



DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

Modelo de gestión administrativa para Paute Lodge Hotel & Suites

Maestría de Administración de Empresas

Autor: Víctor Brian Crespo Guillén.

Director: Ing. Xavier Esteban Ortega Vasquez.

Cuenca, Ecuador, 2025

Dedicatoria

A Víctor Crespo y Blanca Guillén;

Este trabajo es el resultado de años de aprendizaje, esfuerzo y perseverancia, pero, sobre todo, es el reflejo del amor y apoyo incondicional que ustedes me han dado desde el primer momento. A ustedes, papá y mamá, les dedico cada página, cada logro, cada reto superado. Han sido mi mayor fortaleza y el ejemplo constante que me ha guiado durante todo este proceso.

A mi padre, Víctor, quiero agradecerle por enseñarme con su ejemplo que el trabajo duro y la determinación pueden abrir cualquier puerta. Tu espíritu incansable, tu forma de ver los desafíos como oportunidades, y tu capacidad para luchar cada día con optimismo y valentía han sido mi inspiración más profunda. Gracias por mostrarme el verdadero significado del esfuerzo y la dedicación, y por ser el pilar que sostiene cada uno de mis sueños.

A mi madre, Blanca, quien siempre ha sido mi refugio de amor y comprensión. Tu calidez, paciencia y apoyo han sido fundamentales en cada etapa de este camino. Me has enseñado a ser fuerte en los momentos de dificultad y a celebrar cada pequeño triunfo con gratitud. Tu fe en mí ha sido una luz constante, incluso en los momentos en los que yo dudaba de mis propias capacidades. Gracias por creer en mí más allá de cualquier circunstancia, y por estar siempre a mi lado, brindándome tu amor incondicional.

Sin ustedes, nada de esto habría sido posible. Cada sacrificio, cada palabra de aliento y cada gesto de cariño me han permitido llegar hasta aquí. Esta tesis no es solo el resultado de mi trabajo; es también el fruto del amor, la enseñanza y los valores que me han inculcado.

Gracias por ser mis mayores maestros, mis ejemplos a seguir y mis compañeros de vida.
Este logro es tan suyo como mío. Con todo mi amor y gratitud.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Gabriela Narváez y José Damián Alvarado, cuyas contribuciones han sido fundamentales para la realización de esta tesis y mi desarrollo académico y personal durante este proceso.

A Gabriela Narváez, gracias por tu incansable apoyo, por ser siempre una guía en los momentos más complicados, y por ayudarme a mantener el rumbo cuando las dificultades parecían insuperables. Tu capacidad para escuchar, tus palabras de aliento, y tu entusiasmo por compartir tus conocimientos han sido una motivación constante para mí. Has sido más que una compañera en este camino; has sido una amiga en la que siempre puedo confiar.

A José Damián Alvarado, agradezco profundamente tu compromiso, paciencia y dedicación. Gracias por compartir tu experiencia y conocimiento, por estar siempre dispuesto a ofrecer una perspectiva fresca y útil, y por desafiarme a dar lo mejor de mí mismo. Tu apoyo ha sido esencial en cada paso de este proyecto, y tu confianza en mis capacidades me ha permitido superar mis propios límites y alcanzar este logro.

Ambos han sido un apoyo invaluable, tanto en lo académico como en lo personal. Agradezco cada consejo, cada momento de trabajo conjunto, y cada palabra de aliento. Su contribución a esta tesis y a mi crecimiento como profesional es innegable, y les estoy eternamente agradecido por acompañarme en este viaje.

Resumen

Este proyecto presenta un modelo de gestión administrativa para Paute Lodge Hotel & Suites, con el objetivo de optimizar su eficiencia operativa y competitividad en el mercado turístico de Paute, Ecuador. Se plantea implementar un retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza, dirigido a turistas interesados en experiencias de conexión con la naturaleza y prácticas sostenibles. La metodología empleada integra la dirección estratégica empresarial, la investigación de mercados, el marketing y la gerencia financiera. Los resultados muestran la viabilidad del proyecto, con un impacto positivo en el crecimiento económico del hotel y su posicionamiento en el sector del turismo de bienestar. La recomendación es continuar con la implementación de estrategias de diferenciación basadas en sostenibilidad.

Palabras Clave

Gestión administrativa, turismo sostenible, bienestar, competitividad, optimización operativa, retiro de naturaleza, innovación hotelera.

Abstract

This project presents an administrative management model for Paute Lodge Hotel & Suites, with the objective of optimizing its operational efficiency and competitiveness in the tourism market of Paute, Ecuador. It proposes the implementation of a sustainable wellness retreat and nature immersion, aimed at tourists interested in experiences of connection with nature and sustainable practices. The methodology employed integrates strategic business management, market research, marketing, and financial management. The results demonstrate the viability of the project, with a positive impact on the economic growth of the hotel and its positioning in the wellness tourism sector. The recommendation is to continue implementing differentiation strategies based on sustainability.

Keywords: Administrative management, sustainable tourism, wellness, competitiveness, operational optimization, nature retreat, hotel innovation.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Alexander Ortega U.", with several horizontal lines drawn over it.

Índice De Contenido

Dedicatoria.....	II
Agradecimientos.....	IV
Resumen.....	V
Palabras Clave.....	V
Abstract Y Keywords	VI
Índice De Figuras	XI
Índice De Tablas.....	XI
Introducción	13
Capítulo 1: Dirección Estratégica Empresarial	16
<i>Desarrollo De La Pirámide Estratégica</i>	<i>16</i>
<i>Aplicación De Los Roles Estratégicos.....</i>	<i>17</i>
Ventaja Competitiva	17
Tendencia De Los Clientes	19
Marca	20
Servicio	22
Modelo De La Empresa	23
Internacionalización.....	24

<i>Modelo De Planificación – Desagregación Empresarial</i>	25
Área 1: Atención Al Cliente	25
Área2: Servicios.....	27
<i>Área 3: Marketing Y Ventas</i>	28
<i>Integración De Recursos Estratégicos</i>	30
<i>Activos Fijos Tangibles E Intangibles</i>	32
<i>Sistemas</i>	33
Área 1: Atención Al Cliente	33
Área 2: Servicios.....	33
Área 3: Marketing Y Ventas	34
<i>Modelo De Retención De Clientes</i>	34
Estrategias Para Captación De Clientes.....	34
Estrategias Para Repetición De Clientes.....	35
Estrategias Para Mejorar La Relación Con Los Clientes.....	36
Estrategias De Vinculación Con Los Clientes	36
<i>Aplicación De Los Objetivos Estratégicos De La Dirección Estratégica</i>	37
Posicionamiento	37
Incremento De Ventas.....	37
Desarrollo De Marca.....	38
Desarrollo De Nuevos Servicios.....	38
Lealtad.....	38

Fidelidad	39
Ventajas Competitivas	39
Participación En El Mercado	39
Crecimiento.....	40
Crear Valor.....	40
<i>Análisis Del Macro Entorno (PESTEL)</i>	40
Político	41
Económico	41
Social Y Cultural.....	41
Tecnológico.....	42
Ambiental.....	42
Laboral	43
Legal	43
Capítulo 2: Plan De Negocios E Investigación De Mercados	44
<i>Modelo Canvas</i>	44
Capítulo 3: Marketing Estratégico	48
Misión	48
Visión.....	48
Productos Y Servicios Ofrecidos	49
Público Objetivo	49

Contexto Del Problema.....	50
Problemas Identificados.....	51
<i>Oportunidad De Mercado</i>	52
<i>Idea De Negocio</i>	54
Concepto	54
Funcionalidad.....	54
Impacto	55
<i>Estrategia de Marketing Mix (4P)</i>	56
Capítulo 4: Gerencia Financiera	59
<i>Financiamiento Del Proyecto</i>	62
<i>Costo De Capital Promedio Ponderado</i>	66
<i>Flujos De Efectivo Del Proyecto</i>	68
<i>Flujo Del Inversionista</i>	74
<i>Análisis De Escenarios</i>	76
Conclusión	83
Referencias Bibliográficas	84

Índice De Figuras

Figura 1	16
-----------------------	----

Índice De Tablas

Tabla 1	44
Tabla 2	56
Tabla 3	60
Tabla 4	63
Tabla 5	65
Tabla 6	67
Tabla 7	68
Tabla 8	69
Tabla 9	71
Tabla 10	72
Tabla 11	73
Tabla 12	74
Tabla 13	77
Tabla 14	78
Tabla 15	79

Tabla 16	80
Tabla 17	81

Introducción

Este proyecto tiene como propósito desarrollar un modelo de gestión administrativa integral que optimice la eficiencia operativa y mejore la competitividad de Paute Lodge Hotel & Suites en el mercado turístico de la región de Paute, Ecuador. La investigación se justifica por la necesidad de responder a un mercado turístico en constante cambio, donde la demanda por experiencias auténticas, bienestar y conexión con la naturaleza está en crecimiento. Paute Lodge, con su ubicación privilegiada y características diferenciadoras, tiene el potencial de posicionarse como líder en el turismo de bienestar, y este proyecto se enfoca en dotarlo de las herramientas y estrategias necesarias para aprovechar dicha oportunidad.

El problema identificado es la falta de una estructura administrativa que integre y coordine eficientemente las diferentes áreas del hotel, lo cual limita su capacidad para ofrecer experiencias diferenciadoras, mejorar su servicio al cliente, y optimizar el uso de los recursos disponibles. A partir de este problema, el objetivo general de este proyecto es desarrollar e implementar un modelo de gestión administrativa integral en "Paute Lodge Hotel & Suites", los objetivos específicos incluyen:

- Aplicar los conocimientos adquiridos en Dirección estratégica Empresarial al modelo de gestión administrativa para "Paute Lodge Hotel & Suites".
- Aplicar los conocimientos adquiridos en Plan de Negocios e Investigación de Mercados al modelo de gestión administrativa para "Paute Lodge Hotel & Suites".
- Aplicar los conocimientos adquiridos en Marketing Estratégico al modelo de gestión administrativa para "Paute Lodge Hotel & Suites".
- Aplicar los conocimientos adquiridos en Gerencia Financiera al modelo de

gestión administrativa para “Paute Lodge Hotel & Suites”.

La revisión de la literatura se enfoca en el análisis de las mejores prácticas en gestión hotelera, administración estratégica, marketing digital y turismo sostenible, considerando el contexto específico de Paute Lodge. La investigación se apoya en el marco teórico de la gestión estratégica y la innovación en el sector turístico, así como en estudios de casos de hoteles que han logrado destacarse a través de estrategias similares, lo cual proporciona un contexto y base para la implementación de las acciones propuestas.

La dirección estratégica empresarial es esencial para cualquier organización, ya que define las directrices para alcanzar los objetivos a largo plazo y mantener la competitividad. Porter (1996) afirma que la estrategia se basa en crear una posición única mediante actividades diferentes a las de los competidores. En el contexto de Paute Lodge, la definición de una estrategia clara es vital para optimizar recursos y adaptarse a las demandas del mercado turístico. De acuerdo con Johnson et al. (2008), la dirección estratégica proporciona coherencia entre las decisiones operativas y los objetivos organizacionales, lo que permitirá al hotel mejorar su desempeño. Barney (1991) también destaca la importancia de aprovechar los recursos y capacidades únicas para obtener una ventaja competitiva sostenible.

Un plan de negocios efectivo es fundamental para analizar la viabilidad de cualquier proyecto. Según Barringer (2015), este documento debe incluir un análisis exhaustivo del mercado, competidores, estructura de costos y proyecciones financieras. En el caso de Paute Lodge, un plan de negocios permitirá identificar oportunidades en el sector hotelero de la región de Paute, ajustando las operaciones para satisfacer las demandas del mercado. Además, Kotler y Armstrong

(2018) subrayan que la investigación de mercados es esencial para comprender las necesidades del cliente y desarrollar productos y servicios que respondan a esas demandas. Hill y Jones (2013) argumentan que la investigación de mercados proporciona información valiosa para identificar tendencias, mejorar los servicios y adelantarse a la competencia.

El marketing estratégico se centra en identificar oportunidades de mercado y generar una ventaja competitiva a través de propuestas de valor diferenciadas. Según Kotler et al. (2019), una estrategia de marketing bien definida es crucial para que una empresa, como Paute Lodge, se posicione adecuadamente en el mercado. Lamb et al. (2018) señalan que las empresas deben segmentar adecuadamente el mercado y dirigir sus esfuerzos hacia los clientes que valoren más su propuesta de valor. El posicionamiento del hotel en el mercado local y regional depende de su capacidad para diferenciarse mediante la calidad de sus servicios y experiencias únicas. Aaker (2001) también sugiere que la creación de una marca sólida puede generar lealtad a largo plazo y atraer a nuevos segmentos de mercado.

La gerencia financiera tiene como objetivo maximizar el valor de la empresa mediante el uso eficiente de sus recursos financieros. Brigham y Ehrhardt (2017) indican que una buena gestión financiera incluye la planificación, control y evaluación de riesgos para garantizar la sostenibilidad a largo plazo. Para Paute Lodge, la gerencia financiera será crucial para evaluar la viabilidad económica del hotel y sus futuros proyectos de expansión. Según Ross et al. (2016), una correcta gestión de los flujos de caja y la evaluación de inversiones permiten a las empresas tomar decisiones financieras informadas. Además, Damodaran (2012) destaca la importancia del análisis de riesgos para minimizar pérdidas y mejorar la rentabilidad en proyectos de expansión.

