

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Proyecto de Viabilidad Hotelera: Gaian Sustainable Luxury Hotel

Elisa Ribadeneira Varea

Hospitalidad y Hotelería

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título de
Hospitalidad y Hotelería

Quito, 17 de mayo de 2024

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Proyecto de Viabilidad Hotelera: Gaian Sustainable Luxury Hotel

Elisa Ribadeneira Varea

Hospitalidad y Hotelería

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título de
Hospitalidad y Hotelería

Nombre del profesor, título académico:

Santiago Villota Sandoval, PHD

Quito, 17 de mayo de 2024

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Nombres y apellidos: Elisa Ribadeneira Varea

Código: 00213253

Cédula de identidad: 1718541673

Nombres y apellidos: Lorena Soledad Jarrin Jaramillo

Código: 00320494

Cédula de identidad: 1724070428

Nombres y apellidos: Anaiti Zavala Herdoíza

Código: 00207885

Cédula de identidad: 1726154063

Lugar y fecha: Quito, 17 de mayo de 2024

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

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

UNPUBLISHED DOCUMENT

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

RESUMEN

El presente estudio de viabilidad hotelera evalúa de manera exhaustiva el proyecto "GAIAN", un innovador hotel de lujo sustentable que formará parte de la reconocida cadena Cayuga Collection. Ubicado estratégicamente en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, en las Islas Galápagos, este establecimiento aspira a lograr un equilibrio armónico entre la excelencia en los servicios, el cuidado del medio ambiente y la entrega de una experiencia de lujo a sus huéspedes. Las instalaciones contempladas incluyen 20 habitaciones, un restaurante interior, un restaurante exterior, piscina, lounge, bar al aire libre, spa y un juice bar. Se analizan a profundidad la filosofía detrás de la cadena hotelera Cayuga Collection y se detallan numerosas prácticas sustentables que se incorporarían en la construcción y operación del hotel.

El documento abarca un estudio integral del micro y macroentorno, operaciones, finanzas, recursos humanos y otras características relevantes, con el objetivo principal de demostrar la factibilidad de este ambicioso proyecto hotelero, que combina lujo, sustentabilidad y responsabilidad ambiental y social.

Palabras clave:

GAIAN, Galápagos, Lujo, Sustentable, Cayuga, Hotel, Viabilidad

ABSTRACT

This hotel feasibility study conducts an in-depth evaluation of the "GAIAN" project, an innovative sustainable luxury hotel that will be part of the renowned Cayuga Collection chain. Strategically located in Puerto Ayora, Santa Cruz Island, in the Galapagos Islands, this establishment aims to achieve a harmonious balance between excellence in services, environmental care, and the delivery of a luxury experience to its guests. The planned facilities include 20 rooms, an indoor restaurant, an outdoor restaurant, a pool, a lounge, an outdoor bar, a spa, and a juice bar. The study delves into the philosophy behind the Cayuga Collection hotel chain and details numerous sustainable practices that would be incorporated into the construction and operation of the hotel. The document encompasses a comprehensive analysis of the micro and macro environment, operations, finances, human resources, and other relevant characteristics, with the primary objective of demonstrating the feasibility of this ambitious hotel project, which combines luxury, sustainability, and environmental and social responsibility.

Key words:

GAIAN, Galápagos, Luxury, Sustainable, Cayuga, Hotel, Viability

INDICE

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	10
Capítulo 1 ANÁLISIS DE LOS INDICADORES PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL HOTEL	11
1.1 Predio	11
1.2 Datos Específicos.....	11
1.2.1 Ecuador	11
1.2.2 Galápagos	13
1.2.3 Santa Cruz.....	14
1.3 Datos Ecuador.....	16
1.4 Origen de viajeros.....	16
1.5 Motivos de viaje.....	18
1.6 Análisis de comunicaciones	19
1.7 Datos Oferta Ecuador	21
1.8 Conclusión.....	23
Capítulo 2 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA UBICACIÓN DE GALAPAGOS	26
2.1 Historia del Sector.....	26
2.2 Mapa del Sector	27
2.4 Regulaciones	29
2.5 Desarrollo del vecindario.....	33
2.6 Características de la zona	37
2.7 Generadores de demanda.....	38
2.8 Análisis FODA y PORTER de la ubicación	39
2.9 Área de mercado	41
Conclusión.....	42
Capítulo 3 CONCEPTO DEL HOTEL	44
3.1 Acerca de Cayuga Collection	44
3.1.1 Quiénes Son?	44
3.1.2 Valores y Principios de Cayuga Collection	46
3.1.3 Personalidad y Atributos de Cayuga Collection	48
3.2 Misión y Visión Gaian	49
3.3 Personalidad y Atributos de Gaian	50
3.3.1 Imagen y Prestigio.....	51
3.4 Manifestó	51
3.4.1 Concepto	52
3.4.2 Propuesta de Valor y Promesa de Servicio	52
3.5 Manual de Marca	53

3.6 Segmentación	57
3.5.1 Distribución Porcentual.....	58
3.5.2 Atributos Diferenciales Frente a la Competencia.....	60
3.5.3 Perfil de Cliente y Personalidad	62
3.5.4 Comportamiento del Consumidor	64
3.5.5 Beneficios Emocionales y Funcionales Para nuestro Huéspedes	65
3.7 Diferenciadores de Nuestro Hotel.....	66
3.8 Posicionamiento	69
CÁPITULO 4 INSTALACIONES FRONT OF THE HOUSE Y BACK OF THE HOUSE	71
4.1 Front of the house.....	71
4.1.1 Entrada:.....	72
4.1.2 Lobby y oficina:.....	72
4.1.3 Áreas comunes y piscina:	73
4.1.4 Lounge:	73
4.1.5 Bar al aire libre:.....	74
4.1.6 Villas:	74
4.1.7 Baños de las villas:	77
4.1.8 Spa:	78
4.1.9 Gimnasio al aire libre:.....	78
4.2 A&B.....	79
4.2.1 Endémico	79
4.2.2 Pinzón	80
4.2.3 Gliri.....	82
4.3 Back of the house	83
4.3.1 Cocinas:	84
4.3.2 Lavandería:.....	85
4.3.3 Casita de empleados:.....	85
4.3.4 Oficinas:.....	86
4.3.5 Almacenes y bodegas:.....	86
4.3.6 Área de mantenimiento:	87
4.3.7 Huerto hidropónico:	87
4.3.8 Gallinero:.....	88
4.3.9 Biodigestor con cerdos:.....	89
Capítulo 5 SUSTENTABILIDAD EN GAIAN	91
5.1 Sustentabilidad a Corto Plazo.....	91
5.1.1 Diseño Sostenible.....	91
5.1.2 Gestión de Residuos.....	92
5.1.3 Conservación de Flora y Fauna	93
5.1.4 Educación Ambiental	94
5.2 Sustentabilidad a Mediano Plazo	95
5.2.1 Eficiencia Energética	95
5.2.2 Gestión de Agua	97
5.2.3 Transporte Sostenible.....	99
5.2.4 Cocina Sostenible	100
5.2.5 Programa de Conservación.....	104
5.3 Sustentabilidad a Largo Plazo	106
5.3.1 Educación y Sensibilización.....	106
5.3.2 Investigación y Desarrollo.....	109
5.3.3 Integración Comunitaria	110
Capítulo 6 ESTRATEGIAS DE MARKETING	112

6.1 Canales Internos	112
6.2 Canales Externos	125
Capítulo 7 NÓMINA	160
7.1 Número de empleados	160
7.2 Composición de Costos Nómina.....	161
Capítulo 8 FINANZAS	163
8.1 Inversión	163
8.2 Indicadores Hoteleros: ADR, RevPar, Ocupación.....	164
8.3 Utilidad Departamental Habitaciones	166
8.4 Utilidad Departamental Alimentos y Bebidas	167
8.5 Estado de Resultados Condensado.....	169
8.5.1 Cargos Fijos.....	171
8.6 Flujos de Caja Operativos e Indicadores	172
Conclusiones	174
Referencias	176

INTRODUCCIÓN

A pesar de los atractivos naturales y la riqueza en biodiversidad que posee Ecuador, existen varios factores que representan desafíos para el desarrollo de proyectos hoteleros en destinos como las Islas Galápagos. El riesgo país, la inseguridad interna y la inestabilidad política podrían disuadir a algunos viajeros de elegir este destino. Adicionalmente, las Islas Galápagos enfrentan limitaciones específicas, como el número reducido de vuelos y aerolíneas que operan, el aumento de las tarifas de entrada y las estrictas regulaciones arquitectónicas, lo que lo convierte en un destino complejo que requiere un análisis exhaustivo.

No obstante, la extraordinaria belleza natural, la biodiversidad única y el atractivo para los turistas extranjeros de alto poder adquisitivo, representan una oportunidad invaluable. Siempre y cuando se priorice el cuidado del entorno y la preservación de la naturaleza, un proyecto hotelero bien planificado y ejecutado, como el que se presentará a continuación, puede ser sumamente prometedor y relevante en este escenario desafiante pero lleno de potencial.

Capítulo 1 ANÁLISIS DE LOS INDICADORES PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL HOTEL

1.1 Predio

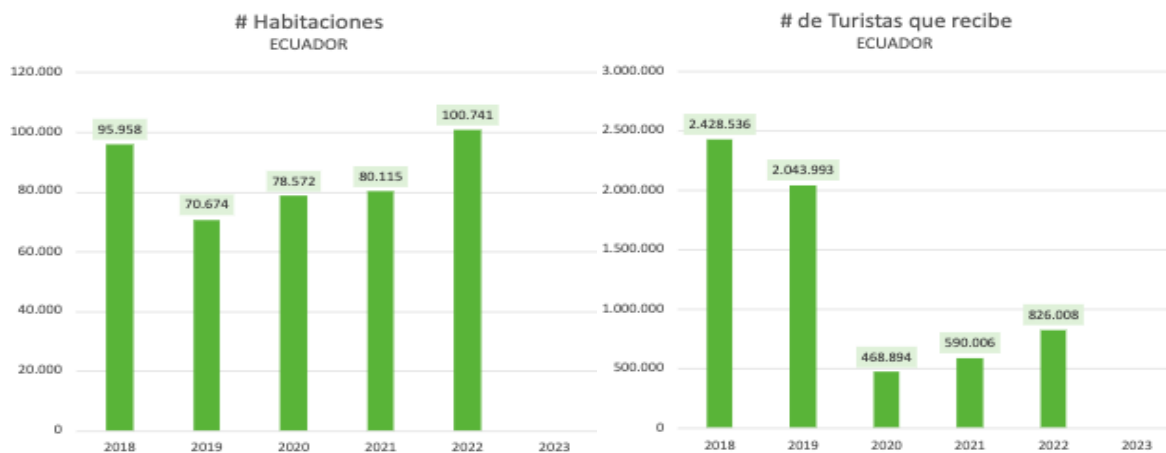


El hotel GAIAN se encontrará en un terreno de 11,000 m2 en Puerto Ayora, la ciudad más importante de la isla Santa Cruz en las Islas Galápagos, Ecuador. Puerto Ayora está ubicado en el sur de la isla y es el lugar donde se concentran la mayoría de los servicios y la infraestructura de Galápagos. El hotel estará cerca del centro de la ciudad y de lugares interesantes como el muelle de pescadores, el mercado, el malecón y la estación científica Charles Darwin, lo que permitirá a los huéspedes llegar fácilmente a los principales puntos turísticos y comerciales de la isla. Además, al estar cerca de puertos y terminales de transporte, será fácil para los huéspedes moverse a otros lugares de las Islas Galápagos.

1.2 Datos Específicos

1.2.1 Ecuador





Según los datos de las tablas y gráficos sobre Ecuador, se pueden observar tendencias relevantes. Por ejemplo, entre 2018 y 2023, la población de Ecuador ha mostrado un crecimiento constante, alcanzando los 18.062.000 habitantes en 2023. Sin embargo, el Producto Interno Bruto (PIB) ha tenido fluctuaciones, con una notable disminución en 2020, posiblemente debido a la pandemia de COVID-19, pero recuperándose gradualmente hasta alcanzar \$70.944.000 en 2023.

El número de alojamientos registrados muestra una tendencia similar, con una caída significativa en 2019, pero recuperándose en los años siguientes hasta llegar a 4.335 en 2023. El número de habitaciones también refleja esta variabilidad, con una baja en 2019 y un aumento considerable en 2022 y 2023, alcanzando 100.741 habitaciones.

En cuanto al turismo, el número de turistas que recibe Ecuador ha fluctuado significativamente. Hubo un pico en 2018 con 2.428.536 turistas, seguido por una disminución drástica en 2020 debido a las restricciones de viaje por la pandemia, pero se observa una recuperación gradual en los años siguientes, llegando a 826.008 turistas en 2022.

Estos datos indican una recuperación y crecimiento en el sector turístico y hotelero, lo cual es un indicador positivo para la viabilidad de un nuevo hotel de lujo en Santa Cruz. El crecimiento poblacional y la recuperación del PIB son señales de una economía en expansión,

mientras que el incremento en los alojamientos registrados y en el número de habitaciones disponibles refleja una capacidad y demanda crecientes en el sector hotelero. La recuperación del turismo también sugiere una demanda potencial para nuevas opciones de alojamiento, especialmente aquellas que ofrezcan características de sustentabilidad y lujo, alineándose con las tendencias globales hacia el turismo responsable y ecológico.

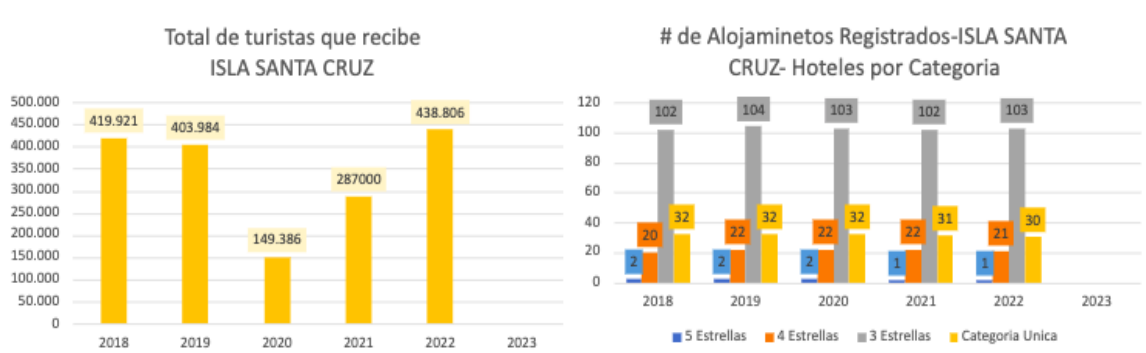
1.2.2 Galápagos

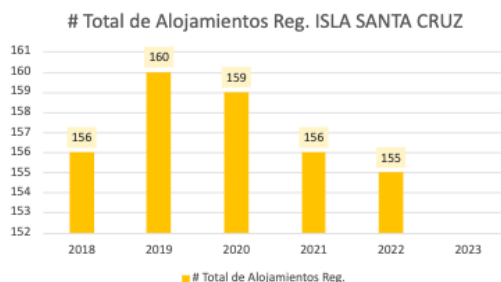
GALÁPAGOS						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Población	31 600		33 042		28 582	
# de turistas que recibe	275.817	271.238	72.519	136.336	267.688	
Tipo de Turistas por motivo de viaje						
Turismo	1.284	1.156	365	614	1469	
Residencia**	56	42	55	13	247	
Tripulación	0	0	0	0	10	
Eventos	0	0	0	0	12	
Otros	13	4	6	1	6	
# de Alojamientos Registrados - Hoteles por Categoría						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
5 Estrellas	2	2	2	2	2	
4 Estrellas	30	32	32	32	31	
3 Estrellas	206	208	208	203	203	
Categoría Unica	79	80	79	75	74	
# Total de Alojamientos Reg.	317	322	321	312	310	

La tabla de datos de Galápagos presenta inconsistencias y falta de información que dificultan un análisis exhaustivo de las tendencias. En la sección de "Población", se evidencia una carencia de datos para los años 2019, 2021 y 2023, lo cual resulta sorprendente y preocupante, dado que esta información es de vital importancia para cualquier análisis demográfico y socioeconómico de la región. La ausencia de estos datos imposibilita la visualización de la tendencia completa y limita la comprensión de la dinámica poblacional durante el período estudiado. Asimismo, se constatan vacíos de información en la categoría "Otros" del apartado "Tipo de Turistas por motivo de viaje" para el año 2023, y en la sección "# de Alojamientos Registrados - Hoteles por Categoría", donde faltan datos para las categorías de 2, 3, 4 y 5 Estrellas, así como para el año 2023.

A pesar de las limitaciones mencionadas, es posible observar ciertas tendencias en la tabla. La población ha experimentado un crecimiento desde 31,600 habitantes en 2018 hasta alcanzar los 28,582 en 2022, aunque a un ritmo decreciente. El sector turístico sufrió una reducción drástica en 2020, registrando tan solo 365 visitantes en comparación con los 1,156 del año 2019, posiblemente debido a la pandemia de COVID-19. Si bien se ha observado una recuperación en los años siguientes, con 614 turistas en 2021 y 1,469 en 2022, los niveles aún no han alcanzado los valores previos a la pandemia. En cuanto al Tipo de Turistas, se aprecian cambios en los patrones de visita, con disminuciones en la categoría Residencia**, pasando de 56 en 2018 a 13 en 2021, antes de repuntar a 247 en 2022. Asimismo, la categoría Tripulación se mantuvo en 0 hasta 2021, para luego incrementarse a 10 en 2022, mientras que la categoría Eventos pasó de 0 a 12 en el mismo año. Por último, los Alojamientos Registrados han mostrado una estabilidad relativa en las categorías de 3, 4 y Única Estrellas, aunque con leves disminuciones. En conclusión, la tabla analizada presenta datos incompletos para varios años y categorías específicas, lo cual limita la profundidad del análisis y resalta la necesidad de contar con información completa y confiable para comprender adecuadamente las dinámicas y relaciones entre las variables estudiadas en Galápagos.

1.2.3 Santa Cruz





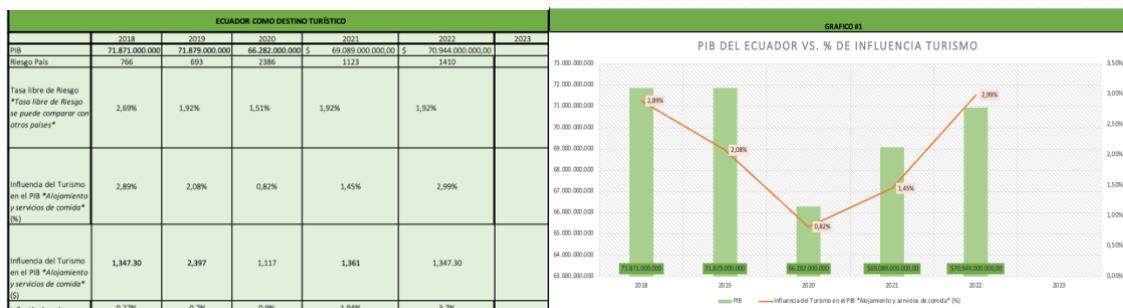
ISLA SANTA CRUZ						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Población	NO EXITE INFORMACION DE LA POBLACION POR CADA AÑO					
Turistas que recibe						
1. Tortuga Bay	174.696	167.091	65.568	107000	153.372	
2. Centro de Crianza Fausto Llerena	112.114	132.543	39.395	85000	129.390	
3. Las Grietas	103.889	85.710	28.378	65000	128.365	
3. El Garapatero	29.222	18.640	16.045	30000	27.679	
Total de turistas que recibe	419.921	403.984	149.386	287000	438.806	
Tipo de Turistas						
Turismo	347	71	41	13	114	
Residencia**	55	41	51	2	242	
Tripulacion	0	0	0	0	9	
Eventos	0	0	0	0	12	
Otros	11	4	0	1	6	
# de Alojamiento Registrados - Hoteles por Categoría						
5 Estrellas	2	2	2	1	1	
4 Estrellas	20	22	22	22	21	
3 Estrellas	102	104	103	102	103	
Categoría Unica	32	32	32	31	30	
# Total de Alojamientos Reg.	156	160	159	156	155	

Entre 2018 y 2023, el número de turistas que recibe Santa Cruz ha mostrado una recuperación significativa, especialmente notable en 2022 con 438.806 visitantes, después de la caída drástica en 2020 debido a la pandemia. El número total de alojamientos registrados ha mantenido una relativa estabilidad, con una ligera variación, alcanzando 155 en 2023. Es destacable que los hoteles de 4 y 5 estrellas han tenido una presencia consistente, con 31 y 30 establecimientos respectivamente en 2022, indicando una demanda constante por alojamientos de alta calidad.

Los datos de los principales atractivos turísticos como Tortuga Bay y el Centro de Crianza Fausto Llerena reflejan un interés constante, lo que subraya el atractivo turístico de la isla. La consistencia en el número de alojamientos y la recuperación del flujo turístico sugieren un mercado robusto y en crecimiento, ideal para la inversión en un nuevo hotel de lujo. Además, la estabilidad y leve incremento en la categoría de hoteles de lujo indican una oportunidad para diferenciarse con una oferta sustentable, alineándose con la creciente

demanda global de turismo responsable y ecológico. Esto refuerza la viabilidad y potencial éxito de un proyecto de hotel de lujo sustentable en Santa Cruz.

1.3 Datos Ecuador



Tras analizar los datos proporcionados sobre Ecuador como destino turístico, se observa una tendencia positiva en el crecimiento del PIB y la influencia del turismo en la economía del país. A pesar de una ligera disminución en el porcentaje de influencia del turismo en el PIB en 2020 (0,82%), se proyecta una recuperación y crecimiento en los años siguientes, alcanzando un 2,99% en 2022. Además, se estima que la tasa libre de riesgo, que indica el retorno que se puede obtener al invertir en otros países, se mantendrá estable alrededor del 1,92% en 2021 y 2022. Esto sugiere que invertir en el sector turístico en Ecuador, específicamente en proyectos como el hotel GAIAN presenta una oportunidad atractiva dado el crecimiento esperado y la aparente estabilidad económica del país en el momento del análisis. El hotel GAIAN está bien posicionado para beneficiarse de la creciente influencia del turismo en el PIB de Ecuador y ofrecer una experiencia única a los visitantes nacionales e internacionales.

1.4 Origen de viajeros

País de Origen	2018			2019			2020			2021			2022		
	Ecuatorianos	Extranjeros	Total	Ecuatorianos	Extranjeros	Total	Ecuatorianos	Extranjeros	Total	Ecuatorianos	Extranjeros	Total	Ecuatorianos	Extranjeros	Total
Estados Unidos de América	542.896	370.168	913.064	518.937	468.183	987.120	226.259	148.530	374.789	478.863	290.088	768.951	441.531	417.879	859.410
Colombia	169.757	1.215.154	1.384.911	159.048	788.266	947.314	42.053	29.688	71.741	59.317	66.443	125.760	214.510	251.804	466.314
Perú	322.841	322.465	645.306	345.085	309.332	654.417	86.907	68.453	155.360	35.570	31.453	67.023	189.914	135.448	325.362
España	108.644	96.079	204.723	103.047	114.558	217.605	32.115	36.930	69.045	51.310	69.316	120.626	77.583	105.186	182.769
Francia	73.714	52.429	126.143	74.891	61.631	136.522	18.267	13.932	32.199	28.673	29.192	48.865	63.075	42.143	105.218
México	50.336	34.116	84.452	102.778	40.068	142.846	39.709	13.620	53.329	57.752	17.830	75.582	40.825	29.288	70.113
Chile	32.586	17.834	50.420	37.400	39.184	76.584	14.280	11.133	25.413	12.184	7.052	19.236	29.432	19.107	48.539
República Dominicana	8.618	3.378	11.996	8.391	3.397	11.788	3.444	1.094	4.538	9.733	3.399	13.132	29.145	5.789	34.934
Argentina	27.476	27.560	55.036	28.110	23.873	51.983	8.171	5.995	14.166	4.510	4.670	9.180	23.425	13.677	37.102
Brazil	17.134	18.272	35.406	19.253	23.746	42.999	6.546	6.748	13.294	7.441	6.276	13.717	15.651	20.669	36.320
Italia	19.791	9.121	28.912	19.389	11.996	31.385	30.449	6.167	36.616	32.969	5.549	38.518	14.567	9.461	24.028
Holanda (Países Bajos)	8.405	25.177	33.582	7.979	25.713	33.692	2.186	8.020	10.206	2.584	5.523	12.107	8.382	21.644	30.026
Canadá	8.530	28.438	36.968	8.026	27.631	35.657	2.684	11.227	13.911	2.471	7.014	9.485	6.339	18.408	24.747
Alemania	6.138	16.992	23.130	6.279	11.467	17.746	9.346	4.957	14.303	9.027	6.849	15.876	5.339	13.784	19.123
Reino Unido	5.365	14.693	20.058	4.974	15.221	20.195	1.934	4.214	6.148	1.052	2.133	3.185	4.399	14.179	18.578
Corea	9.118	18.610	27.728	7.644	15.334	22.978	2.159	4.445	6.604	761	2.463	3.224	4.202	7.073	11.275
Costa Rica	3.751	8.172	11.923	3.458	9.084	12.542	865	1.769	2.634	1.448	3.305	4.753	3.448	9.715	13.164
Francia	3.529	12.281	15.810	6.040	19.701	25.741	1.855	5.119	6.974	2.009	5.833	7.842	3.627	9.559	13.186
Venezuela	27.440	27.440	54.880	1.123	19.407	20.530	203	3.724	3.927	491	3.931	4.383	3.320	6.044	9.364
Italia	6.683	6.683	13.366	5.86	6.578	7.164	147	1.851	1.998	1.098	4.027	5.125	2.918	5.786	8.724
China	35.210	87.302	122.512	41.147	88.496	129.643	14.910	22.386	37.296	22.444	28.253	50.697	41.502	57.490	98.992
Brasil	1.473.318	2.428.378	3.901.696	1.513.513	2.267.338	3.780.851	1.350.473	509.598	859.871	980.548	286.215	1.266.763	1.375.478	1.243.318	2.516.786

Fuente: 2018-2022: Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales INEC 2022

2018		2019		2020		2021		2022	
Pais de Origen	%	Pais de Origen	%	Pais de Origen	%	Pais de Origen	%	Pais de Origen	%
Ecuador	34%	Ecuador	33%	Ecuador	42%	Ecuador	59%	Ecuador	45%
EEUU	28%	EEUU	29%	EEUU	24%	EEUU	25%	EEUU	29%
Reino Unido	5%	Reino Unido	5%	Canadá	4%	Francia	2%	Reino Unido	3%
Alemania	4%	Alemania	5%	Reino Unido	4%	Alemania	2%	Alemania	3%
Canadá	3%	Canadá	4%	Alemania	4%	España	2%	Canadá	3%
Australia	3%	Australia	3%	Francia	2%	Canadá	1%	Francia	3%
Argentina	2%	Francia	2%	Australia	2%	Suiza	1%	Australia	3%
Francia	2%	Países Bajos	2%	Brasil	2%	Polonia	1%	Brasil	2%
Países Bajos	2%	España	2%	Suiza	1%	México	1%	Suiza	2%
España	2%	Suiza	1%	Países Bajos	1%	Israel	1%	Países Bajos	2%
Total	85%	Total	86%	Total	86%	Total	95%	Total	95%

Fuente: Informes Anuales de Visitantes a las Áreas Protegidas de Galápagos 2018-2022 / Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica.

Tras analizar los datos de entrada de turistas a Ecuador según el país de procedencia, se puede concluir que el mercado emisor más importante es Estados Unidos, representando consistentemente alrededor del 30% del total de visitantes entre 2018 y 2022. Otros mercados relevantes incluyen Canadá, Reino Unido, Alemania y Francia, que en conjunto aportan un porcentaje significativo de turistas cada año. Además, se observa un crecimiento en el número de visitantes de países como España, Países Bajos y Suiza, lo que sugiere una diversificación de los mercados emisores.

Estacionalidad de los ambros turísticos - Top 10 emisores a Galápagos												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ecuador			x	x				x	x			
Estados Unidos					x	x	x					x
Reino Unido				x	x					x	x	
Alemania				x				x		x	x	
Canadá				x				x		x	x	
Francia												
España							x	x		x		
Israel				x	x	x						
Países Bajos								x		x	x	
Suiza				x			x					

Fuente: Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2023). Informe Anual 2022.

Al examinar la tabla de estacionalidad de los principales países emisores de viajeros a Ecuador, se pueden identificar patrones interesantes. Estados Unidos, el mercado más importante, muestra una afluencia constante de turistas durante todo el año, con picos en los meses de junio, julio y agosto, coincidiendo con la temporada de vacaciones de verano en el hemisferio norte. Alemania y Canadá presentan un comportamiento similar, con una mayor concentración de visitantes en los meses de septiembre a noviembre. Por otro lado, España exhibe una marcada estacionalidad, con una mayor afluencia de turistas en los meses de julio a septiembre, coincidiendo con las vacaciones de verano europeas. Francia también muestra un pico de visitantes en agosto, mientras que Reino Unido tiene una distribución más uniforme a lo largo del año, con un ligero aumento en los meses de julio y agosto. Otros

mercados como Países Bajos y Suiza presentan una mayor afluencia en los meses de junio a agosto y octubre a diciembre, respectivamente.

