizado.

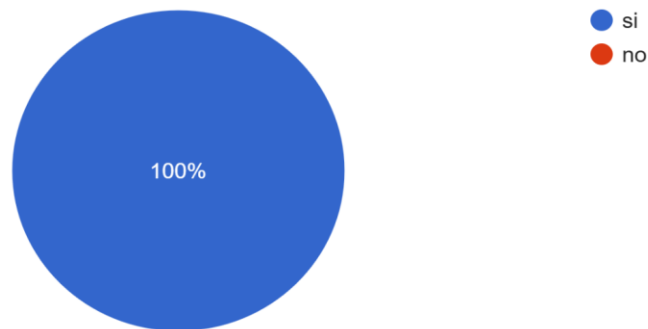


*Gráfico 4 - Valoración/percepción de la experiencia. Elaboración propia*

Las respuestas destacan tres ejes principales de disfrute: el ambiente y la energía generada (factor predominante), la creación de la propia vela intencionada y la posibilidad de compartir el momento con amigos o familiares. Estos aspectos muestran que la propuesta no es percibida únicamente como un taller manual, sino como una experiencia integral que articula lo emocional, lo creativo y lo social. En este sentido, el workshop logra diferenciarse de actividades tradicionales, al ofrecer un espacio de conexión personal y colectiva, reforzando el posicionamiento de IKIA como un servicio con fuerte carga simbólica y vivencial.

¿Recomendarías este Workshop a otras personas?

10 respuestas



*Gráfico 5 - Nivel de satisfacción. Elaboración propia.*

El 100% de los participantes afirmó que recomendaría el workshop, lo que constituye un indicador de lealtad y satisfacción máxima. Este nivel de recomendación garantiza un alto potencial de difusión orgánica mediante el boca a boca, una de las herramientas más efectivas para la consolidación de propuestas emergentes. La disposición a recomendar no solo refleja satisfacción con la experiencia en sí misma, sino también confianza en el emprendimiento y en su capacidad para sostener el mismo estándar en futuras ediciones.

## **Apertura cualitativa**

### **6.1 “¿Qué es lo que más te gustó?”**

- “El profesionalismo y conocimiento de las chicas a la hora de organizar el workshop”.
- “Me encantó la dedicación y el amor que le pusieron al workshop que se notaba en cada detalle. También la explicación súper clara y el valor agregado de espiritualidad que se le dio!”

- “Todo estuvo hermoso”.
- “El lindo ambiente que compartimos con amigos y familia, mientras que hacíamos nuestra propia vela”
- “La propuesta en si, hacer algo diferente un sábado de lluvia. Compartir con energía super positiva”.
- “Pintar la vela de candelabro”
- “La predisposición de las chicas para explicar, y hacer un plan diferente con amigas”
- “La buena onda de las anfitrionas y el momento compartido”
- “Me encantó la experiencia ya que nunca había realizado algo similar , y disfrutar un momento distinto con amigas con la mejor onda !!!!”

El análisis de las respuestas abiertas permitió identificar seis grandes temas: (i) el ambiente y la energía positiva del encuentro, (ii) la claridad en la explicación y el guiado, (iii) la oportunidad de vivir una experiencia diferente, (iv) la dimensión simbólica de intencionar un propósito, (v) la actividad artística de pintar el candelabro, y (vi) el componente social de compartir con amigas y familiares.

La diversidad de estas valoraciones evidencia que el workshop logró impactar en múltiples dimensiones: pedagógica, creativa, emocional y social. Este carácter multifacético constituye un diferencial competitivo frente a otros talleres más acotados a su alcance.

## 6.2 “¿Qué aspectos se podrían mejorar?”

- “Nada, todo super!”
- “La duración me pareció súper acorde con las actividades que se realizaron, los materiales estaban muy bien dispuestos y elegidos. Además estaba todo visualmente muy prolijo y atractivo para comenzar con la actividad. La música super relajante y la mesa alargada permitía que todas podamos charlar entre todas. Me encantó tener la explicación de cada piedra a mano, las explicaciones de las esencias, poder olerlas para elegir.. creo que fue una experiencia sensorial super linda. La comida estaba super rica. Tal vez agregaría el mate desde el principio para ir tomando mientras se van enfriando las velas. Se me ocurre que también estaría bueno poder personalizar la etiqueta de la vela (comprar un papel adhesivo y fibrones para que cada una le pegue su etiqueta y escriba lo que lleva su vela y el significado si se quiere)... como una opción para un nuevo encuentro! ¡Me encantó chicas!”
- “Todo espectacular.”
- “Estuvo todo de acuerdo a mis expectativas, no cambiaría nada”.
- “Me pareció todo perfecto”
- “Como para mejorar sería conocer nuevas técnicas para realizar las velas !!!!”