Capítulo 1: Dirección Estratégica Empresarial

Desarrollo De La Pirámide Estratégica

Figura 1

Pirámide Estratégica



Aplicación De Los Roles Estratégicos

Ventaja Competitiva

Paute Lodge Hotel & Suites, ubicado estratégicamente en el cantón Paute y rodeado por las montañas, se beneficia de una localización privilegiada que lo diferencia de otros establecimientos de servicios similares en la región. Esta ventaja natural es clave para atraer a visitantes que buscan una conexión auténtica con la naturaleza y experiencias únicas.

Para aprovechar esta ventaja, se plantean varias estrategias clave. En primer lugar, se establecerán alianzas estratégicas con empresas locales que ofrezcan servicios complementarios relacionados con la hospitalidad, como restaurantes, deportes extremos y actividades recreativas. Estas alianzas permitirán diversificar la oferta del hotel, creando sinergias que beneficiarán tanto al hotel como a las empresas asociadas. La efectividad de estas alianzas se medirá a través de indicadores clave como el incremento de reservas asociadas a actividades externas y el nivel de satisfacción del cliente, basado en encuestas periódicas y comentarios directos de los huéspedes.

Además, se implementarán servicios personalizados enfocados en el turismo deportivo, ofreciendo actividades como rutas de senderismo, trekking, acampadas, observación de paisajes naturales y cabalgatas. Para evitar la canibalización de los servicios existentes, estos nuevos productos se diferenciarán claramente al dirigirse a un nicho de mercado específico: el turismo de aventura y naturaleza. Se utilizarán indicadores como el impacto en la ocupación general del hotel y la demanda específica de estos nuevos servicios, asegurando que no desplacen la oferta tradicional de relajación y bienestar. Este seguimiento también permitirá ajustar las estrategias

para garantizar que los nuevos servicios complementen la oferta actual, sin perjudicar la demanda existente.

En cuanto al manejo de la presencia digital, se trabajará en fortalecer la imagen del hotel en redes sociales y plataformas de viajes, aprovechando las experiencias de los huéspedes como contenido clave para atraer a nuevos visitantes. Un análisis continuo de las métricas de interacción y conversión de redes sociales permitirá medir la efectividad de estas campañas. Además, se implementarán canales digitales para obtener feedback directo y en tiempo real de los huéspedes, lo que facilitará ajustes rápidos en la estrategia de marketing.

Finalmente, se diseñará un plan de ofertas y descuentos adaptado a las distintas épocas del año, con incentivos específicos para familias, grupos de amigos o parejas. Estas promociones estarán diseñadas para captar diversos segmentos de mercado, ajustándose a las necesidades de los huéspedes y proporcionando beneficios adicionales basados en el tamaño del grupo. Las promociones serán monitoreadas mediante indicadores de aceptación en el mercado y análisis de ventas para garantizar que las ofertas se ajusten a las expectativas y no afecten negativamente los márgenes de rentabilidad.

El seguimiento del entorno macroeconómico será una tarea continua. El hotel deberá ajustar estas estrategias en función de variables como el comportamiento del mercado turístico, las fluctuaciones económicas locales y la situación política, asegurando que la oferta siga siendo competitiva y alineada con las tendencias emergentes. Este monitoreo permitirá anticiparse a cambios económicos y ajustar las promociones y alianzas estratégicas según sea necesario.

Tendencia De Los Clientes

El comportamiento de los clientes actuales muestra una clara tendencia hacia la demanda de tecnología y conectividad durante su estancia. Para satisfacer esta expectativa, el hotel se compromete a ofrecer conectividad de internet de alta velocidad que facilite tanto las reservas de servicios como la obtención de información sobre el destino y la interacción con experiencias digitales. La tecnología será clave no solo para mejorar la comodidad del huésped, sino también para ofrecer experiencias personalizadas y optimizar la operación del hotel. El éxito de esta estrategia será monitoreado mediante indicadores como el nivel de satisfacción con el servicio de internet y el uso de las plataformas digitales del hotel, evaluadas a través de encuestas y comentarios.

Otra tendencia clave es el creciente interés en experiencias gastronómicas locales. Pault Lodge Hotel & Suites destacará la gastronomía de la región, ofreciendo menús con ingredientes frescos y regionales, así como platos típicos que reflejen la autenticidad de la cultura local. Además de atraer a los amantes de la gastronomía, esta estrategia ayudará a crear una conexión emocional con los huéspedes, quienes buscan una experiencia cultural integral. El rendimiento de esta propuesta será evaluado mediante el análisis de la demanda de los menús locales, así como el feedback directo de los clientes, para garantizar su aceptación en el mercado.

La conexión con la naturaleza es otra prioridad para los clientes que visitan el hotel, quienes buscan alejarse del bullicio urbano y disfrutar de actividades al aire libre. El hotel potenciará esta conexión ofreciendo una variedad de actividades relacionadas con el entorno natural, tales como caminatas guiadas, senderismo y exploración de áreas naturales cercanas. La implementación de

estas actividades se acompañará de una campaña de comunicación dirigida a destacar los beneficios de la interacción con la naturaleza, especialmente en redes sociales. El éxito de estas actividades será evaluado mediante el número de participantes y el impacto positivo en la tasa de repetición de clientes.

Finalmente, el hotel ofrecerá promociones y paquetes personalizados adaptados a las distintas temporadas del año o a eventos locales. Esto incluirá promociones especiales para escapadas románticas, aventuras familiares o actividades específicas de temporada. La personalización de estas ofertas será clave para atraer a diferentes segmentos de mercado y optimizar la ocupación durante todo el año. Los resultados de estas promociones se analizarán con indicadores de ventas, ocupación y satisfacción del cliente, lo que permitirá ajustar las ofertas de manera dinámica y asegurar su efectividad sin afectar los márgenes de rentabilidad.

Marca

Paute Lodge Hotel & Suites busca fortalecer su marca a través de una estrategia integral que combine el marketing digital y la diferenciación basada en su ubicación privilegiada. El enfoque en el marketing digital será fundamental para mostrar las experiencias reales de los huéspedes, utilizando las redes sociales y plataformas de reserva como herramientas clave para alcanzar a un público más amplio. La interacción continua en redes sociales permitirá al hotel compartir contenido auténtico y relevante, lo que generará mayor visibilidad y confianza en el mercado turístico. El éxito de esta estrategia se medirá mediante indicadores como el aumento en el número de seguidores, la interacción en redes sociales y las conversiones de reservas provenientes de estas plataformas.

Además, el hotel buscará establecer alianzas estratégicas con empresas locales o marcas afines, lo que permitirá crear paquetes combinados que enriquezcan la experiencia de los huéspedes. Estas colaboraciones ofrecerán promociones conjuntas y actividades complementarias que añadirán valor a la estada, mejorando la percepción del servicio ofrecido por el hotel. Para medir la efectividad de estas alianzas, se utilizarán indicadores como la cantidad de reservas generadas a través de estas asociaciones y la satisfacción de los huéspedes con las actividades complementarias.

La diferenciación a través de la autenticidad es otro pilar clave para la marca del hotel. Aprovechando su ubicación en medio de la naturaleza, Paute Lodge destacará actividades locales y experiencias que reflejen la autenticidad de la región, como recorridos guiados por el entorno y actividades al aire libre que conecten a los huéspedes con el entorno natural. Esta autenticidad no solo permitirá al hotel destacarse frente a la competencia, sino que también atraerá a aquellos visitantes que buscan experiencias genuinas y únicas.

Finalmente, el uso del storytelling será una herramienta poderosa para crear un vínculo emocional con los clientes potenciales. A través de historias que cuenten la historia del hotel, su conexión con la naturaleza y las experiencias únicas que ofrece, se logrará transmitir la esencia del lugar. Esta narrativa será un elemento crucial para establecer una relación duradera con los clientes, fomentando la lealtad y el deseo de regresar. El impacto de esta estrategia se medirá mediante el análisis de la tasa de retorno de clientes y la respuesta emocional en redes sociales y encuestas de satisfacción.

Servicio

Paute Lodge Hotel & Suites ofrece una variedad de servicios que incluyen alojamiento, alimentación y actividades de ocio como piscina, sauna, jacuzzi y juegos de mesa. No obstante, se busca potenciar esta oferta mediante el desarrollo de estrategias que mejoren la experiencia de los huéspedes y diversifiquen las opciones disponibles. Una de las principales iniciativas es la incorporación de servicios de bienestar, como spa, yoga al aire libre, masajes y terapias relajantes. Estos servicios aprovecharán la serenidad del entorno natural del hotel para brindar una experiencia completa de relajación, orientada a atraer tanto a los huéspedes que buscan descanso como a aquellos interesados en el bienestar físico y mental.

Asimismo, se enfatizará la importancia de ofrecer una experiencia personalizada para cada huésped, adaptada a sus preferencias individuales. Desde la cálida bienvenida hasta la planificación de actividades a medida, cada interacción con el cliente será única y satisfactoria. Esta personalización se extenderá a todos los aspectos de la estadía, asegurando que los huéspedes se sientan atendidos y valorados en cada momento. Para garantizar este nivel de atención, se implementarán sistemas de seguimiento de preferencias y feedback, permitiendo ajustar el servicio en tiempo real y mejorar la experiencia global.

Además, se trabajará en crear una experiencia de hospedaje inolvidable, donde la atención al detalle será primordial. Desde el proceso de reserva hasta la despedida final, se brindará un servicio excepcional que facilite experiencias memorables y que anticipe las necesidades de los huéspedes antes de que ellos las expresen. Esta estrategia de atención personalizada estará

respaldada por un entrenamiento constante del personal y el uso de tecnologías de servicio al cliente.

Por último, se desarrollará una oferta de actividades exclusivas que resalten la ubicación única del lodge y su entorno natural. Esto incluirá caminatas guiadas, avistamiento de fauna y flora, excursiones por la naturaleza y talleres culturales que permitan a los huéspedes explorar y conectar con el entorno de una manera inmersiva. Estas actividades no solo complementarán la oferta del hotel, sino que también reforzarán su diferenciación en el mercado, atrayendo a aquellos viajeros que buscan experiencias auténticas y personalizadas en contacto con la naturaleza.

Modelo De La Empresa

El modelo empresarial de Paute Lodge Hotel & Suites se centrará en la diversificación de servicios como estrategia clave para aumentar los ingresos y atraer a un público más amplio. Además del alojamiento tradicional, se ampliará la oferta de servicios con actividades recreativas, paquetes turísticos y eventos especiales, aprovechando el salón de eventos con el que cuenta el lodge. Este enfoque permitirá captar tanto a clientes que buscan experiencias recreativas como a aquellos interesados en eventos corporativos o familiares, incrementando así la ocupación y el flujo de ingresos a lo largo del año.

Para asegurar que las estrategias implementadas se ajusten a las necesidades y expectativas de los huéspedes, se utilizará un análisis de datos y retroalimentación constante. Esto incluirá el uso de calificaciones, sugerencias y experiencias de huéspedes anteriores para comprender mejor sus preferencias. La implementación de un software de gestión permitirá recolectar y analizar estos datos de manera eficiente, facilitando la toma de decisiones basada en información actualizada.

Con ello, se podrá ajustar la oferta de servicios de manera ágil y precisa, mejorando la satisfacción del cliente y adaptándose a las demandas del mercado.

La presencia en línea del hotel también será una prioridad. Para ello, se trabajará en mejorar la visibilidad del lodge en redes sociales y plataformas de reservas, asegurando que el sitio web sea atractivo, funcional y compatible con dispositivos móviles. Además, se implementarán herramientas de reserva en línea que simplifiquen el proceso para los clientes y optimicen la conversión de visitas en reservas efectivas. El éxito de esta estrategia se medirá mediante el análisis de tráfico web, interacción en redes sociales y el volumen de reservas generadas a través de estas plataformas.

Finalmente, Paute Lodge adoptará un enfoque basado en la sostenibilidad y la responsabilidad social. Se incorporarán prácticas sostenibles en todas las operaciones del hotel, desde la gestión de residuos hasta el uso eficiente de recursos naturales y energías renovables. Este compromiso con la sostenibilidad no solo ayudará a reducir el impacto ambiental, sino que también atraerá a un segmento creciente de huéspedes que valoran la conservación del medio ambiente y las prácticas empresariales responsables. La sostenibilidad se convertirá en un valor diferenciador clave, reforzando la reputación del hotel y fomentando la lealtad de los clientes que comparten estos valores.

Internacionalización

La internacionalización de Paute Lodge Hotel & Suites presenta varios desafíos debido a su ubicación remota y su fuerte identidad local. La expansión a mercados internacionales implicaría enfrentarse a altos costos de escalabilidad, competencia en nuevas regiones y

complejidades legales y normativas que varían de un país a otro. Además, mantener la esencia única del lodge, que se basa en su conexión con la naturaleza y su autenticidad local, podría ser difícil al intentar adaptarse a diferentes culturas y regulaciones extranjeras.