1.5 Motivos de viaje

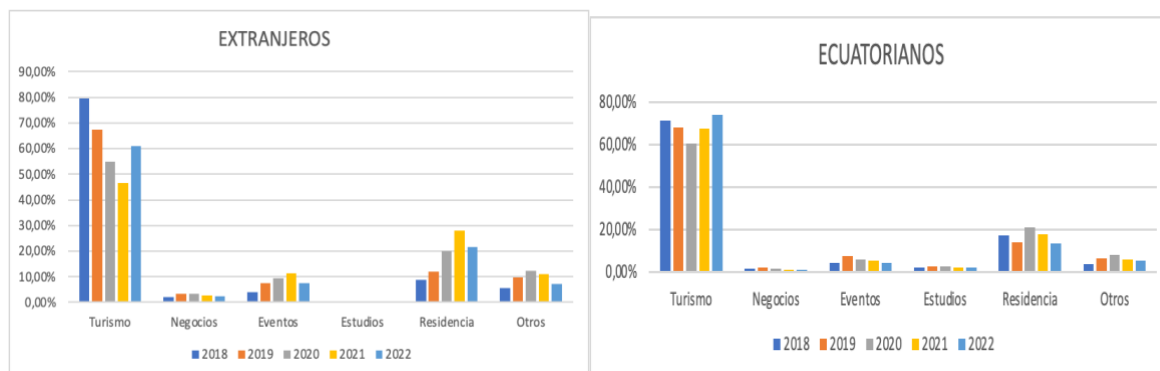
LLEGADA DE VISITANTES POR MOTIVO DE VIAJE						
ECUADOR						
EXTRANJEROS						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Turismo	1.928.612	1.375.859	256.514	275.630	724.881	
Negocios	52.422	68.740	14.925	16.197	30.246	
Eventos	97.946	151.417	43.384	67.605	90.933	
Estudios	2.876	4.773	924	651	1.805	
Residencia	211.868	242.076	93.385	164.788	254.357	
Otros	133.836	201.178	57.263	65.135	83.816	
Total	2.427.660	2.043.993	466.405	590.006	1.186.038	0

EXTRANJEROS						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Turismo	79,46%	67,81%	54,99%	46,72%	61,12%	
Negocios	2,16%	3,36%	3,20%	2,75%	2,55%	
Eventos	4,03%	7,41%	9,30%	11,46%	7,62%	
Estudios	0,12%	0,23%	0,20%	0,11%	0,15%	
Residencia	8,73%	11,84%	20,02%	27,93%	21,45%	
Otros	5,53%	9,84%	12,30%	11,03%	7,07%	
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0

ECUATORIANOS						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Turismo	1.064.605	1.046.646	305.775	587.339	996.893	
Negocios	25.180	35.400	9.013	10.662	15.371	
Eventos	62.526	113.542	29.801	46.532	53.560	
Estudios	30.480	38.707	14.259	16.467	26.521	
Residencia	259.233	212.709	107.120	154.870	182.273	
Otros	55.656	97.704	42.120	52.103	68.729	
Total	1.497.680	1.544.708	508.088	867.973	1.343.347	0

ECUATORIANOS						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Turismo	71,08%	67,76%	60,18%	67,62%	74,21%	
Negocios	1,68%	2,29%	1,77%	1,23%	1,14%	
Eventos	4,17%	7,35%	5,87%	5,36%	3,99%	
Estudios	2,03%	2,51%	2,81%	1,90%	1,92%	
Residencia	17,31%	13,72%	21,08%	17,84%	13,52%	
Otros	3,72%	6,33%	8,29%	6,00%	5,12%	
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0

FUENTE: 2018-2022: Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales INEC 1.1.11 y 2023:



Claramente, el turismo es el mayor motivo de viaje de los extranjeros y, por ende, de los focos más importantes a tomar en cuenta para la realización de cualquier proyecto en la isla ya que Galápagos vive del turismo al contener varios atractivos concentrados en su territorio.

Asimismo, los arribos por eventos habían crecido en porcentaje paulatinamente hasta el 2021 ya que, en 2022, el paro nacional y el cambio de gobierno del 2021 influyeron en la cantidad de personas que arribaron a Galápagos ya que son eventualidades que han dado lugar a una caída en la seguridad del país y las islas para los últimos años.

Por otro lado, observamos que existe un gran porcentaje de extranjeros que arriban a Galápagos por residencia. Sin embargo, también se observa que estas cifras han decaído a partir del 2022 debido al nivel de inseguridad y inestabilidad del país.

Para extranjeros y ecuatorianos, es interesante observar que los estudios son un motivo que no ha continuado creciendo en porcentaje, pero que sigue siendo relevante para las islas y que son un perfil importante que considerar para la creación de nuestro proyecto.

1.6 Análisis de comunicaciones

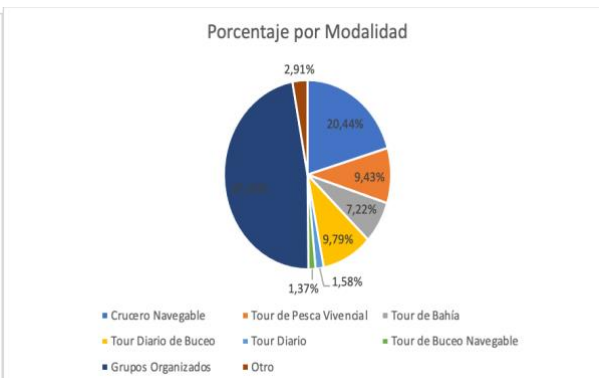
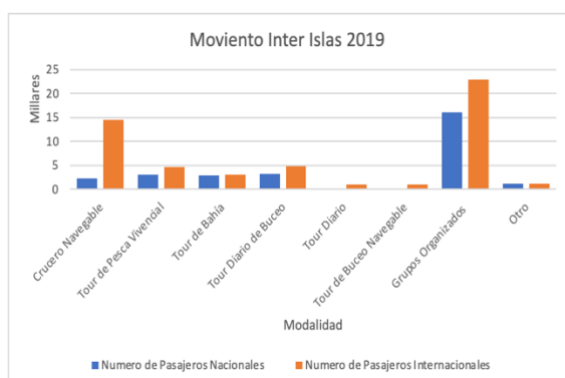
RUTAS AÉREAS GALÁPAGOS *para transporte de pasajeros*						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
# Aerolíneas Nacionales *vuelos domésticos*	3	3	3	2	3	3
# Aerolíneas Internacionales *vuelos internacionales*	0	0	0	0	0	0
# Ingreso de Pasajeros Nacionales	93780	88737	31182	82094	122250	150759
# Ingreso de Pasajeros Internacionales	182037	182501	41337	54242	145438	178718



Entre 2018 y 2023, las aerolíneas nacionales que operan hacia las Islas Galápagos experimentaron cambios notables. Inicialmente, TAME, Avianca y LATAM ofrecían servicios en 2018 y 2019. Sin embargo, en 2020, la liquidación de TAME redujo la oferta aérea a LATAM y Avianca. En 2021, Equair se sumó, y su primer vuelo a galapagos fue en 2022 pero su rentabilidad resultó insostenible, y para septiembre de 2023, dejó de operar. Este cambio refleja desafíos económicos y destaca la complejidad de mantener operaciones sostenibles en el entorno único de las Galápagos. Actualmente, LATAM y Avianca son las principales aerolíneas que conectan con las islas.

Como se puede ver en la tabla de arriba, Galápagos enfrenta limitaciones para recibir aerolíneas internacionales debido a varias razones fundamentales. En primer lugar, ninguno de los aeropuertos en Galápagos cumple con los requisitos establecidos en la legislación de aviación civil ecuatoriana para ser considerados aeropuertos internacionales, ya que carecen de servicios permanentes de sanidad, aduana, migración y otros similares, según lo establecido en el TÍTULO II, DE LA INFRAESTRUCTURA DE LOS AERÓDROMOS Y AEROPUERTOS. Esto impide el aterrizaje directo de aeronaves internacionales en estas islas. Otro factor limitante es la sanitización de los aviones que vuelan hacia Galápagos, una medida esencial para prevenir la introducción de bacterias y seres vivos no autóctonos. Esta práctica sería una exigencia para las aerolíneas internacionales, lo que cuesta entre 230 y 900 USD. Además, las medidas de control de seguridad y la inspección del equipaje se implementan rigurosamente para evitar la introducción de especies no autóctonas y sustancias perjudiciales para el ecosistema insular. Esto es algo que le costaría a cualquier aerolínea internacional que quisiera viajar a Galápagos y en nuestra opinión no sería rentable.

Movimiento Inter-Islas 2019				
Modalidad	Numero de Pasajeros Nacionales	Numero de Pasajeros Internacionales	Total	Porcentaje
Cruceo Navegable	2290	14536	16826	20,44%
Tour de Pesca Vivencial	3041	4720	7761	9,43%
Tour de Bahía	2857	3089	5946	7,22%
Tour Diario de Buceo	3201	4856	8057	9,79%
Tour Diario	235	1065	1300	1,58%
Tour de Buceo Navegable	170	961	1131	1,37%
Grupos Organizados	16044	22861	38905	47,26%
Otro	1161	1231	2392	2,91%
TOTAL			82318	100,00%



En las Islas Galápagos, los cruceros son preferidos por muchos turistas extranjeros, pero su alto costo los hace menos accesibles para la mayoría. Por otro lado, el transporte público es más utilizado por su asequibilidad, especialmente entre residentes locales y turistas nacionales. Esta opción ofrece una alternativa económica y conveniente para explorar las islas, lo que la convierte en la opción preferida para muchos. Es difícil realizar un análisis exhaustivo de esta información dado que solo se dispone de datos del año 2019. Sin embargo, según los datos disponibles, se puede observar que los cruceros son una opción popular entre los turistas extranjeros, mientras que el transporte público emerge como la alternativa más utilizada entre todo.

1.7 Datos Oferta Ecuador

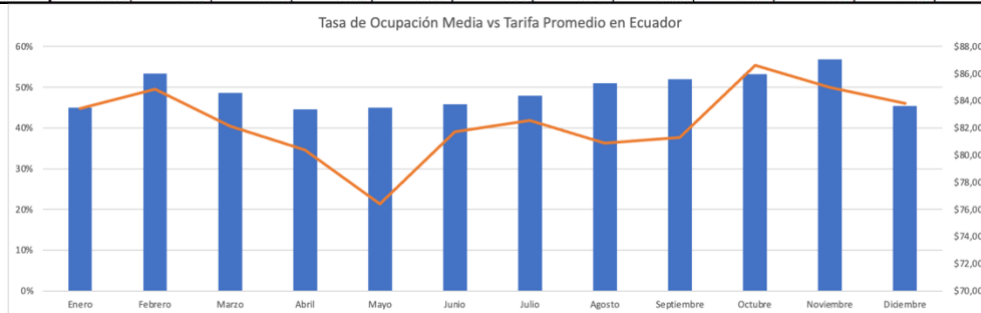
ANÁLISIS DE HOTEL EN ECUADOR DEL 2018 AL 2022												
Tasa de Ocupación Media												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2018	54%	62%	60%	65%	62%	64%	63%	65%	65%	66%	68%	50%
2019	51%	61%	59%	61%	60%	66%	65%	62%	62%	53%	65%	53%
2020	57%	62%	33%	9%	13%	8%	12%	15%	20%	25%	29%	28%
2021	38%	30%	34%	31%	33%	40%	45%	50%	51%	51%	57%	42%
2022	38%	52%	57%	57%	59%	51%	55%	61%	63%	71%	65%	54%
2023												
Promedio	45%	53%	49%	45%	45%	46%	48%	51%	52%	53%	57%	45%

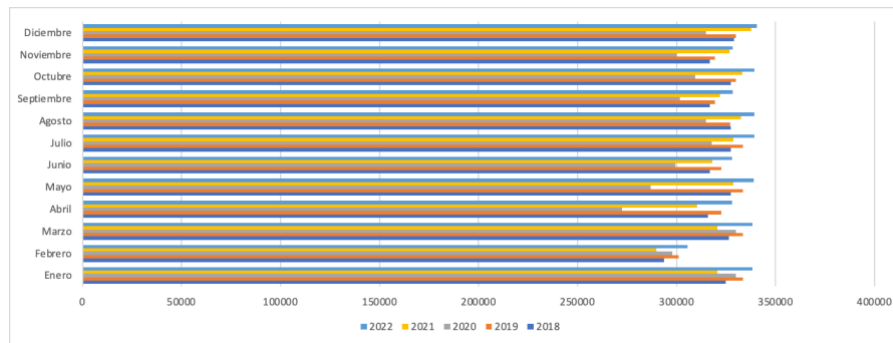
Tarifa Promedio												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2018	\$ 94,70	\$ 100,34	\$ 95,51	\$ 97,69	\$ 93,59	\$ 96,48	\$ 95,98	\$ 95,42	\$ 93,41	\$ 97,48	\$ 94,41	\$ 91,40
2019	\$ 91,93	\$ 92,59	\$ 94,49	\$ 97,32	\$ 92,16	\$ 97,92	\$ 96,70	\$ 93,35	\$ 90,21	\$ 91,20	\$ 91,18	\$ 91,36
2020	\$ 92,55	\$ 93,23	\$ 78,12	\$ 60,50	\$ 54,63	\$ 62,64	\$ 62,33	\$ 58,23	\$ 64,77	\$ 64,52	\$ 64,17	\$ 63,63
2021	\$ 63,52	\$ 62,56	\$ 63,41	\$ 62,37	\$ 58,71	\$ 65,35	\$ 69,55	\$ 68,28	\$ 70,66	\$ 76,46	\$ 78,15	\$ 80,85
2022	\$ 74,57	\$ 75,64	\$ 79,19	\$ 84,13	\$ 82,97	\$ 86,28	\$ 88,21	\$ 85,11	\$ 87,42	\$ 103,37	\$ 96,99	\$ 91,78
2023												
Promedio	\$ 83,45	\$ 84,87	\$ 82,14	\$ 80,40	\$ 76,41	\$ 81,73	\$ 82,55	\$ 80,88	\$ 81,29	\$ 86,61	\$ 84,98	\$ 83,80

# Habitaciones Vendidas												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2018	175325	182085	194955	206445	202651	202748	205864	211290	207507	215790	214320	166106
2019	170182	182468	196397	196637	198591	211897	216080	209106	197499	175354	208071	174652
2020	188572	185168	107464	24813	32688	24923	38893	46641	59370	77254	87674	88270
2021	81424	86148	107679	95111	109002	128498	147138	166678	159442	168821	186976	143377
2022	127435	160178	191765	186653	198667	168513	185314	208307	206016	240689	215040	182218
2023												
Total	742338	796042	788254	709059	741479	736579	793289	842022	829834	877905	912081	754618

Ingresos Habitaciones Vendidas												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2018	\$ 16.603.453,00	\$ 18.270.084,00	\$ 18.619.783,00	\$ 20.167.406,00	\$ 18.965.324,00	\$ 19.561.106,00	\$ 19.757.929,00	\$ 20.160.318,00	\$ 19.382.280,00	\$ 21.038.071,00	\$ 20.176.043,00	\$ 15.182.245,00
2019	\$ 15.644.257,00	\$ 16.895.213,00	\$ 18.551.322,00	\$ 19.136.731,00	\$ 18.302.056,00	\$ 20.748.244,00	\$ 20.895.321,00	\$ 19.519.805,00	\$ 17.815.887,00	\$ 15.992.869,00	\$ 18.972.176,00	\$ 15.954.084,00
2020	\$ 17.453.760,00	\$ 17.262.769,00	\$ 8.399.474,00	\$ 1.501.809,00	\$ 1.784.584,00	\$ 1.561.322,00	\$ 2.424.083,00	\$ 2.715.880,00	\$ 3.845.194,00	\$ 4.984.079,00	\$ 5.626.251,00	\$ 6.616.988,00
2021	\$ 5.171.845,00	\$ 5.389.261,00	\$ 6.828.048,00	\$ 5.931.900,00	\$ 6.400.019,00	\$ 8.396.774,00	\$ 10.232.747,00	\$ 11.380.888,00	\$ 11.265.854,00	\$ 12.907.315,00	\$ 14.611.641,00	\$ 11.592.101,00
2022	\$ 9.503.009,00	\$ 12.116.293	\$ 15.186.237	\$ 15.652.759	\$ 16.474.757	\$ 14.539.768	\$ 16.346.891	\$ 18.561.551	\$ 18.009.686	\$ 24.880.014	\$ 20.857.556	\$ 16.719.293
2023												
Total	\$ 54.872.815,00	\$ 57.817.327,00	\$ 52.394.607,00	\$ 46.737.340,00	\$ 45.452.003,00	\$ 50.267.246,00	\$ 53.310.080,00	\$ 53.776.891,00	\$ 52.309.125,00	\$ 54.922.334,00	\$ 59.386.113,00	\$ 48.347.338,00

Habitaciones Disponibles												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2018	325035	293608	326461	315930	327391	316830	327391	327391	316830	327391	316830	329996
2019	333560	301224	333498	327740	333498	322740	333498	327050	319320	329964	319320	329964
2020	323964	298032	329964	272460	286967	299580	317781	314774	301680	309380	300060	314964
2021	320819	289772	320819	310470	328755	318150	328817	332723	321900	333188	326760	337652
2022	338396	305648	338396	328020	338954	328020	339388	339388	328440	339388	328440	340478
2023												
Total	1647774	1488294	1649138	1549620	1615565	1585320	1646875	1641328	1588267	1639111	1591410	1652145





Durante los años 2019-2023, se observaron patrones claros en la industria turística de Ecuador, donde los meses de octubre, noviembre, septiembre y febrero destacaron por su alta ocupación, superando el 52%. Estos períodos, asociados con atractivas condiciones climáticas, parecen atraer a una mayor cantidad de turistas.

Por otro lado, en términos de tarifa promedio, los meses más sobresalientes fueron octubre, febrero, noviembre, enero y diciembre, donde se alcanzó una tarifa promedio más alta de \$83. Esta correlación entre alta ocupación y tarifas elevadas sugiere una relación directa entre la demanda y el precio durante esos periodos específicos, lo cual es esencial para la planificación estratégica de la industria turística. Sin embargo, es importante considerar que estos datos abarcan un periodo que incluye desafíos significativos derivados de la pandemia. En este tiempo, la ocupación y las tarifas promedio experimentaron cambios notables por la crisis sanitaria global. Los mismos meses que solían mostrar altas tasas de ocupación se vieron afectados por la disminución de la demanda, con una reducción de hasta un 8% en la ocupación y una caída del 54% en las tarifas. Estas variaciones impactan considerablemente en la interpretación de los datos previamente mencionados, destacando la importancia de considerar las fluctuaciones económicas y de demanda, especialmente durante eventos extraordinarios como la pandemia, al analizar la industria turística.

Es interesante observar cómo los datos de la industria turística en Ecuador experimentaron un aumento exponencial del 2021 al 2022, luego de la pandemia. Este incremento podría atribuirse a diferentes planes y medidas implementadas por el gobierno

para reactivar el sector turístico. Sin embargo, el hecho de que la ocupación baje y el número de habitaciones disponibles aumente se debe a que existe demasiada oferta frente a la demanda ya que varios establecimientos realizaron ampliaciones para poder recibir más personas en temporadas altas.

1.8 Conclusión

De acuerdo con el análisis estadístico de Ecuador y Galápagos, se puede concluir lo siguiente:

En primer lugar, se evidencia que establecer una franquicia no sería una opción favorable. Esto se debe a la situación actual del proyecto hotelero Six Senses, el cual se encuentra estancado debido a las regulaciones y las complicaciones en las negociaciones y la construcción. Este proceso ha estado paralizado durante más de 4 años y hasta la fecha no se ha logrado iniciar sus operaciones.

En segundo lugar, la inestabilidad económica y política representa un gran obstáculo para la industria hotelera en Galápagos. Los inversores carecen de certeza, tanto a nivel político como económico. Un ejemplo de esto son las últimas investigaciones de la fiscalía que revelan la infiltración de mafias en el sistema judicial y otros poderes, lo cual demuestra la inestabilidad política y financiera en la que vivimos. Además, en los últimos años hemos tenido tres presidentes cuando solo deberíamos haber tenido dos, lo que aumenta el riesgo de inversión. Por lo tanto, no consideramos viable traer una marca reconocida, ya que enfrentaríamos numerosos desafíos para cerrar la negociación.

En tercer lugar, el manejo de datos es sumamente deficiente y desorganizado. No existen informes de los últimos años, lo cual dificulta realizar un análisis de viabilidad con la información suficiente para atraer nuevos inversionistas. En otros países cuentan con esta información, lo que les da una ventaja en la toma de decisiones.

En cuarto lugar, actualmente el país se encuentra en una recesión económica y las medidas que se están implementando son desfavorables para los grandes inversionistas, ya que reducen la posible rentabilidad de los proyectos hoteleros. Un ejemplo de esto es el impuesto a la salida de divisas.

Por último, la percepción mundial del Ecuador es extremadamente negativa en estos momentos. Muchas embajadas catalogan al país con palabras como secuestros, narcoestado, muertes violentas y crisis económica. Esto es un claro reflejo de la percepción global. Durante los últimos 10 años, las mafias han ganado poder, lo que nos lleva a considerar que salir de esta crisis nos tomará más de 5 años. Por todas estas razones, no consideramos viable traer una marca internacional.

Concluimos que nuestro proyecto hotelero será un hotel independiente en las Islas Galápagos. Esta decisión nos permitirá adaptarnos a todas las regulaciones específicas de la zona y, al ser ecuatorianos, tendremos una comprensión más profunda del contexto en el que nos desenvolvemos, lo cual nos ayudará a desarrollar soluciones más efectivas.

Durante nuestra investigación, hemos llegado a la conclusión de que, al ser un hotel independiente, necesitamos un socio operativo que nos brinde apoyo directo en la gestión del establecimiento. Después de un análisis exhaustivo, hemos seleccionado a Cayuga Collection, una empresa especializada en la gestión de hoteles de lujo sustentables en Centro y Sudamérica incluyendo países como Costa Rica, Nicaragua y Panamá, que actualmente administra exitosamente 8 hoteles en la región.

Hemos elegido a Cayuga Collection como nuestro socio operativo por las siguientes razones:

1. Alineación con el contexto de las Galápagos: Cayuga Collection comparte nuestros valores y se alinea directamente con el entorno único de las Islas Galápagos. Su enfoque en

viajar auténticamente y conectarse con las comunidades locales se alinea con nuestra visión de ofrecer una experiencia enriquecedora y significativa a nuestros huéspedes.

2. Reconocimientos y premios relacionados con la sustentabilidad: Cayuga Collection ha sido galardonado con varios premios y reconocimientos en el ámbito de la sustentabilidad, como el People Award del World Travel & Tourism Council y el Earth Changers Award de los National Geographic World Legacy Awards. Estos premios demuestran su compromiso y experiencia en la gestión de hoteles sostenibles.

3. Criterios de selección rigurosos: Cayuga Collection solo trabaja con propiedades que se alineen con su visión de lujo sostenible. Buscan proyectos con potencial para la rentabilidad, la demanda del mercado y el cumplimiento de altos estándares de sostenibilidad. Esta rigurosidad asegura que nuestro hotel estará en buenas manos y cumplirá con los criterios de calidad y sustentabilidad.

4. Enfoque en propiedades boutique: Cayuga Collection generalmente selecciona propiedades con un número de habitaciones que oscila entre 8 y 60. Esta elección se alinea con nuestra visión de ofrecer un ambiente exclusivo y personalizado a nuestros huéspedes.

En resumen, hemos concluido que establecer un hotel independiente en las Islas Galápagos y contar con Cayuga Collection como nuestro socio operativo es la mejor opción para nuestro proyecto. Estamos convencidos de que esta asociación nos permitirá ofrecer una experiencia única, sostenible y de alta calidad que se ajusta al contexto de Galápagos y cumple con las expectativas de nuestros huéspedes.

Capítulo 2 ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA UBICACIÓN DE GALAPAGOS

Este segundo capítulo está dedicado a realizar un profundo estudio y recopilación de información clave en torno a la isla Santa Cruz, dentro del archipiélago de las Galápagos, con miras al desarrollo del proyecto hotelero propuesto. Se analizarán datos relevantes sobre su entorno natural, biodiversidad, marco regulatorio ambiental, accesibilidad, flujos turísticos e infraestructura disponible. El objetivo principal es comprender a cabalidad el contexto y las particularidades de esta ubicación insular, lo que permitirá identificar las oportunidades y desafíos que presenta Santa Cruz como sede de una iniciativa hotelera de lujo sustentable.

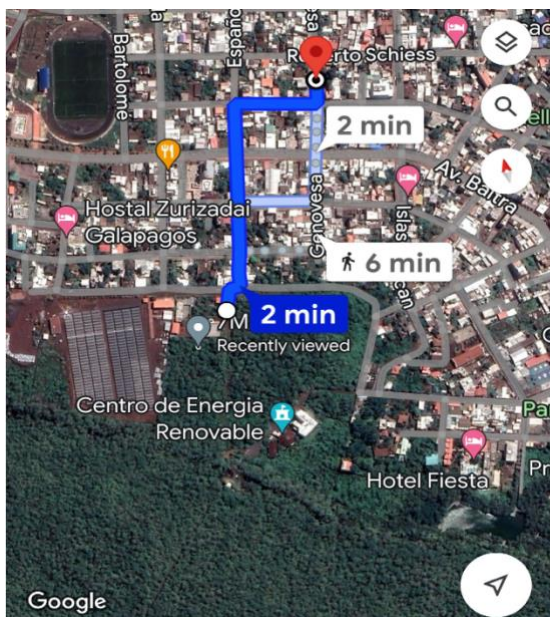
2.1 Historia del Sector

La Isla Santa Cruz, en sus inicios, fue colonizada por un grupo de noruegos a fines de la década de 1920. Su objetivo inicial era establecer una planta de enlatado de pescado, pero al no tener éxito, se trasladaron a la zona alta de la isla para dedicarse a la agricultura.

- Durante la Segunda Guerra Mundial, los estadounidenses construyeron una base aérea en la isla Baltra, al norte de Santa Cruz, con fines estratégicos de vigilancia para el canal de Panamá. Tras la guerra, en 1945, Baltra fue devuelta a Ecuador y sigue siendo una base militar ecuatoriana.
- Santa Cruz en las Galápagos es altamente valorada por turistas y residentes locales debido a su biodiversidad única en tierra y mar, convirtiéndola en un destino popular para el ecoturismo y la observación de la vida silvestre. Además, ofrece una amplia gama de servicios y actividades, incluyendo visitas al centro de investigación Charles Darwin y exploración de sitios históricos y culturales.
- La Isla Santa Cruz se distingue de otras islas en las Galápagos por su infraestructura turística más desarrollada y su ubicación estratégica, como la presencia del puerto principal, Puerto Ayora. Aunque esto beneficia al turismo y la economía local, también puede causar problemas ambientales.

- En Santa Cruz conviven personas de diferentes orígenes, incluyendo locales ecuatorianos, trabajadores de la industria turística y científicos. Los turistas que la visitan, tanto ecuatorianos como extranjeros, vienen a disfrutar de la vida salvaje y actividades al aire libre.
- La isla es un centro turístico y económico en las Galápagos, con un rápido crecimiento impulsado por el turismo, aunque esto ha generado desafíos ambientales y de gestión. El Índice de Desarrollo Humano (IDH) de la isla muestra que sus habitantes tienen buenas oportunidades en salud, educación e ingresos en comparación con otras áreas.
- La economía de Santa Cruz depende principalmente del turismo, pero también está experimentando crecimiento en industrias como la pesca y la agricultura.