La mayoría de los participantes indicó que no realizaría cambios, utilizando expresiones como “todo perfecto” o “no cambiaría nada”. Sin embargo, surgieron algunas sugerencias concretas: ofrecer mate desde el inicio de la merienda, permitir la personalización de etiquetas en las velas y ampliar la propuesta con nuevas técnicas de confección. Estas observaciones, si bien minoritarias, aportan ideas de fácil implementación y bajo costo que

pueden enriquecer el taller sin alterar su dinámica esencial. Al mismo tiempo, evidencian un interés en profundizar y diversificar la experiencia, lo que abre posibilidades de crecimiento en formatos avanzados o complementarios.

### **Impacto del workshop**

El análisis de la encuesta post-evento evidencia que el Workshop alcanzó un nivel de satisfacción sobresaliente, reflejado en la unanimidad de las calificaciones positivas y en la intención de recomendación total por parte de los participantes. La propuesta fue percibida como accesible en relación con el precio, incluso por encima del valor abonado, lo que confirma la solidez de la relación costo–beneficio. Los aspectos más disfrutados se vinculan con la energía y el ambiente generados, la posibilidad de crear un objeto único cargado de intención y el componente social de compartir la experiencia, lo que posiciona al taller como una propuesta integral que combina lo simbólico, lo artesanal y lo relacional. A su vez, las valoraciones abiertas ratifican la calidad del acompañamiento y la claridad de las facilitadoras, al tiempo que sugieren mejoras puntuales de bajo costo y fácil implementación (como la personalización de etiquetas o la incorporación de nuevas técnicas) que representan oportunidades para fortalecer futuras ediciones. En conjunto, los resultados validan de manera contundente la pertinencia del modelo de negocio de IKIA y ofrecen insumos estratégicos para su consolidación y escalabilidad.

Además de validar la propuesta vivencial y confirmar altos niveles de satisfacción por parte de los participantes, el Workshop funcionó como una herramienta estratégica de posicionamiento comercial. Durante el evento, los productos tradicionales de IKIA —velas aromáticas, difusores, home spray y velas de molde— fueron exhibidos en un mueble especialmente dispuesto a la vista de los participantes. Esta estrategia permitió que, mientras

se desarrollaba la experiencia, los asistentes pudieran conocer de manera directa el portafolio completo de la marca, generando un entorno propicio para estimular la curiosidad y el interés de compra.

El análisis posterior muestra que varios participantes adquirieron productos adicionales, lo que confirma que el Workshop no solo cumple una función de marketing experiencial — dando a conocer el emprendimiento mediante una propuesta innovadora y distinta—, sino que también actúa como canal de venta indirecto al impulsar el consumo de los artículos tradicionales. De esta manera, el evento trasciende su valor pedagógico y simbólico para convertirse en un disparador de ventas, incrementando las ganancias del emprendimiento y potenciando la rotación de inventario.

En síntesis, el Workshop se consolida como un modelo de doble impacto: por un lado, fortalece el reconocimiento de la marca a través de una experiencia holística diferencial; por el otro, genera un efecto multiplicador sobre las ventas al motivar a los participantes a incorporar productos de la línea regular, integrando así lo vivencial con lo comercial en una misma estrategia.

## Capítulo 9 - Conclusión general y proyecciones futuras

El desarrollo del proyecto IKIA permitió comprobar la factibilidad técnica, económica y comercial de un modelo de negocio innovador, que combina producción artesanal, diseño sensorial y experiencias holísticas dentro del creciente mercado del bienestar. A lo largo de la investigación se abordaron todas las etapas necesarias para validar la propuesta: desde el análisis del entorno y la identificación del público objetivo, hasta la implementación del workshop piloto y la evaluación financiera del modelo. Los resultados obtenidos demostraron que la iniciativa no solo es económicamente viable, sino que también responde a una necesidad real del mercado actual: la búsqueda de experiencias significativas que integren creatividad, relajación y conexión emocional.