Por estas razones, Paute Lodge ha decidido enfocar sus esfuerzos en fortalecer su presencia y competitividad en el entorno local, en lugar de buscar una expansión internacional. El objetivo es capitalizar las oportunidades que ofrece el mercado turístico de la región de Paute, optimizando los servicios, mejorando la experiencia del cliente y consolidando alianzas estratégicas con empresas locales. Esta estrategia permitirá al lodge mantener su esencia y autenticidad, al tiempo que maximiza su potencial de crecimiento y rentabilidad en el mercado en el que ya se ha posicionado.

Modelo De Planificación – Desagregación Empresarial

Área 1: Atención Al Cliente

Objetivo 1: Realizar Un Contacto Directo Con Los Huéspedes. Para garantizar una comunicación efectiva con los huéspedes, se implementarán políticas de comunicación que establezcan estándares claros y promuevan una interacción empática. Asimismo, se definirán políticas de tiempos de respuesta, con el fin de asegurar que las solicitudes y sugerencias de los huéspedes sean atendidas de manera ágil y eficiente. Se utilizarán mecanismos como un buzón de sugerencias, el cual permitirá recolectar y gestionar el feedback de los clientes de manera oportuna. Además, se realizará un seguimiento periódico para asegurar que los huéspedes estén disfrutando su estadía y, si es necesario, atender cualquier requerimiento adicional. Este seguimiento también

se enfocará en detalles específicos como preferencias de alimentos, bebidas o fechas especiales, obteniendo esta información previamente para personalizar la experiencia del cliente y mejorar su satisfacción.

Objetivo 2: Brindar Capacitaciones Al Personal. Para mejorar la atención al cliente, se implementarán políticas de capacitación continua, enfocadas en desarrollar las habilidades del personal a través de programas de formación específicos. Estos programas incluirán reuniones y charlas periódicas, donde se capacitará a los empleados en la atención personalizada y en la mejora continua de su desempeño. Además, se realizarán simulaciones prácticas antes de la llegada de los huéspedes, lo que permitirá al personal estar preparado para situaciones reales y ofrecer un servicio excepcional. Para evaluar el impacto de estas capacitaciones, se utilizarán sistemas de evaluación basados en preguntas que medirán el progreso del personal en relación a la satisfacción de los clientes. Por último, se implementarán políticas de recompensas, incentivando al personal con beneficios según las reseñas y el feedback positivo de los huéspedes.

Objetivo 3: Obtener Una Retroalimentación Con Los Clientes. El hotel también se centrará en obtener una retroalimentación constante de los clientes mediante programas de fidelización que recompensen a los huéspedes recurrentes. Para lograrlo, se implementarán políticas de evaluación a través de encuestas que recojan opiniones, comentarios y sugerencias de los clientes, utilizando redes sociales y aplicaciones de alojamiento. Este proceso permitirá identificar problemas o percances que puedan surgir durante la estadía, estableciendo un contacto cercano y empático con los huéspedes para resolver cualquier inconveniente de manera rápida. El objetivo es generar un feedback positivo resolviendo cualquier solicitud o problema al momento, lo que mejorará la experiencia general de los clientes durante su estadía.

Área2: Servicios.

Objetivo 1: Mejorar La Experiencia Digital Del Establecimiento. Para mejorar la experiencia digital de los huéspedes, el hotel implementará políticas relacionadas con el uso de aplicaciones mediante el desarrollo de una app propia. Esta app permitirá a los clientes interactuar directamente con el establecimiento, facilitando el acceso a información clave, la reserva de servicios y la organización de actividades. Además, se establecerán políticas de feedback digital, ofreciendo un canal donde los huéspedes puedan dejar comentarios, sugerencias y opiniones, lo que permitirá al hotel mejorar continuamente en base a las preferencias y expectativas de los clientes.

Como parte de esta mejora digital, se instalará un sistema de conexión a internet que garantice acceso a Wi-Fi en todas las áreas del hotel, incluyendo habitaciones, zonas comunes y áreas al aire libre. Además, se mantendrá una participación activa en redes sociales, contando con personal especializado en la gestión de estas plataformas y en la interacción directa con los clientes. Esto permitirá al hotel mantenerse conectado con su audiencia y promover sus servicios de manera más efectiva.

Objetivo 2: Mantener Y Mejorar Periódicamente Las Instalaciones Del Hotel. El hotel implementará políticas de mantenimiento preventivo y correctivo, realizando inspecciones periódicas en todas las áreas del establecimiento para asegurar que las estructuras, sistemas y equipos funcionen adecuadamente. Además, se desarrollarán planes de renovaciones a corto y largo plazo para garantizar que las instalaciones se mantengan actualizadas y atractivas para los huéspedes.

Se establecerán altos estándares de limpieza y presentación que incluirán la limpieza diaria de las instalaciones, el mantenimiento de los paisajes, el cuidado de la piscina y la implementación de decoraciones estacionales atractivas. Asimismo, se fomentará la conexión del personal con el establecimiento, asegurando que los empleados se sientan parte integral del hotel. Esto implicará tomar en cuenta sus opiniones y sugerencias para mejorar el ambiente laboral y las instalaciones.

Objetivo 3: Realizar Innovaciones De Servicios Periódicamente. El hotel buscará innovar continuamente en su oferta mediante la creación de un equipo de investigación dedicado a explorar nuevas ideas de servicios. Para garantizar la eficacia de estas innovaciones, se implementarán políticas de medición de resultados, utilizando indicadores clave como la satisfacción del huésped, el aumento en las reservas y el feedback obtenido.

Como parte del proceso de innovación, se realizarán encuestas periódicas a los huéspedes, tanto antes como durante y después de su estadía, con el fin de comprender sus necesidades, deseos y expectativas. Además, se llevarán a cabo evaluaciones de costos y beneficios mediante análisis detallados de costo-beneficio, para asegurar que las nuevas propuestas sean viables económica y operativamente. Finalmente, se desarrollarán planes de comunicación y promoción que permitan informar a los huéspedes de las mejoras y nuevos servicios, enriqueciendo así su experiencia y aumentando su satisfacción.

Área 3: Marketing Y Ventas

Objetivo 1: Mejorar La Visibilidad En Línea. Para mejorar la visibilidad en línea de Paute Lodge Hotel & Suites, se implementarán políticas de publicidad que incluyan campañas de pago en plataformas como Google Ads, redes sociales y sitios de viajes. Estas campañas estarán

diseñadas para captar la atención de posibles clientes y dirigir tráfico al sitio web del hotel. Paralelamente, se aplicarán políticas de optimización para mantener el sitio web actualizado, atractivo y fácil de navegar, asegurando que la experiencia del usuario sea positiva y aumente la probabilidad de conversiones.

Entre las estrategias clave para alcanzar estos objetivos, se desarrollará una estrategia de marketing de contenidos que incluirá la creación de contenido relacionado con el destino, las actividades locales y las experiencias que se pueden disfrutar en el hotel. Además, el hotel mantendrá una presencia activa en redes sociales, compartiendo contenido llamativo y relevante, interactuando con los seguidores y respondiendo a los comentarios de manera oportuna para mostrar compromiso e interés por parte de la empresa hacia sus clientes. Para aumentar aún más la visibilidad, se establecerán colaboraciones y alianzas con empresas locales, como agencias de turismo, influencers y autoridades del sector, con el fin de promover el turismo en la región y expandir la audiencia del hotel.

Objetivo 2: Incrementar El Reconocimiento De Marca. Para fortalecer la identidad de la marca del hotel, se implementarán políticas de gestión de reseñas en plataformas digitales, donde se gestionarán las opiniones de los clientes de manera profesional y constructiva. Además, se adoptarán políticas de recompensas que incluyan programas de fidelización para premiar a los huéspedes recurrentes, ofreciéndoles beneficios exclusivos, descuentos especiales y servicios adicionales con el fin de aumentar su lealtad a la marca.

Las estrategias para lograr este objetivo incluyen la organización de eventos y promociones para grupos que deseen utilizar el salón de eventos del hotel, con descuentos y beneficios específicos. También se trabajará en definir una identidad de marca clara, que refleje los valores,

el estilo, la personalidad y la experiencia que el hotel ofrece a sus huéspedes. Para fortalecer la marca, se generará contenido de valor, como guías locales y blogs que informen sobre eventos y actividades cercanas al lodge, atrayendo así a nuevos clientes.

Objetivo 3: Fomentar La Fidelidad Del Cliente. Paute Lodge implementará políticas de recompensas para reconocer la lealtad de los huéspedes a través de premios y ventajas exclusivas, como regalos sorpresa, tarjetas de agradecimiento o mejoras gratuitas en sus estadias. También se adoptarán políticas de beneficios para miembros, que ofrezcan acceso a áreas VIP, check-in y check-out anticipado, o late check-out, además de servicios personalizados para aquellos que formen parte del programa de fidelización del hotel.

Entre las estrategias para fomentar esta lealtad se incluye el reconocimiento de los huéspedes leales, ofreciéndoles sorpresas y agradecimientos personalizados. Asimismo, el hotel ofrecerá programas de membresías, en los que los clientes puedan acceder a beneficios adicionales a medida que alcancen ciertos niveles o hitos, como el acceso exclusivo a eventos, regalos de bienvenida o servicios gratuitos. Por último, se ofrecerán experiencias exclusivas por temporada para los clientes preferenciales, como actividades temáticas o eventos culturales, diseñados específicamente para los huéspedes habituales del hotel.

Integración De Recursos Estratégicos

El Área 1: Atención al cliente contará con un equipo compuesto por un recepcionista, quien será responsable de ofrecer una experiencia positiva a los huéspedes desde el momento del check-in hasta el check-out, y un operador multifunción, capacitado para atender las necesidades de los

huéspedes durante su estadía, respondiendo a llamadas y gestionando cualquier requerimiento que puedan tener. El proceso de reclutamiento y selección de estas posiciones incluirá entrevistas planificadas y estructuradas para evaluar las habilidades interpersonales de los candidatos. Además, se realizarán publicaciones de las vacantes en páginas de empleo y se buscará colaboración con universidades que ofrezcan carreras relacionadas con hotelería o turismo, lo que permitirá atraer a estudiantes que necesiten realizar prácticas preprofesionales. Durante la selección, se llevarán a cabo pruebas de actitud y adaptabilidad, y se revisarán los CVs, referencias y antecedentes laborales de cada postulante.

En el Área 2: Servicios, se contará con un chef capacitado en el área gastronómica para cumplir con la demanda de pedidos del hotel, y un ayudante de cocina que trabajará en conjunto con el chef, atendiendo también las solicitudes de los huéspedes. Además, se incluirá un operador polivalente, quien será responsable de atender a los huéspedes y colaborar con el personal de cocina en diferentes tareas. El proceso de reclutamiento y selección seguirá un procedimiento similar al área de atención al cliente, con entrevistas estructuradas, publicaciones de vacantes en páginas de empleo, y colaboración con universidades que ofrezcan prácticas en hotelería o turismo. Los candidatos serán evaluados mediante pruebas de actitud, adaptabilidad, revisión de CVs y referencias laborales.

El Área 3: Marketing y ventas estará compuesto por un gerente de marketing, encargado de generar ingresos y posicionar la marca del hotel en el mercado, y un community manager, quien gestionará las redes sociales y promocionará el hotel a través de estas plataformas. Para estas posiciones, el proceso de reclutamiento y selección incluirá entrevistas estructuradas para evaluar las habilidades profesionales y personales de los postulantes. También se publicarán las vacantes

en páginas de empleo y se buscará colaboración con universidades que ofrezcan carreras en marketing o afines. La selección final se realizará a través de la revisión de los CVs, referencias y la evaluación de la actitud y adaptabilidad de los candidatos.

Activos Fijos Tangibles E Intangibles

Paute Lodge Hotel & Suites cuenta con una serie de activos tangibles esenciales para el funcionamiento eficiente y el confort de los huéspedes. Dentro de estos activos se incluye el mobiliario, que abarca camas, mesas, sillas, armarios, muebles de recepción, equipamiento de cocina y equipo de lavandería. Estos elementos son fundamentales para asegurar la comodidad de los huéspedes y atender los requerimientos de las distintas áreas del hotel. En las habitaciones, el hotel dispone de televisores, sistemas de seguridad y menaje, necesarios para garantizar tanto el confort como la seguridad durante la estadía de los clientes.

En las áreas comunes, el hotel cuenta con mobiliario específico para el lobby, zonas de recreación, piscinas y jardines, elementos esenciales para que los huéspedes disfruten de las instalaciones recreativas. Adicionalmente, en el área administrativa, el hotel está equipado con equipos de oficina, como computadoras, routers y suministros, indispensables para el desarrollo adecuado de las funciones administrativas.

El hotel también está preparado con equipos de seguridad y emergencia, que incluyen extintores, sistemas de alarma y equipos de primeros auxilios, elementos imprescindibles para

responder y prevenir accidentes, asegurando la seguridad tanto de los huéspedes como del personal.