2.2 Mapa del Sector



Rango de distancia	Hostales	Guest House	Hotelerías	Restaurantes	Shops	Bancos	Lugares Naturales	Agencias/Operadores Turísticos	Centros investigativos	Escuelas/Colegios
1-5 min caminando	Hostal Zurizadai Galapagos	Gecko Guest House	Galapagos Cottages	La Casa del Bolón	Comercial Carranza	Banco del pichincha			Centro de energía renovable	Centro Comunitario de Educación Miguel Cifuentes
	Alma de Cedreña		Castilla Galapagos	RESTAURANTE D'ROUSS	Comercial Pingel					Galapagos Language Academy
			Hotel Albatross	Finca Grill Restaurante	Tienda "Jirah"					Watercolor Children's Center
			Hotel Zurizadai Galapagos	Camila Cafe & Restaurant	Tienda Albatros					Paragon Galápagos
			Hotel Paty's House	D'Willy Store						
5-10 min caminando	Hostal Seymour	The Finch House	Hotel Fiesta	Agave Studio	Panadería Rico Pan	Cooperativa Dorado	Laguna de las ninfas	Unigalpagos		
	La Mirada De Solitario George	Casa Itabaca	The Bamboo	Laguna Beach	Mercado Municipal					
		Planet House	Galapagos and Beyond	Empanadas Galapagueñas Milenita	MILCOLORES					
		Lava House Galapagos	Brisas del Pacifico	Mi Tierra	Segurysistem					
		White House	Torre Mar Galapagos Boutique Suites	Pizza al Paso Galapagos	Manisquería Panca					
	People			La Paz	PANADERIA "AMBATO"					
				Comida Rapida Samuelito	PRODUCTOS "EL GALAPAGUITO"					

2.3 Uso de tierras

TIPOS DE PROPIEDADES QUE SE ENCUENTRAN EN EL SECTOR											
Viviendas		Negocios				Educación				Salud	
Tipo	#	Tipo	#	Tipo	#	Tipo	#	Tipo	#	Tipo	#
Casas	2131	Alimentos y bebidas	52	Escuelas/Colegios	6	Hospitales	2				
Departamentos	2383	Alojamientos	144	Universidad	1	Establecimientos sin internacion	12				
Cuarto en casa de inquilinato	491	Mercado de comida	6	Centros de Investigacion	1						
Mediagua	221	Banco-ATM	9								
Rancho	15	Farmacia	3								
Covacha	1	Policia + Bomberos	2								
Otra		Lavandería	5								
		Operadores Turísticos	186								
		Transporte Turístico	129								

Al analizar los datos del uso de tierras en Santa Cruz, Galápagos, emerge un panorama que revela la dinámica de la comunidad local y el entorno turístico. Con una predominancia de casas y departamentos, junto con una infraestructura turística desarrollada que incluye alojamientos, operadores turísticos y transporte, se evidencia un ambiente favorable para la inversión en el sector hotelero

2.4 Regulaciones

INSTRUCTIVO CONSTRUCCION NUEVA INFRAESTRUCTURA TURISTICA GALAPAGOS

- Art. 2.-** El interesado en obtener autorización para construcción de nueva infraestructura turística destinada para alojamiento en la provincia de Galápagos, deberá cumplir y obtener lo siguiente:
1. Solicitar la "Precalificación para autorización de construcción de nueva infraestructura turística destinada para alojamiento en la provincia de Galápagos", dirigida al Presidente del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, a la cual deberá adjuntar los siguientes requisitos:
Para Personas Naturales: a) Copia de la cédula de ciudadanía del interesado; b) Copia notariada del Carné de Residente Permanente en la Provincia de Galápagos, conferido por el ex Consejo del Instituto Nacional Galápagos o el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos; c) Copia del certificado de votación del interesado, que acredite haber sufragado durante la última elección, o el que acredite haber cumplido la sanción correspondiente, o el documento que justifique su abstención; d) Resumen ejecutivo del proyecto y los promotores.
- La precalificación al que se refiere en el presente numeral lo otorgará el Secretario Técnico del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, en el término de quince (15) días, mismo que no implica la autorización para construcción del proyecto de nueva infraestructura turística destinada para alojamiento en la provincia de Galápagos. 2. Evaluación de impacto ambiental ante la Dirección del Parque Nacional Galápagos y, de ser el caso, la emisión de la licencia ambiental por parte del ministerio rector de la política pública ambiental, que será emitido con sujeción a lo establecido en la legislación ambiental vigente, el cual se entregará por parte del organismo rector, una vez que se cumplan con todos los requisitos institucionales requeridos, en un plazo de noventa y cinco (95) días. 3. Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas al funcionamiento de actividades turísticas de alojamiento, otorgada por el ministerio rector de la política pública turística, a través de la Dirección Técnica Provincial de Galápagos, con arreglo a lo establecido en el artículo 216 del Reglamento General de Actividades Turísticas, en el término de treinta (30) días. 4. Aprobación de planos, que será emitido por el Gobierno Autónomo Descentralizado municipal de la jurisdicción cantonal, en la que se construirá la edificación establecido en el término de quince (15) días acorde a lo dispuesto en la Ley de Modernización del Estado. Para la obtención de los documentos antes señalados, el interesado deberá cumplir con los requisitos que estableciere el ordenamiento jurídico en cada caso.
- Art. 6.-** El Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, concederá o negará la autorización a la que se refiere el artículo 49 de la LOREG.
- Art. 9.-** Se prohíbe la construcción de nueva infraestructura turística destinada para alojamiento en la provincia de Galápagos, si no se han obtenido todos y cada uno de los permisos correspondientes determinados por Ley, y, conforme el presente Instructivo.
- Art. 11.-** El control de toda infraestructura turística en la provincia de Galápagos, estará a cargo de todas las Instituciones de dicha Provincia en el marco de sus competencias. El Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos aplicará las medidas correctivas o de sanción establecidas en la Constitución, las leyes, y en el Reglamento que para el efecto se creare, enmarcados en los principios precautelatorio y de conservación que rigen toda actividad en la Provincia de Galápagos.

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO PROVINCIA DE GALAPAGOS

- Art. 7.-** Requisitos previo al registro.- Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos: a) En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil; b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil; c) Registro Unico de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica; d) Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación o documento habilitante para realizar inversiones dentro del país, de la persona natural o representante legal de la compañía; e) Carnet de residente permanente en caso de persona natural o representante legal de la persona jurídica; f) Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la autoridad competente; g) Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal; h) Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos; i) Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética; j) Ficha o licencia ambiental según corresponda, emitida y aprobada por la Autoridad Ambiental Nacional; k) Permiso de construcciones emitido por el Gobierno Autónomo Descentralizado pertinente. No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la Autoridad Nacional de Turismo.
- Art. 8.-** Del procedimiento de registro e inspección de un establecimiento turístico.- El procedimiento para el registro e inspección de un establecimiento de alojamiento turístico será el siguiente: a) La Autoridad Nacional de Turismo, verificará que el proyecto de alojamiento turístico cumpla con lo dispuesto en el Plan de Regulación Hotelera. Sin este procedimiento, el establecimiento no podrá obtener el registro. b) La Autoridad Nacional de Turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de los establecimientos de alojamiento turístico, en el que se determinará el cumplimiento de requisitos para la clasificación y categorización. c) Para el registro, el empresario deberá seguir los pasos del sistema digital que será establecido por la Autoridad Nacional de Turismo. Al finalizar el proceso, el sistema emitirá un certificado de registro del establecimiento. d) La Autoridad Nacional de Turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a los establecimientos. Al final de la inspección, se emitirá un acta suscrita entre el delegado de la Autoridad Nacional de Turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado del establecimiento de alojamiento turístico, donde se dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada al establecimiento. e) En caso de que los resultados de la inspección, determinen que el establecimiento no consignó información veraz al registrarse o posteriormente en caso de modificaciones, re-categorizaciones o reclasificaciones, la Autoridad Nacional de Turismo, impondrá las sanciones establecidas en la normativa vigente.
- Art. 14.-** Autorización para la construcción y adecuación de edificaciones destinadas a alojamiento turístico.- El Gobierno Autónomo Descentralizado competente será la entidad que en su jurisdicción aprobará los planos definitivos y autorizará la construcción y/o adecuación de edificaciones destinadas al alojamiento turístico, en concordancia con los planes de ordenamiento territorial y zonificación local. Previo a las aprobaciones definitivas por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, la Autoridad Nacional de Turismo procederá a revisar los siguientes documentos: a) Para nueva infraestructura y ampliaciones o remodelaciones cuya área de intervención supere el 10% del área construida total del establecimiento: a.1) Antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores; a.2) Proyecto de inversión y financiamiento; y, a.3) Anteproyecto arquitectónico. b) Para ampliaciones y remodelaciones cuya área de intervención sea inferior al 10% del área construida total del alojamiento únicamente deberá presentar el Anteproyecto Arquitectónico.
- Art. 20.-** Requisitos para el registro.- Todo nuevo establecimiento de alojamiento turístico en Galápagos, previo a obtener su registro, deberá cumplir con todos los requisitos y procedimientos establecidos por este Reglamento y por la Autoridad Nacional de Turismo. Adicionalmente, se deberá cumplir con lo dispuesto en la Ley Orgánica del Régimen Especial para la Provincia de Galápagos (LOREG), el Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS), Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP), cualquier normativa para nueva infraestructura turística aprobada por el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos y demás normas emitidas por la autoridad competente.
- Art. 21.-** Autorización para la construcción de edificaciones destinadas a alojamiento turístico.- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán cumplir con lo dispuesto en el Plan de Regulación Hotelera aprobado por el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos.
- Art. 22.-** Establecimientos permitidos para nuevas facilidades de alojamiento turístico en Galápagos.- Las únicas categorías autorizadas a operar en la Provincia de Galápagos para nuevos establecimientos de alojamiento turístico serán de 3, 4 y 5 estrellas, y los campamentos

REGLAMENTO ESPECIAL DE TURISMO EN AREAS NATURALES PROTEGIDAS

Art. 4.- Regulación.- Previo al otorgamiento de la autorización para construir o remodelar cualquier estructura, edificación, facilidad, establecimiento o embarcación destinados a fines turísticos en el Patrimonio de Areas Naturales del Estado PANE, el interesado deberá cumplir con la normativa turística y ambiental vigente, así como también con las prescripciones contenidas en el Plan de Manejo del área protegida en la que se pretenda ejercer la actividad, atendiendo el grado de riesgo ambiental que suponga la construcción o remodelación. En la provincia de Galápagos, se prohíbe la construcción de nueva infraestructura de alojamiento turístico o la ampliación de la infraestructura existente que no cumpla con lo dispuesto en el Plan de Regulación Hotelera que establezca la Autoridad Nacional de Turismo.

Art. 27.- Del Estudio de Impacto Ambiental.- Los Estudios de Impacto Ambiental que se deban realizar previo al inicio de las actividades y modalidades turísticas en el Patrimonio de Areas Naturales del Estado PANE, deberán contener los componentes a los que se refiere la legislación ambiental aplicable. Para el caso de construcción de nueva infraestructura turística o de remodelación de la ya existente, los estudios de impacto ambiental deberán estar en concordancia con el estudio técnico de visitantes avalado por la Autoridad Ambiental Nacional, debiendo incluir el inventario de las especies vulnerables

LEY ORGANICA DE REGIMEN ESPECIAL DE LA PROVINCIA DE GALAPAGOS

Art. 16.- Areas naturales protegidas de la provincia de Galápagos. El Parque Nacional Galápagos y la Reserva Marina de Galápagos forman parte del Sistema Nacional de Areas Protegidas (SNAP). El régimen jurídico administrativo de estas áreas protegidas es especial y se sujetará a lo previsto en la Constitución, la presente Ley y normas vigentes sobre la materia. El Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos y la Autoridad Ambiental Nacional a través de la unidad administrativa desconcentrada a cargo de las áreas naturales protegidas de Galápagos mantendrán una estrecha coordinación para articular en forma apropiada, sus competencias y atribuciones.

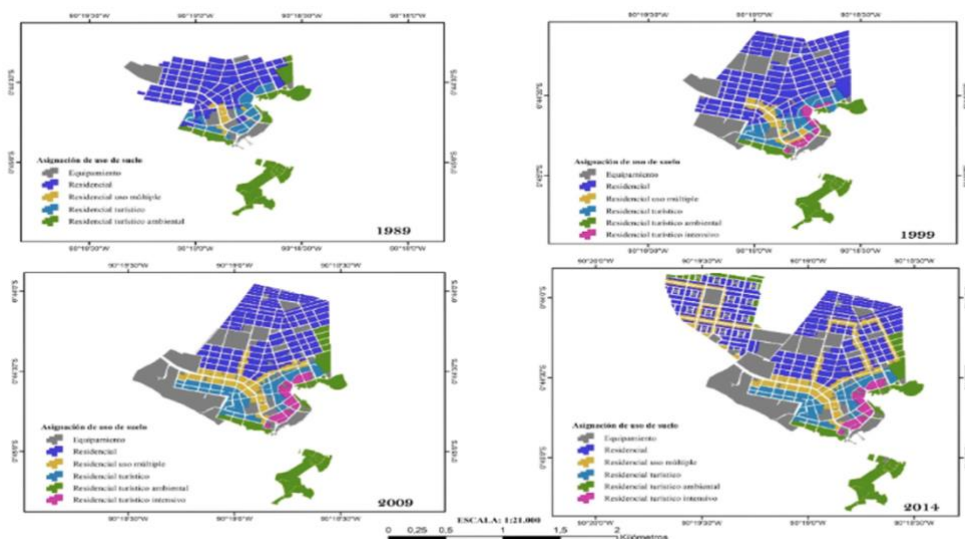
Art. 33.- Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial de Galápagos. El Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial de Galápagos es el instrumento de planificación que tiene por objeto ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo sostenible y sustentable de la provincia de Galápagos con el fin de lograr la gestión concertada y articulada del territorio en función de las cualidades territoriales, de su régimen especial, y de un estricto apego a los principios de conservación del patrimonio natural y del Buen Vivir. La observancia del Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial de Galápagos es de carácter obligatorio para las entidades que conforman el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos y demás entidades del sector público, privado y de la economía popular y solidaria

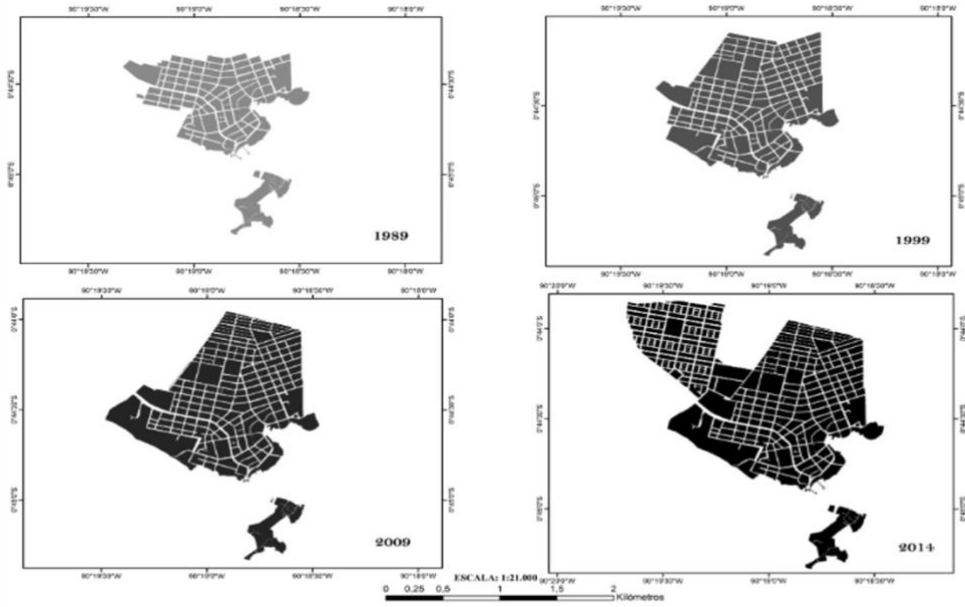
Art. 72.- Construcción de infraestructuras de alojamiento turístico. Se prohíbe la construcción de nueva infraestructura de alojamiento turístico o la ampliación de la infraestructura existente que no cumpla con lo dispuesto en el Plan de Regulación Hotelera que establezca la Autoridad Nacional de Turismo. El Plan de Regulación Hotelera deberá realizarse en función del estudio de capacidad de acogida del medio físico ambiental realizado por la Autoridad Ambiental, estudios de carácter socio cultural, de oferta turística y otros estudios que para el efecto se establezcan. Deberá estar aprobado por el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos y articularse con el Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial del Régimen Especial de la provincia de Galápagos. Construcciones irregulares. La construcción de nueva infraestructura de alojamiento turístico o la ampliación de la infraestructura existente que no cumpla con lo dispuesto en el Plan de Regulación Hotelera aprobado por el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos, será sancionada con la demolición de dicha infraestructura por parte de la Secretaría Técnica del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos, sin perjuicio de la sanción pecuniaria que tenga lugar. El otorgamiento de permisos de construcción de nueva infraestructura de alojamiento turístico o la ampliación de la infraestructura existente que no cumpla con lo dispuesto en el Plan de Regulación Hotelera, será causal de destitución, de conformidad con la Ley, de los dignatarios y funcionarios que hayan otorgado el permiso y elaborado los informes correspondientes.

PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE SANTA CRUZ

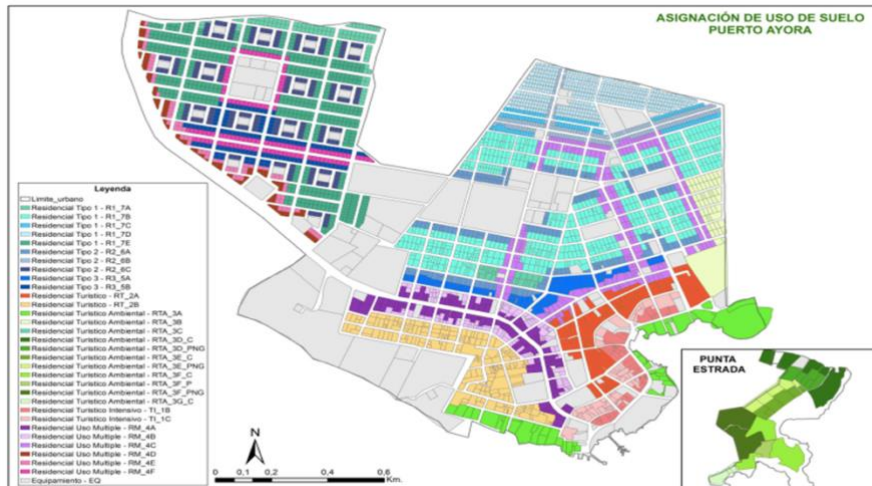
5.5.2. **Uso para equipamiento** Corresponden al conjunto de actividades, edificaciones y espacios de carácter público o privado en las que se proporciona bienes y servicios para el bienestar social mediante la satisfacción de las necesidades de la población para la realización de las actividades propias en el territorio o ámbito habitado.

5.5.3. **Clasificación del uso equipamiento** El equipamiento urbano se relaciona directamente con el número de viviendas y la densidad de población que determina su radio de influencia para determinar necesidades y no saturar de equipamiento a la zona a desarrollar. Es así que se tipifica como **barrial, sectorial y zonal**. 1. Equipamientos de servicios sociales, refieren a las actividades de satisfacción de las necesidades de desarrollo social de los ciudadanos y se clasifican en: a) Educación: Son los equipamientos destinados a la formación intelectual y capacitación de la sociedad para su desarrollo eficiente como ciudadano participante y responsable. b) Cultura: Son los equipamientos destinados a las actividades culturales, transmisión y conservación del conocimiento, fomento y difusión de la cultura. c) Salud: Son los equipamientos destinados a la prestación de servicios de salud, como prevención, tratamiento, rehabilitación. d) Bienestar social: Son equipamientos destinados al desarrollo y promoción de una buena calidad de vida, con información, orientación y prestación de servicios a grupos humanos específicos. Tales como espacios o edificios destinados a asuntos sociales y residencias comunitarias. e) Recreación y deporte: Son los equipamientos que corresponden a las áreas, edificaciones y dotaciones para la práctica y enseñanza del ejercicio físico, al deporte de alto rendimiento y exhibición de competencias o actividades deportivas y los espacios verdes de uso colectivo con fines de conservación ambiental, se clasifican áreas de recreación y deportivas. f) Religioso: Corresponde a los locales y edificios destinados al culto, de carácter público o privado.

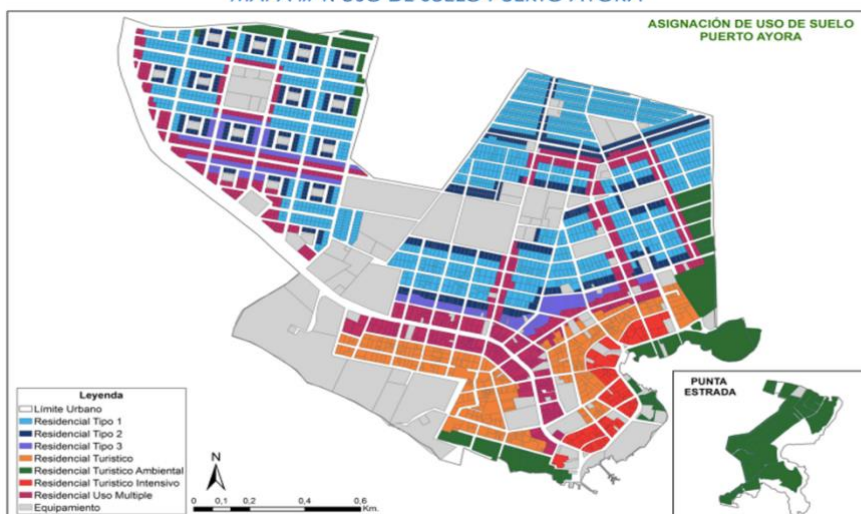




MAPA 1.2: USO DE SUELO POR SUBZONAS DE PUERTO AYORA



MAPA III-1: USO DE SUELO PUERTO AYORA



Dadas las rigurosas regulaciones en las Galápagos para la construcción y operación de hoteles, nuestro establecimiento se enfrentaría a desafíos significativos para cumplir con la normativa vigente. La obtención de autorizaciones ambientales y turísticas específicas para la infraestructura turística en la provincia, como lo estipula el Artículo 20 del Reglamento de Alojamiento Turístico Provincia de las Galápagos, es imperativa y requiere cumplir con la LOREG, el Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS) y el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP). Estas regulaciones, rigurosas por la importancia de preservar el ecosistema único de las Galápagos, catalogado como Patrimonio Natural de la Humanidad, demandan una supervisión minuciosa para garantizar que cualquier desarrollo turístico no comprometa la biodiversidad ni afecte negativamente a las especies endémicas.

Además, la ubicación de nuestro terreno en la zona de equipamiento, según lo señalado en los mapas, presenta un desafío adicional, ya que no está en ninguna de las zonas turísticas o de uso múltiple. Sin embargo, al evaluar estas regulaciones, podemos afirmar que nuestro hotel podría construirse, ya que nuestros valores y prácticas están alineados con los principios de la Cayuga Collection.

En primer lugar, la membresía en ProParques nos brinda una plataforma para resolver las necesidades de los Parques Nacionales, lo que podría facilitar nuestra integración en el entorno local y reducir cualquier impacto negativo potencial. Además, según el Artículo 22 del Reglamento de Alojamiento Turístico Provincia de las Galápagos, nuestro hotel de 4 estrellas cumple con los criterios para la construcción de nuevos establecimientos turísticos en la región.

Otro aspecto que consideramos es la evolución de las zonas turísticas a lo largo del tiempo, según los mapas de diferentes años. Esto sugiere la posibilidad de que nuestra ubicación en la zona de equipamiento pueda adaptarse estratégicamente para satisfacer las necesidades turísticas emergentes. Por ejemplo, podríamos explorar la posibilidad de

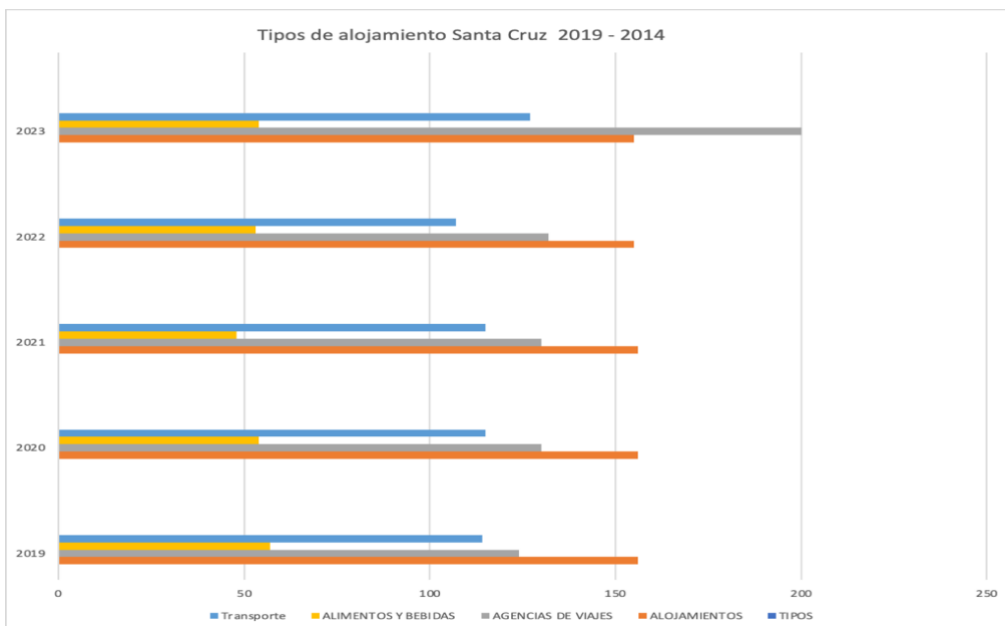
enfocarnos en actividades sociales, culturales y educativas en el área, lo cual está en línea con las prácticas de la Cayuga Collection. Esto podría incluir la organización de eventos culturales locales, contribuciones a la educación y la salud pública, así como la creación de infraestructura comunitaria.

En resumen, aunque las regulaciones en las Galápagos son rigurosas, identificamos oportunidades para cumplir con los requisitos mientras mantenemos nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Con un enfoque estratégico y colaborativo, confiamos en que podemos superar los desafíos regulatorios y contribuir positivamente al desarrollo turístico sostenible de la Galápagos.

2.5 Desarrollo del vecindario

TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS QUE EXISTEN EN LOS AÑOS					
2019		2020		2021	
TIPOS	#	TIPOS	#	TIPOS	#
ALOJAMIENTOS	156	ALOJAMIENTOS	156	ALOJAMIENTOS	156
AGENCIAS DE VIAJES	124	AGENCIAS DE VIAJES	130	AGENCIAS DE VIAJES	130
ALIMENTOS Y BEBIDAS	57	ALIMENTOS Y BEBIDAS	54	ALIMENTOS Y BEBIDAS	48
EMBARCACIONES SIN PERNOCTACIÓN	56	EMBARCACIONES SIN PERNOCTACIÓN	55	EMBARCACIONES SIN PERNOCTACIÓN	115
EMBARCACIONES CON PERNOCTACIÓN	55	EMBARCACIONES CON PERNOCTACIÓN	56	EMBARCACIONES CON PERNOCTACIÓN	
TRANSPORTE TERRESTRE	3	TRANSPORTE TERRESTRE	4	TRANSPORTE TERRESTRE	
...		
Fuentes:		Fuentes:		Fuentes:	
Informe de Capacidad Instalada 2019.		Informe de Capacidad Instalada 2020		Guachi, V. (2023)	

TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS QUE EXISTEN EN LOS AÑOS			
2022		2023	
TIPOS	#	TIPOS	#
ALOJAMIENTOS	155	ALOJAMIENTOS	155
AGENCIAS DE VIAJES	132	AGENCIAS DE VIAJES	200
ALIMENTOS Y BEBIDAS	53	ALIMENTOS Y BEBIDAS	54
EMBARCACIONES SIN PERNOCTACIÓN	107	EMBARCACIONES SIN PERNOCTACIÓN	127
EMBARCACIONES CON PERNOCTACIÓN		EMBARCACIONES CON PERNOCTACIÓN	
TRANSPORTE TERRESTRE		TRANSPORTE TERRESTRE	
...		...	
Fuente:		Fuente:	
Guachi, V. (2023)		Ministerio de Turismo (2023)	



TENDENCIAS ECONÓMICAS		
¿Cuáles son los tipos de tendencias locales que se encuentran en el sector?		
Tipo	Descripción	Fuente
Turismo	"La principal fuente de ingresos de la población local del archipiélago proviene directamente de la industria turística (a través de agencias de viajes, cruceros, hoteles, visitas guiadas, restaurantes, bares, etc.) o de otras formas de comercio indirectamente asociadas con el turismo."	(Klassen, 2023)
Servicios Turísticos	"Kayak, natación, surf, snorkel, caminatas por áreas protegidas y fincas agrícolas, ciclismo y observación de especies encabezan la lista de actividades que te ofrece este destino."	(Ministerio de Turismo, 2020)
Pesca	"Es fuente de empleo para más de 500 hombres y mujeres del mar y sus familias. Además, la pesca es fundamental para la seguridad alimentaria de las y los habitantes del archipiélago."	Charles Darwin Foundation. (s.f.)
Agricultura	"(...) combina el manejo de las áreas protegidas, la producción sostenible en la zona agropecuaria y un trabajo cercano con los agricultores y consumidores locales."	Bitácora Ambiental (2021).
Comercio Local	El sector minorista y mayorista es importante para la economía local, con la apertura de nuevos negocios y una oferta diversificada de productos y servicios.	Descubriendo Galápagos (s.f.)
Inversión hotelera	"La afluencia turística propiamente en la Isla Santa Cruz ha evidenciado gran aumento en la inversión de hotelería en el sector que se encuentran de diversos servicios desde hoteles de lujos, hostales, hosterías y personas que brindan habitaciones para alquiler."	(Balladares, 2015)

AMBIENTE COMPETITIVO		
¿Qué tipos de Competencias encuentras actualmente en el sector analizado?		
AMBIENTE COMPETITIVO		
POR CATEGORÍA		
Tipo	Descripción	Fuente
Hotel	- Finch Bay \$646	TripAdvisor (2024)
	Montemar Eco Luxury Villas	
	- Angermeyer Waterfront Inn \$371	
	- Royal Palm Galapagos by Curio Collection \$359	
	- Galapagos Habitat by Eco Luxury Group \$262	
Lodge	Pikala Lodge	
Restaurante	Finch Bay Restaurante	GoogleMaps (2024)
POR UBICACIÓN		
Tipo	Descripción	Fuente
Hotel	- Hotel Fiesta \$150	GoogleMaps (2024)
	- Hotel Santa Fe \$179	
	- Ikala \$269	
	- Albatross \$171	
	- Ninfa \$159	

DESARROLLO A FUTURO		
¿Conoces de algún proyecto de desarrollo a futuro? ¿De qué tipo es?		
Tipo	Descripción	Fuente
Hotel	Six Senses es un proyecto hotelero de IHG que actualmente está en pausa debido a regulaciones.	...
Proyecto Fotovoltáico	"El proyecto "Conolophus" plantea la instalación de 14,8 megavatios de generación fotovoltaica, con baterías de almacenamiento de energía, en Santa Cruz y su conexión con la vecina isla Baltra, donde se ubica el aeropuerto ecológico de Galápagos."	(Swissinfo, 2021)
Construcción	Proyecto CEELA: matriz de estándares. Para edificación nueva sostenible	(Proyecto CEELA, 2023)
Ecológico	"Implementación de nuevos bosques sustentables preparación de las primeras cinco hectáreas, la obtención de 5.000 plantas y la reforestación."	(EFEVerde, 2018)
Ecológico	Proyecto de siembra de corales para restaurar ecosistemas	(Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2022)
Urbanístico	"El Mirador en Puerto Ayora. Las tierras se destinarán para comercios, turismo y reubicación de algunas instituciones estatales."	(Verdezoto, 2014)
Construcción	Proceso de construcción la sede de la Universidad Central del Ecuador	(UCE, 2020)
Proyecto Fotovoltáico	"(...) dotar de luz eléctrica se cuenta con ocho generadores que requieren de 16 000 galones de diésel al día para funcionar. Por ello, se buscaron alternativas más ecológicas, como la producción de luz con paneles solares y con energía eólica."	(Verdezoto, 2014)
Comunicaciones	"(...) aumentar la capacidad satelital a 2,5 Gbps con planes de alcanzar 10 Gbps en el futuro."	El Telegrafo. (2023)

Los datos del catastro indican que no ha existido un aumento o disminución significativa a lo largo del periodo 2019-2023 en cuanto al número de establecimientos en la zona. Esto sugiere una dinámica económica estable con posibles fluctuaciones debido a factores externos, como la pandemia o cambios en la demanda turística.