La aplicación del modelo CAPM y el cálculo de indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) y el punto de equilibrio confirmaron la rentabilidad del proyecto, incluso bajo escenarios de riesgo. El VAN positivo de \$1.609.911 y la rápida recuperación de la inversión evidencian la solidez del emprendimiento frente a la volatilidad del contexto argentino. Asimismo, la estructura de costos controlada, la baja inversión inicial y la flexibilidad operativa fortalecen su sustentabilidad a largo plazo. A nivel comercial, la excelente recepción del workshop piloto y las encuestas realizadas validaron la propuesta de valor y demostraron un alto nivel de satisfacción y fidelización del público, lo que respalda el potencial de expansión del modelo.

Desde una perspectiva estratégica, IKIA logra integrar tres dimensiones clave: artesanal, simbólica y social. El emprendimiento no se limita a la venta de un producto, sino que ofrece una experiencia transformadora, donde los participantes conectan con el proceso creativo y con su propio mundo interior. Este enfoque diferencial, sumado al uso de insumos sostenibles

y a la coherencia estética y comunicacional de la marca, posiciona a IKIA dentro de las tendencias globales de consumo consciente y economía creativa, con potencial de crecimiento tanto a nivel local como regional.

En cuanto a las líneas futuras, se identifican diversas oportunidades de desarrollo que permitirán ampliar el alcance del proyecto. Entre ellas se destaca la posibilidad de diversificar la oferta de workshops mediante ediciones temáticas (por ejemplo, velas para la abundancia, el amor o la protección), así como la creación de alianzas estratégicas con estudios de yoga, spas y hoteles boutique que valoren experiencias holísticas personalizadas. A nivel comercial, se proyecta la venta de kits de elaboración de velas para el hogar y la incorporación de una tienda online, lo que permitirá escalar el modelo hacia canales digitales y nuevas geografías. En términos de comunicación, el fortalecimiento de la presencia en redes sociales y el marketing experiencial será fundamental para consolidar la comunidad de clientes y multiplicar la visibilidad de la marca.

En conclusión, IKIA se consolida como un emprendimiento innovador, rentable y con propósito, que une arte, energía y bienestar en una propuesta diferenciadora. Su validación empírica, su coherencia conceptual y su sustentabilidad económica lo posicionan como un modelo replicable dentro de la nueva generación de negocios conscientes, capaces de generar impacto positivo tanto en las personas como en el entorno.

## Bibliografía

- Damodaran, A.** (2025). *Betas by sector (US)*. Stern School of Business, New York University. Recuperado de [https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)
- Federal Reserve Bank of St. Louis.** (2025). *10-Year Treasury Constant Maturity Rate (DGS10)*. Recuperado de <https://fred.stlouisfed.org/series/DGS10>
- Bóveda, J. E., Oviedo, A., & Yakusik, A. L.** (2015). *Guía práctica para la elaboración de un plan de negocio*. Proyecto INCUNA–JICA, Agencia de Cooperación Internacional del Japón, Servicio de Desarrollo Empresarial Productiva.
- Becker, H. S.** (2007). *Manual de escritura para científicos sociales: Cómo empezar y terminar una tesis, un libro o un artículo*. Siglo Veintiuno Editores.
- Calle, L.** (2016). Metodologías para hacer la revisión de literatura de una investigación. *ResearchGate*, 1(1), 1–8.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P.** (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw Hill.
- Moyano, E.** (2000). *Comunicar ciencia: El artículo científico y las comunicaciones a congresos*. Secretaría de Investigaciones, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
- Pose, J., & Bartozzetti, A.** (2019). *Guía de contenido de la factibilidad comercial*. UCAECE.

**Prieto, M. S., & Rumbo-Prieto, J. M.** (2018). La revisión sistemática: pluralidad de enfoques y metodologías. *Enfermería Clínica*, 28(6), 387–393.

**Yuni, J. A., & Urbano, C. A.** (2014a). *Técnicas para investigar: Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación* (Vol. 1). Editorial Brujas.

**Yuni, J. A., & Urbano, C. A.** (2014b). *Técnicas para investigar: Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación* (Vol. 2). Editorial Brujas.

Ikiavelas. (s.f.). *Tienda online*. Recuperado de <https://ikiavelas.empretienda.com.ar/>