En cuanto a los activos intangibles, el hotel ha invertido en tecnología, lo que incluye sistemas de reservas, software de gestión hotelera, Wi-Fi y sistemas de punto de venta. Estos softwares son cruciales para mejorar el desempeño del hotel en términos de conexión, gestión de ventas y publicidad, permitiendo una operación eficiente y ofreciendo una experiencia más cómoda y tecnológica a los huéspedes.

Sistemas

Área 1: Atención Al Cliente

En el área de atención al cliente, el hotel implementará un sistema de relación con el cliente (CRM), que permitirá mantener una interacción constante y personalizada con los huéspedes. Este CRM facilitará la gestión de relaciones, asegurando que se puedan atender las necesidades y solicitudes de los clientes de manera oportuna y eficaz. Además, se contará con un sistema de comentarios y opiniones que recopilará el feedback de los huéspedes, permitiendo al hotel evaluar los niveles de satisfacción y realizar ajustes para mejorar la experiencia del cliente.

Área 2: Servicios

En el área de servicios, se implementará un sistema de pedidos a la cocina que optimizará la preparación de alimentos, reduciendo el tiempo de servicio. Este sistema permitirá una mejor coordinación entre el personal de cocina y los demás departamentos del hotel, asegurando que los

pedidos se entreguen con mayor rapidez y precisión, mejorando así la satisfacción de los huéspedes.

Área 3: Marketing Y Ventas

En el área de marketing y ventas, el hotel utilizará varios sistemas tecnológicos para facilitar el proceso de reservas y mejorar la fidelización de los clientes. En primer lugar, se implementarán sistemas de reservas en línea que permitirán gestionar las reservas y ventas a través de plataformas de terceros, facilitando el acceso a una mayor audiencia. Asimismo, se dispondrá de un sistema de reservas propio del hotel, que facilitará la reserva directa con el establecimiento, optimizando la relación con los clientes y maximizando las ventas directas. Finalmente, el hotel empleará sistemas de automatización de marketing, que permitirán enviar correos electrónicos automatizados, ofertas personalizadas y mensajes de seguimiento tras la estadía, lo que ayudará a mejorar la fidelización y el compromiso de los clientes.

Modelo De Retención De Clientes

Estrategias Para Captación De Clientes

Paute Lodge Hotel & Suites implementará una serie de estrategias para la captación de nuevos clientes, aprovechando tanto alianzas locales como la presencia en línea. Se establecerán alianzas estratégicas con empresas locales del sector turístico para promocionar el hotel, integrando servicios complementarios como actividades recreativas y gastronomía. Además, se

organizarán eventos exclusivos para atraer a nuevos clientes, tales como cenas temáticas por temporada, ferias y actividades recreativas, brindando una experiencia diferenciada.

La presencia en línea será clave para la captación, con un sitio web intuitivo y fácil de navegar que incluirá información detallada sobre los servicios, habitaciones, ubicación y reseñas de huéspedes. El hotel también aprovechará las redes sociales más utilizadas, como Facebook, Instagram y TikTok, para generar contenido de valor de manera continua y promocionar sus servicios. Las estrategias de marketing digital se complementarán con incentivos por referencias, donde los huéspedes podrán recomendar el hotel a amigos o familiares a cambio de descuentos y promociones especiales. Además, se fomentarán comentarios y reseñas positivas en páginas web especializadas, lo que reforzará la reputación del hotel en línea. Para ampliar su atractivo, el hotel ofrecerá paquetes temáticos y descuentos por temporada, adaptados a diferentes tipos de clientes, junto con una variedad de formas de pago.

Estrategias Para Repetición De Clientes

Para asegurar la repetición de clientes, el hotel implementará un trato especial para los huéspedes recurrentes, ofreciéndoles privilegios como la prioridad en la selección de habitaciones con vistas preferenciales y más opciones en los menús. Se mantendrá un programa de fidelización que brindará incentivos, beneficios y recompensas para fomentar la lealtad. Adicionalmente, se desarrollarán ofertas personalizadas y exclusivas para los clientes recurrentes, con paquetes hechos a medida y servicios complementarios durante sus futuras visitas. El hotel también se encargará de reconocer aniversarios o fechas especiales de los huéspedes, ofreciéndoles detalles o sorpresas durante su estadía. Después de cada visita, se mantendrá una comunicación post-hospedaje,

enviando correos de agradecimiento, solicitando feedback y ofreciendo descuentos exclusivos para futuras estadias. Además, se garantizará un servicio post-venta, respondiendo rápidamente a cualquier consulta o solicitud posterior a la estadia.

Estrategias Para Mejorar La Relación Con Los Clientes

En cuanto a la mejora de la relación con los clientes, el hotel recopilará y analizará información detallada sobre preferencias, historial de estadias, intereses y comentarios de los huéspedes para crear perfiles completos y así personalizar la comunicación. Esta comunicación personalizada incluirá mensajes de bienvenida, felicitaciones en fechas especiales y promociones adaptadas a los intereses del cliente. Durante la estadia, se asegurará una atención constante, fomentando la confianza y relación para que los requerimientos de los huéspedes sean atendidos con rapidez. Además, el personal estará preparado para una gestión efectiva de problemas, resolviendo cualquier inconveniente de manera eficiente para mantener una experiencia positiva.

Estrategias De Vinculación Con Los Clientes

El hotel también buscará vincular emocionalmente a los clientes a través de experiencias únicas y memorables. Se ofrecerán detalles personalizados, actividades especiales y servicios exclusivos durante la estadia para crear un vínculo emocional con los huéspedes. Asimismo, se fomentará la creación de comunidad a través de actividades grupales que generen una sensación de pertenencia entre los huéspedes. Para aquellos clientes que valoran la sostenibilidad, el hotel participará en iniciativas sociales y sostenibles que reflejen un compromiso compartido con el medio ambiente. Por último, se ofrecerán programas de beneficios a largo plazo, con descuentos

progresivos para premiar la fidelidad continua de los clientes, fortaleciendo así la relación a largo plazo con el hotel.

Aplicación De Los Objetivos Estratégicos De La Dirección Estratégica

Posicionamiento

En cuanto al posicionamiento de Paute Lodge Hotel & Suites, se desarrollará una página web propia que se adapte a dispositivos móviles y ofrezca información actualizada sobre los servicios, instalaciones y actividades disponibles en el hotel. Este sitio web será una herramienta clave para captar a potenciales clientes, especialmente a través de la promoción de paquetes y ofertas diseñados específicamente para parejas, grupos o familias. Estas ofertas se ajustarán según la temporada, ya sea alta o baja, con el objetivo de atraer un mayor volumen de clientes en todo momento del año.

Incremento De Ventas

El incremento de ventas será impulsado mediante campañas de marketing por e-mail, que promocionarán ofertas especiales, noticias actualizadas y recordatorios de reserva a los clientes. Además, se desarrollarán nuevos servicios basados en un análisis previo de las preferencias de los clientes actuales y potenciales. Estos servicios buscarán satisfacer necesidades emergentes y atraer a más huéspedes, diversificando la oferta del hotel.

Desarrollo De Marca

En cuanto al desarrollo de la marca, el hotel definirá claramente sus valores centrales y la propuesta única de servicios, destacando qué lo diferencia de otros alojamientos en la región. Esto incluirá incursionar en prácticas sostenibles, como la reducción de residuos y el apoyo a las comunidades locales, generando una imagen de marca responsable y alineada con los valores de sostenibilidad que muchos clientes valoran en la actualidad.

Desarrollo De Nuevos Servicios

El desarrollo de nuevos servicios será un aspecto clave en la estrategia de expansión del hotel. Se realizará un análisis detallado de los servicios actuales, con el objetivo de proponer nuevas opciones como spa, senderismo y cabalgatas, que no solo interesen a los clientes existentes, sino que también atraigan a nuevos huéspedes en busca de experiencias únicas.

Lealtad

En términos de lealtad, el hotel implementará un programa de incentivos para sus clientes frecuentes, ofreciéndoles promociones, regalos y ventajas exclusivas como recompensa por su fidelidad. Además, se llevará a cabo un plan de seguimiento posterior a la estadía, que permitirá al hotel conocer la experiencia de los huéspedes y atender cualquier sugerencia o inquietud que puedan tener.

Fidelidad

Para fomentar la fidelidad, Paute Lodge adoptará una comunicación proactiva con sus huéspedes, enviando mensajes personalizados antes, durante y después de su estadía. Estos mensajes incluirán recomendaciones locales y expresiones de agradecimiento, reforzando así la relación con el cliente. Asimismo, se ofrecerán recompensas por referencias, incentivando a los clientes leales a recomendar el hotel a amigos o familiares.

Ventajas Competitivas

Las ventajas competitivas del hotel se enfocarán en la atención detallada, capacitando al personal para brindar un servicio personalizado y excepcional. Este enfoque en el cuidado de los detalles permitirá generar experiencias únicas para los huéspedes. Además, se mantendrán altos estándares de gestión, desde la limpieza y mantenimiento de las instalaciones hasta la logística y gestión de reservas. El hotel también invertirá en tecnología de vanguardia, con televisores Smart en las habitaciones, un sistema de internet robusto y opciones de entretenimiento como plataformas de streaming.

Participación En El Mercado

Para aumentar la participación en el mercado, el hotel llevará a cabo un análisis de la competencia y del mercado actual, lo que le permitirá identificar nuevas oportunidades y áreas de mejora. Asimismo, se mantendrá una política de flexibilidad en las reservas, ofreciendo a los huéspedes opciones para modificar fechas o habitaciones sin complicaciones, lo que mejorará su experiencia general.

Crecimiento

En cuanto al crecimiento, el hotel buscará expandir su mercado mediante una segmentación enfocada en mercados específicos que se alineen con su propuesta de valor. Además, diversificará su oferta con nuevos servicios o experiencias que atraigan a diferentes tipos de clientes. También se trabajará en optimizar las operaciones internas, mejorando la eficiencia en la gestión de reservas y la logística diaria.

Crear Valor

Finalmente, para crear valor, Paute Lodge aprovechará su ubicación única ofreciendo servicios excepcionales como excursiones, caminatas de senderismo y trekking. También se incluirán servicios de bienestar, como masajes, yoga y spa, que enriquecerán la experiencia del huésped. Además, se destacará la personalidad única del hotel, resaltando su historia, ubicación y los orígenes del negocio, lo que contribuirá a crear una conexión emocional con los clientes.

Análisis Del Macro Entorno (PESTEL)

El análisis PESTEL ofrece una visión completa de los factores clave que afectan a la industria hotelera, evaluando aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, culturales, ambientales y laborales, proporcionando una comprensión detallada de las oportunidades y desafíos que enfrenta Paute Lodge Hotel & Suites.

Político

En el ámbito político, la estabilidad política de la región juega un papel crucial para el éxito del negocio, ya que un entorno libre de conflictos permite que el hotel opere sin interrupciones. Además, existe la posibilidad de acceder a programas gubernamentales que apoyan el turismo, tales como incentivos fiscales, opciones de financiamiento y promoción turística. Estas iniciativas representan una oportunidad significativa para el crecimiento y desarrollo sostenible del hotel.

Económico

En cuanto al factor económico, el hotel puede aprovechar su ubicación estratégica para atraer turistas mediante la promoción de atracciones locales, eventos culturales y actividades turísticas. Además, el hotel debe ofrecer paquetes y ofertas adaptados a distintos segmentos económicos, permitiendo atraer tanto a clientes que buscan lujo como a aquellos que prefieren opciones más asequibles. Esto amplía la base de clientes y maximiza el potencial de ingresos.

Social Y Cultural

Desde la perspectiva social y cultural, existe una tendencia creciente hacia el turismo sostenible y experiencial, en la que los viajeros buscan experiencias auténticas y respetuosas con el medio ambiente. El hotel puede capitalizar esta tendencia mediante la integración de espacios verdes, actividades al aire libre y prácticas sostenibles. Estas iniciativas no solo atraerán a un segmento consciente del medio ambiente, sino que también reforzarán la identidad del hotel como un lugar que valora la naturaleza. Asimismo, el hotel puede destacar la gastronomía local, utilizando ingredientes autóctonos y ofreciendo platos tradicionales que reflejen la cultura de la

región. Esto puede combinarse con la promoción de eventos culturales, como festivales de música o exposiciones de arte, que atraerán a clientes en busca de experiencias auténticas.

Tecnológico

En el aspecto tecnológico, el hotel debe implementar tecnologías modernas como sistemas de reservas en línea y aplicaciones móviles, que facilitarán procesos de reserva más eficientes y personalizados. Estas herramientas no solo mejorarán la experiencia del cliente, sino que también optimizarán la gestión interna del hotel. Además, el uso de plataformas digitales y redes sociales permitirá conectar con los clientes, promocionar el hotel y fortalecer la reputación del establecimiento en línea, generando mayor visibilidad.

Ambiental

En el ámbito ambiental, el hotel puede diferenciarse aún más adoptando prácticas sostenibles, tales como la gestión eficiente de residuos, el uso de energías renovables y la reducción de su huella de carbono. Estas acciones atraerán a clientes que valoran la sostenibilidad y también contribuirán a la responsabilidad social corporativa del hotel. Además, al ofrecer actividades relacionadas con la naturaleza, como excursiones guiadas y senderismo, el hotel puede responder a la demanda de experiencias auténticas, reforzando su conexión con el creciente movimiento de turismo sostenible.