El sector se caracteriza por su orientación turística y de servicios turísticos, lo clasifica como un sector turístico y comercial al que miles de turistas visitan para disfrutar de actividades y experiencias en torno a la naturaleza y belleza de las Galápagos, pero también la personalidad y encanto de las personas de la comunidad con sus actividades económicas.

En el sector analizado, se encuentran diversos tipos de establecimientos que pueden actuar como competencia para un hotel. Entre ellos se destacan hoteles de lujo como Finch Bay y Angermeyer Waterfront Inn, además de opciones de alojamiento más económicas como

Hotel Fiesta y Hotel Santa Fe, sin dejar de lado restaurantes como Finch Bay Restaurante. Estos establecimientos representan una competencia directa en el mercado turístico y de alojamiento de Puerto Ayora.

Los proyectos de desarrollo a futuro en el sector incluyen principalmente el intento de construcción de Six Senses del grupo IHG y posiblemente expansiones o mejoras en la infraestructura turística y de servicios. Estos proyectos se alinean con el carácter turístico del sector y reflejan la continua inversión en la industria del turismo en Puerto Ayora.

Desde hace varios años se evidencian varios proyectos que abarcan aspectos del desarrollo sostenible y la conservación ambiental. Estos proyectos incluyen la instalación de generación fotovoltaica y la siembra de corales, reflejando el compromiso de la isla con la adopción de energías renovables y la preservación de sus ecosistemas únicos. Además, iniciativas de desarrollo urbanístico y construcción sostenible evidencian un enfoque planificado para el crecimiento responsable de la infraestructura y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. La Isla Santa Cruz también se destaca en el ámbito de las comunicaciones, con el aumento de la capacidad satelital, lo que subraya su compromiso con la conectividad y el acceso a servicios modernos. Estos proyectos consolidan a Santa Cruz como un destino turístico responsable y atractivo, que promueve el equilibrio entre el desarrollo humano y la conservación del entorno natural de las Islas Galápagos.

2.6 Características de la zona

CARACTERÍSTICAS DE LA ZONA DE INFLUENCIA			
1. Influencia Económica	Es el lugar con mayor concentración de establecimientos comerciales, concentrando 72% del total de turistas, lo que incide significativamente en el desarrollo económico de las islas. (Valenzuela, 2020).		
2. Población	9771 en total, 4884 hombres y 4887 mujeres (ZhujiWorld.com)		
3. Clima	Cálido y húmedo: Diciembre/Enero hasta Mayo (18-20 grados) Fresco y seco: Junio a Diciembre (24-32 grados)		
4. Comunicaciones			
5. Accesos	A partir de la Av. Baltra es posible llegar al terreno mediante la calle Barrington, Issabela o Española.		
6. Visibilidad	No es un terreno visible ya que tiene el Centro de Entrenamiento de Energía Renovable (CEER) del lado que da a la transversal de las calles Isabella y Española.		
7. Puntos de Seguridad	Solo existe 1 UPC en Puerto Ayora, pero está diagonal al terreno de construcción.		
8. Empleabilidad	Según el último estudio anual del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC), Galápagos tiene 52,54% de empleo formal. (La Hora, 2023)		
4. Medio de transporte	Capacidad	Costo	Ruta
<u>Autobús</u>		\$3,00 por persona	Puerto Ayora - Canal Itabaca
		\$5,00 por persona	Aeropuerto a Puerto Ayora
<u>Taxi</u>	1-4 personas	\$68	Aeropuerto de Baltra a Puerto Ayora
		\$35	Puerto Ayora a Canal de Itabaca
		\$80	Aeropuerto a Parte Alta
<u>Mototaxi</u>	2-3 personas	\$0,50-\$5,00	*Distancias cortas
<u>Bicicletas</u>	1 persona	\$30	
<u>Lanchas</u>	20 a 40 personas	\$25-40 por persona	Traslado Interislas
Fuente:	(Real Dreams Tour Operator, s.f.)		

El análisis de la zona revela que la población actual del sector es de aproximadamente 9771 personas, con una distribución equilibrada entre ambos sexos y una edad promedio de 28 años.

El clima varía entre cálido y húmedo de diciembre a mayo, y fresco y seco de junio a diciembre, lo que puede influir de manera leve en el comportamiento de los visitantes, en su mayoría estadounidenses y europeos que visitan las islas en sus respectivas vacaciones escolares o festividades.

Las vías de acceso al terreno son a través de la Av. Baltra y las calles Barrington, Isabela o Española.

Los medios de transporte accesibles incluyen tanto opciones públicas como privadas que varían en cuanto a la preferencia del visitante, pero incluyen desde bus hasta jets privados.

La conectividad no es excelente pero hoy por hoy, existen planes de mejora en la velocidad del internet gracias a proyectos impulsados por el gobierno.

En cuanto a seguridad, Galápagos es un destino que destaca por la ausencia de delincuencia ya que como menciona el Ministerio de Gobierno (s.f.): “El Gobierno construye y mantiene condiciones de seguridad ciudadana, mediante un enfoque preventivo, previsor y proactivo, a través del modelo de la Policía Comunitaria.” De esta manera, hay una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) en Puerto Ayora, la cual está diagonal al terreno de construcción.

Finalmente, según el INEC, la provincia tiene un 52,54% de empleo formal, lo que sugiere una economía activa y oportunidades laborales para los residentes.

2.7 Generadores de demanda

GENERADORES DE DEMANDA						
Qué generadores de demanda se encuentran cerca del terreno seleccionado. Consideren los atractivos turísticos del entorno pero también las actividades complementarias						
Nombre	Referencia Visual	Tipo de Actividad	Descripción	Distancia	Horario de atención	Elementos que Atrae
Estación Científica Charles Darwin		Estación Científica e Investigación	La Estación Científica Charles Darwin (ECCD), vista como el brazo operativo de la Fundación Charles Darwin (FCD), ocupa un lugar de destacada relevancia. Según la declaración de la FCD para el año 2022, su propósito principal radica en "proveer conocimiento y respaldo a través de la investigación científica y medidas concomitantes para garantizar la preservación del entorno y la diversidad biológica del Archipiélago de Galápagos" (Charles Darwin Foundation, 2022). La ECCD se ha dedicado a inculcar relaciones con la conservación, restauración y desarrollo sostenible con el fin de asegurar una gestión adecuada del archipiélago. Según la misma fuente, "más de un centenar de profesionales de la ciencia, educación, investigación, personal de apoyo y voluntarios de diversas partes del mundo han contribuido a esta labor" (Charles Darwin Foundation, 2022).	2 km caminando (27 min) 2,6 km en carro (10 min)	8:00 a 12:30 y de 14:30 a 17:30	TODOS
Ruta de la Tortuga		Sendero Turístico	Se trata de un recorrido con pasarelas elaboradas en madera tratada y caminos de piedra volcánica, diseñado para guiar a los visitantes a través de cuatro salas interpretativas tituladas: Cambio Constante; Viajero Intrepido; Nuevas Generaciones; y Tortugas Coleales" (Ministerio de Turismo del Ecuador, Ministerio de Ambiente inaugura nueva ruta denominada "El Sendero de la Tortuga", 2022). El trayecto finaliza con la exhibición del cuerpo embalsamado del Soltano George, destacado en la sala Símbolo de Esperanza.	2 km caminando (27 min) 2,6 km en carro (10 min)	7:30 a.m. – 17:30 p.m.	TODOS
Playa de la Estación		Playa	La playa de la Estación ofrece un entorno perfecto para disfrutar de actividades como nadar y practicar snorkel, donde tendrá la oportunidad de avistar una variedad de especies marinas, incluyendo peces koro, rayas, tortugas marinas e iguanas. Visitar esta playa se cuenta entre las experiencias imprescindibles en la Isla Santa Cruz, y que además brinda la posibilidad de sumergirse en sus cristalinas aguas y contemplar la vida silvestre del área, constituye un destino ideal tras explorar la Estación Científica Charles Darwin (ECCD).	1,8 km caminando (25 min) 2,4 km en carro (9 min)	07:30 a 17:30	TODOS
Tortuga Bay / Bahía Tortuga		Playa Insignia de Galápagos	Tortuga Bay es un destino emblemático en Galápagos, ubicado en la costa sur de la Isla Santa Cruz, a corta distancia de Puerto Ayora. Para acceder a esta zona, puedes emprender una caminata desde Puerto Ayora que dura aproximadamente 40 minutos hasta llegar a la Playa Brava. Tienes la libertad de llegar a esta hermosa playa por tus propios medios, sin necesidad de guía o transporte adicional. El sendero está pavimentado, es plano y fácil de transitar, y a medida que avanzas, podrás deleitarte con un paisaje de antiguos campos de lava poblados de árboles de palo santo y cactus Spunta. Otra alternativa es tomar un transporte marítimo que te conduce directamente a la Bahía de Tortugas desde los muelles de Puerto Ayora. La elección entre estas opciones dependerá de tu presupuesto y de tu estado físico.	2,8 km caminando (40 min) 4 km en carro (9 min)	8:00 a 17:00	TODOS
Las Grietas		Atractivo turístico natural de piscinas de agua cristalina	Las Grietas son formaciones de rocas volcánicas entre las cuales penetra el mar, creando piscinas naturales de agua cristalina que ofrecen un escenario único e inusual para nadar o bucear. El agua en Las Grietas es una mezcla de agua marina que entra por un extremo y agua dulce que se filtra por otro. Este enclave se sitúa a 3 km al oeste de Academy Bay o Bahía Academia, cerca de Puerto Ayora. Para acceder a Las Grietas, debes tomar un taxi acuático desde el muelle municipal de la Isla Santa Cruz hasta el muelle de un hotel privado. Desde allí, sigue el sendero señalado que conduce hacia Las Grietas. Tras aproximadamente 15 minutos de caminata a través de un sendero que atraviesa lagunas de agua salada, llegarás a unos escalones de madera que te conducirán directamente a las encantadoras aguas de Las Grietas.	8 km desde puerto central	7:30 a.m. – 17:30 p.m.	TODOS
Playa El Garrapatero		Playa	Se encuentra en la costa este de la isla, al noreste de la ciudad de Puerto Ayora. Esta playa está situada en la zona rural de la parroquia Bella Vista vía Casap, y el inicio del sendero se encuentra a unos 19 km de la ciudad. Con una longitud de 1,5 kilómetros, está rodeada de manglares y es perfecta para aquellos que buscan tranquilidad, así como para aquellos interesados en actividades como snorkel, kayak o acampada. De hecho, playa El Garrapatero es uno de los pocos lugares donde la Dirección del Parque Nacional Galápagos permite el camping. Sin embargo, es importante recordar que se requiere obtener una autorización de campamento a través de la Dirección del Parque Nacional Galápagos antes de hacerlo.	21,1 km caminando (4h47) 21,1 km en carro (34 min)	06:00 a 17:00	TODOS
Tortugas Gigantes de Galápagos. Rancho Primicias		Reserva Natural	Situado en la parroquia de Santa Rosa, el Rancho Primicias es una reserva natural que se encuentra a 30 minutos de Puerto Ayora, en la zona alta de la isla. Este destino atrae a miles de visitantes cada año debido a la posibilidad de observar tortugas gigantes en su entorno natural. Los visitantes pueden tomar fotografías dentro de los caparzones de estas majestuosas criaturas, disfrutar de la oferta gastronómica de lagar y adquirir una variedad de productos agroecológicos y orgánicos de la marca Primicias, que se comercializan allí. Además, los visitantes tienen la oportunidad de explorar un túnel de lava de 400 metros de longitud. Estos túneles se formaron cuando la superficie de la lava derretida, producto de erupciones volcánicas pasadas, se solidificó, mientras que el magma líquido en su interior continuó fluyendo, dejando tras de sí una serie de tubos vacíos. Los visitantes pueden caminar por estos canales subterráneos y tienen la oportunidad de avistar las lechuzas que habitan en ellos.	21 km caminando (4h57) 21 km en carro (30 min)	7:00 am 18:00 pm	TODOS
Los Gemelos		Atractivo turístico natural de las grandes depresiones de material volcánico	Los Gemelos son dos grandes depresiones de material volcánico que reciben su nombre debido a que se ubican frente a frente, separados únicamente por la carretera. Estas formaciones se originaron a través de un proceso prolongado de hundimiento lento del terreno y son el resultado de una serie de erupciones que ocurrieron cuando la isla aún era un volcán activo. Desde el punto de vista geológico, se los reconoce como cráteres.	21,1 km caminando (5h15) 21 km en carro (25 min)	7:30 a 17:30	TODOS
Laguna de las Ninfas		Laguna Natural	Otra actividad recomendada en la Isla Santa Cruz es visitar la Laguna de las Ninfas. Esta laguna, situada dentro del área urbana de Santa Cruz, es un lugar de una belleza singular que sorprende por su tranquilidad. Se trata de una laguna de agua salada que se atraviesa mediante un puente de madera, lo que te permite apreciar plenamente la belleza del entorno. La laguna está rodeada por dos de las cuatro especies de manglares que se encuentran en las Islas Galápagos, específicamente el mangle blanco y el mangle rojo. La entrada es gratuita y está abierta al público durante el día, si bien se prohíbe el acceso durante la noche. Es un destino ideal para disfrutar de la naturaleza y la serenidad que ofrece este remanso de paz en medio de la zona urbana.	700 m caminando (9 min) 650 m en carro (2 min)	30 a.m. – 17:30 p.m.	TODOS
Finchbay Restaurant		Restaurante	El restaurante Finch Bay de Galápagos ofrece una experiencia culinaria única, caracterizada por su "Signature Galapagos Style Cuisine". Situado en un entorno impresionante, los comensales tienen la oportunidad de disfrutar de una comida extraordinaria rodeados por el suave sonido de las olas del océano y la belleza natural de las islas. El restaurante se destaca por ofrecer platos que reflejan la rica diversidad gastronómica de la región, utilizando ingredientes frescos y locales para crear sabores auténticos y deliciosos. Además de la exquisita comida, el ambiente del restaurante Finch Bay proporciona una experiencia sensorial completa, donde los visitantes pueden sumergirse en la tranquilidad y la majestuosidad del entorno natural de las Galápagos mientras disfrutan de una excelente comida.	1,1 km caminando (15 min) 1,1 km en carro (4 min)	6:15 AM-10 PM	Nivel socioeconómico alto, proveniente de extranjeros en su mayoría

En la isla Santa Cruz, ubicada en el archipiélago de las Galápagos, los principales impulsores de la demanda turística son los atractivos naturales que caracterizan la región. Estos incluyen una amplia variedad de sitios de interés, como playas de arena blanca, formaciones geológicas únicas y hábitats de vida silvestre que albergan especies endémicas icónicas.

Además de los atractivos naturales, la isla Santa Cruz también cuenta con una rica oferta gastronómica, con restaurantes emblemáticos que se han convertido en destinos por derecho propio. Estos establecimientos ofrecen una fusión de sabores locales e internacionales, proporcionando a los visitantes una experiencia culinaria única.

2.8 Análisis FODA y PORTER de la ubicación

Análisis FODA:

Fortalezas:

- Ubicación estratégica en el archipiélago de Galápagos, conocido por su biodiversidad única.
- Atractivos turísticos naturales como playas, bahías, formaciones rocosas y vida silvestre endémica.
- Oferta de actividades de ecoturismo como caminatas, buceo y observación de fauna.
- Infraestructura turística desarrollada con hoteles, restaurantes y servicios para visitantes.

Oportunidades:

- Creciente demanda mundial por el turismo de naturaleza y experiencias únicas.
- Posibilidad de diversificar la oferta turística con actividades complementarias.
- Potencial para atraer inversiones en infraestructura y servicios turísticos sustentables.
- Cooperación internacional para la conservación y protección del archipiélago.

Debilidades:

- Capacidad limitada de carga turística para preservar el frágil ecosistema.

- Dependencia económica excesiva del turismo.
- Falta de opciones de transporte y conectividad con el continente.
- Escasez de recursos naturales y necesidad de importar suministros.

Amenazas:

- Impacto del cambio climático y fenómenos naturales en los hábitats y especies.
- Riesgos de sobreexplotación turística y daños ambientales.
- Competencia de otros destinos de ecoturismo y naturaleza.
- Regulaciones y restricciones ambientales que pueden limitar el desarrollo turístico.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter:

1. Amenaza de nuevos competidores: Baja, debido a las regulaciones estrictas y la protección del archipiélago como Patrimonio Natural de la Humanidad.

2. Poder de negociación de los proveedores: Alto, ya que Santa Cruz depende de la importación de muchos suministros y servicios.

3. Poder de negociación de los compradores: Moderado, pues aunque hay una demanda creciente, también hay opciones limitadas de alojamiento y actividades.

4. Amenaza de productos/servicios sustitutos: Moderada, ya que hay otros destinos de ecoturismo y naturaleza que compiten por los mismos turistas.

5. Rivalidad entre competidores existentes: Moderada a alta, debido a la capacidad limitada de carga turística y la necesidad de diferenciarse en la oferta de servicios y experiencias.

2.9 Área de mercado

Hotel	Ubicación	Precio
Hotel La Isla	Indefatigable 072 and Charles Darwin, Ave Santa Cruz, 200350	\$ 209,00
La Peregrina Galapagos B&B	Ave Charles Darwin, Puerto Ayora 200350	\$ 90,00
Blu Galapagos Sustainable Waterfront Lodge	Avenida Charles Darwin S/N Y Piqueros	\$ 251,00
Hotel Fiesta	Moises Brito, Puerto Ayora	\$ 150,00
Capitan Max B&B	Charles Binford, Puerto Ayora 200101	\$ 90,00
Galapagos Verde Azul	7M6Q+49H, Calle Petrel y Marchena, Jose Joaquin de Olmedo, Puerto Ayora	\$ 87,00
Ikala Galapagos Hotel	Tomas de Berlanga y Moises Brito, 200350 Puerto Ayora, Ecuador	\$ 245,00
Hotel Angermeyer Waterfront Inn	Barrio Punta Estrada, Puerto Ayora	\$ 510,00
Hotel Cucuve	Av. Charles Binford, Isla Santa Cruz, Puerto Ayora	\$ 256,00
Hotel Arcadia	C/ Floreana y Matazarnos, Puerto Ayora	\$ 275,00
Villa Escalera	Pelican Bay Avenida Charles Darwin y Seymour, Puerto Ayora	\$ 402,00
Finch Bay Galapagos Hotel	Barrio Punta Estrada, Puerto Ayora	\$ 534,00
Semilla Verde Boutique Hotel	Rm 12 via a Baltra, Puerto Ayora, Puerto Ayora	\$ 87,00
Hotel Las Ninfas	Colonos av charles darwin, Puerto Ayora	\$ 151,00
Hotel Galapagos Suites B&B	Cucuve y Floreana, Puerto Ayora	\$ 148,00
Hotel Santa Fe	Avenida Charles Binford Sin Numero, Puerto Ayora	\$ 191,00
Torre Mar Galapagos Boutique Suites	San Cristobal y General Rodriguez Lara, Puerto Ayora	\$ 133,00

El análisis detallado de la oferta hotelera en la Isla Santa Cruz revela una amplia gama de opciones disponibles para los visitantes, con precios que varían significativamente según la ubicación, las comodidades y el nivel de lujo ofrecido. Entre los establecimientos destacados se encuentra el Hotel La Isla, situado en una ubicación privilegiada en Indefatigable 072 y Charles Darwin, Ave Santa Cruz, con un precio de \$209,00 por noche. Este hotel representa una opción de gama alta para aquellos que buscan lujo y comodidad durante su estadía en la isla. Por otro lado, opciones como La Peregrina Galapagos B&B, Capitán Max B&B y Galapagos Verde Azul ofrecen alojamiento más económico, con precios alrededor de \$90,00 por noche, lo que los convierte en opciones asequibles para aquellos con un presupuesto más ajustado.

Sin embargo, es importante destacar que el precio no es el único factor determinante para los visitantes al elegir un hotel. La ubicación y las comodidades ofrecidas también desempeñan un papel crucial en la decisión final. Por ejemplo, Blu Galapagos Sustainable Waterfront Lodge, con un precio de \$251,00 por noche, se destaca por su ubicación frente al mar, lo que lo convierte en una opción atractiva para aquellos que buscan una experiencia junto al océano. Por otro lado, hoteles como Hotel Fiesta, Hotel Santa Fe y Hotel Cucuve ofrecen una combinación de precio y comodidades que los convierte en opciones competitivas en el mercado turístico de Puerto Ayora.

En este contexto, la introducción de una nueva propuesta hotelera operada por Cayuga Collections, con un enfoque distintivo en el lujo sostenible, representa una oportunidad única para destacarse en el mercado. Cayuga Collections tiene una reputación establecida en la industria por su compromiso con prácticas ambientales y sociales responsables, lo que lo posiciona como un socio ideal para esta iniciativa. Al ofrecer alojamientos de lujo que cumplen con rigurosos estándares de sostenibilidad, este nuevo hotel podría atraer a un segmento de mercado deseoso de experiencias de viaje auténticas y éticas. Además, al aprovechar la belleza natural y la biodiversidad única de las Galápagos, el hotel podría ofrecer a los huéspedes experiencias exclusivas centradas en la exploración y el descubrimiento responsable de este ecosistema frágil. Esta propuesta no solo llenaría un vacío en el mercado local al ofrecer un alojamiento de lujo sostenible, sino que también contribuiría de manera positiva al desarrollo económico y ambientalmente consciente de la Isla Santa Cruz. En resumen, la introducción de esta nueva propuesta hotelera representa una oportunidad emocionante para Cayuga Collections y para el destino turístico de las Galápagos en su conjunto.

Conclusión

En este proyecto hotelero operado por Cayuga Collections en la Isla Santa Cruz, es crucial analizar en profundidad la relación entre el contexto actual y las estrategias propuestas. En términos de cifras, la isla cuenta con una población actual de aproximadamente 9,771 personas, lo que refleja una base potencial de clientes locales para el hotel, además de los turistas. A su vez, el análisis del uso de tierras revela una infraestructura turística desarrollada, lo que sugiere una alta demanda de alojamiento en la región.

En relación con las regulaciones ambientales y turísticas, se destaca que la obtención de autorizaciones específicas es fundamental para el proyecto. La inversión en cumplimiento legal y prácticas sostenibles no solo garantiza la viabilidad a largo plazo del hotel, sino que

también contribuye a preservar el ecosistema único de las Galápagos, un punto clave para atraer turistas preocupados por la conservación.

En cuanto al análisis del mercado y la competencia, se observa una economía activa y una alta demanda de servicios relacionados con el turismo. La competencia directa incluye hoteles de lujo como Finch Bay y Angermeyer Waterfront Inn, así como opciones más económicas como Hotel Fiesta y Hotel Santa Fe. Esto resalta la importancia de diferenciar nuestro hotel a través de la oferta de experiencias exclusivas y de lujo sin dejar de lado la sustentabilidad, factor clave para Galápagos como destino como se propone en las estrategias de posicionamiento.

Además, al considerar los generadores de demanda, se identifica que los principales impulsores del turismo en la isla son los atractivos naturales y las experiencias relacionadas como la oferta gastronómica. Por lo tanto, las estrategias propuestas para ofrecer experiencias únicas en lugares emblemáticos como la Estación Científica Charles Darwin y la Ruta de la Tortuga están directamente alineadas con las preferencias de los visitantes, lo que potencialmente aumentaría la ocupación y los ingresos del hotel.

En conclusión, la relación directa entre el contexto actual y las estrategias propuestas en el proyecto hotelero evidencia la importancia de entender y adaptarse a las condiciones locales para alcanzar el éxito. Al enfocarse en el cumplimiento legal, la diferenciación competitiva y la satisfacción de las demandas turísticas, el hotel no solo puede maximizar su rentabilidad, sino también contribuir positivamente al desarrollo sostenible de la comunidad local y la conservación del entorno natural de las Galápagos

Capítulo 3 CONCEPTO DEL HOTEL

El concepto de un hotel es el pilar fundamental de su éxito y viabilidad. Conscientes de esto, los creadores de Gaian han decidido desarrollar un hotel con un concepto sólido y bien establecido que se alinea con los valores y la identidad de su marca.

En este capítulo, se explorará el proceso de desarrollo del concepto de Gaian, analizando cómo se integra en todos los aspectos del hotel, desde el diseño hasta los servicios ofrecidos. Se examinará cómo el concepto de Gaian se diferencia de otros hoteles y cómo se adapta a las tendencias actuales de la industria.

3.1 Acerca de Cayuga Collection

3.1.1 Quiénes Son?

Cayuga Collection es una reconocida cadena hotelera de lujo sustentable fundada por Hans Pfister y Andrea Bonilla. Con más de 20 años de trayectoria, la empresa se ha consolidado como líder en hospitalidad sostenible, operando como compañía de gestión para ocho hoteles y lodges de lujo ubicados en Costa Rica, Nicaragua y Panamá.

La filosofía de Cayuga Collection se basa en ofrecer experiencias de lujo excepcionales, al tiempo que se compromete con la conservación del medio ambiente, la promoción de prácticas eco amigables y la contribución al bienestar de las comunidades locales. Su objetivo principal es fomentar un turismo responsable e inteligente, que permita a los huéspedes disfrutar de entornos naturales únicos sin comprometer su preservación.

Para los nuevos hoteles que deseen unirse a Cayuga Collection, la empresa tiene algunas "reglas" o criterios de selección. Los propietarios o desarrolladores que no compartan el compromiso fundamental con la sostenibilidad no deben contactar a la empresa. Cayuga Collection busca propiedades que se beneficien de sus servicios de gestión y enfoque, y que estén comprometidas con hacer del turismo de lujo una práctica más sostenible.

Los criterios para determinar si una propiedad es adecuada para Cayuga Collection incluyen:

- Ubicación privilegiada en América Central y del Sur (actualmente en Costa Rica, Panamá y Nicaragua)
- 100% de compromiso con el lujo sostenible, mostrando un claro potencial de sostenibilidad, rentabilidad y demanda del mercado
- Sentido de pertenencia, buscando propiedades únicas, con carácter y un fuerte sentido de lugar
- Propiedades boutique, generalmente con entre 12 y 60 habitaciones

A lo largo de su trayectoria, Cayuga Collection ha sido acreedora de diversos reconocimientos y certificaciones otorgados por entidades altamente valoradas en la industria hotelera, lo que respalda su compromiso con la excelencia y la sostenibilidad. Entre estos reconocimientos se encuentran:

- People Award, 2018 - World Travel & Tourism Council, Tourism for Tomorrow Awards
- Earth Changers Award, 2017 - National Geographic World Legacy Awards
- World Saver Award, 2012 & 2010 - Condé Nast Traveller
- Environmental Leadership Award 2010 - Travel & Leisure Global Vision Awards
- Dean's Distinguished Speakers Lecture Series, 2012 - Cornell University

La empresa ofrece una amplia gama de servicios, desde reservaciones y conserjería hasta mantenimiento y jardinería, además de programas gastronómicos, de bienestar y spa.