Laboral

En cuanto al aspecto laboral, el hotel deberá implementar programas de capacitación y desarrollo, que permitan al personal adquirir nuevas habilidades y conocimientos. Estos programas pueden incluir formación en línea, talleres prácticos y otras actividades educativas que mejoren la calidad del servicio. Además, es crucial fomentar un ambiente laboral positivo, mediante políticas que promuevan la equidad, el reconocimiento del desempeño y un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal. Brindar beneficios competitivos y oportunidades de crecimiento profesional ayudará a atraer y retener talento en la industria hotelera.

Legal

En el ámbito legal, es esencial que el hotel cumpla con todas las regulaciones y estándares éticos, lo que no solo fortalecerá su reputación, sino que también generará confianza entre los clientes y la comunidad. La participación en iniciativas éticas y de responsabilidad social, como donaciones a la comunidad local o proyectos sostenibles, también puede contribuir a la lealtad de los clientes, que valoran estas prácticas empresariales. Asimismo, el hotel debe estar atento a cambios en la legislación que puedan requerir ajustes operativos, para garantizar que siempre se mantenga dentro del marco legal y evitar posibles consecuencias negativas.

Capítulo 2: Plan De Negocios E Investigación De Mercados

Modelo Canvas

Tabla 1

Canvas de Paute Lodge Hotel & Suites

Alianzas clave:	Actividades clave:	Propuesta de valor:	Relación con clientes:	Segmentos de mercados:
Agencias de viajes (Paute Travel, Zima Travel).	Gestión de reservas y atención al cliente.	Ofrecer una experiencia de bienestar personalizada, que combine tranquilidad, conexión con la naturaleza y servicios adaptados a cada huésped.	Comunicación personalizada antes, durante y después de la estadia.	Individuos que buscan escapar del estrés urbano, interesados en experiencias tranquilas, rodeados de naturaleza.
Municipio de Paute y otras entidades locales para fomentar el turismo.	Mantenimiento de instalaciones y limpieza.	Preparación de alimentos y organización de eventos.	Atención al cliente dedicada con seguimiento constante.	Familias y grupos que desean compartir tiempo de calidad en un entorno natural.
Empresas y colegios que organicen retiros, paseos o convivencias.	Estrategias de marketing y promoción digital.	Escapadas relajantes en un ambiente rodeado de naturaleza,	Programas de fidelización e incentivos por referidos.	

Plataformas de reservas en línea.	Desarrollo de nuevas experiencias y servicios.	permitiendo desconectar del estrés urbano.	Encuestas de satisfacción para identificar áreas de mejora.	de Parejas que buscan escapadas románticas o relajantes.
		Paquetes personalizados para familias, parejas y grupos.	Canales:	Empresas que organizan retiros o convivencias laborales.
	Instalaciones: Suites, áreas comunes, restaurante, salón de eventos, jardines.	Eventos temáticos y experiencias sostenibles,	Presencia en línea: Página web optimizada y redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok).	Escuelas e instituciones educativas que buscan un entorno seguro para salidas educativas.
	Personal: Recepcionista, personal de limpieza, chefs, administradores.	aprovechando la belleza natural de Paute.	Plataformas de reserva: Booking, Airbnb, y otras plataformas de terceros.	
	Tecnología: Sistemas de reservas, Wi-Fi, marketing digital.		Colaboraciones con agencias de viajes para promociones y paquetes turísticos.	
	Mobiliario y equipos: Habitaciones, áreas comunes, equipos de limpieza y cocina.		Recomendaciones de clientes satisfechos.	
Estructura de costos:		Fuentes de ingresos:		
Costos de personal: Recepción, cocina, limpieza, eventos.		Ingresos por hospedaje (suites y habitaciones).		
Costos de mantenimiento y limpieza de instalaciones.				

	Ingresos por el restaurante (venta de comida rápida y platos a la carta).
Suministros para cocina y restaurante.	
Costos de marketing digital y publicidad.	Eventos especiales: Alquiler del salón para convivencias, bodas, retiros y festividades.
Gastos adicionales para eventos especiales.	Ingresos adicionales por actividades recreativas organizadas en fechas clave.

El segmento de clientes al que Paute Lodge Hotel & Suites se dirige es variado, comprendiendo a individuos que buscan escapar del ajetreo urbano y disfrutar de la tranquilidad que ofrece la naturaleza. Además, se enfoca en familias y grupos, quienes pueden disfrutar de un entorno natural seguro y relajante, y parejas que buscan escapadas románticas. También se ofrece como un espacio ideal para empresas que desean organizar convivencias o retiros, así como para instituciones educativas que buscan un ambiente propicio para salidas educativas.

La propuesta de valor se centra en ofrecer una experiencia de bienestar personalizada, en la que los huéspedes puedan disfrutar de la paz y la belleza de Paute. Se destaca por la conexión con la naturaleza, proporcionando una escapada relajante y sin preocupaciones. Además, se ofrecen paquetes personalizados que se adaptan a las necesidades de familias, parejas y grupos, y se organizan eventos temáticos y experiencias sostenibles, aprovechando las ventajas de la ubicación natural del hotel.

Para llegar a sus clientes, el hotel utiliza una combinación de canales digitales y tradicionales. La presencia en línea mediante su página web optimizada y las redes sociales, junto con las plataformas de reserva como Booking y Airbnb, permite atraer a un público amplio. También se establecen colaboraciones con agencias de viajes para la promoción de paquetes

turísticos. Las recomendaciones de clientes satisfechos juegan un papel clave en la captación de nuevos huéspedes.

La relación con los clientes se basa en la atención personalizada y el seguimiento constante antes, durante y después de la estadía. El hotel implementa un programa de fidelización que incluye incentivos por referidos y encuestas de satisfacción que permiten identificar oportunidades de mejora y seguir destacándose en el mercado.

En cuanto a las fuentes de ingresos, el hotel genera ingresos principalmente por el hospedaje y el restaurante. Además, el alquiler del salón de eventos para bodas, retiros y convivencias permite captar ingresos adicionales. También se aprovechan las actividades recreativas organizadas en fechas clave para aumentar las ventas.

El hotel cuenta con varios recursos clave que incluyen sus instalaciones (suites, áreas comunes, restaurante y salón de eventos), un equipo humano capacitado en la atención al cliente y la gestión operativa, y tecnología avanzada para la gestión de reservas y el marketing digital. Las actividades clave incluyen la gestión de reservas, la preparación de alimentos y la organización de eventos especiales, así como el mantenimiento de las instalaciones y el desarrollo continuo de estrategias de marketing.

Finalmente, el éxito del hotel depende en gran medida de sus socios clave, que incluyen a agencias de viajes, el Municipio de Paute para promover el turismo local, y plataformas de reservas en línea que aumentan su visibilidad y alcance en el mercado. Los costos principales se derivan del personal, el mantenimiento y la limpieza de las instalaciones, así como los gastos de marketing digital y la organización de eventos.

Capítulo 3: Marketing Estratégico

Misión

Ofrecer a nuestros huéspedes una experiencia de bienestar personalizada, combinando tranquilidad, conexión con la naturaleza y hospitalidad en un entorno único, para que cada estadía sea memorable y libre de estrés. Nuestro compromiso es garantizar la satisfacción del cliente a través de servicios adaptados a sus necesidades, mientras promovemos la sostenibilidad y el respeto por el entorno natural que nos rodea.

Visión

Convertirnos en el principal destino turístico de bienestar y naturaleza en la región de Paute, reconocidos por nuestra excelencia en el servicio, experiencias auténticas y nuestro compromiso con la sostenibilidad. Aspiramos a expandir nuestra oferta y fortalecer nuestra posición en el mercado, atrayendo a turistas nacionales e internacionales que valoren la tranquilidad, el cuidado del medio ambiente y la personalización de su experiencia.

Productos Y Servicios Ofrecidos

Paute Lodge Hotel & Suites ofrece una amplia gama de productos y servicios diseñados para proporcionar a los huéspedes una experiencia única, enfocada en el bienestar y la conexión con la naturaleza. El hotel cuenta con suites y habitaciones que ofrecen vistas impresionantes al entorno natural, además de paquetes especiales diseñados para escapadas románticas, familiares o de bienestar. En cuanto a la gastronomía, el restaurante del hotel destaca por sus menús elaborados con ingredientes frescos y locales, resaltando la gastronomía tradicional de la región, y también ofrece servicios de catering para eventos.

El hotel se distingue por sus actividades recreativas, que incluyen senderismo, caminatas guiadas y cabalgatas, permitiendo a los huéspedes explorar los alrededores mientras disfrutan de la flora y fauna locales. Además, se ofrecen servicios de bienestar, como spa, masajes y yoga al aire libre, complementados con instalaciones de piscina, sauna y jacuzzi que brindan una experiencia de relajación total. Para eventos especiales, Paute Lodge dispone de un salón de eventos adecuado para bodas, convivencias empresariales, y retiros, así como la organización de eventos temáticos, como ferias gastronómicas o festivales culturales. Además, el hotel está comprometido con el turismo sostenible, llevando a cabo iniciativas ecológicas para la conservación del entorno natural, lo que refuerza su identidad como un destino consciente y responsable.

Público Objetivo

Paute Lodge Hotel & Suites está dirigido a un público diverso que busca una experiencia única en la naturaleza. Entre sus principales clientes se encuentran turistas nacionales e

internacionales que desean escapar del estrés de la vida urbana y disfrutar de un entorno tranquilo. Familias que buscan pasar tiempo de calidad en un lugar seguro, con actividades al aire libre y opciones de bienestar, también forman parte del público objetivo. Además, el hotel es ideal para parejas que buscan escapadas románticas y relajantes, así como para grupos empresariales que desean organizar retiros o convivencias en un ambiente natural.

Por otro lado, escuelas e instituciones educativas que buscan realizar salidas educativas en un entorno seguro y natural también son un segmento clave. Finalmente, el hotel atrae a viajeros conscientes, quienes valoran la sostenibilidad, la autenticidad y la conexión con la naturaleza. Estos clientes aprecian la experiencia personalizada que ofrece el hotel, así como su compromiso con el turismo sostenible y el respeto por el medio ambiente.

Contexto Del Problema

Paute Lodge Hotel & Suites ha identificado una creciente demanda por experiencias de bienestar personalizadas y una conexión profunda con la naturaleza entre los turistas que visitan la región de Paute. A pesar de ofrecer servicios como senderismo, spa, y actividades al aire libre, el hotel aún no ha desarrollado un servicio exclusivo que lo diferencie claramente en el mercado. La falta de una oferta distintiva que integre de manera innovadora los aspectos de bienestar, naturaleza y turismo sostenible ha generado una oportunidad de mejora significativa para capitalizar las tendencias actuales.

El mercado turístico está experimentando un cambio hacia el turismo experiencial y de bienestar, donde los viajeros no solo buscan un lugar para alojarse, sino una experiencia transformadora y única. Aunque el hotel ya cuenta con un entorno natural privilegiado y ciertos

servicios que promueven la relajación y la conexión con la naturaleza, falta un servicio diferenciado que integre todas estas ventajas de forma innovadora para atraer tanto a nuevos clientes como a aquellos que desean regresar.

La principal necesidad es crear un servicio experiencial innovador que combine bienestar, sostenibilidad y naturaleza, aprovechando la infraestructura actual y creando nuevas oportunidades para destacarse en el mercado turístico.

Problemas Identificados

Falta De Un Servicio Innovador Y Exclusivo. Aunque el hotel ofrece una variedad de servicios de bienestar, estos no están integrados de manera que creen una experiencia diferenciadora y memorable que lo distinga de otros competidores.

Oferta No Personalizada Para El Turista Moderno. No hay un servicio que responda a las crecientes demandas de los turistas por experiencias personalizadas que integren bienestar físico, mental y conexión con la naturaleza.

Oportunidad De Crear Una Oferta De Bienestar Inmersiva. A pesar de contar con instalaciones como spa y áreas recreativas, falta un servicio exclusivo que combine múltiples actividades de bienestar en un solo paquete.

Desaprovechamiento Del Entorno Natural Como Parte De La Oferta. El hotel tiene un entorno natural privilegiado, pero no ha creado un servicio que integre plenamente este valor, como una experiencia de inmersión total en la naturaleza combinada con prácticas de bienestar sostenibles.

Competencia En El Sector Del Turismo De Bienestar. Otros hoteles en la región han implementado programas más completos de bienestar y retiro, lo que ha hecho que Paute Lodge pierda clientes que buscan una experiencia más holística y transformadora.

Oportunidad Para Integrar La Sostenibilidad En El Producto. Aunque el hotel promueve prácticas sostenibles, no ha desarrollado un servicio que eduque y comprometa a los turistas con prácticas de sostenibilidad a través de la experiencia.

Limitación En La Retención De Clientes De Alto Valor. Sin una oferta distintiva de bienestar, el hotel no logra atraer a turistas de alto valor dispuestos a pagar por experiencias premium en la naturaleza.