Con su experiencia en el desarrollo y apertura de nuevos proyectos hoteleros, así como en la remodelación y reposicionamiento de propiedades existentes, Cayuga Collection se ha posicionado como un referente en la gestión de hoteles de lujo sostenibles en América Central y del Sur. Su enfoque integral, que abarca estrategias de ventas, marketing y relaciones públicas, les permite promover y posicionar sus propiedades de manera efectiva en el mercado.

3.1.2 Valores y Principios de Cayuga Collection

Valores de Cayuga Collection

1. **Confianza** Los propietarios confían en Cayuga el control total de sus hoteles o lodges, reflejando así la orientación y experiencia de la empresa. Cayuga selecciona cuidadosamente sus asociaciones, buscando establecer relaciones sólidas y cercanas con un grupo selecto de propietarios.
2. **Enfoque en las personas** Cayuga cree firmemente en la contratación exclusiva de personas locales, invirtiendo en su educación y proporcionando beneficios económicos y sociales directos a las comunidades. La empresa se centra en el bienestar y desarrollo de su equipo y las comunidades en las que opera.
3. **Compromiso con el medio ambiente** La sostenibilidad está dentro de la identidad de Cayuga. En todas las decisiones importantes, como el diseño operativo, la elección de materiales o las colaboraciones con ONGs, Cayuga siempre considera el impacto en el entorno natural. La preservación y protección del medio ambiente son pilares fundamentales de su filosofía empresarial.
4. **Ética empresarial** Cayuga modela la transparencia y el comportamiento empresarial ético, y espera lo mismo de sus socios en aspectos como contabilidad, operaciones legales y pago a proveedores. La integridad y la honestidad son valores fundamentales en todas las relaciones comerciales de la empresa.
5. **Alta calidad** Cayuga se enorgullece de ofrecer un servicio impecable, una selección de experiencias excepcionales y la elección de los mejores proveedores disponibles. La empresa se esfuerza por mantener los más altos estándares de calidad en todos los aspectos de sus operaciones.
6. **Inversión en el futuro** Esto incluye la inversión en la capacitación del personal, la mejora de la infraestructura y la adaptación a los cambios del mercado para garantizar

un crecimiento sostenible. Cayuga se compromete a invertir en el desarrollo a largo plazo de sus propiedades, su equipo y las comunidades en las que opera.

Estos valores fundamentales guían todas las decisiones y acciones de Cayuga Collection, asegurando que la empresa se mantenga fiel a su compromiso con la hospitalidad sostenible de lujo y el impacto positivo en las comunidades y el medio ambiente.

Principios de Cayuga Collection

1. Experience (Experiencia) Experimentar entornos naturales extraordinarios puede conducir a una claridad mental renovada, inspirar el alma y abrir los ojos a una nueva percepción del mundo. Cayuga Collection se esfuerza por brindar a sus huéspedes experiencias únicas y transformadoras en entornos naturales excepcionales.
2. Learn (Aprender) Aprender de y con la gente local es una parte fundamental de la experiencia con Cayuga Collection. Los anfitriones locales están ansiosos por compartir su conocimiento y cultura con los huéspedes, creando así conexiones auténticas y momentos inolvidables. La empresa fomenta el intercambio cultural y el aprendizaje mutuo entre huéspedes y comunidades locales.
3. Connect (Conectar) Cayuga Collection invita a sus huéspedes a viajar lejos, tanto física como interiormente, y a hacerlo acompañados. La empresa promueve la conexión con uno mismo, con otros viajeros y con las comunidades locales, creando experiencias significativas y lazos duraderos.
4. Relax (Relajarse) Cayuga Collection anima a sus huéspedes a dejar de lado lo que creen que "deberían hacer" y en su lugar enfocarse en crear espacio para la serendipia. La empresa busca proporcionar un ambiente relajante y tranquilo donde los huéspedes puedan desconectar de las presiones y expectativas externas y disfrutar del momento presente.

Estos principios fundamentales guían la filosofía y el enfoque de Cayuga Collection en la creación de experiencias de hospitalidad sostenible de lujo. Al alentar a los huéspedes a experimentar, aprender, conectar y relajarse, la empresa busca proporcionar viajes significativos y transformadores que tengan un impacto positivo tanto en los viajeros como en las comunidades y entornos que visitan.

3.1.3 Personalidad y Atributos de Cayuga Collection

La personalidad y los atributos de Cayuga Collection reflejan su compromiso con la autenticidad, la sostenibilidad y la creación de experiencias memorables para sus huéspedes. La empresa se esfuerza por fomentar una sensación de descubrimiento, alentando a los viajeros a desviarse del camino trillado y sumergirse en la riqueza de los entornos naturales y culturales que rodean sus propiedades.

El servicio en Cayuga Collection es intuitivo y personalizado, adaptándose a las necesidades y preferencias individuales de cada huésped. La empresa valora la adrenalina y la exploración por encima de las comodidades superficiales, reconociendo que los recuerdos más memorables se crean a partir de experiencias únicas y emocionantes.

La gastronomía en Cayuga Collection se basa en la integridad y el sabor, prometiendo los ingredientes más frescos, simples y de origen local. La empresa honra el terruño y se compromete a ofrecer una experiencia culinaria auténtica que refleje la riqueza de la región.

Cayuga Collection promueve una conexión significativa con la comunidad, invitando a los huéspedes a ser parte de algo más grande y dejar una huella positiva. La empresa fomenta la interacción y el intercambio cultural, permitiendo a los viajeros sumergirse en la vida local y establecer vínculos duraderos.

Los huéspedes de Cayuga Collection son alentados a salir de su zona de confort, aprender nuevas habilidades y llevar a casa talentos frescos e inspiración. La empresa ofrece oportunidades para el crecimiento personal y el enriquecimiento a través de experiencias inmersivas y educativas.

Por último, Cayuga Collection brinda a sus huéspedes la oportunidad de encontrar paz y desconexión del mundo exterior. Las propiedades de la empresa están diseñadas para permitir a los viajeros desconectarse de las distracciones y sintonizar con el paisaje, la naturaleza, los demás y consigo mismos, fomentando un sentido de renovación y rejuvenecimiento.

3.2 Misión y Visión Gaian

VISIÓN

Ser el hotel líder en las Galápagos que redefine la experiencia hotelera de lujo, armonizando la naturaleza, la sofisticación y la comunidad local. Buscamos ser un modelo de turismo sostenible, protegiendo y valorando el singular ecosistema de las islas, al tiempo que fomentamos una conexión profunda y respetuosa entre nuestros huéspedes y el entorno natural y cultural de las Galápagos.

MISIÓN

Nuestra misión es ofrecer una experiencia hotelera extraordinaria en las Islas Galápagos, donde el lujo se fusiona sin esfuerzo con la responsabilidad ambiental y social. Nos esforzamos por crear un sanctuary que permita a nuestros huéspedes sumergirse en la belleza natural de las islas, conectarse auténticamente con la cultura local y contribuir positivamente al bienestar de la comunidad.

A través de nuestro compromiso con prácticas sostenibles, servicios excepcionales y experiencias transformadoras, aspiramos a ser reconocidos como pioneros en el turismo de lujo sostenible, no solo en Galápagos, sino también en Ecuador y América Latina. Nuestro

objetivo es inspirar a nuestros huéspedes, colaboradores y a la industria en general a adoptar un enfoque más consciente y responsable hacia los viajes, demostrando que el lujo y la sostenibilidad pueden coexistir en perfecta armonía.

3.3 Personalidad y Atributos de Gaian

La personalidad y los atributos de Gaian reflejan su compromiso con la creación de una experiencia hotelera excepcional en las Islas Galápagos, donde el lujo se fusiona con la autenticidad y la sostenibilidad. Gaian invita a sus huéspedes a sumergirse en la rica cultura local, desde la gastronomía hasta las experiencias artísticas, permitiéndoles conectarse profundamente con la esencia de las islas.

Como defensor apasionado de la preservación del entorno, Gaian se enorgullece de ofrecer una experiencia de lujo que respeta y protege la naturaleza única de las Galápagos. Cada detalle del hotel está impregnado de sofisticación y elegancia, creando un ambiente refinado que armoniza perfectamente con la belleza natural de las islas.

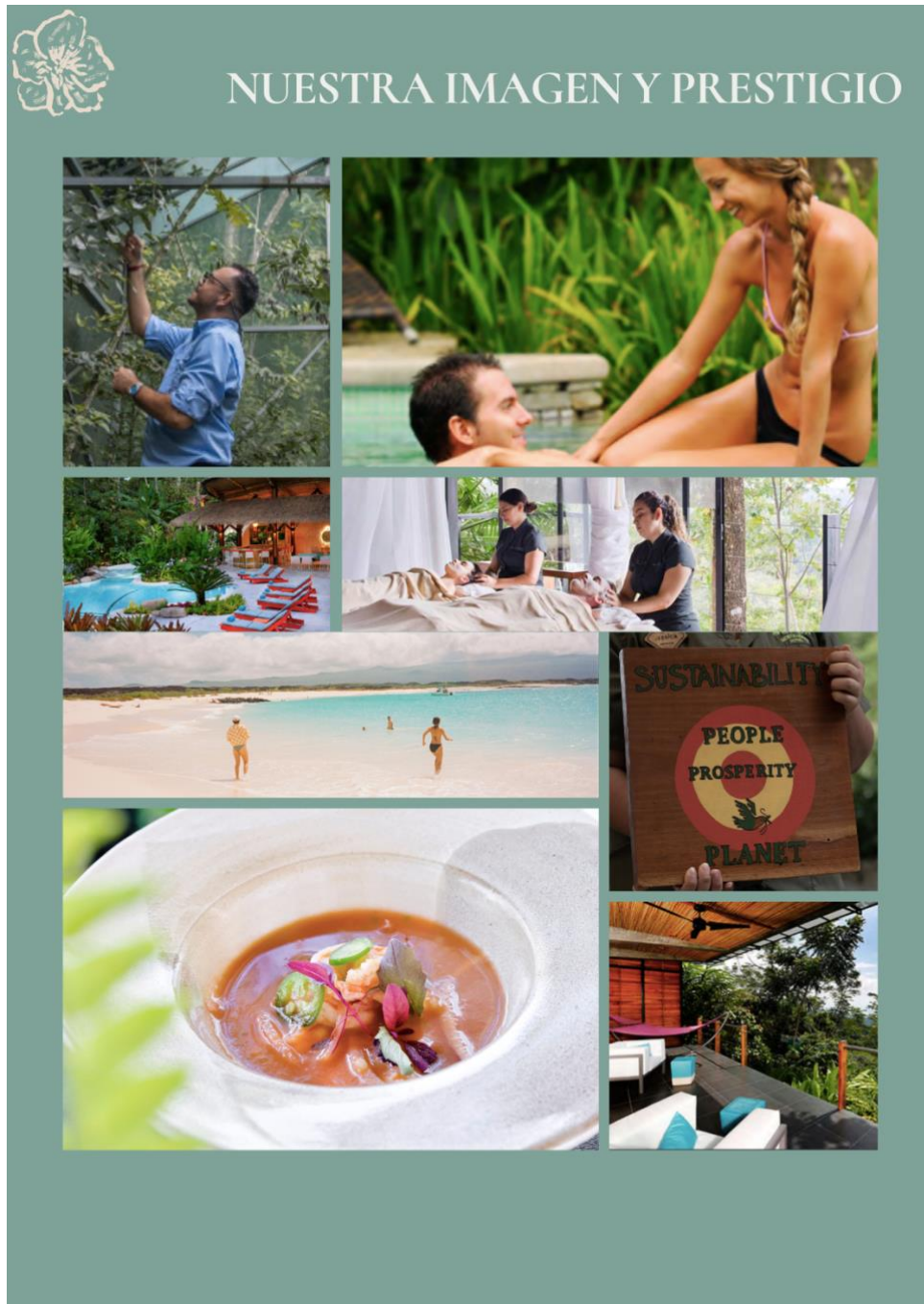
La autenticidad es el sello distintivo de Gaian, donde cada experiencia está diseñada para capturar la verdadera esencia de las Islas Galápagos. El hotel se esfuerza por ser innovador, explorando nuevas formas de viajar que combinan el lujo con la sostenibilidad, ofreciendo a los huéspedes una perspectiva fresca y emocionante.

En Gaian, la personalización es clave. Cada aspecto de la experiencia del huésped está meticulosamente diseñado teniendo en cuenta tanto a los visitantes como a las propias Islas Galápagos. Todo se crea en armonía con el lugar y su gente, garantizando una estancia completamente personalizada y auténtica.

Por último, Gaian se dedica a crear momentos significativos que trascienden lo ordinario. Los huéspedes son invitados a embarcarse en un viaje transformador, donde cada

instante está impregnado de propósito y significado, creando recuerdos que perdurarán para siempre en sus corazones y mentes.

3.3.1 Imagen y Prestigio



3.4 Manifestó

En GAIAN, nos enorgullece ofrecer una experiencia única y auténtica que combina el lujo con la sostenibilidad. Ubicados en el corazón de las espectaculares Islas Galápagos, nuestro compromiso va más allá de simplemente ofrecer un lugar donde hospedarse; nos esforzamos por ser un refugio para aquellos que buscan conectar con la naturaleza y la cultura local mientras disfrutan de un servicio excepcional.

3.4.1 Concepto

Concepto: Equilibrio

En Gaian, encontrarás el equilibrio perfecto entre el lujo y la sostenibilidad, en armonía con la naturaleza única de las Islas Galápagos y su cultura autóctona, ofreciendo experiencias extraordinarias para aquellos que buscan celebrar la vida y conectarse profundamente con el entorno.

3.4.2 Propuesta de Valor y Promesa de Servicio

Propuesta de valor:

En Gaian proveemos una experiencia de lujo sostenible única en las Islas Galápagos. Nuestros huéspedes disfrutan de servicios excepcionales mientras se sumergen en la belleza natural y la cultura local, fomentando prácticas responsables que contribuyen a la preservación de este frágil ecosistema. Al elegir Gaian, te unes a un movimiento que busca el equilibrio entre el bienestar humano y la protección de la biodiversidad única de las Galápagos.

Promesa de Servicio:

En Gaian, nos comprometemos a brindarte una experiencia ultrapersonalizada y memorable. Nuestro dedicado equipo se anticipa a tus necesidades, ofreciendo un servicio cálido y genuino en un entorno íntimo. La sostenibilidad es parte integral de nuestra promesa, implementando prácticas eco amigables en todas nuestras operaciones sin comprometer la calidad de tu experiencia de lujo. Al hospedarte con nosotros, contribuyes a la protección de las Islas Galápagos.

3.5 Manual de Marca

LOGO Y NOMBRE



Se inspira de la hipótesis de Gaia, la diosa de la tierra, de que la Tierra y todos sus organismos forman un equilibrio perfecto para crear vida.



**Flor De Algodón
De Darwin**

Por: Alejandro Ribadeneira

195x200px



GAIAN GAIAN

GAIAN GAIAN

SUSTAINABLE LUXURY HOTEL

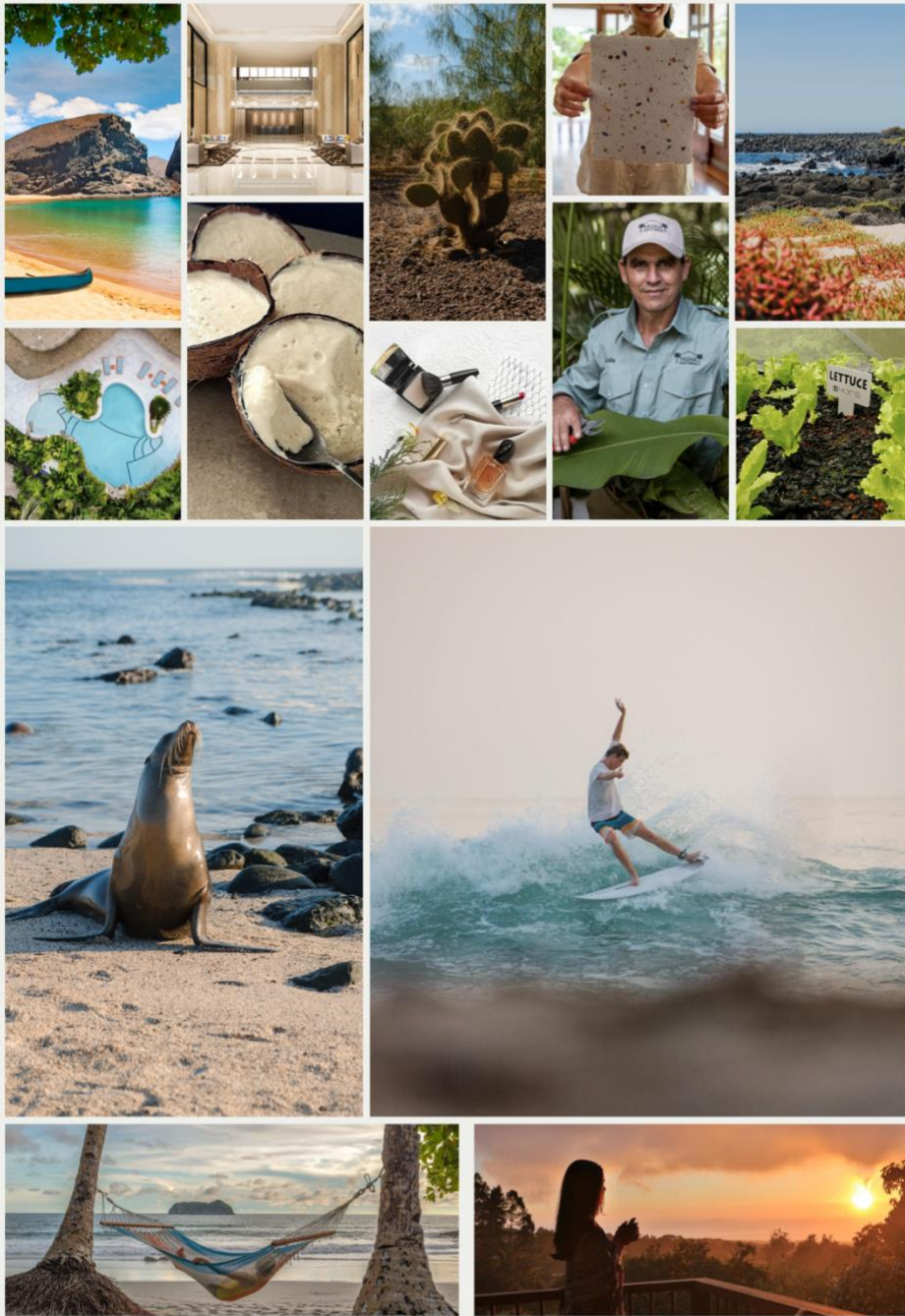
GALÁPAGOS, ECUADOR

SUSTAINABLE LUXURY HOTEL

GALÁPAGOS, ECUADOR



MOOD BOARD



REQUERIMIENTOS, STANDARDS Y DISEÑO DE MARCA

FONTS

TITULO
Aa
Accia Piano
Extra Light

SUBTITULO
Aa
Quicksand

Cuerpo de texto
Aa
Sukar

SLOGAN DE LA MARCA

Hacer las cosas bien es no abusar
de la naturaleza, por eso en Gaian
hacemos las cosas bien.

COLOR PALETTE

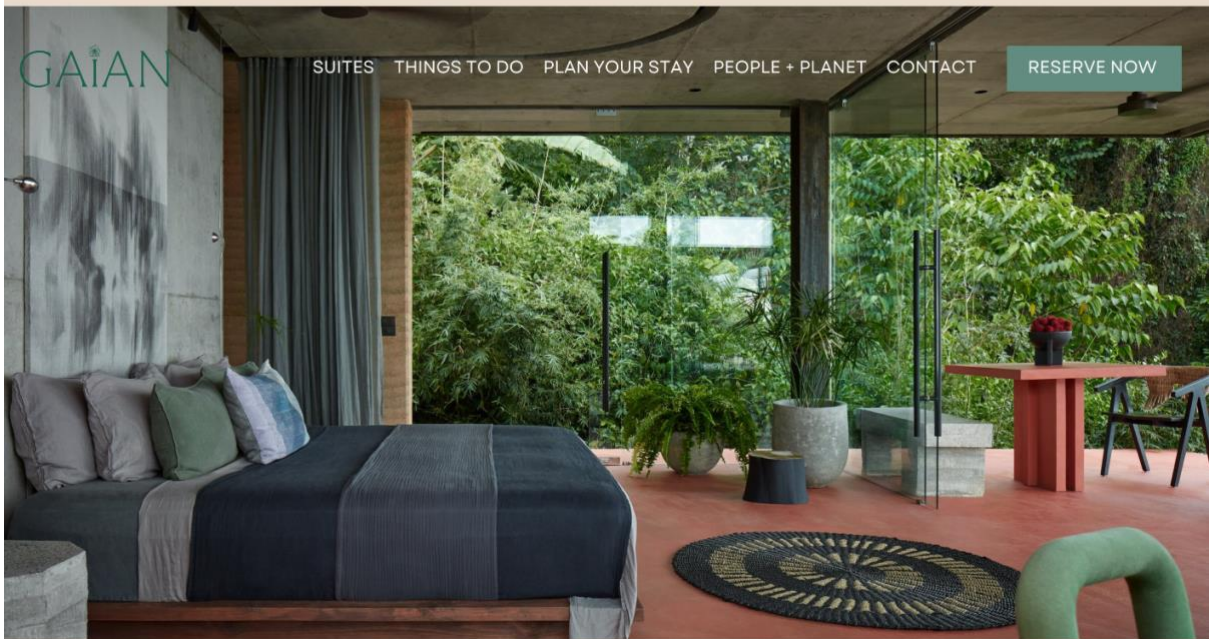
#638C80

#F4F0D9

#638C80

GAIAN
SUSTAINABLE LUXURY HOTEL GALÁPAGOS, ECUADOR

PÁGINA WEB



3.6 Segmentación

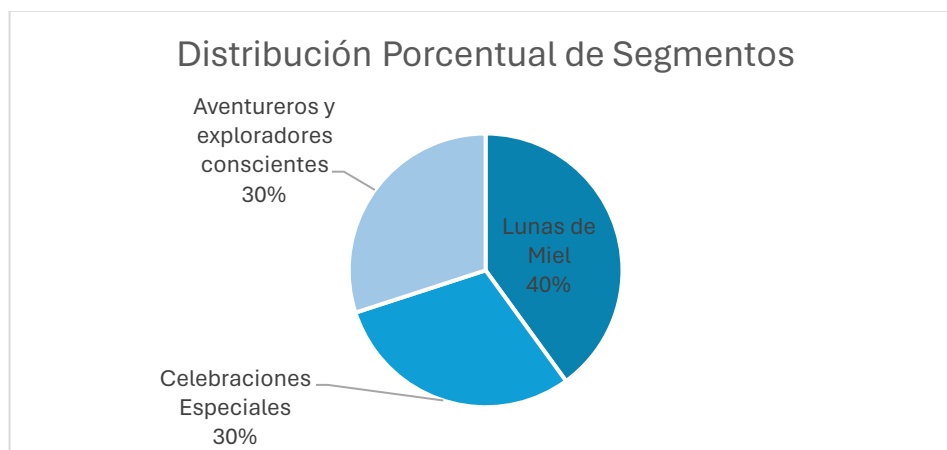
Segmentación de mercado de Gaian:

Nuestro hotel se enfoca exclusivamente en viajeros de ocio, con un énfasis particular en tres segmentos clave:

1. Lunas de miel únicas: Parejas recién casadas que buscan una experiencia íntima y lujosa para celebrar su luna de miel en el entorno natural incomparable de las Islas Galápagos. Estos viajeros valoran la privacidad, el romance y los servicios personalizados que les permiten disfrutar plenamente de este momento especial en sus vidas.
2. Celebraciones especiales: Personas que desean conmemorar ocasiones significativas, como aniversarios, cumpleaños u otros hitos importantes, en un ambiente de lujo y exclusividad. Estos huéspedes buscan un escenario inolvidable para crear recuerdos duraderos y compartir momentos especiales con sus seres queridos.
3. Aventureros y exploradores conscientes: Viajeros que priorizan la sostenibilidad y buscan alojamientos que ofrezcan prácticas ecoamigables y experiencias en armonía con el entorno natural único de las Islas Galápagos. Estos huéspedes valoran la oportunidad de sumergirse en la belleza natural de las islas mientras disfrutan de servicios de lujo durante su estancia.

Tras un análisis exhaustivo, hemos determinado que estos segmentos de viajeros de ocio son los que mejor se adaptan a la propuesta de valor de Gaian y coinciden con los segmentos a los que se enfocan en Cayuga Collection. Al dirigirnos a estos segmentos específicos, aprovechamos una oportunidad única para ofrecer experiencias extraordinarias a los viajeros que buscan lujo, autenticidad y sostenibilidad en el incomparable destino de las Islas Galápagos.

3.5.1 Distribución Porcentual



Lunas de miel únicas (40%):

Experiencia única: Las Islas Galápagos son un destino icónico y romántico para las parejas que buscan una experiencia de luna de miel excepcional. La belleza natural y la biodiversidad única de las islas ofrecen un escenario perfecto para crear recuerdos inolvidables.

Demanda estable: Las lunas de miel son un mercado estable y constante en la industria del turismo. Las parejas recién casadas suelen estar dispuestas a gastar más en alojamientos de lujo y experiencias especiales durante su viaje.

Opiniones positivas y publicidad boca a boca: Si las parejas tienen una experiencia memorable durante su luna de miel, es probable que compartan sus experiencias positivas con amigos y familiares, lo que puede generar publicidad positiva y atraer a más parejas a futuro.

Celebraciones especiales (30%):

Ocasiones importantes: Las Islas Galápagos son un destino exclusivo y memorable para celebrar ocasiones especiales como aniversarios, cumpleaños u otros eventos importantes. Las

personas que buscan un ambiente de lujo y exclusividad elegirían un destino como este para hacer de su celebración algo verdaderamente especial.

Ingresos adicionales: Las celebraciones especiales suelen ir acompañadas de gastos adicionales en servicios, como cenas gourmet, eventos privados y tratamientos de spa, lo que puede aumentar los ingresos del hotel.

Lealtad del cliente: Si los huéspedes tienen una experiencia positiva durante su celebración especial, es más probable que regresen al hotel en el futuro para otras ocasiones importantes, lo que puede generar lealtad a largo plazo

Aventureros y exploradores conscientes (30%):

Naturaleza y aventura con conciencia: Las Islas Galápagos ofrecen una amplia gama de actividades al aire libre y aventuras, desde senderismo hasta buceo y observación de la vida silvestre. Los aventureros y exploradores conscientes son aquellos que valoran tanto la emoción de la aventura como la importancia de practicar el turismo de manera sostenible y responsable.

Demanda creciente de turismo sostenible: Existe una creciente demanda de turismo sostenible en todo el mundo, con viajeros que buscan destinos y alojamientos que promuevan prácticas ambientales y sociales responsables. Los aventureros y exploradores conscientes eligen destinos que respeten el medio ambiente y contribuyan al bienestar de las comunidades locales.

Diferenciación y reputación: Al dirigirse específicamente a este segmento de mercado, el hotel puede diferenciarse de la competencia y mejorar su reputación como destino de elección para viajeros conscientes y comprometidos con la sostenibilidad.

Oportunidad para la educación ambiental: El hotel puede ofrecer experiencias y actividades que eduquen a los aventureros y exploradores conscientes sobre la importancia de la conservación y la

protección del medio ambiente en las Islas Galápagos. Esto puede incluir excursiones guiadas con enfoque en la biodiversidad local, programas de reforestación o charlas sobre prácticas de turismo sostenible.

3.5.2 Atributos Diferenciales Frente a la Competencia

Lunas de miel únicas:

- Crear paquetes especiales: Diseñar paquetes exclusivos que incluyan amenidades románticas como cenas privadas en la playa, masajes en pareja en el spa y tours privados por las Islas Galápagos. Donde pueden también hacer un tour alrededor de diferentes hoteles de Cayuga Collection y así conocer más de Latino América y nuestra marca.
- Ofrecer experiencias de bienestar: Organizar clases de yoga al amanecer, sesiones de meditación guiada o tratamientos de spa especiales diseñados para parejas que deseen relajarse y rejuvenecer juntos.
- Planificar excursiones románticas: Proporcionar excursiones privadas en barco al atardecer, avistamiento de estrellas en lugares remotos o picnics gourmet en lugares paradisíacos de las islas.

Celebraciones especiales:

- Organizar eventos privados: Coordinar cenas privadas en lugares exclusivos del hotel, como en una terraza con vistas panorámicas o en una playa privada.
- Proporcionar servicios de conserjería personalizados: Ayudar a organizar actividades especiales como excursiones de buceo en lugares emblemáticos o clases de cocina gourmet.
- Sorprender con detalles personalizados: Preparar detalles especiales como una botella de champagne y fresas bañadas en chocolate en la habitación a la llegada, o la

organización de una sesión de fotos profesional para capturar momentos especiales durante su estancia.

Aventureros o exploradores conscientes:

- Conducir tours ecológicos guiados: Organizar excursiones guiadas por expertos locales que resalten la biodiversidad única de las Islas Galápagos y promuevan la conservación ambiental.
- Facilitar actividades de voluntariado: Coordinar oportunidades para que los huéspedes participen en proyectos de conservación, como la limpieza de playas o la reforestación de áreas naturales.
- Proporcionar experiencias de inmersión cultural: Facilitar encuentros con comunidades locales para aprender sobre su cultura, tradiciones y formas de vida, fomentando así un mayor entendimiento y aprecio por el entorno natural y humano de las Islas Galápagos.

3.5.3 Perfil de Cliente y Personalidad

PERFIL DE CLIENTE

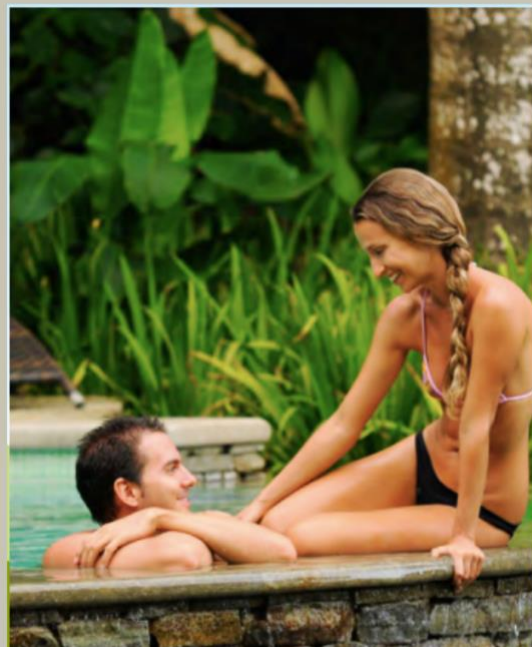
1 Perfil Segmento 1: Unique Honeymoons

- Nombre: Ana y Juan
- País de origen: España
- Edad: 30-35 años
- Estado civil: Recién casados
- Nivel Socioeconomico: Alto
- Motivo de viaje: Luna de miel
- Intereses: Viajes románticos, experiencias lujosas, naturaleza y aventura.
- Características: Buscan una experiencia íntima y exclusiva para celebrar su luna de miel. Valoran la privacidad, el lujo y la conexión con la naturaleza. Están dispuestos a invertir en experiencias únicas y memorables durante su estancia en las Islas Galápagos.



2 Perfil Segmento 2: Special Celebrations

- Nombre: Carlos
- País de origen: Estados Unidos (Americano)
- Edad: 40 años
- Estado civil: Soltero
- Nivel Socioeconomico: Alto
- Motivo de viaje: Celebración de cumpleaños
- Intereses: Viajes de lujo, celebraciones especiales, gastronomía gourmet.
- Características: Carlos está planeando celebrar su cumpleaños número 40 en un entorno exclusivo y lujoso. Le gusta disfrutar de experiencias únicas y está dispuesto a pagar por servicios premium. Valora la atención personalizada y la calidad en cada detalle de su estancia en el hotel.



PERFIL DE CLIENTE



3 Perfil Segmento 3: Adventurists and explorers

- Nombre: Sophie y David
- País de origen: Francia
- Edad: 45-50 años
- Estado civil: Casados
- Nivel Socioeconomico: Alto
- Motivo de viaje: Turismo sostenible
- Intereses: Turismo sostenible, conservación del medio ambiente, experiencias de lujo.
- Características: Sophie y David son una pareja comprometida con la conservación del medio ambiente y buscan alojamientos que reflejen sus valores eco-conscientes. Les gusta viajar con comodidades de lujo pero sin comprometer la sostenibilidad. Disfrutan de actividades al aire libre y están interesados en aprender sobre la biodiversidad única de las Islas Galápagos.



Personalidad:

Conscientes: Tienen un profundo respeto por la naturaleza y valoran los esfuerzos del hotel por ser sostenible y respetuoso con el entorno. Disfrutan de actividades al aire libre que les permiten conectar con la naturaleza y están comprometidos con la preservación del medio ambiente para las futuras generaciones.

Abiertos: Les gusta explorar y descubrir nuevas actividades y lugares, aprovechando al máximo las oportunidades de aventura y aprendizaje.

Selectos: Valoran las experiencias exclusivas y el lujo, apreciando los detalles refinados y el servicio de alta calidad que ofrece el hotel.

Tranquilos: Prefieren un ambiente sereno y apacible donde puedan relajarse y desconectar del estrés diario, disfrutando de un ritmo de vida más calmado y despreocupado durante su estancia en la isla.

Apasionados: Disfrutan de gestos apasionados y momentos íntimos juntos, buscando crear recuerdos especiales y fortalecer su conexión emocional.

Elegantes: Valoran las experiencias exclusivas y el refinamiento, apreciando los detalles sofisticados y el servicio de alta calidad que ofrece el hotel.

3.5.4 Comportamiento del Consumidor

Conciencia ambiental: Los consumidores podrían valorar la conservación del medio ambiente y buscar activamente alojamientos que adopten prácticas sostenibles, como la gestión eficiente de recursos, la reducción de residuos y la utilización de energías renovables.

Valoración de la conexión personal: Los huéspedes podrían valorar las experiencias que les permitan conectarse con otros viajeros y con la comunidad local, como eventos culturales, intercambios con residentes locales y oportunidades para compartir experiencias de viaje.

Transparencia y autenticidad: Preferirán experiencias que les permitan sumergirse en la cultura local y conocer la verdadera esencia del destino, valorando la autenticidad sobre la comercialización excesiva.

Lealtad a la Marca: Pueden preferir repetir sus estancias en hoteles Cayuga Collection debido a la confianza en la calidad y la consistencia de la experiencia ofrecida.

3.5.5 Beneficios Emocionales y Funcionales Para nuestro Huéspedes

Encuentro con uno mismo: Tranquilidad y paz interior al estar inmerso en un entorno natural único como las Islas Galápagos.

Descubrimiento cultural y natural: Aprendizaje y enriquecimiento personal al descubrir la fascinante historia de Islas Galápagos y conociendo a su gente, proporcionando una experiencia educativa y significativa para los huéspedes.

Felicidad: Experimenta alegría y satisfacción al sumergirte en experiencias donde puedes ser tú mismo y liberarte completamente del estrés.

Gastronomía excepcional: Disfrutarán de una experiencia culinaria excepcional con ingredientes frescos y locales en nuestros restaurantes.

Personalización: Desde que comienza toda la experiencia se personaliza la experiencia, el itinerario se crea junto al huésped dependiendo de lo que el prefiera.

3.7 Diferenciadores de Nuestro Hotel

GAIAN solo para ti: Itinerario 100% personalizado, somos una empresa que se adapta completamente al cliente. Como somos un hotel pequeño, nos adaptamos a lo que el huésped quiere. Todos los tours son privados y cada uno se ajusta al estado físico y los deseos de cada huésped. Además, si un grupo de huéspedes quiere reservar todas nuestras habitaciones y tener un servicio exclusivo para ellos, también es posible.

Spa sustentable al aire libre: Nuestro spa al aire libre no solo ofrecerá masajes para parejas en un entorno natural, sino que también contará con tratamientos exclusivos que incorporarán piedras y plantas autóctonas de la isla. Estos tratamientos serán diseñados para brindar una experiencia única y revitalizante, utilizando ingredientes locales que reflejen la riqueza natural de las Islas Galápagos. De esta manera, nuestros huéspedes podrán disfrutar de una experiencia de spa completamente auténtica y eco-amigable, que resalte la belleza y la diversidad de nuestro entorno.

Ayuda a Agricultores: Mario Piu, reconocido productor y artesano del café "Tantum Galápagos", ha establecido una alianza con nuestro hotel con el objetivo de promover la producción local y ofrecer a nuestros huéspedes una experiencia única. A través de esta colaboración, nos comprometemos a utilizar exclusivamente el café producido por pequeños agricultores locales. Además, brindaremos la oportunidad a nuestros huéspedes de participar en tours por la finca de Mario Piu, donde podrán conocer de cerca el proceso de producción del café y adquirir los productos directamente del productor, contribuyendo así al desarrollo económico de la comunidad local.

Dock to Dish: Este es un programa de pesca sostenible que garantiza pescado fresco y de alta calidad para nuestros huéspedes. Además, hemos incorporado la deliciosa Piangua, una rareza local, en nuestro menú para apoyar a emprendedores locales.

Descubre Cayuga Collection: Cayuga Collection, con su destacada presencia en diversos destinos de Centro y Suramérica, se complace en ofrecer paquetes de lunas de miel exclusivos. Estos paquetes permiten a los recién casados disfrutar de una experiencia inolvidable, combinando la belleza y la diversidad de múltiples destinos en un solo viaje. A través de estos paquetes, los huéspedes tienen la oportunidad de explorar y hospedarse en los distintos hoteles de Cayuga Collection en Costa Rica, Panamá, Nicaragua y, ahora, también en las Islas Galápagos. Con opciones flexibles de duración, estos paquetes garantizan una experiencia única y personalizada para cada pareja.

Producción de productos de baño y spa: En nuestro hotel, contaremos con una pequeña fábrica eco-amigable de champú, acondicionador, aceites y cremas, en colaboración con Rafaela Vega, una bioquímica ecuatoriana que dirige su propia marca de productos de belleza y ha asesorado a diversas empresas en la creación de productos similares. Estos productos serán elaborados con plantas endémicas de las Islas Galápagos, como el aloe vera y la Ipomoea linearifolia.

Tour de sostenibilidad: En la Colección Cayuga de Hoteles en Costa Rica, Nicaragua, Panamá y ahora Galápagos ofrecemos a nuestros huéspedes la oportunidad de realizar un recorrido gratuito por las áreas detrás del escenario de nuestros hoteles. Este recorrido, con el propósito de mostrar nuestras prácticas de sostenibilidad, se ha convertido en una experiencia invaluable para nuestros visitantes. Al caminar por estas áreas normalmente no accesibles para los huéspedes, mostramos nuestra transparencia en lo que hacemos y cómo operamos de manera

sostenible. Descubrimos que nuestros huéspedes no solo aprecian esta transparencia, sino que también se convierten en defensores entusiastas de nuestras prácticas sostenibles después de participar en el recorrido.

Iche: Iche es un proyecto que nació con la convicción de que Manabí, una región en Ecuador, tiene el potencial para convertirse en un destino culinario reconocido a nivel internacional. El Restaurante - Escuela - Laboratorio Iche es un espacio donde convergen productores, cocineros y amantes de la comida para compartir sabores, conocimientos y experiencias. Su objetivo es conectar a las personas con la naturaleza, consigo mismos y con sus seres queridos a través de la comida. En nuestro hotel, nos interesa establecer un convenio con Iche para que puedan impartir clases de cocina tanto a nuestro personal de cocina como a la comunidad local. Esto permitirá que nuestro equipo mejore sus habilidades culinarias y que la comunidad tenga la oportunidad de aprender y apreciar la cocina local. Al hablar con Valentina Álvarez también nos dijo que le gustaría que en nuestro hotel se pueda hacer un centro de investigación de PANCS, plantas alimenticias no convencionales.

3.8 Posicionamiento



Nuestro hotel, Gaian, se posiciona como un referente en la industria hotelera de lujo sustentable, ofreciendo una experiencia única que combina la excelencia en el servicio, el confort excepcional y un compromiso genuino con la preservación del medio ambiente y la cultura local de las Islas Galápagos. Nos diferenciamos de la competencia al ser un hotel boutique que no solo brinda alojamiento de alta gama, sino que también invita a nuestros huéspedes a sumergirse en un estilo de vida sostenible y respetuoso con el entorno natural.

En el mercado de las Islas Galápagos, nuestra competencia directa incluye establecimientos como Finch Bay, Royal Palm, Montemar, Pikaia Lodge y Angermeyer Waterfront Inn. Estos hoteles son reconocidos por su categoría y calidad de servicio. Sin embargo, Gaian, se esfuerza por destacar y diferenciarse aún más, aprovechando el potencial y la experiencia de Cayuga Collection.

Uno de nuestros principales competidores es Montemar, debido a su filosofía enfocada en la sostenibilidad, que se alinea con nuestros valores fundamentales. Por otro lado, Finch Bay

y Royal Palm son competidores destacados en términos de precios, ya que sus tarifas varían entre \$753.50 y \$758.40 por noche, ligeramente superiores a las nuestras.

En Gaian, nos distinguimos al ofrecer una experiencia de lujo sustentable a un precio más accesible, sin comprometer la calidad de nuestros servicios y instalaciones. Nuestro objetivo es brindar a nuestros huéspedes la oportunidad de disfrutar de un alojamiento de alta gama mientras se sumergen en un entorno que promueve la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.

CÁPITULO 4 INSTALACIONES FRONT OF THE HOUSE Y BACK OF THE HOUSE

En este capítulo, exploraremos en detalle las instalaciones Front of the House y Back of the House de nuestro hotel de lujo sustentable en Galápagos. Con un total de 20 habitaciones, nuestro establecimiento busca encontrar y reflejar el perfecto equilibrio entre ofrecer una experiencia de lujo excepcional y lograr el máximo cuidado del medio ambiente, adoptando prácticas y soluciones sostenibles en cada aspecto de nuestras operaciones. A continuación, se describirán en detalle las áreas y servicios que lo componen, destacando cómo cada elemento contribuye a nuestra visión de un turismo responsable y sostenible.

4.1 Front of the house

Las instalaciones Front of the House de nuestro hotel de lujo sustentable en Galápagos abarcan todas aquellas áreas y servicios con los que los huéspedes interactúan directamente durante su estancia. Estos espacios han sido meticulosamente diseñados para ofrecer una experiencia inmersiva y cautivadora, que combina el lujo con la conexión con el entorno natural. Cada uno de estos espacios ha sido concebido con un enfoque sostenible, utilizando materiales locales y ecológicos, implementando sistemas de eficiencia energética y de gestión de recursos, y promoviendo una armonía entre el diseño contemporáneo y el entorno natural circundante.

4.1.1 Entrada:



La entrada del hotel se caracteriza por una decoración que fusiona elementos naturales y sustentables, creando una primera impresión cautivadora para los huéspedes. Las plantas autóctonas, cuidadosamente seleccionadas y trasplantadas durante la construcción, se erigen como protagonistas del espacio, reflejando el compromiso del hotel con la preservación del entorno.

4.1.2 Lobby y oficina:

El lobby y la oficina del hotel presentan un diseño elegante y acogedor, con acabados de alta calidad que combinan materiales locales y sostenibles. Estos espacios han sido concebidos para brindar a los huéspedes una cálida bienvenida y facilitar su interacción con el personal del hotel, quienes están dispuestos a ofrecer un servicio personalizado y eficiente.

4.1.3 Áreas comunes y piscina:



Las áreas comunes del hotel, incluyendo la piscina, han sido diseñadas pensando en el confort de los huéspedes y en la minimización del impacto ambiental. La piscina cuenta con un sistema avanzado de tratamiento y reciclaje de agua, reduciendo así el consumo de este valioso recurso. Estos espacios ofrecen un ambiente relajante y propicio para el disfrute y la socialización.

4.1.4 Lounge:



El lounge del hotel es un espacio acogedor y sofisticado, perfecto para que los huéspedes puedan relajarse, socializar y disfrutar de momentos de tranquilidad. Con una

decoración que combina elementos contemporáneos y toques locales, el lounge invita a los visitantes a sumergirse en una atmósfera de confort y elegancia.

4.1.5 Bar al aire libre:



El bar al aire libre es un lugar idílico para disfrutar de refrescantes bebidas y cócteles mientras se admira el impresionante entorno natural. Este espacio ha sido cuidadosamente diseñado para integrarse con el paisaje circundante, ofreciendo a los huéspedes una experiencia única y memorable.

4.1.6 Villas:



Las villas del hotel han sido concebidas para ofrecer a los huéspedes un refugio de lujo y tranquilidad en armonía con la naturaleza. Con un diseño elevado que minimiza el

impacto en el entorno y el uso de materiales sostenibles como la tierra apisonada en las paredes y techos parcialmente cubiertos de sedum y paneles solares, las villas combinan confort, elegancia y responsabilidad ambiental. Se ofrecen diferentes tipos de villas para adaptarse a las necesidades y preferencias de cada huésped.



La Junior Villa, con una superficie de 58,65 metros cuadrados, es nuestra opción más accesible sin comprometer la calidad y el confort. Contamos con 15 Junior Villas, cada una de ellas con una tarifa de \$590 por noche.



Para aquellos que buscan un espacio más amplio y exclusivo, ofrecemos 4 Standard Villas, que se extienden por 82,15 metros cuadrados y tienen una tarifa de \$660 por noche. Estas villas son ideales para parejas o huéspedes que desean disfrutar de un mayor nivel de comodidad y privacidad.



Por último, nuestra Master Villa es el mayor reflejo del lujo sustentable, con 116,65 metros cuadrados y una tarifa de \$810 por noche. Esta espaciosa villa es perfecta para

aquellos que buscan una experiencia verdaderamente excepcional, con amplias áreas de descanso, entretenimiento y relajación. Todas nuestras villas han sido cuidadosamente diseñadas para ofrecer un equilibrio perfecto entre lujo, confort y respeto por el medio ambiente.



4.1.7 Baños de las villas:



Los baños de las villas han sido equipados con tecnologías de vanguardia para garantizar una gestión eficiente del agua, incluyendo sistemas de ahorro en duchas y grifos, así como el tratamiento y reciclaje de aguas grises. Además, se ofrecen amenidades orgánicas de producción propia, como jabones, champús y cremas, elaborados con ingredientes naturales y sustentables.

4.1.8 Spa:



El spa del hotel es un oasis de relajación y bienestar, donde los huéspedes pueden disfrutar de tratamientos y terapias inspiradas en la naturaleza y realizadas con productos orgánicos de elaboración propia. Este espacio ha sido diseñado para brindar una experiencia sensorial única, combinando técnicas ancestrales con enfoques contemporáneos para el cuidado del cuerpo y la mente.

4.1.9 Gimnasio al aire libre:



El gimnasio al aire libre es un espacio innovador que permite a los huéspedes mantenerse activos y en forma mientras disfrutan del entorno natural. Construido con

materiales reutilizados y diseñado para integrarse armoniosamente con el paisaje, el gimnasio ofrece una amplia variedad de equipos y actividades, incluyendo yoga y ejercicios de respiración, para promover el bienestar físico y mental de los visitantes.

4.2 A&B

La propuesta gastronómica de Gaian se compone de tres espacios únicos y cautivadores, cada uno con su propia identidad y concepto, pero unidos por la pasión por la excelencia culinaria y la sostenibilidad. Endémico, el restaurante interior, Pinzon, el restaurante exterior, y Gliri, el juice bar y heladería, han sido cuidadosamente conceptualizados por el equipo de Gaian. Durante el proceso de desarrollo, se han enriquecido con los valiosos consejos y la experiencia de tres destacados chefs: Esteban Tapia, Valentina Alvarez y Ana Lobato, quienes han contribuido con sus ideas y sugerencias para perfeccionar la oferta gastronómica. Además, estos espacios se inspiran en la filosofía y el enfoque de los reconocidos restaurantes de la marca Cayuga, conocidos por su compromiso con la calidad y la responsabilidad ambiental. En las siguientes secciones, se explorará en detalle cada uno de estos restaurantes y juice bar, revelando cómo su concepto, diseño y menú se entrelazan para ofrecer a los huéspedes una experiencia culinaria inolvidable en armonía con la naturaleza de las Islas Galápagos.

4.2.1 Endémico



Endémico, el restaurante interior de Gaian con capacidad para 30 personas, es un homenaje a la riqueza culinaria y la biodiversidad de las Islas Galápagos. Su concepto se basa en presentar elaboraciones bien hechas creadas exclusivamente con productos locales de la más alta calidad.

El restaurante ha establecido alianzas estratégicas con productores y marcas locales reconocidas, como Queso Chueco, productores de café con denominación de origen y la finca huerta luna. Además, siguiendo el ejemplo de los restaurantes de la marca Cayuga, Endemico se abastece de pescado fresco a través del programa de pesca sostenible Dock To Dish.

Los platos se inspiran en los ingredientes locales y se preparan con técnicas culinarias que realzan su sabor y frescura, combinando comfort food con la autenticidad y la calidad de los productos locales.

Con un cheque promedio de \$35 por persona, Endemico ofrece una experiencia culinaria accesible y memorable, que celebra la diversidad y la riqueza de las Islas Galápagos.

4.2.2 Pinzón



Pinzón, el restaurante exterior de Gaian, rinde homenaje a la teoría de la evolución biológica por selección natural de Charles Darwin, incorporándola de manera innovadora en su concepto gastronómico. La idea central es que el menú evolucione y se adapte según la temporada y la disponibilidad de ingredientes, representando así la evolución de la cocina.

Los platos alta cocina se preparan de manera tradicional en vasijas de barro y en una base de horno manabita o fogón adaptado para minimizar el uso de leña, utilizando una estufa rocket. Este enfoque no solo realza los sabores auténticos, sino que también promueve prácticas de cocina sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

Un aspecto destacado de Pinzón es la incorporación de PANCS (plantas alimenticias no convencionales) en sus creaciones culinarias. Estas plantas, que antiguamente no se utilizaban con fines gastronómicos, han evolucionado y se han adaptado para formar parte de los platos, ejemplificando la adaptabilidad y la evolución de la cocina.

Además, Pinzón adopta la tendencia "vegetable forward", donde los vegetales son los protagonistas del plato, en lugar de la proteína animal. Esta elección no solo promueve una alimentación más saludable y sostenible, sino que también permite resaltar la diversidad y la riqueza de los ingredientes locales.

La experiencia de los huéspedes en Pinzón comienza con un recorrido por el huerto, donde pueden seleccionar los ingredientes que el chef preparará en vivo frente a ellos, basándose en sus gustos y preferencias. Esta atención personalizada crea una conexión única entre el comensal y el proceso culinario.

Inspirado en restaurantes como Les Cols y Ocho Aborigen, Pinzón incorpora elementos naturales en la presentación de sus platos, utilizando cucharas de conchas o platos de piedra para realzar la conexión con la naturaleza y la autenticidad de la experiencia gastronómica.

Con un cheque promedio de \$47.50 por persona, Pinzón ofrece una experiencia culinaria de alta gama que combina la creatividad, la sostenibilidad y la autenticidad. Aunque este precio podría considerarse bajo para un restaurante de esta categoría, el objetivo es que la gente local también pueda disfrutar de esta experiencia única. Los huéspedes pueden deleitarse con platos innovadores y cuidadosamente elaborados, mientras se sumergen en la belleza natural de las Islas Galápagos.

En resumen, Pinzón ofrece una experiencia gastronómica evolutiva y cautivadora, que combina la teoría de la evolución de Charles Darwin con técnicas culinarias tradicionales, ingredientes locales y una atención personalizada, todo ello en un entorno al aire libre que celebra la belleza y la diversidad de las Islas Galápagos.

4.2.3 Gliri



Gliri, el juice bar y heladería de Gaian, lleva el nombre de la gliricidia sepium, una de las muchas flores que alimentan a los pinzones de las Islas Galápagos. A pesar de no ser endémica, esta flor representa la integración de las plantas introducidas en el ecosistema de las islas, destacando que la biodiversidad de Galápagos es el resultado de una evolución constante.

Ubicado estratégicamente junto al sendero que lleva a Tortuga Bay, Gliri no solo está pensado para los huéspedes del hotel, sino también para todos aquellos que transitan por este

popular camino. Su objetivo es ofrecer un lugar para hidratar y satisfacer a los caminantes, brindándoles opciones refrescantes y deliciosas.

Pero Gliri es más que un simple juice bar y heladería. Es un ejemplo de compromiso con la sostenibilidad y la reducción del desperdicio de alimentos. En lugar de desechar las frutas maduras que ya no se pueden servir a los huéspedes en los restaurantes del hotel, Gliri las aprovecha para crear helados y jugos únicos. Además, se utilizan frutas consideradas invasoras, como las moras y las guayabas, que amenazan el delicado ecosistema de Galápagos, para crear sabores especiales y concientizar sobre la importancia de la gestión responsable de las especies introducidas.

De esta manera, Gliri no solo ofrece una experiencia gastronómica refrescante, sino que también educa a los visitantes sobre la complejidad y la fragilidad del ecosistema de las Islas Galápagos. Cada sorbo de jugo o cada cucharada de helado se convierte en una oportunidad para reflexionar sobre la importancia de la conservación y la adaptación en este singular entorno natural.

Con su enfoque en la sostenibilidad, la reducción del desperdicio y la conciencia ambiental, Gliri se convierte en un oasis de sabor y responsabilidad en el corazón de las Islas Galápagos. Los visitantes pueden disfrutar de deliciosas creaciones mientras aprenden sobre la importancia de cuidar y proteger este frágil ecosistema único en el mundo.

4.3 Back of the house

Detrás de la experiencia de lujo y confort que ofrecemos a nuestros huéspedes, se encuentra un complejo sistema de instalaciones y áreas de trabajo conocidas como Back of the

House. Estas áreas han sido cuidadosamente diseñadas y equipadas para garantizar un funcionamiento eficiente, sostenible y de alta calidad en todos los aspectos de nuestras operaciones. A continuación, exploraremos en detalle cada una de estas áreas, que incluyen la cocina principal, lavandería, área de empleados, oficinas administrativas, almacenes y bodegas, área de mantenimiento, huerto hidropónico, gallinero y biodigestor con cerdos. Descubriremos cómo su diseño, equipamiento y prácticas sostenibles contribuyen a la visión global de nuestro hotel de lujo sustentable en Galápagos, permitiéndonos ofrecer un servicio excepcional mientras minimizamos nuestro impacto ambiental y promovemos la autosuficiencia.

4.3.1 Cocinas:



La cocina principal de nuestro hotel de lujo sustentable en Galápagos está diseñada para ofrecer un servicio gastronómico de alta calidad, al mismo tiempo que se implementan prácticas sostenibles y eficientes. Equipada con tecnología de vanguardia y electrodomésticos energéticamente eficientes, nuestra cocina busca minimizar el desperdicio y optimizar el uso de los recursos. El diseño de la cocina ha sido cuidadosamente planificado para garantizar un flujo de trabajo óptimo, con áreas dedicadas para la preparación, cocción, almacenamiento y limpieza. Además, hemos implementado un sistema de gestión de residuos que incluye la separación de materiales reciclables y compostables, reduciendo así nuestro impacto

ambiental. Nuestro equipo de chefs altamente capacitados utiliza ingredientes frescos y locales, muchos de ellos provenientes de nuestro propio huerto orgánico, para crear platos deliciosos e innovadores que celebran la riqueza culinaria de las Islas Galápagos.

4.3.2 Lavandería:

Nuestra lavandería interna está equipada con maquinaria de alta eficiencia energética y de bajo consumo de agua, lo que nos permite ofrecer un servicio de lavandería de calidad mientras minimizamos nuestro impacto ambiental. Hemos implementado sistemas de dosificación automática de detergentes ecológicos y biodegradables, asegurando un uso óptimo de los productos y reduciendo los residuos químicos.

4.3.3 Casita de empleados:



En nuestro hotel, valoramos y cuidamos a nuestro equipo de trabajo, por lo que hemos creado un área dedicada a su bienestar y comodidad. Esta zona incluye vestuarios separados por género, equipados con duchas y casilleros personales para que nuestros empleados puedan prepararse para su jornada laboral. También contamos con una sala de descanso acogedora y bien iluminada, donde nuestro personal puede relajarse durante sus descansos, disfrutar de bebidas y snacks saludables, y socializar con sus compañeros de trabajo. Además,

ofrecemos un comedor para empleados, donde se sirven comidas nutritivas y equilibradas, preparadas con ingredientes frescos y locales.

4.3.4 Oficinas:

Nuestras oficinas administrativas han sido diseñadas para promover un ambiente de trabajo eficiente, colaborativo y eco-amigable. Equipadas con mobiliario ergonómico y fabricado con materiales sostenibles, estas oficinas aprovechan al máximo la luz natural para reducir el consumo de energía eléctrica durante el día. Hemos implementado un sistema de gestión digital para minimizar el uso de papel y promover prácticas de oficina sin desperdicio.

4.3.5 Almacenes y bodegas:

Nuestras áreas de almacenamiento han sido estratégicamente diseñadas para garantizar un uso eficiente del espacio y minimizar el desperdicio. Utilizamos un sistema de inventario digitalizado que nos permite realizar un seguimiento preciso de nuestras existencias, evitando así el exceso de stock y reduciendo la huella de carbono asociada al transporte y almacenamiento de productos. Además, hemos implementado un sistema de rotación de productos basado en el método FIFO (First In, First Out), asegurando que los productos más antiguos se utilicen primero y minimizando el desperdicio por caducidad. También hemos establecido alianzas con proveedores locales y sostenibles como Huerta Luna, lo que nos permite abastecernos de productos frescos y de alta calidad, al tiempo que reducimos nuestra huella de carbono al minimizar las distancias de transporte.