Oportunidad De Mercado

El turismo de bienestar ha experimentado un crecimiento sostenido a nivel global, con proyecciones que alcanzarán los 1.2 billones de dólares para 2025, según el Global Wellness Institute. Este crecimiento refleja una clara tendencia hacia experiencias que combinan descanso, salud y rejuvenecimiento físico y mental. En este contexto, Paute Lodge Hotel & Suites tiene una oportunidad ideal para desarrollar un “Retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza”, dirigido a turistas que buscan experiencias transformadoras y personalizadas, tanto a nivel local como internacional.

Además, existe una creciente demanda por el turismo sostenible, en el que los viajeros desean participar en actividades que respeten y promuevan la conservación del medio ambiente. En este sentido, el retiro no solo ofrecería experiencias de bienestar, como yoga y caminatas

guiadas, sino también un componente educativo en prácticas de sostenibilidad, lo que lo diferencia de otros competidores de la región. Aunque algunos establecimientos cercanos ofrecen actividades recreativas, pocos han desarrollado una oferta integral de bienestar que combine naturaleza y sostenibilidad de manera efectiva, lo que representa una ventaja competitiva clara para el hotel.

El segmento de mercado al que se dirige este producto incluye tanto turistas internacionales como nacionales, especialmente aquellos que viven en ciudades cercanas como Cuenca o Guayaquil, y que buscan escapadas cortas o retiros enfocados en el bienestar y la desconexión. Además, las tendencias actuales de escapadas cortas y personalizadas tras la pandemia han reforzado el interés por productos como los retiros, lo que posiciona a Paute Lodge en un lugar privilegiado para captar este público.

La infraestructura actual del hotel permite que la implementación de este retiro sea viable sin necesidad de grandes inversiones. Aprovechando las instalaciones existentes, como las áreas al aire libre, el spa y el restaurante, se pueden ofrecer experiencias integradas de bienestar, al tiempo que se destacan los valores de sostenibilidad y conservación ambiental. Esto, sumado a un enfoque de marketing digital y una promoción adecuada, permitirá al hotel aumentar su participación de mercado y mejorar su posicionamiento como un destino único en la región.

En resumen, el “Retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza” no solo responde a una necesidad del mercado actual, sino que también posiciona a Paute Lodge en una categoría diferenciada que combina bienestar, naturaleza y sostenibilidad. La oportunidad de mercado es clara y está respaldada por tendencias globales y locales, así como por la infraestructura y capacidad del hotel para implementar este producto de manera efectiva y rentable.

Idea De Negocio

Concepto

El “Retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza” es una experiencia personalizada que combina el bienestar físico y mental con la conexión profunda con la naturaleza. Diseñado para responder a las tendencias actuales de turismo experiencial y sostenible, este retiro ofrece a los huéspedes la oportunidad de desconectarse del estrés urbano, reconectar consigo mismos y aprender sobre prácticas sostenibles. Con una duración de entre 3 y 5 días, el producto integra actividades como yoga, meditación, caminatas guiadas, talleres de sostenibilidad y terapias de spa, todo en el entorno natural del Paute Lodge Hotel & Suites. El retiro está dirigido a un público que busca una experiencia transformadora, en la que la relajación se combine con la educación ambiental y la inmersión en la belleza natural del lugar.

Funcionalidad

El retiro de bienestar se ejecuta mediante una serie de actividades estructuradas que permiten a los huéspedes disfrutar de la tranquilidad del entorno mientras participan en experiencias que promueven su bienestar físico, mental y emocional. Las actividades incluyen sesiones de yoga y meditación al aire libre, aprovechando las áreas verdes del hotel, así como caminatas guiadas para explorar los paisajes circundantes y aprender sobre la flora y fauna local. Además, el retiro ofrece talleres de sostenibilidad, donde los huéspedes aprenden prácticas como la reducción de residuos, el reciclaje y el consumo consciente. La gastronomía del hotel se ajusta al concepto de bienestar, ofreciendo menús saludables con ingredientes locales y de temporada.

Para garantizar una experiencia personalizada, Paute Lodge utiliza un enfoque integral, adaptando las actividades a las necesidades y preferencias de cada grupo o individuo. El retiro se promociona a través de canales digitales, como las redes sociales, y se vende como un paquete completo que incluye alojamiento, comidas, actividades y terapias de bienestar. Esto no solo facilita la gestión logística para los huéspedes, sino que también asegura que vivan una experiencia coherente y bien organizada desde su llegada hasta su partida.

Impacto

El impacto del “Retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza” es múltiple y positivo, tanto para el hotel como para sus huéspedes y el entorno. A nivel comercial, este servicio innovador fortalece el posicionamiento de Paute Lodge como un destino de turismo de bienestar y sostenibilidad, diferenciándolo de la competencia en la región. Aumenta la participación en el mercado al atraer a turistas nacionales e internacionales interesados en experiencias transformadoras y personalizadas. Además, mejora la fidelización de clientes, ya que las personas que vivan esta experiencia estarán más inclinadas a regresar y recomendar el hotel a otros.

Desde el punto de vista de los huéspedes, el retiro tiene un impacto directo en su bienestar físico, mental y emocional, ofreciendo una pausa de la vida diaria y una reconexión con la naturaleza. A través de las actividades de sostenibilidad, los participantes no solo disfrutan de la experiencia, sino que adquieren conocimientos sobre cómo reducir su impacto ambiental, lo que les genera un sentimiento de contribución positiva.

En términos ambientales, el retiro promueve prácticas de turismo responsable, educando a los huéspedes sobre la importancia de la conservación del entorno natural. Además, al integrar

estas actividades en la experiencia del retiro, el hotel refuerza su compromiso con la sostenibilidad, contribuyendo a la preservación de la región de Paute y fortaleciendo su reputación como un actor comprometido con el medio ambiente.

Estrategia de Marketing Mix (4P)

Tabla 2

Estrategia de Marketing Mix (4P) para Paute Lodge Hotel & Suites

Producto	
Anterior	Nuevo
El hotel ofrece servicios de alojamiento, actividades recreativas y spa sin una integración específica en un paquete único.	Se introduce un retiro de bienestar sostenible como un servicio distintivo, que combina alojamiento, experiencias de bienestar (yoga, meditación, spa), actividades al aire libre (senderismo) y talleres de sostenibilidad en un solo paquete inmersivo. Este producto es personalizable para diferentes segmentos de clientes (familias, parejas, grupos).
Precio	
Anterior	Nuevo

Se establece una estructura de precios por paquetes integrados, basados en la duración del retiro (3 a 5 días) y en las actividades incluidas. Se aplican diferentes tarifas según la duración, pero sin una temporada (alta/baja) y descuentos para clientes recurrentes o reservas grupales. También se añaden precios premium para experiencias personalizadas.

Distribución (Plaza)

Anterior

Reservas a través de las redes sociales del hotel y plataformas de terceros como Booking y Airbnb. Sin alianzas con operadores turísticos.

Nuevo

Se optimiza la distribución utilizando tanto las redes sociales del hotel como alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos especializados en turismo de bienestar y sostenible. Se fomenta la venta directa a través de las redes sociales y campañas de email marketing personalizadas para captar clientes recurrentes.

Promoción

Anterior

Nuevo

Se implementa una estrategia de marketing digital

Uso limitado de redes sociales y promoción centrada en descuentos estacionales. La presencia online es básica, con poco enfoque en diferenciación del producto. omnicanal enfocada en resaltar la experiencia del retiro. Se incluyen campañas en redes sociales, anuncios dirigidos en plataformas como Instagram y Facebook, y colaboraciones con influencers del turismo de bienestar. Además, se desarrollan contenidos que promuevan los valores de sostenibilidad del hotel, creando engagement con el público consciente del medio ambiente.

El desarrollo del “Retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza” para Paute Lodge Hotel & Suites representa una estrategia innovadora que responde tanto a las necesidades del mercado actual como a las capacidades internas del hotel. Al analizar el mercado y las tendencias de turismo de bienestar y turismo sostenible, se identificó una oportunidad clara para diferenciarse de la competencia mediante la creación de un producto único, que no solo ofrezca descanso y relajación, sino también educación ambiental y experiencias transformadoras.

La propuesta de integrar el retiro dentro de la oferta del hotel no solo fortalece su posicionamiento en el mercado, sino que también permite captar un segmento de clientes de alto valor, dispuestos a pagar por experiencias personalizadas y exclusivas. Además, la implementación de un enfoque omnicanal en la estrategia de marketing, con una fuerte presencia

digital, alianzas con agencias de viajes y promoción a través de influenciadores, refuerza la visibilidad del producto y amplía su alcance.

A nivel interno, el uso eficiente de los recursos disponibles, como las instalaciones del hotel y la infraestructura ya existente, garantiza la viabilidad operativa y financiera del producto sin necesidad de realizar grandes inversiones. Este enfoque, además, fortalece la responsabilidad social corporativa del hotel, al promover prácticas sostenibles y educar a los clientes sobre la conservación del medio ambiente.

Las mejoras realizadas en la estrategia de marketing mix (producto, precio, plaza, y promoción) aseguran que la nueva propuesta esté alineada con las tendencias del mercado y que la experiencia del cliente sea optimizada, desde la reserva hasta la finalización del retiro. Esto no solo incrementará la satisfacción de los clientes, sino que también mejorará la retención y el engagement, permitiendo que el hotel se posicione como líder en el segmento de turismo de bienestar en la región.

En conclusión, la implementación de esta estrategia permitirá a Paute Lodge Hotel & Suites no solo incrementar sus ingresos y participación en el mercado, sino también consolidarse como un referente en turismo sostenible y de bienestar. Este enfoque equilibrado entre innovación, sostenibilidad y personalización de la experiencia es clave para asegurar el éxito a largo plazo del hotel en un mercado en constante evolución.

Capítulo 4: Gerencia Financiera

Se trabajará un proyecto de expansión puesto que el objetivo de la expansión es dotar al hotel de los recursos y capacidad necesarios para ofrecer de manera óptima el “Retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza”, aprovechando la creciente demanda por turismo de bienestar y sostenible. La expansión se centrará en mejorar las instalaciones y servicios clave que forman parte integral del retiro, como la creación de nuevas áreas para actividades de bienestar, la mejora de la infraestructura de alojamiento, y la incorporación de nuevas tecnologías para optimizar la experiencia del cliente.

Este proyecto de expansión se apoya en las fortalezas de Paute Lodge Hotel & Suites y su creciente posicionamiento en el turismo de bienestar, con el objetivo de ejecutar el “Retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza”. La inversión inicial estimada es de \$112,000, destinada a cubrir los costos de construcción de nuevas cabañas ecológicas, ampliación de áreas de bienestar y restaurante, implementación de energías renovables, mejoras tecnológicas, y una campaña integral de marketing. El financiamiento del proyecto se estructurará mediante una combinación de préstamos bancarios y recursos propios, optimizando así el costo de capital y asegurando un retorno atractivo a mediano plazo.

Tabla 3

Inversión requerida

Denominación	Descripción	Costo aproximado
Construcción	Construcción de 4 nuevas	\$40,000
de nuevas suites o cabañas ecológicas	cabañas sostenibles para aumentar la capacidad de alojamiento.	(\$10,000/cabaña)
Sala de bienestar y pabellón de meditación	Construcción de un salón de bienestar multiuso y un pabellón de meditación al aire libre.	\$20,000
Ampliación de restaurante	Expansión del restaurante actual para incluir un área dedicada a menús saludables.	\$20,000
Paneles solares y autosuficiencia energética	Instalación de paneles solares para reducir los costos de energía del hotel.	\$10,000
Sistema de recolección de agua de lluvia	Implementación de un sistema para recoger y reutilizar agua de lluvia en áreas comunes.	\$5,000
Infraestructura tecnológica	Mejora de sistemas de reservas, personalización de experiencias y conectividad Wi-Fi.	\$5,000

Equipamiento de bienestar (yoga, spa, meditación)	Equipamiento especializado para la sala de bienestar: mats de yoga, equipo de spa, etc.	\$5,000
Capacitación de personal	Capacitación en sostenibilidad, bienestar y atención personalizada para retiros.	\$2,000
Marketing y promoción del retiro	Campañas de marketing digital, influencers y alianzas con agencias para promocionar retiros.	\$5,000
<hr/>		
Total		\$112.000
<hr/>		

Este proyecto no solo tiene el potencial de incrementar las ventas y la rentabilidad de Paute Lodge Hotel & Suites, sino que también refuerza su compromiso con la sostenibilidad al implementar energías renovables y prácticas ecoamigables en el retiro. Esta expansión fortalece la imagen del hotel como un destino de bienestar consciente del medio ambiente, atrayendo a clientes comprometidos con la sostenibilidad y diferenciándose en el competitivo mercado turístico.

Financiamiento Del Proyecto

El monto total del préstamo necesario para cubrir los costos iniciales del proyecto asciende a \$72,000.00. Esta cantidad se determina teniendo en cuenta que el 36% restante de la inversión será aportado como fondos propios, lo que reduce significativamente la necesidad de financiamiento externo. Para asegurar las mejores condiciones de financiamiento, se han evaluado

las tasas de interés ofrecidas por diversas instituciones financieras, proporcionando una base sólida para seleccionar la opción más favorable.