4.3.6 Área de mantenimiento:

Nuestro equipo de mantenimiento desempeña un papel fundamental en la conservación y el funcionamiento óptimo de nuestras instalaciones, al tiempo que garantiza que nuestras prácticas sostenibles se apliquen en todas las áreas del hotel. El área de mantenimiento cuenta con un taller bien equipado, donde se realizan reparaciones y se lleva a cabo el mantenimiento preventivo de nuestros equipos e infraestructura. Además, nuestro equipo de mantenimiento se encarga de la gestión y el monitoreo de nuestros sistemas de energía renovable, como los paneles solares, garantizando su funcionamiento óptimo y eficiente.

4.3.7 Huerto hidropónico:



Como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad y la autosuficiencia, hemos establecido un huerto hidropónico en nuestras instalaciones. Este método de cultivo innovador nos permite cultivar una amplia variedad de vegetales, hierbas y hortalizas frescas, utilizando una cantidad mínima de agua y espacio. Nuestro sistema hidropónico está diseñado para optimizar el uso de los recursos, al tiempo que garantiza un crecimiento saludable y abundante de los cultivos. No solo nos proporciona ingredientes frescos y nutritivos para

nuestro restaurante, sino que también sirve como una actividad educativa para nuestros huéspedes, quienes pueden aprender sobre las prácticas agrícolas sostenibles y la importancia de la producción local de alimentos. Además, contribuye a la reducción de nuestra huella de carbono al eliminar la necesidad de transportar productos desde largas distancias.

4.3.8 Gallinero:



En nuestro afán por promover la autosuficiencia y reducir nuestra dependencia de productos externos, hemos establecido un gallinero en nuestras instalaciones. Nuestras gallinas son criadas en un ambiente espacioso y natural, donde pueden expresar sus comportamientos naturales y disfrutar de una alimentación saludable y equilibrada. Utilizamos prácticas de manejo respetuosas con los animales y evitamos el uso de hormonas de crecimiento y antibióticos. Los huevos frescos recolectados diariamente de nuestro gallinero son utilizados en nuestro restaurante, ofreciendo a nuestros huéspedes productos de alta calidad y sabor.

4.3.9 Biodigestor con cerdos:



En nuestro compromiso con la gestión sostenible de los residuos y la generación de energía renovable, hemos implementado un sistema de biodigestión que utiliza los desechos orgánicos de nuestro hotel, incluyendo los generados por un pequeño grupo de cerdos criados en nuestras instalaciones. Los cerdos son alimentados con los restos de comida de nuestro restaurante, reduciendo así el desperdicio de alimentos y proporcionándoles una dieta variada y nutritiva. Los desechos de los cerdos, junto con otros residuos orgánicos, se introducen en nuestro biodigestor, donde se descomponen en ausencia de oxígeno, produciendo biogás. Este biogás se utiliza como fuente de energía renovable para alimentar parte de nuestras necesidades energéticas, como la cocina y el calentamiento de agua. Además, el subproducto del proceso de biodigestión, conocido como biol, se utiliza como fertilizante natural en nuestros jardines y huerto, mejorando la calidad del suelo y promoviendo un crecimiento saludable de las plantas.

Capítulo 5 SUSTENTABILIDAD EN GAIAN

La verdadera sostenibilidad en el sector hotelero se logra cuando se abordan de manera integral tres pilares fundamentales: el económico, el social y el ambiental. En el hotel Gaian, se busca ir más allá de las acciones básicas y demostrar cómo la implementación de iniciativas innovadoras puede generar un impacto positivo en estos tres ámbitos.

El hotel Gaian se enorgullece de mostrar con total transparencia sus instalaciones y esfuerzos de sostenibilidad en acción, con la esperanza de inspirar a sus huéspedes y a la comunidad a adoptar prácticas similares en su vida diaria. Desde la colaboración con proveedores locales hasta la creación de sus propios huertos y la implementación de sistemas innovadores como biodigestores y paneles solares, el hotel busca constantemente nuevas formas de reducir su huella ambiental y generar beneficios para la comunidad local.

En su enfoque de sostenibilidad, el hotel Gaian prioriza la reducción y el rechazo de materiales y prácticas no sostenibles, y considera el reciclaje como su última opción. Se esfuerzan por trabajar con proveedores que utilicen la menor cantidad posible de plástico en sus empaques y buscan alternativas para reducir sus residuos sólidos en origen.

En este capítulo, se explorarán en detalle algunas de las iniciativas más destacadas del hotel Gaian, demostrando cómo cada acción que toman tiene un impacto positivo en los aspectos ambientales, económicos y sociales, contribuyendo así a un modelo de turismo verdaderamente sostenible en las Islas Galápagos.

5.1 Sustentabilidad a Corto Plazo

5.1.1 Diseño Sostenible

<p>IMPLEMENTACIÓN DE CUBIERTAS VEGETALES EXTENSIVAS CON SEDUM - (SEMPERGREEN)</p>
--

DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Conservación de la Biodiversidad: Las cubiertas vegetales con Sedum proporcionarán hábitats naturales para insectos polinizadores y pequeños animales, contribuyendo así a la conservación de la biodiversidad local en las Islas Galápagos. • Reducción del Impacto Ambiental: El Sedum, con su sistema radicular superficial y su capacidad para retener agua, ayudará a reducir la erosión del suelo y la escorrentía de agua, lo que contribuirá a la conservación del suelo y la protección de los ecosistemas circundantes. • Mitigación del Calentamiento Urbano: Las cubiertas vegetales actuarán como aislantes naturales, ayudando a reducir la temperatura del entorno urbano del hotel y mitigar el efecto de isla de calor, lo que mejorará el confort térmico y reducirá la demanda de energía para refrigeración.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de costos de energía: Las cubiertas vegetales proporcionarán aislamiento adicional al hotel, reduciendo así la necesidad de refrigeración artificial y disminuyendo los costos de energía asociados. • Atracción de turismo sostenible: ayudará a posicionar al hotel como un destino de turismo sostenible, atrayendo a viajeros conscientes que valoran el respeto por el medio ambiente y la conservación de la naturaleza.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Educación Ambiental: El hotel podrá utilizar las cubiertas vegetales como herramienta educativa para concienciar a los huéspedes y la comunidad local sobre la importancia de la conservación del medio ambiente y la adopción de prácticas sostenibles. • Generación de Empleo: La instalación y mantenimiento de las cubiertas vegetales requerirá mano de obra local, lo que generará oportunidades de empleo y desarrollo económico en la comunidad circundante.

5.1.2 Gestión de Residuos

RAMMED EARTH	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Este material se considera altamente amigable con el medio ambiente debido a su bajo impacto ambiental y su capacidad para reducir el consumo de energía. Al utilizar materiales naturales locales para su producción, eliminamos la necesidad de procesos de fabricación intensivos en energía y la emisión de gases de efecto invernadero asociados con el transporte de materiales a largas distancias. Además, su alta masa térmica permite una regulación natural de la temperatura en el interior de las viviendas, lo que reduce la necesidad de sistemas de calefacción y refrigeración y, por lo tanto, contribuye a la conservación de energía. La adopción del "rammed earth" como material de construcción para nuestras villas no solo respeta el entorno natural de las Islas Galápagos al utilizar recursos

	locales y naturales, sino que también promueve la eficiencia energética y la sostenibilidad a largo plazo.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> El uso de tierra local para la construcción de nuestras villas no solo beneficia económicamente a la comunidad local, sino que también puede impulsar el desarrollo y el bienestar de sus residentes. Al aprovechar los recursos disponibles en la zona de construcción, reducimos los costos asociados con la adquisición y transporte de materiales convencionales, liberando recursos financieros para invertir en otras áreas del desarrollo local. Además, al emplear mano de obra local en el proceso de construcción, creamos oportunidades de empleo y generamos ingresos para los residentes locales, contribuyendo así al crecimiento económico y al fortalecimiento de la comunidad. Además, al enseñar esta técnica de construcción a la comunidad local, les proporcionamos habilidades y conocimientos que les permiten participar en futuros proyectos de construcción, y fomentamos la autosuficiencia y la sostenibilidad en el uso de los recursos locales.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> El empleo de la técnica "rammed earth" para la construcción de nuestras villas puede tener un impacto positivo en el desarrollo social de la comunidad local. Al utilizar materiales de construcción locales y técnicas tradicionales, podemos involucrar a los residentes locales en el proceso de construcción, proporcionando oportunidades de empleo y capacitación. Esto fomenta el desarrollo de habilidades locales y fortalece los lazos comunitarios al promover la participación y el empoderamiento de la población local en el desarrollo de su entorno.

5.1.3 Conservación de Flora y Fauna

TALLER DE CONSERVACIÓN DE ESPECIES	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> El taller se enfoca en la preservación de la biodiversidad local al educar a la comunidad sobre la importancia de conservar las especies autóctonas y sus hábitats. A través de actividades prácticas y educativas, se promueve el respeto por el medio ambiente y se fomenta la adopción de prácticas sostenibles para reducir el impacto humano en los ecosistemas locales. Además, el taller puede incluir programas de rehabilitación y reintroducción de especies en peligro de extinción, contribuyendo así a la restauración de los ecosistemas y al mantenimiento de la salud de los ecosistemas locales
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> El Taller de Conservación de las Especies ofrece oportunidades de desarrollo económico al fomentar el turismo ecológico y la creación de empleos relacionados con la conservación y el ecoturismo. Este taller puede contribuir al crecimiento de la economía local al promover la valorización de los recursos naturales y la biodiversidad como activos para el desarrollo sostenible. Además, la conservación de las especies locales puede generar oportunidades de negocio en sectores como el

	<p>turismo de observación de aves, el turismo de naturaleza y la venta de productos relacionados con la biodiversidad, como artesanías y souvenirs</p>
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • El Taller de Conservación de las Especies ofrece un espacio de aprendizaje y sensibilización para la comunidad local, promoviendo la participación y el compromiso con la protección del medio ambiente. Esta iniciativa puede fortalecer los lazos comunitarios al involucrar a diversos grupos de la sociedad, incluyendo a niños, jóvenes, adultos y ancianos, en actividades de conservación y educación ambiental. Además, el taller puede generar oportunidades para el ecoturismo comunitario y el voluntariado ambiental, proporcionando a los participantes una mayor conexión con la naturaleza y un sentido de pertenencia y orgullo por su entorno natural.

DISEÑO DE VILLAS	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Al elevar nuestras villas sobre pilares y evitar construir sobre el suelo, estamos reduciendo significativamente la perturbación de los ecosistemas locales. Esta práctica ayuda a conservar los recursos naturales y a proteger los ecosistemas vulnerables de las Islas Galápagos al tiempo que minimiza nuestra huella ecológica. Contribuyendo así a la restauración de los ecosistemas y al mantenimiento de la salud de los ecosistemas locales
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestras prácticas sustentables también pueden impulsar la economía local en las Islas Galápagos. Al construir de manera sostenible, reducimos costos y liberamos recursos para inversiones locales. Atraemos turistas comprometidos con la sostenibilidad, generando empleo y oportunidades económicas. Además, al promover la conservación del entorno natural, aumentamos el atractivo turístico y fomentamos el crecimiento económico a largo plazo.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Al preservar el entorno natural y proporcionar un espacio armonioso para la convivencia con la naturaleza, estamos fomentando un sentido de conexión y aprecio por el medio ambiente entre nuestros huéspedes y la comunidad local. Además, al demostrar nuestro compromiso con el bienestar de la comunidad y las generaciones futuras, estamos fortaleciendo los lazos sociales y promoviendo una cultura de conservación y respeto por el entorno natural.

5.1.4 Educación Ambiental

TALLER PAPEL RECICLADO Y SEMILLA	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • La fabricación de papel reciclado y semilla promueve prácticas sostenibles al utilizar materiales naturales y orgánicos en su producción, como papel reciclado y semillas. Al reutilizar papel

	<p>reciclado para crear papel semilla, se reduce la cantidad de desechos que terminan en vertederos, contribuyendo a la conservación del medio ambiente. El uso de papel semilla fomenta la plantación y crecimiento de nuevas plantas y árboles, ya que las semillas incrustadas en el papel germinan y se convierten en vegetación una vez que el papel se descompone, ayudando así a la reforestación y la conservación de la biodiversidad. Al igual ayuda a no desechar tanto papel en el medio ambiente ya que este es reciclado.</p>
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • El taller de papel semilla ofrece oportunidades de empleo y emprendimiento para las comunidades locales al convertirlas en proveedoras de este producto. Al generar ingresos a través de la fabricación y venta de papel semilla, las comunidades pueden mejorar su situación económica y fortalecer su economía local. La capacitación en técnicas de fabricación de papel semilla proporciona a los participantes habilidades y conocimientos que pueden ser utilizados para establecer pequeñas empresas o cooperativas locales, fomentando así el desarrollo empresarial en la región.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • El taller de papel semilla promueve la participación comunitaria al involucrar a los miembros de la comunidad en actividades colaborativas y educativas. Al proporcionar habilidades y conocimientos en la fabricación de papel semilla, el taller empodera a los participantes y les brinda la oportunidad de contribuir de manera activa al bienestar de su comunidad. La conciencia ambiental promovida por el uso de papel semilla ayuda a sensibilizar a las personas sobre la importancia de cuidar y proteger el medio ambiente, fomentando así una cultura de responsabilidad ambiental y sostenibilidad en la comunidad.

5.2 Sustentabilidad a Mediano Plazo

5.2.1 Eficiencia Energética

AHORRO DE ENERGÍA MEDIANTE AIRE ACONDICIONADO INTELIGENTE	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero: Al implementar un sistema de aire acondicionado inteligente que optimiza el uso de energía, se reduce la cantidad de electricidad necesaria para mantener las habitaciones frescas. Esto a su vez disminuye la demanda de energía eléctrica, lo que puede llevar a una reducción en la generación de electricidad a partir de fuentes no renovables, como el petróleo. • Conservación de recursos naturales: Al reducir el consumo de energía eléctrica, se disminuye la necesidad de extraer y quemar combustibles fósiles, lo que contribuye a la conservación de los recursos naturales y la protección del medio ambiente en las Islas Galápagos, un ecosistema frágil y único.

DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de costos operativos: Al disminuir el consumo de energía eléctrica, el hotel puede reducir significativamente sus costos operativos relacionados con la electricidad, lo que contribuye a mejorar la rentabilidad del negocio a largo plazo. • Mejora de la competitividad: Al tener costos operativos más bajos, el hotel puede ofrecer tarifas más competitivas en el mercado, lo que puede atraer a más clientes y aumentar sus ingresos.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de empleo: La implementación de tecnologías sostenibles como el aire acondicionado inteligente puede requerir la contratación de personal especializado en su instalación y mantenimiento, lo que puede generar empleo en la comunidad local. • Educación y concienciación: El hotel puede aprovechar la oportunidad para educar a sus empleados y huéspedes sobre la importancia de la conservación de energía y la protección del medio ambiente. Esto puede contribuir a aumentar la conciencia ambiental y fomentar prácticas sostenibles tanto dentro como fuera del hotel.

INSTALACIÓN DE PANELES SOLARES	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • La instalación de paneles solares en las áreas comunes y en las 20 villas del hotel Gaian promueve la generación de energía limpia y renovable, reduciendo significativamente la dependencia de combustibles fósiles y las emisiones de gases de efecto invernadero. • La adopción de energía solar contribuye a la preservación de los ecosistemas únicos de las Islas Galápagos al disminuir la demanda de energía de la red eléctrica local, que a menudo depende de fuentes de energía no renovables. • La implementación de un sistema de energía solar en las instalaciones del hotel reduce su huella de carbono y establece un ejemplo positivo para otras empresas y la comunidad local en términos de prácticas sostenibles. • La energía solar minimiza la necesidad de transporte de combustibles fósiles a las islas, lo que a su vez reduce el riesgo de derrames de combustible y la contaminación asociada.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • La inversión en paneles solares para las áreas comunes y las villas del hotel Gaian puede generar ahorros significativos en los costos de energía a largo plazo, ya que se reduce la dependencia de la red eléctrica local y se aprovecha una fuente de energía gratuita y abundante. • La adopción de energía solar puede atraer a un segmento de mercado consciente del medio ambiente, que busca alojamientos sostenibles y respetuosos con el entorno natural, lo que puede aumentar la demanda y los ingresos del hotel. • La instalación y el mantenimiento de los paneles solares pueden crear oportunidades de empleo para la comunidad local,

	<p>fomentando el desarrollo económico y la capacitación en habilidades relacionadas con las energías renovables.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La reputación del hotel Gaian como un establecimiento comprometido con la sostenibilidad y la energía limpia puede mejorar su imagen de marca y atraer inversiones y asociaciones con organizaciones y empresas afines.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • La adopción de energía solar en las áreas comunes y las villas del hotel Gaian contribuye a la concientización y educación de los huéspedes y la comunidad local sobre la importancia y los beneficios de las energías renovables. • La reducción de la dependencia de la red eléctrica local puede ayudar a mejorar la estabilidad y confiabilidad del suministro de energía para la comunidad, especialmente durante períodos de alta demanda o en caso de interrupciones del servicio. • La capacitación de la comunidad local en la instalación, operación y mantenimiento de sistemas de energía solar puede generar oportunidades de empleo y desarrollo de habilidades, contribuyendo al empoderamiento y la mejora de la calidad de vida de los residentes locales. • El hotel Gaian puede utilizar su compromiso con la energía solar como una plataforma para promover la conciencia ambiental y la adopción de prácticas sostenibles entre sus huéspedes y la comunidad en general, fomentando un cambio positivo en las actitudes y comportamientos hacia la sostenibilidad.

5.2.2 Gestión de Agua

COMFORT SAVER Y HYDRO SHOWER HEAD	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Estos dispositivos están diseñados para reducir significativamente el consumo de agua al limitar el flujo de agua durante el uso. Esto es especialmente importante en lugares como las Islas Galápagos, donde los recursos hídricos pueden ser limitados y la conservación del agua es crucial para mantener el equilibrio ecológico. • Al reducir el consumo de agua, se disminuye la presión sobre los suministros locales de agua dulce, que pueden ser vulnerables debido a la alta demanda turística y las limitaciones naturales del entorno insular. • Además, al utilizar menos agua, se reduce la cantidad de agua residual generada por el hotel, lo que puede ayudar a prevenir la contaminación del agua y proteger los ecosistemas acuáticos locales, como los arrecifes de coral y la vida marina.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • El ahorro de agua resultante del uso de dispositivos como "Comfort saver" y "Hydrao Shower Head" puede conducir a una disminución significativa en los costos de operación del hotel. • La reducción en el consumo de agua se traduce en facturas de agua más bajas para el hotel, lo que contribuye a mejorar la rentabilidad del negocio a largo plazo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Además, al utilizar menos agua caliente, también se reducen los costos asociados con la calefacción del agua, lo que puede generar ahorros adicionales en la factura de energía del hotel.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • La adopción de tecnologías que promueven el uso eficiente del agua demuestra el compromiso del hotel con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. • Esta acción puede mejorar la percepción del hotel entre los huéspedes, especialmente aquellos que valoran la conservación del medio ambiente y buscan opciones de alojamiento sostenible durante sus viajes. • Además, al promover prácticas de conservación del agua, el hotel puede influir positivamente en la conciencia ambiental de la comunidad local, fomentando la adopción de hábitos más sostenibles tanto dentro como fuera del establecimiento.

REUTILIZAR EL AGUA DE LLUVIA	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Los tanques exteriores modulares ofrecen una solución eficiente y rentable para almacenar grandes cantidades de agua de lluvia una vez filtrada, reduciendo así los costos asociados al suministro de agua y proporcionando una fuente alternativa de agua para diversas aplicaciones en el hotel. Los depósitos como Raindrop, por otro lado, ofrecen una opción más estética y compacta para áreas con espacio limitado, lo que aumenta la versatilidad y la adaptabilidad del sistema.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Los tanques enterrados modulares representan una solución avanzada que aumenta la eficiencia del sistema al recolectar tanto agua de lluvia como agua filtrada a través del terreno. Estos sistemas no solo generan ahorros económicos al reducir la necesidad de utilizar agua potable, sino que también ofrecen beneficios ambientales al promover prácticas sustentables y la conservación del agua.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • La implementación de estos sistemas refuerza el compromiso del hotel con la responsabilidad ambiental y fortalece su imagen como líder en sostenibilidad ante la comunidad local y los huéspedes. Al promover prácticas sustentables y la conservación del agua, el hotel contribuye al bienestar de la comunidad y fomenta una cultura de responsabilidad ambiental entre sus stakeholders.

BIOLOGICAL WASTEWATER TREATMENT	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de tratamiento biológico de aguas residuales ofrece ventajas en costos operativos a largo plazo. Aunque inicialmente puede requerir una inversión significativa en la instalación del sistema, a largo plazo, puede reducir los costos asociados con el tratamiento y la eliminación de aguas residuales, así como los costos relacionados con el cumplimiento de regulaciones ambientales. Además, al reducir la necesidad de utilizar tratamientos físicos y químicos más

	costosos, como alternativas, el sistema biológico puede ayudar a optimizar los recursos financieros del hotel.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> Este sistema aprovecha el proceso natural de descomposición microbiana para limpiar las aguas residuales, lo que reduce significativamente la carga de contaminantes orgánicos e inorgánicos liberados al medio ambiente. Al utilizar bacterias y otros microorganismos para descomponer los contaminantes, se promueve una solución sostenible y respetuosa con el medio ambiente para el tratamiento de aguas residuales, lo que contribuye a la conservación de los recursos naturales y la protección de los ecosistemas acuáticos locales.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> La implementación de un sistema de tratamiento biológico de aguas residuales demuestra el compromiso del hotel con la responsabilidad ambiental y la sostenibilidad. Al adoptar prácticas avanzadas de gestión de aguas residuales, el hotel establece un estándar de excelencia en términos de protección ambiental, lo que puede mejorar su reputación y atractivo entre los huéspedes conscientes del medio ambiente. Además, al reducir su huella ambiental y promover prácticas sostenibles, el hotel contribuye al bienestar y la calidad de vida de la comunidad local, demostrando su compromiso con el desarrollo social y ambientalmente responsable.

5.2.3 Transporte Sostenible

EMBARCACIONES ECO-AMIGABLES EN COLABORACIÓN CON KARA SOLAR	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> La adquisición de embarcaciones más limpias, inspiradas en el modelo de Kara Solar, reduce la contaminación marina y protege los ecosistemas sensibles de las Islas Galápagos. La implementación de tecnologías de propulsión eléctrica o híbrida, similares a las utilizadas por Kara Solar en la Amazonía ecuatoriana, minimiza las emisiones de gases de efecto invernadero y el riesgo de derrames de combustible. La colaboración con Kara Solar permite aprovechar su experiencia en el diseño y construcción de embarcaciones sostenibles, adaptándolas a las condiciones específicas de las Islas Galápagos. El uso de materiales reciclables y biodegradables en la construcción de las embarcaciones, siguiendo los principios de Kara Solar, disminuye el impacto ambiental a largo plazo.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> La inversión en tecnologías sostenibles, en colaboración con Kara Solar, puede reducir los costos operativos a largo plazo y mejorar la eficiencia del negocio. La adopción de embarcaciones eco-amigables, basadas en el modelo de Kara Solar, atrae a un segmento de mercado consciente del medio ambiente, lo que puede aumentar la demanda y los ingresos.

	<ul style="list-style-type: none"> • La eficiencia energética de las embarcaciones sostenibles, desarrolladas en colaboración con Kara Solar, resulta en un menor consumo de combustible, lo que se traduce en ahorros significativos. • La asociación con Kara Solar brinda oportunidades para compartir conocimientos y mejores prácticas en la gestión y operación de embarcaciones eco-amigables, optimizando los beneficios económicos.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • La promoción de un transporte más limpio, inspirado en el enfoque de Kara Solar, mejora la calidad de vida de la comunidad local y promueve un entorno más saludable para los visitantes. • La colaboración con Kara Solar permite capacitar a la comunidad local en la operación y mantenimiento de embarcaciones eco-amigables, generando oportunidades de empleo y desarrollo de habilidades técnicas. • La reducción de la contaminación acústica y del aire generada por las embarcaciones tradicionales, gracias a la adopción de tecnologías limpias de Kara Solar, beneficia tanto a la fauna marina como a los residentes de las islas. • La asociación con Kara Solar promueve el intercambio cultural y el aprendizaje mutuo entre las comunidades indígenas de la Amazonía ecuatoriana y las Islas Galápagos, fomentando la preservación de los conocimientos tradicionales y la adopción de prácticas sostenibles.

5.2.4 Cocina Sostenible

TALLER DE COCINA SOSTENIBLE	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • En cuanto al desarrollo ecológico, el taller fomenta prácticas culinarias respetuosas con el medio ambiente al promover la agricultura orgánica y el uso de ingredientes locales, lo que reduce la huella de carbono asociada con el transporte de alimentos. Además, al enseñar a los participantes sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos y aprovechar al máximo los recursos disponibles, el taller promueve la conservación de los recursos naturales y la preservación de la biodiversidad.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Desde una perspectiva económica, promueve el desarrollo local al fomentar el uso de ingredientes producidos localmente, lo que beneficia a los agricultores y proveedores locales. Además, al destacar las técnicas de cocina sostenible, el taller puede ayudar

	a reducir los costos operativos del hotel al minimizar el desperdicio de alimentos y maximizar el uso eficiente de los recursos disponibles.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • En términos de desarrollo social, el taller ofrece una oportunidad para educar y empoderar a los participantes sobre la importancia de adoptar prácticas alimentarias más sostenibles. Al resaltar la conexión entre la comida, el medio ambiente y la salud, el taller puede inspirar un mayor compromiso con la alimentación consciente y la responsabilidad ambiental. Además, al fomentar la participación y el intercambio de conocimientos entre los participantes, el taller puede fortalecer los lazos comunitarios y promover una mayor conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad en la vida cotidiana.

HYDROPONIC VEGETABLE GARDEN (HUERTO)	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • La agricultura hidropónica, al utilizar menos agua que los métodos tradicionales, contribuye a la conservación de este recurso natural escaso, especialmente en áreas con limitaciones de agua como las Islas Galápagos. Además, al cultivar alimentos localmente y reducir la necesidad de transporte, se disminuyen las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas con el transporte de alimentos, fortaleciendo así la sostenibilidad ambiental.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Al producir una parte de los alimentos consumidos internamente, el huerto reduce los costos de adquisición de alimentos frescos y puede generar ingresos adicionales mediante la venta de productos excedentes. Además, al promover la agricultura local, se estimula la economía comunitaria y se generan oportunidades de empleo en la zona.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Al proporcionar un espacio comunitario donde los residentes pueden participar en actividades de cultivo, se fomenta el trabajo en equipo, la colaboración y el sentido de comunidad. Además, el huerto puede servir como un centro de aprendizaje donde se comparten conocimientos sobre técnicas de cultivo, nutrición y sostenibilidad, promoviendo así la educación y el empoderamiento de los miembros de la comunidad. Este huerto también puede utilizarse para ofrecer capacitaciones sobre cómo utilizar estos huertos para cultivar alimentos, tanto para los trabajadores como para los huéspedes, lo que brinda la oportunidad de crear talleres de cocina y fortalecer aún más los lazos comunitarios a través de la alimentación y la educación alimentaria.

CREACIÓN DE NUEVAS RECETAS CON RESIDUOS DE COMIDA	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • La práctica de aprovechar frutas maduras para hacer helados y mermeladas contribuye significativamente a la reducción del desperdicio de alimentos, un problema ambiental importante en la industria hotelera. Al reutilizar ingredientes que de otro

	<p>modo se habrían descartado, el hotel ayuda a minimizar la cantidad de residuos, reduciendo así su impacto ambiental. Además, al utilizar productos locales y de temporada en la elaboración de estos productos, el hotel disminuye su huella de carbono al reducir la necesidad de importar alimentos de otras regiones, lo que también contribuye a la conservación de recursos naturales y al fomento de prácticas sostenibles.</p>
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> Al enseñar a los residentes locales cómo utilizar frutas maduras para crear helados y mermeladas, el hotel proporciona oportunidades de capacitación y desarrollo de habilidades, lo que puede aumentar el potencial de empleo y emprendimiento en la región. Esta transferencia de conocimientos permite que los habitantes locales creen sus propios productos fácilmente, lo que puede generar ingresos adicionales y fortalecer la economía local.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> La iniciativa de elaborar helados y mermeladas caseras a partir de ingredientes locales no solo tiene un impacto ambiental positivo, sino que también fortalece los lazos con la comunidad local. Al utilizar ingredientes provenientes de productores locales, el hotel apoya la economía local y promueve el desarrollo de la comunidad.