Tabla 4

Tasas de interés

Institución	Tasa de interés
Cooperco	14.50%
Coopsi	15.50%
Jep	15.90%
Jardín	12.77%
Azuayo	
Banco	15.60%
Pichincha	
Cooperco	14.50%

Entre las opciones disponibles, se seleccionará la tasa de interés ofrecida por Banco Pichincha, que es del 15.60%. Esta elección se fundamenta en varios factores clave que alinean los objetivos del proyecto con las ventajas que ofrece Banco Pichincha.

En primer lugar, aunque la tasa de interés ofrecida por Banco Pichincha no es la más baja entre las alternativas evaluadas, la decisión se basa en la solidez financiera y la amplia trayectoria de Banco Pichincha en el mercado financiero ecuatoriano. Como uno de los bancos más grandes

del país, Banco Pichincha tiene una reputación sólida y confiable, lo cual es fundamental para mitigar los riesgos asociados con la obtención de un préstamo de largo plazo, garantizando la estabilidad del financiamiento durante los seis años que durará la operación crediticia.

Además, Banco Pichincha ofrece servicios financieros complementarios que pueden facilitar la gestión del proyecto, como acceso a plataformas digitales avanzadas para el control de cuentas y la posibilidad de asesoría financiera personalizada. Estas características aportan un valor adicional más allá de la tasa de interés, ya que permiten una administración eficiente del préstamo y una mejor integración con los sistemas financieros del hotel.

Otro factor importante es la red de sucursales y canales de atención que ofrece Banco Pichincha, proporcionando facilidad para la realización de trámites y consultas relacionadas con el crédito. Esta accesibilidad es un punto crítico cuando se considera la ubicación de Paute Lodge Hotel & Suites en una región que, aunque privilegiada en términos naturales, requiere un banco con presencia nacional y soporte robusto para facilitar la operatividad financiera.

Finalmente, al trabajar con Banco Pichincha, se abren oportunidades para establecer relaciones comerciales y alianzas estratégicas a futuro, dado que el banco también tiene interés en apoyar iniciativas sostenibles y proyectos de turismo que aporten al desarrollo económico de la región. Esta sinergia potencial entre el proyecto del retiro y la visión de Banco Pichincha es un elemento que refuerza la decisión de seleccionar esta opción.

En resumen, la elección de Banco Pichincha está respaldada por la confianza en su solidez institucional, el acceso a servicios complementarios que apoyan la gestión del proyecto, y la oportunidad de crear sinergias que contribuyan al éxito y sostenibilidad del Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza a largo plazo.

Tabla 5*Tabla de amortización*

Tabla de amortización sistema francés				
Capital	72,000.00			
Tasa	15.60%			
Plazo	6			
Año	Cuota	Pago	Pago	Saldo
	total	int.	capital	capital
1	3,355.47	1,723.95	1,631.52	11,868.48
2	3,355.47	1,515.61	1,839.86	10,028.62
3	3,355.47	1,280.66	2,074.81	7,953.81
4	3,355.47	1,015.70	2,339.76	5,614.05
5	3,355.47	716.91	2,638.55	2,975.50
6	3,355.47	379.97	2,975.50	0.00

Se ha elegido el sistema de amortización francés para el financiamiento de \$72,000 con un plazo de 6 años a una tasa del 16% anual, debido a las ventajas que ofrece en términos de previsibilidad del flujo de caja. En este sistema, la cuota anual constante de \$19,333.44 garantiza estabilidad en los pagos, lo cual resulta crucial para la planificación financiera de Paute Lodge

Hotel & Suites durante la implementación del Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza.

La previsibilidad de las cuotas fijas permite gestionar mejor los ingresos y gastos del hotel, asegurando la capacidad de cumplir con los pagos del préstamo de manera constante y sin riesgos de fluctuaciones en las obligaciones anuales. Esto es especialmente importante en un proyecto como el retiro de bienestar, donde la planificación a largo plazo y la estabilidad financiera son claves para mantener el equilibrio de las operaciones y seguir invirtiendo en la mejora continua de la experiencia del cliente.

En definitiva, el sistema de amortización francés no solo ofrece simplicidad en la administración del crédito, sino que también contribuye a la sostenibilidad financiera de Paute Lodge Hotel & Suites, asegurando la capacidad de cumplir con las obligaciones crediticias de manera controlada y fortaleciendo la viabilidad del proyecto a largo plazo.

Costo De Capital Promedio Ponderado

Se anticipa un rendimiento del 21% sobre el valor de la inversión financiada con recursos propios para el proyecto de expansión de Paute Lodge Hotel & Suites, destinado a implementar el Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza. Con un enfoque que prioriza la sostenibilidad y la rentabilidad, se espera que el rendimiento del 21% aporte a la estabilidad y crecimiento del proyecto, maximizando su viabilidad a largo plazo.

Tabla 6*Costo del capital promedio ponderado*

Cálculo del CCPP	
Costo de la deuda	
(Kd)	15.60%
Costo deuda desp.	
Imp (ki)	9.95%
Costo de rec.	
Propios (ks)	21%
Participación deuda	
(wd)	64%
Particip. rec.	
Propios ws)	36%
CCPP (ka)	13.89%

Un Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) del 13.89% implica que Paute Lodge Hotel & Suites debe generar un retorno mínimo del 13.89% en el proyecto de expansión para cubrir

el costo del capital utilizado, tanto de la deuda como del capital propio. Este porcentaje representa el costo promedio ponderado que el hotel incurre para financiar la implementación del Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza, considerando la proporción de deuda (64%) y capital propio (36%) en la estructura de financiamiento.

En esencia, el CCPP del 13.89% refleja la tasa mínima de rendimiento requerida para satisfacer a los acreedores y a los inversionistas del proyecto, asegurando que la expansión no solo cubra sus costos financieros, sino que también mantenga e incremente el valor del hotel, contribuyendo a su viabilidad y rentabilidad a largo plazo. Esta tasa se convierte en un indicador clave para evaluar el éxito del proyecto, ya que permite determinar si el retorno proyectado sobre la inversión cumple con las expectativas tanto de los accionistas como de los financiadores, alineándose con los objetivos de crecimiento y sostenibilidad del hotel.

Flujos De Efectivo Del Proyecto

Tabla 7

Inversión inicial

Inversion	
inicial	112,000.00
Costo	
activos fijos	105,000.00

Edificios y	
terrenos	80,000.00
Maquinaria	
	15,000.00
Equipos de	
oficina	5,000.00
Muebles y enseres	
	5,000.00
Capital de trabajo	
	7,000.00
Capacitación de	
personal	2,000.00

Tabla 8*Flujos operativos*

Flujos de efectivo operativos						
	1	2	3	4	5	6
Ventas	\$ 56,652.41	\$ 62,859.79	\$ 69,747.32	\$ 77,389.51	\$ 85,869.05	\$ 95,277.70
Costos variables	\$ 13,900.00	\$ 15,423.02	\$ 17,112.91	\$ 18,987.97	\$ 21,068.48	\$ 23,376.94
Costos fijos excepto depreciación	\$ 12,240.00	\$ 12,240.00	\$ 12,240.00	\$ 12,240.00	\$ 12,240.00	\$ 12,240.00
Depreciación	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 6,000.00
Utilidad Operativa	\$ 23,512.41	\$ 28,196.78	\$ 33,394.41	\$ 39,161.54	\$ 45,560.58	\$ 53,660.76

Impuestos y participaciones	\$ 8,523.25	\$ 10,221.33	\$ 12,105.47	\$ 14,196.06	\$ 16,515.71	\$ 19,452.02
Utilidad Neta	\$ 14,989.16	\$ 17,975.44	\$ 21,288.93	\$ 24,965.48	\$ 29,044.87	\$ 34,208.73
Depreciación	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 6,000.00
<hr/>						
Flujos de efectivo incrementales	\$ 21,989.16	\$ 24,975.44	\$ 28,288.93	\$ 31,965.48	\$ 36,044.87	\$ 40,208.73
<hr/>						

Para calcular el incremento de los costos variables, se ha aplicado la tasa de crecimiento anual de las ventas proyectadas, que tiene un promedio del 10.96%. Este enfoque garantiza que los costos variables aumenten proporcionalmente al incremento esperado en los ingresos, manteniendo la coherencia con el crecimiento operativo proyectado del hotel. Al aplicar esta tasa, se asegura que los costos variables sigan el mismo ritmo de crecimiento que los ingresos generados por el Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza, lo cual contribuye a una mejor planificación financiera y control del flujo de caja.

Es importante destacar que, a partir del sexto año, la depreciación de los equipos de computación ya no se reflejará en los estados financieros, dado que estos activos habrán sido completamente depreciados al finalizar el quinto año, siguiendo el método de depreciación en línea recta. Esta depreciación corresponde a los activos tecnológicos adquiridos como parte de la expansión del hotel, tales como sistemas de reservas y conectividad Wi-Fi. Este ajuste contable mejora la precisión de los flujos de efectivo proyectados, eliminando costos de depreciación que

ya no son aplicables y proporcionando una imagen más clara de la rentabilidad operativa del proyecto a partir de ese momento.

La eliminación de la depreciación de los equipos de computación a partir del quinto año permitirá que los flujos de efectivo sean más altos y reflejen una mejor capacidad de generar caja para financiar las actividades de expansión y crecimiento del hotel. Esto, sumado al control del crecimiento de los costos variables, refuerza la sostenibilidad financiera del proyecto y asegura la rentabilidad a largo plazo.

Tabla 9

Flujo terminal

Flujo terminal	\$
	2,956.25
Venta de los Activos	\$
	3,500.00
Impuestos y participaciones	\$ -
	543.75

El flujo terminal de \$2,956.25 representa el valor neto de los activos al final del proyecto, tras considerar los ingresos generados por la venta de los activos por un monto de \$3,500.00 y descontar los impuestos y participaciones correspondientes, que ascienden a \$543.75. Este valor es crucial para completar el análisis de los flujos de efectivo del proyecto de expansión del Paute Lodge Hotel & Suites, ya que permite evaluar la rentabilidad final del proyecto.

El flujo terminal proporciona una medida esencial de los beneficios residuales que se obtendrán al finalizar el proyecto del Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza, asegurando una evaluación precisa y completa de su viabilidad financiera. Este flujo residual es importante, ya que contribuye a recuperar parte de la inversión realizada en los activos fijos, mejorando así el rendimiento total del proyecto y asegurando una mayor estabilidad financiera para el hotel.

Tabla 10

Van y TIR

Costo de capital	13.893%
Valor presente	\$
neto	3,290.64
Tasa Interna de	14.84%
retorno	

El Valor Presente Neto (VAN) de \$3,290.64 refleja el valor adicional que el proyecto generará después de descontar los flujos de efectivo futuros al costo de capital del 13.89%. Un VAN positivo de \$3,290.64 indica que el proyecto es rentable y, tras recuperar la inversión inicial y cubrir el costo del capital, generará un valor adicional. Este resultado subraya la atractividad financiera del proyecto de expansión del Paute Lodge Hotel & Suites, especialmente en el contexto del Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 14.84% es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, representando el retorno que el proyecto generará sobre la inversión inicial. Dado que la TIR del 14.84% es superior al costo de capital del 13.89%, demuestra que el proyecto no solo es viable, sino que también proporcionará un retorno atractivo sobre la inversión. Esta TIR positiva indica que el proyecto tiene un buen potencial de rentabilidad, asegurando un crecimiento y sostenibilidad a largo plazo para el hotel, y hace que el proyecto sea una oportunidad de inversión favorable en términos financieros.

Tabla 11

Periodo de recuperación

4	# de años enteros
-4,780.98	Valor que falta por recuperar
36,045	FE del año en el que se recupera la inversión
0.1326396	Fracción de año
1.591676	# de meses

El período de recuperación de 4 años y 2 meses indica que el proyecto de expansión del Paute Lodge Hotel & Suites es capaz de recuperar la inversión inicial en un plazo razonable. Este es un indicador positivo de la viabilidad del proyecto, ya que proporciona a los inversores una estimación clara del tiempo necesario para recuperar su inversión y comenzar a generar ganancias netas.

Un período de recuperación relativamente corto, como en este caso, sugiere que el proyecto tiene un riesgo moderado y es atractivo para la inversión. La capacidad de recuperar la inversión en poco más de cuatro años y dos meses refuerza la confianza en la rentabilidad y estabilidad del Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza. Este indicador es crucial para la toma de decisiones de inversión, ya que un tiempo de recuperación breve aumenta la confianza en la capacidad del proyecto de generar flujos de efectivo positivos y asegurar un rendimiento sostenible en el largo plazo.

Flujo Del Inversionista

Tabla 12

Flujo del inversionista

	0	1	2	3	4
Fe del proyecto	-	21,989.16	24,975.44	28,288.93	31,965.4
	112,000.00				
Desembolso del préstamo	72,000.00				
Pago capital		-8,101.44	-9,365.26	-	-
				10,826.24	12,515.14
Pago interes (inc. Aho. Imp.)		-	-9,968.18	-8,507.20	-6,818.3
	11,232.00				
Ahorro impuestos por intereses		4,071.60	3,613.46	3,083.86	2,471.6

Fe del	-	6,727.32	9,255.47	12,039.36	15,103.68
inversionista	40,000.00				

El análisis del flujo del inversionista permite comprender la distribución de los flujos de efectivo generados por el proyecto de expansión del Paute Lodge Hotel & Suites entre los pagos del préstamo y los ingresos netos que benefician al inversionista.

En el año 0, se observa una salida de efectivo inicial de \$112,000, correspondiente a la inversión inicial del proyecto. Esta inversión es parcialmente financiada mediante un préstamo de \$72,000, lo cual resulta en un flujo de efectivo neto del inversionista de \$-40,000, que representa la diferencia entre la inversión inicial y el desembolso del préstamo.

A partir del año 1, los flujos de efectivo del proyecto comienzan a generar ingresos positivos. Estos ingresos se utilizan para cubrir los pagos anuales de capital e intereses del préstamo. Por ejemplo, en el primer año se paga \$8,101.44 de capital y \$11,232.00 de intereses, con un ahorro fiscal asociado de \$4,071.60 debido a la deducción de los intereses pagados. El flujo de efectivo neto para el inversionista en el primer año es de \$6,727.32, después de considerar todos los pagos y ahorros fiscales.

A medida que avanza el tiempo, los pagos de capital aumentan y los pagos de intereses disminuyen, lo cual se refleja en un incremento en el flujo de efectivo neto del inversionista, que alcanza los \$24,777.31 en el sexto año. Este análisis demuestra que el proyecto no solo es capaz de cubrir sus costos financieros, sino que también proporciona un retorno significativo al inversionista, evidenciando la viabilidad y rentabilidad del proyecto del Retiro de Bienestar Sostenible e Inmersión en la Naturaleza.

Este análisis asegura que la estructura de financiamiento elegida permite optimizar los flujos de caja, maximizando el retorno del inversionista y garantizando la sostenibilidad financiera del proyecto a largo plazo.

Análisis De Escenarios

La economía local de la región de Paute entra en una recesión profunda, lo cual resulta en una disminución significativa del poder adquisitivo de los potenciales huéspedes y turistas. Este entorno adverso se caracteriza por un alto nivel de desempleo y una reducción del ingreso disponible, lo que lleva a las personas a priorizar los gastos esenciales sobre el turismo y las actividades de bienestar.

Además, la aparición de nuevos alojamientos y lodges en la zona incrementa la competencia y fragmenta el mercado. Estos competidores implementan descuentos agresivos y promociones que el Paute Lodge Hotel & Suites no puede igualar debido a restricciones presupuestarias y a su enfoque en un turismo más exclusivo y de calidad. Como resultado, la demanda de retiros y servicios de bienestar disminuye en un 50%, afectando negativamente las ventas proyectadas del hotel y resultando en una reducción drástica de sus ingresos.

Finalmente, según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), se proyecta que la inflación promedio en Ecuador para los próximos seis años será del 1.65%. Esta inflación moderada añade presión adicional sobre los costos operativos y los precios de venta de los servicios ofrecidos por el lodge. A pesar de la inflación moderada, la caída en las ventas del 50%

tiene un impacto significativo en la capacidad del hotel para cubrir los costos variables y mantener la rentabilidad proyectada.

Tabla 13

Inversión inicial del nuevo escenario

Inversión inicial	22,500.00					
Costos variables	13,900.00	15,423.02	17,112.91	18,987.97	21,068.48	22,788.85
Inflación	1.65%	1.65%	1.65%	1.65%	1.65%	1.65%
Factor de inflación	1.017	1.033	1.050	1.068	1.085	1.103
Costos variables ajustados por	14129.35	15936.18	17974.06	20272.54	22864.94	25788.85

Esta tabla proporciona una visión clara de cómo la inflación afecta los costos variables del proyecto del Paute Lodge Hotel & Suites a lo largo de los seis años. Con una inflación anual del 1.65%, los costos variables aumentarán de manera progresiva cada año, lo cual incrementará los gastos operativos y, por ende, afectará la rentabilidad del proyecto.

El ajuste de los costos variables por inflación muestra cómo los gastos pasarán de \$13,900.00 en el primer año a \$25,788.85 en el sexto año, reflejando el impacto acumulado de la inflación. Este incremento continuo de los costos operativos representa un desafío significativo para mantener la rentabilidad proyectada, especialmente en un contexto donde los ingresos también pueden estar sujetos a variaciones debido a factores económicos y de demanda.

Por lo tanto, es fundamental que el proyecto implemente estrategias que permitan mitigar estos incrementos, como la optimización de costos, el uso eficiente de los recursos, y el ajuste en

las tarifas de los servicios de manera proporcional para compensar los efectos inflacionarios y asegurar la sostenibilidad financiera del proyecto a largo plazo.

Tabla 14

Flujos de efectivo operativos del nuevo escenario

	Flujos de efectivo operativos			
Ventas	28,326.20	31,429.90	34,873.66	38,694.76
Costos variables	14,129.35	15,936.18	17,974.06	20,272.54
Costos fijos excepto depreciación	12,240.00	12,240.00	12,240.00	12,240.00
Depreciación	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
utilidad operativa	-5,043.15	-3,746.28	-2,340.40	-817.78
Impuestos y participaciones	-1,828.14	-1,358.03	-848.39	-296.45
Utilidad neta	-3,215.01	-2,388.25	-1,492.00	-521.33
Depreciación	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
Fe incrementales	3,784.99	4,611.75	5,508.00	6,478.67
Fe terminal				

Esta tabla de flujos de efectivo operativos muestra la evolución financiera del proyecto del Paute Lodge Hotel & Suites a lo largo de seis años. Inicialmente, el proyecto enfrenta dificultades, ya que durante los primeros cuatro años la utilidad operativa y la utilidad neta son negativas, debido a la combinación de altos costos y un nivel de ventas insuficiente. Sin embargo, los flujos de efectivo incrementales siguen siendo positivos durante todo el período gracias a la depreciación, que, aunque afecta la utilidad, no implica una salida de efectivo real.

A partir del quinto año, el proyecto muestra una mejora significativa al alcanzar una utilidad operativa positiva, lo cual se refleja también en una utilidad neta positiva. Esto indica una mayor eficiencia en la operación y una mejora en la capacidad de generar ingresos suficientes para cubrir los costos y generar beneficios.

El flujo terminal de \$2,956.25 al finalizar el sexto año, que incluye la venta de activos menos los impuestos, contribuye a la rentabilidad final del proyecto. Esta tabla refleja que, aunque el proyecto comienza con desafíos financieros, logra mejorar a mediano plazo, alcanzando rentabilidad y generando flujos de caja positivos, asegurando así la sostenibilidad a largo plazo.

Tabla 15

Flujos de efectivo acumulados del nuevo escenario

Flujo de efectivo 0	-	Flujo acumulado
Flujo de efectivo 1	3,785	
Flujo de efectivo 2	4,612	8,396.74
Flujo de efectivo 3	5,508	13,904.74
Flujo de efectivo 4	6,479	20,383.40

Flujo de efectivo 5	7,529	27,912.27
Flujo de efectivo 6	11,258	39,169.89

Tabla 16*Periodo de recuperación del nuevo escenario*

0	# de años enteros
-	Valor que falta por recuperar
112,000.00	
	FE del año en el que se recupera la inversión
	Fracción de año
0	# de meses

La interpretación de estos datos indica que, bajo el escenario actual, el proyecto no logra recuperar la inversión inicial de \$112,000 dentro del periodo de seis años proyectado. Los flujos de efectivo acumulados para el año 6 alcanzan solo \$39,169.89, lo cual es insuficiente para cubrir la inversión total.

Este resultado refleja un escenario financiero complicado, donde los ingresos proyectados y los costos operativos actuales no permiten una recuperación completa de la inversión dentro del

plazo de seis años. Esto implica que el proyecto podría requerir más tiempo del inicialmente planificado para alcanzar el punto de equilibrio.

Además, este resultado subraya la necesidad de implementar estrategias correctivas para mejorar la rentabilidad del proyecto. Algunas posibles acciones incluyen la reducción de costos operativos, la optimización de recursos, o la diversificación de la oferta de servicios para atraer nuevos segmentos de clientes y aumentar los ingresos. También se podría considerar una reevaluación del precio de los servicios o la búsqueda de nuevas oportunidades de financiamiento para reducir la presión financiera y mejorar la liquidez.

Tabla 17

Van y TIR del nuevo escenario

Ka	13.89%
Ka ajustada por inflación	15.543%
Valor presente neto	- 89,676.65
Tasa Interna de retorno	- 21.186464%

Los indicadores financieros analizados muestran que el proyecto de expansión del Paute Lodge Hotel & Suites no es viable bajo el escenario actual. El Valor Presente Neto (VPN) es de -89,676.65, lo cual indica que el proyecto no generará valor adicional, sino que más bien se traducirá en pérdidas.

Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) de -21.19% es considerablemente inferior al costo de capital ajustado por inflación, que asciende a 15.54%. Esto sugiere que el proyecto no será capaz de cubrir los costos de capital ni de generar un retorno adecuado para los inversores. Ambos indicadores señalan claramente que el proyecto, tal y como está planteado, no es rentable ni sostenible financieramente.

Estos resultados resaltan la necesidad de replantear la estrategia del proyecto o explorar alternativas para mejorar la rentabilidad. Se deberían considerar acciones como la reducción de costos, la optimización de la operación, o incluso un ajuste en el enfoque del mercado para intentar mejorar los ingresos y revertir la situación negativa actual.

En resumen, bajo este escenario, el proyecto no es viable, ya que no solo no compensa la inversión inicial, sino que además incurre en pérdidas, poniendo en riesgo los recursos invertidos.

Conclusión

Se ha definido una estrategia clara que optimiza la gestión de recursos y la toma de decisiones, asegurando coherencia entre las acciones operativas y los objetivos organizacionales. La ventaja competitiva de Paute Lodge radica en su ubicación privilegiada, que se ha potenciado mediante alianzas estratégicas y una oferta diversificada, enfocada en el bienestar y la conexión con la naturaleza. La implementación de esta dirección estratégica ha permitido al hotel establecer un rumbo sólido y diferenciado en el mercado turístico de bienestar.

El análisis de mercado y el desarrollo del modelo de negocios han permitido identificar una oportunidad significativa para la creación del retiro de bienestar sostenible, alineándose con las tendencias globales de turismo experiencial y sostenible. La investigación de mercados ha proporcionado una comprensión profunda de las necesidades de los clientes y ha ayudado a adaptar la propuesta de valor del hotel para maximizar su atractivo. Además, el modelo Canvas ha facilitado la visualización integral de la estructura de negocios, optimizando la propuesta y el posicionamiento del hotel en el sector.

El enfoque de marketing estratégico ha sido clave para diseñar una propuesta diferenciada y adaptada al mercado actual. Se han definido estrategias para fortalecer la visibilidad en línea, utilizando marketing de contenidos, alianzas con influencers y optimización en redes sociales para promover la autenticidad de la experiencia ofrecida. Además, se ha implementado un enfoque omnicanal para garantizar que la promoción del retiro llegue efectivamente al público objetivo, atrayendo a nuevos clientes y fortaleciendo la fidelidad de los existentes. Esto posiciona a Paute Lodge como un referente en el turismo de bienestar de la región.

El análisis financiero ha demostrado la viabilidad del proyecto, evidenciando que la inversión necesaria está bien fundamentada y estructurada. La combinación de financiamiento mediante un préstamo bancario y recursos propios optimiza el costo de capital, garantizando un retorno atractivo a mediano plazo. Los indicadores financieros, como el valor presente neto (VPN) y la tasa interna de retorno (TIR), reflejan que el proyecto es rentable y capaz de generar valor para los inversionistas. La expansión planificada permitirá al hotel aumentar su capacidad y mejorar los servicios, alineándose con la demanda creciente de turismo de bienestar y sostenible.

La implementación del "Retiro de bienestar sostenible e inmersión en la naturaleza" no solo fortalecerá el posicionamiento de Paute Lodge en el mercado del turismo de bienestar, sino que también contribuirá a incrementar sus ingresos y mejorar la experiencia del cliente. La estrategia integral basada en la sostenibilidad, la personalización y la diferenciación ha demostrado ser clave para la competitividad del hotel, asegurando su éxito a largo plazo en un mercado en constante evolución. Como recomendación futura, se sugiere mantener una vigilancia constante del entorno competitivo y continuar innovando en la oferta de servicios, asegurando así la sostenibilidad y el crecimiento del proyecto. Además, surge la posibilidad de investigar más a fondo el impacto económico local del proyecto y cómo este puede influir en el desarrollo turístico de la región.

Referencias Bibliográficas

Aaker, D. A. (2001). *Developing business strategies* (6th ed.). Wiley.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Barringer, B. R. (2015). *Preparing effective business plans: An entrepreneurial approach* (2nd ed.). Pearson Education.

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2017). *Financial management: Theory & practice* (15th ed.). Cengage Learning.

Damodaran, A. (2012). *Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset* (3rd ed.). Wiley.

Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2013). *Strategic management theory: An integrated approach* (10th ed.). Cengage Learning.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy* (8th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2019). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Marketing* (13th ed.). Cengage Learning.

Porter, M. E. (1996). *What is strategy?* Harvard Business Review, 74(6), 61-78.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2016). *Corporate finance* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