CATCH OF THE DAY/DOCK TO DISH	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> La asociación con el programa de pesca sostenible "Dock to Dish" contribuye significativamente a la protección y conservación de los ecosistemas marinos. Al conectar nuestros hoteles con pescadores locales comprometidos con prácticas de pesca sostenibles, evitamos la sobreexplotación de los recursos marinos y promovemos la pesca responsable. Al ofrecer un "Catch of the Day" en lugar de especies específicas en nuestro menú, evitamos la selección de especies y la sobreexplotación de ciertas poblaciones de peces.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> La asociación con "Dock to Dish" también tiene beneficios económicos significativos. Al apoyar la pesca local y promover el consumo de productos frescos y locales, contribuimos al desarrollo económico de las comunidades costeras. Esta colaboración crea oportunidades de empleo y genera ingresos para los pescadores y sus familias, lo que a su vez dinamiza la economía local y promueve el bienestar de la comunidad en general. Además, al fomentar el turismo gastronómico y promover la oferta de productos locales en nuestro hotel, contribuimos al crecimiento del sector turístico y a la diversificación de la economía local.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Al trabajar con pescadores locales, apoyamos a las comunidades pesqueras y promovemos su desarrollo económico y social. Además, al ofrecer productos locales y fomentar el consumo de especies poco comunes, valoramos y apoyamos las tradiciones locales y la cultura gastronómica, lo que fortalece los lazos con la comunidad y promueve la inclusión social y económica.

ICHE	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> Las clases de cocina ofrecidas por Iche también promueven prácticas culinarias sostenibles y el uso de ingredientes locales y orgánicos. Al enseñar a nuestro equipo y a la comunidad sobre la importancia de utilizar productos frescos y de temporada, así como técnicas de cocina que minimicen el desperdicio de alimentos, fomentamos la conservación de recursos naturales y la reducción de la huella ambiental. Además, al valorar los ingredientes locales y apoyar a los productores locales, promovemos la preservación de la biodiversidad y la protección de los ecosistemas locales.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> La colaboración con Iche para ofrecer clases de cocina puede tener un efecto positivo en el desarrollo económico local. Al mejorar las habilidades culinarias de nuestro personal de cocina, aumentamos la calidad y la diversidad de los platos ofrecidos en nuestro hotel, lo que puede atraer a más clientes y generar mayores ingresos. Además, al capacitar a miembros de la comunidad en técnicas culinarias locales, creamos oportunidades de empleo y emprendimiento en el sector gastronómico, lo que contribuye al crecimiento económico de la región.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Establecer un convenio con Iche para impartir clases de cocina en nuestro hotel y la comunidad local tiene un impacto social significativo. Al ofrecer estas capacitaciones, brindamos oportunidades de aprendizaje y desarrollo personal tanto a nuestro equipo de cocina como a los miembros de la comunidad. Esto no solo mejora las habilidades culinarias, sino que también fomenta la interacción social y fortalece los lazos comunitarios al promover el intercambio de conocimientos y experiencias entre diferentes grupos de personas.

BIODIGESTOR	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> La implementación de un biodigestor en las instalaciones del hotel Gaian permite el aprovechamiento de los desechos orgánicos, como los sobrantes de comida, para la producción de biogás, una fuente de energía renovable y limpia. El biodigestor reduce la cantidad de desechos orgánicos que se envían a los vertederos, disminuyendo así las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas con la descomposición de estos residuos en condiciones anaeróbicas. La utilización del biogás generado por el biodigestor como fuente de energía para algunas de las necesidades del hotel, como la cocina o la calefacción, reduce la dependencia de combustibles fósiles y contribuye a la disminución de la huella de carbono del establecimiento. El proceso de biodigestión también produce un efluente rico en nutrientes que puede ser utilizado como fertilizante orgánico en

	los jardines y áreas verdes del hotel, reduciendo la necesidad de fertilizantes químicos y mejorando la salud del suelo.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • La instalación de un biodigestor puede generar ahorros a largo plazo en los costos de energía del hotel, ya que se reduce la necesidad de comprar gas o otros combustibles fósiles para satisfacer parte de la demanda energética. • El uso de los desechos orgánicos como insumo para el biodigestor reduce los costos asociados con la recolección y eliminación de estos residuos, ya que se les da un nuevo propósito dentro de las instalaciones del hotel. • La producción de fertilizante orgánico como subproducto del proceso de biodigestión puede generar ahorros en la compra de fertilizantes comerciales para el mantenimiento de las áreas verdes del hotel. • La incorporación de un biodigestor como parte de las prácticas sostenibles del hotel puede atraer a un segmento de mercado interesado en el turismo responsable y respetuoso con el medio ambiente, lo que puede aumentar la demanda y los ingresos.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • La instalación de un biodigestor en el hotel Gaian brinda oportunidades para la educación y concientización de los huéspedes y la comunidad local sobre los beneficios de la gestión sostenible de los residuos orgánicos y la producción de energía renovable. • El hotel puede utilizar el biodigestor como una herramienta educativa para promover la adopción de prácticas similares en los hogares y negocios de la comunidad, fomentando un cambio positivo en la gestión de los residuos orgánicos a nivel local. • La reducción de los desechos orgánicos enviados a los vertederos locales puede contribuir a mejorar las condiciones ambientales y de salud pública en la comunidad, al disminuir la contaminación y los olores asociados con estos sitios de disposición final. • El hotel puede colaborar con organizaciones locales o instituciones educativas para desarrollar programas de capacitación y empleo relacionados con la operación y mantenimiento de biodigestores, generando oportunidades de desarrollo de habilidades para los miembros de la comunidad.

5.2.5 Programa de Conservación

TALLER “APRENDE LOS PRINCIPIOS DE LA AGRICULTURA SOSTENIBLE”	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • El enfoque del taller en la agricultura sostenible promueve prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente y que contribuyen a conservar los recursos naturales. Los participantes aprenden técnicas de cultivo que minimizan el uso de productos químicos dañinos, promueven la biodiversidad y mejoran la salud del suelo, lo que puede conducir a una mayor resiliencia de los agroecosistemas locales. Además, al enseñar

	<p>métodos de conservación del agua y gestión de residuos agrícolas, el taller puede ayudar a mitigar los impactos negativos de la agricultura en los recursos hídricos y el medio ambiente en general..</p>
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> El taller "Aprende los principios de la agricultura sostenible" puede impulsar el desarrollo económico al enseñar a las familias isleñas prácticas agrícolas que pueden aumentar su productividad y generar ingresos adicionales a través de la venta de productos agrícolas. Al promover la agricultura sostenible, el taller puede ayudar a reducir los costos de producción a largo plazo al disminuir la dependencia de insumos externos costosos, como fertilizantes y pesticidas, lo que mejora la rentabilidad de las operaciones agrícolas. Además, al fomentar la autosuficiencia alimentaria, el taller puede reducir la dependencia de las importaciones de alimentos, lo que fortalece la seguridad alimentaria local y reduce la vulnerabilidad a las fluctuaciones del mercado.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> El taller ofrece una oportunidad para el desarrollo personal y la capacitación de las familias isleñas al proporcionarles conocimientos y habilidades prácticas que pueden aplicar en sus actividades agrícolas. Al promover la participación de las familias en la producción de alimentos, el taller puede fortalecer los lazos comunitarios y fomentar un sentido de pertenencia y colaboración entre los participantes. Además, al fomentar la agricultura sostenible, el taller puede contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades al proporcionar alimentos frescos y saludables, reducir la exposición a productos químicos nocivos y promover un entorno más saludable y sostenible para las generaciones futuras.

TALLER DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS RECICLADOS	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> En cuanto al desarrollo ambiental, el taller contribuye a la reducción de residuos al fomentar la reutilización de materiales reciclados en lugar de desecharlos. Esto ayuda a disminuir la presión sobre los vertederos y a reducir la extracción de recursos naturales, contribuyendo así a la conservación del medio ambiente y la protección de los ecosistemas
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> Desde un punto de vista económico, impulsa el desarrollo al promover la creatividad y el emprendimiento local, ya que los participantes pueden aprender a transformar materiales reciclados en productos vendibles, potencialmente generando nuevas oportunidades de negocio para artesanos locales.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> En términos de desarrollo social, el taller fomenta la conciencia ambiental al educar a los participantes sobre la importancia de la reducción de residuos y la reutilización de materiales. Además, proporciona una oportunidad para la participación comunitaria y el intercambio de ideas, fortaleciendo los lazos sociales y promoviendo una cultura de sostenibilidad entre los participantes y la comunidad en general.

5.3 Sustentabilidad a Largo Plazo

5.3.1 Educación y Sensibilización

TALLER DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS RECICLADOS	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> Desde el punto de vista ambiental, el taller tiene un papel crucial en la protección de los ecosistemas marinos al resaltar la importancia de su conservación. Los expertos locales suelen educar a los participantes sobre la fragilidad de estos entornos, así como sobre las especies marinas que los habitan y los desafíos que enfrentan, como la contaminación y el cambio climático. Esto crea una mayor conciencia sobre la necesidad de preservar estos recursos naturales y promueve comportamientos más responsables hacia el medio ambiente.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> Desde una perspectiva económica, esta actividad contribuye al desarrollo local al crear oportunidades de empleo para los expertos locales que guían las sesiones, así como para otros servicios relacionados, como el transporte marítimo y la venta de equipo de snorkel. Además, al atraer a los turistas interesados en la conservación marina, el taller ayuda a impulsar la economía local y promueve el turismo sostenible.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> :En términos de desarrollo social, el taller ofrece una oportunidad única para la educación ambiental y la conexión emocional con el entorno marino. Los participantes no solo disfrutan de la belleza del mundo submarino, sino que también aprenden sobre la importancia de protegerlo para las generaciones futuras. Esta experiencia puede inspirar un mayor compromiso con la conservación y generar un sentido de responsabilidad compartida entre los participantes, tanto durante su estancia en el hotel como en sus vidas cotidianas una vez que regresan a casa.

COMPENSACIÓN DE EMISIONES DE CARBONO	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> Los proyectos de mitigación financiados a través de la compensación de emisiones pueden tener impactos positivos en la conservación de la biodiversidad y la restauración de los ecosistemas locales.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> Estos proyectos pueden generar empleo y oportunidades económicas para las comunidades locales, a la vez que mejoran la infraestructura y los servicios básicos.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> La participación en proyectos de compensación de emisiones puede fortalecer los lazos comunitarios y promover la colaboración entre el hotel y las comunidades locales en iniciativas de desarrollo sostenible.

PROGRAMA "SIEMBRA UN ÁRBOL" EN GAIAN: CULTIVANDO CONCIENCIA AMBIENTAL Y RENOVANDO EL ENTORNO	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> El programa "Siembra un Árbol" tiene un impacto significativo en el desarrollo ecológico al contribuir a la restauración y conservación de los ecosistemas locales a través de la siembra de árboles nativos. Al aumentar la cobertura vegetal, el programa puede ayudar a mitigar la erosión del suelo, mejorar la calidad del agua y proporcionar hábitats cruciales para la fauna local. Además, la plantación de árboles puede ayudar a capturar y almacenar carbono atmosférico, lo que contribuye a la mitigación del cambio climático y promueve la resiliencia de los ecosistemas frente a los impactos ambientales adversos.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> El programa "Siembra un Árbol" puede tener un impacto positivo en el desarrollo económico al fomentar la participación de los huéspedes en actividades relacionadas con la conservación ambiental, lo que podría aumentar la satisfacción del cliente y la fidelidad a la marca. Además, al incentivar la siembra de árboles, el programa puede generar oportunidades económicas para las comunidades locales al emplear mano de obra local en la preparación del suelo, la plantación y el mantenimiento de los árboles. A largo plazo, el aumento de la cobertura forestal resultante del programa puede beneficiar a la economía local al proporcionar servicios ecosistémicos como la regulación del clima, la protección del suelo y la biodiversidad, y la generación de ingresos a través del turismo de naturaleza.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> El programa "Siembra un Árbol" promueve el desarrollo social al brindar a los huéspedes la oportunidad de participar activamente en iniciativas de conservación ambiental y contribuir al bienestar de la comunidad local. Al participar en la siembra de árboles, los huéspedes pueden desarrollar un mayor sentido de conexión con la naturaleza y una comprensión más profunda de la importancia de la conservación ambiental. Además, el programa puede fomentar el empoderamiento de las comunidades locales al involucrarlas en la planificación y ejecución de actividades de reforestación, lo que puede fortalecer los lazos comunitarios y mejorar la calidad de vida en la región.

EXCURSIÓN DE LIMPIEZA DE PLAYAS	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> En términos ecológicos, la excursión de limpieza de playas tiene un impacto directo en la protección y preservación del ecosistema costero al reducir la cantidad de desechos plásticos y otros residuos que contaminan las playas y amenazan la vida marina. Al eliminar estos desechos, se restaura el hábitat natural y se promueve un entorno más saludable para la fauna y flora marina, lo que contribuye a la biodiversidad y al equilibrio ecológico de la región.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> El desarrollo económico de la excursión de limpieza de playas se manifiesta a través del impulso al turismo sostenible, lo que

	<p>puede atraer a más visitantes interesados en participar en actividades responsables con el medio ambiente, generando ingresos adicionales para el hotel y otras empresas locales involucradas en la organización de la excursión. Además, al promover la conservación del entorno marino, se contribuye a mantener la atracción turística de la zona, lo que a largo plazo puede beneficiar la economía local al preservar los recursos naturales que sustentan la industria turística.</p>
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Desde una perspectiva social, la excursión de limpieza de playas fomenta la participación activa de los huéspedes en iniciativas de conservación, lo que promueve una mayor conciencia ambiental y un sentido de responsabilidad hacia el cuidado del medio ambiente. Además, al educar a los participantes sobre el impacto de la basura en el ecosistema costero, se genera un mayor compromiso con la adopción de comportamientos más sostenibles en su vida diaria, lo que puede influir positivamente en sus comunidades de origen y en su comportamiento como consumidores conscientes.

EXCURSIÓN DE AVISTAMIENTO DE TORTUGAS MARINAS

DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> Desde el punto de vista ambiental, la excursión promueve la conservación de las tortugas marinas al crear conciencia sobre la importancia de preservar su hábitat natural y reducir las amenazas que enfrentan, como la contaminación, la pesca incidental y la degradación del ecosistema costero. Al resaltar la fragilidad de estas especies y la necesidad de protegerlas, se fomenta una mayor apreciación por la biodiversidad marina y se promueve la adopción de medidas de conservación a nivel local y global.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> El desarrollo económico de la excursión de avistamiento de tortugas marinas se refleja en la generación de ingresos adicionales para el hotel y otras empresas locales involucradas en la organización de la actividad. El turismo relacionado con el avistamiento de tortugas marinas puede atraer a más visitantes interesados en experiencias únicas y en aprender sobre la conservación de especies en peligro de extinción, lo que contribuye al desarrollo económico de la región.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> En términos sociales, la excursión ofrece a los participantes la oportunidad de conectarse con la naturaleza y aprender sobre la importancia de conservar el medio ambiente y las especies en peligro de extinción. Al involucrar a los huéspedes en actividades de conservación, se promueve un sentido de responsabilidad ambiental y se fomenta una mayor conciencia sobre la interdependencia entre los seres humanos y el mundo natural. Además, al destacar los esfuerzos de protección que se llevan a cabo en la isla, se fortalece el vínculo entre la comunidad local y los visitantes, creando oportunidades para el intercambio cultural y la colaboración en iniciativas de conservación.

5.3.2 Investigación y Desarrollo

CLASES DE INGLÉS ENFOCADAS EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS AMBIENTALES	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> El enfoque del taller en la administración de emprendimientos ambientales implica una conciencia profunda sobre la importancia de la conservación del medio ambiente y el uso sostenible de los recursos naturales. Los participantes aprenden estrategias y prácticas empresariales que promueven la sostenibilidad y la protección del medio ambiente en sus proyectos y operaciones comerciales. Además, al integrar conceptos de conservación ambiental en el plan de estudios, el taller puede fomentar una mayor comprensión y apreciación de la biodiversidad y los ecosistemas entre los participantes, lo que puede llevar a un mayor compromiso con la protección del medio ambiente.
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> El taller de "Clases de Inglés enfocadas en la administración de emprendimientos ambientales" puede contribuir al desarrollo económico al capacitar a los participantes para liderar y gestionar proyectos ambientales de manera efectiva, lo que puede generar empleos verdes y oportunidades de negocio en el sector de la conservación. Al mejorar las habilidades lingüísticas en inglés de los participantes, se abre la puerta a oportunidades de empleo y colaboración a nivel internacional en el campo de la gestión ambiental, lo que puede impulsar el crecimiento económico a nivel local y regional. Además, al promover el emprendimiento ambiental, el taller puede estimular la innovación y la creación de nuevas empresas dedicadas a la conservación de recursos naturales y la mitigación del cambio climático.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> El taller ofrece una oportunidad para el desarrollo personal y profesional de los participantes al proporcionarles habilidades y conocimientos relevantes para el mercado laboral actual y futuro. Al mejorar las habilidades de gestión y comunicación en inglés, el taller puede empoderar a los participantes para interactuar y colaborar de manera efectiva en un entorno global, lo que puede ampliar sus horizontes profesionales y mejorar su empleabilidad. Además, al promover la administración de emprendimientos ambientales, el taller puede inspirar a los participantes a convertirse en agentes de cambio en sus comunidades, liderando proyectos que aborden desafíos ambientales y contribuyan al bienestar social y ambiental.
PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS DE BAÑO Y SPA	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> La implementación de una fábrica eco-amigable de productos cosméticos en nuestro hotel representa una oportunidad para impulsar el desarrollo económico local. Al utilizar ingredientes

	<p>endémicos de las Islas Galápagos en la elaboración de shampoo, acondicionador, aceites y cremas, generamos una demanda sostenible para estos recursos naturales, lo que puede incentivar la producción local y proporcionar una fuente adicional de ingresos para los agricultores y recolectores locales. Además, la fabricación de productos cosméticos en el destino mismo puede crear empleo en la industria de la cosmética, contribuyendo así al crecimiento económico de la región y fortaleciendo la autonomía económica de las comunidades locales.</p>
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • La producción de cosméticos utilizando ingredientes endémicos de las Islas Galápagos y prácticas eco-amigables en nuestra fábrica contribuye a la protección y conservación del entorno natural. Al utilizar plantas como el aloe vera y la Ipomoea linearifolia de manera sostenible, promovemos la conservación de la biodiversidad y evitamos la sobreexplotación de especies vegetales. Además, al reducir el uso de ingredientes sintéticos y envases plásticos desechables, minimizamos el impacto ambiental de nuestra operación, disminuyendo la generación de residuos y la contaminación por esto los envases de jabón serán de vidrio y los envases de en la ducha serán de metal.
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Al colaborar con productores locales y artesanos en la obtención de ingredientes y materiales para nuestros productos, fortalecemos los lazos con la comunidad y fomentamos una relación de colaboración y apoyo mutuo. Además, al ofrecer empleo en la industria cosmética a nivel local, brindamos oportunidades de trabajo y desarrollo profesional a los residentes de las Islas Galápagos, promoviendo así la inclusión social y la mejora del nivel de vida de las personas en la región. Además, al compartir conocimientos y técnicas con la comunidad local a través de programas de capacitación y educación sobre producción sostenible y prácticas eco-amigables, empoderamos a los miembros de la comunidad para que participen activamente en la preservación del medio ambiente y la promoción del desarrollo sostenible en la región.

5.3.3 Integración Comunitaria

FERIA ANUAL DE RECAUDACIÓN DE FONDOS CON EMPRENDIMIENTOS SUSTENTABLES	
DESARROLLO AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • La feria promueve la adopción de prácticas sustentables al destacar emprendimientos comprometidos con la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales. Los productos y servicios ofrecidos en la feria están diseñados para minimizar su impacto ambiental y promover la utilización de materiales orgánicos, reciclados o biodegradables. Al fomentar la compra de productos sustentables, la feria contribuye a la reducción de residuos y al impulso de la

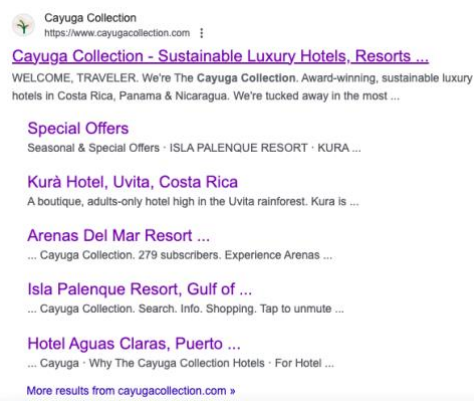
	<p>economía circular, promoviendo así un modelo de desarrollo más respetuoso con el medio ambiente</p>
DESARROLLO ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • La Feria Anual de Recaudación de Fondos con Emprendimientos Sustentables representa una oportunidad importante para la reactivación económica local al proporcionar un espacio donde los emprendedores pueden promocionar y vender sus productos y servicios. Este evento permite a los emprendedores locales generar ingresos adicionales a través de la venta de productos sustentables, lo que contribuye al fortalecimiento de la economía de la isla y al crecimiento de sus negocios. La participación en la feria puede impulsar el turismo local al atraer a visitantes interesados en apoyar iniciativas sustentables y en conocer más sobre los productos y servicios ofrecidos por los emprendedores de la comunidad
DESARROLLO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • La Feria Anual de Recaudación de Fondos con Emprendimientos Sustentables brinda una plataforma para la interacción y el intercambio cultural entre los miembros de la comunidad y los visitantes. Este evento promueve la inclusión social al ofrecer oportunidades de participación a diversos grupos de la comunidad, incluyendo a emprendedores locales, artesanos, agricultores y organizaciones sin fines de lucro. La feria fomenta la conciencia ambiental y la educación sobre prácticas sustentables entre los participantes y visitantes, promoviendo así una mayor sensibilización y compromiso con la protección del medio ambiente en la comunidad.

Capítulo 6 ESTRATEGIAS DE MARKETING

6.1 Canales Internos

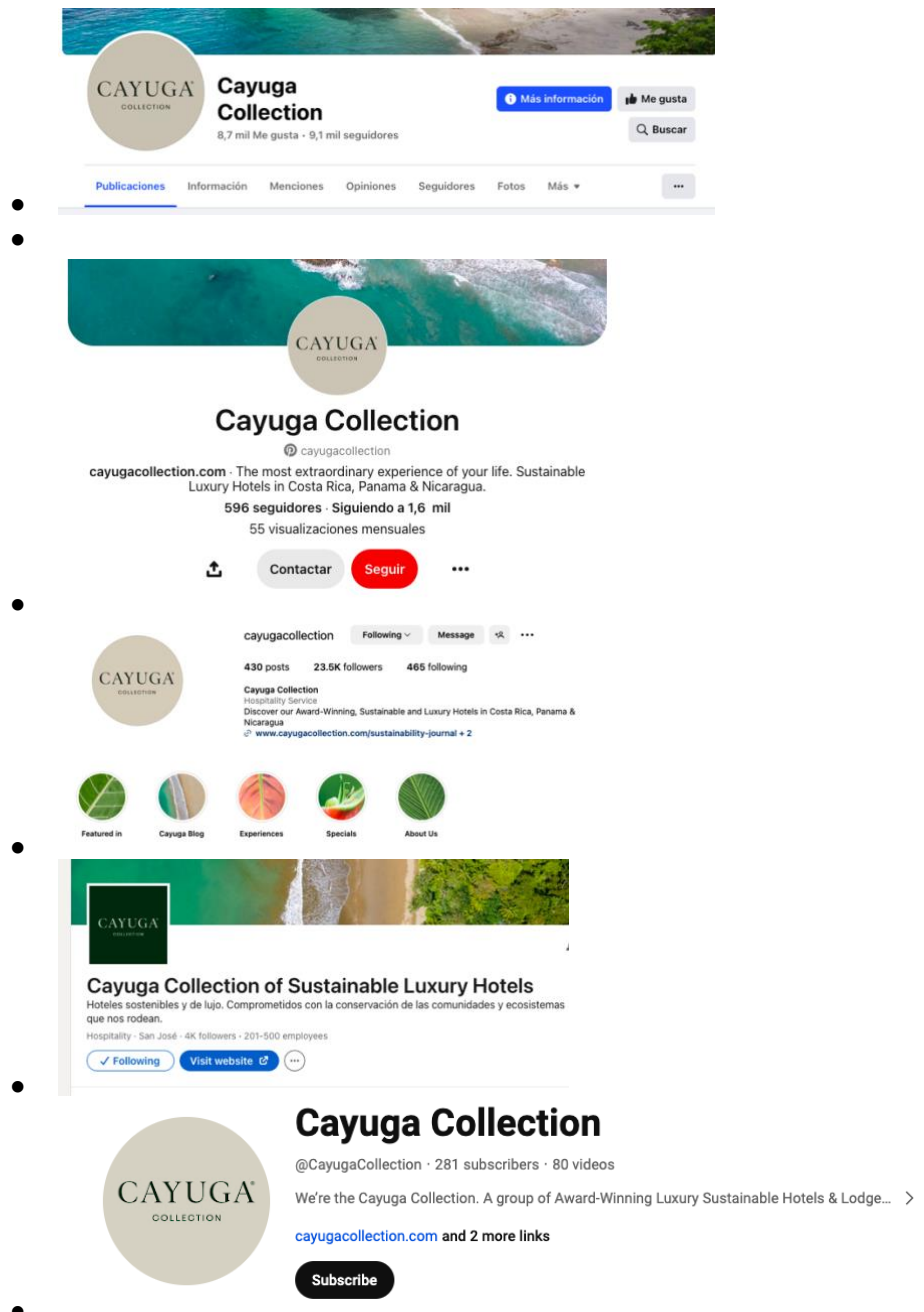
- **Página web de hoteles de Cayuga Collection**
- La importancia de tener la página web de Cayuga para Gaian radica en su capacidad para ampliar la visibilidad y alcance del hotel, aprovechar la credibilidad y confianza asociadas con la marca Cayuga Collection, así como en su utilidad como una herramienta efectiva de marketing y promoción. Además, la página web facilita las reservas directas, lo que contribuye a mantener una relación directa con los huéspedes y aumenta la eficiencia en la gestión de las reservas. En conjunto, estas ventajas ayudan a Gaian a destacarse en el mercado y atraer a más viajeros comprometidos con el turismo sostenible y de lujo.
 - o **Objetivo**
 - Al tener nuestro hotel incluido en el sitio web de Cayuga Collection, nuestro objetivo sería aprovechar la reputación y la audiencia establecida. Cayuga Collection es reconocida por ofrecer experiencias de viaje auténticas y significativas, lo que atrae a un público comprometido con la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente. Al asociarnos con Cayuga, nuestro hotel Gaian tendría la oportunidad de llegar a esta audiencia.
 - Al estar presentes en el sitio web de Cayuga Collection, nuestros potenciales clientes podrán conocer la historia y los valores de la marca, incluyendo su compromiso con la sostenibilidad. Esto fortalecerá la percepción de Gaian como un destino comprometido con el medio ambiente. Además, destacará nuestras prácticas sostenibles y aumentará la confianza de los viajeros en nuestra marca.
 - o **Herramientas**

- **Contenido:** Cayuga Collection utiliza su página web como una plataforma completa y actualizada para proporcionar información detallada sobre cada hotel asociado. Desde la descripción de servicios y características únicas hasta galerías de imágenes y detalles de contacto, la página web ofrece una experiencia informativa y fácil de usar para los visitantes. Además, se destaca por mantener su contenido constantemente actualizado, asegurando que los usuarios siempre tengan acceso a la información más relevante y reciente sobre los hoteles, su marca y sus servicios.
- **SEO:** Cayuga Collection tiene SEO al incluir palabras clave relevantes, como “Award-winning sustainable luxury hotels”, con esto atrae a potenciales clientes interesados en experiencias de viaje sostenibles y de alta calidad. Esta estrategia ayuda a aumentar el tráfico orgánico hacia su sitio web y a posicionar su marca como líder en el segmento de hoteles de lujo con prácticas sostenibles.



- **Conectividad:** La página web de Cayuga Collection se destaca por la integración de diversas plataformas de redes sociales, como Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn y YouTube. Al tener estos enlaces al final de la página, los usuarios pueden acceder fácilmente a las redes sociales de Cayuga con un solo clic, lo que facilita la interacción y el

seguimiento. Esta presencia en redes sociales no solo permite a los usuarios acceder a más información y contenido relacionado, sino que también contribuye a generar confianza al mostrar el alcance y la popularidad de la marca a través del número de seguidores y la participación en redes sociales.



- **Chatbot:** En su página web, Cayuga Collection implementa un chatbot para brindar atención al cliente en tiempo real, responder preguntas

frecuentes y ayudar a los visitantes a navegar por el sitio, mejorando así la experiencia del usuario y aumentando la interacción con la marca. Este siempre está al lado derecho de la página web, y al momento de entrar hace un sonido para que el cliente sepa que tiene la posibilidad de usarlo.

- **Formularios de contacto:** Estos formularios están diseñados para atender las necesidades de futuros clientes que desean hacer consultas sobre reservas, así como para aquellos que ya han tenido experiencias en los hoteles de Cayuga y desean proporcionar retroalimentación. Además, los formularios también están disponibles para hoteles interesados en colaborar y formar parte de la red de Cayuga Collection, lo que demuestra un enfoque integral hacia la atención al cliente y la expansión de la marca.

- **Resultados**

- **Datos geográficos y demográficos de los usuarios:** Tener información sobre la ubicación geográfica de los visitantes y sus características demográficas, como edad, género e intereses, puede ayudar a adaptar el contenido y las estrategias de marketing para satisfacer las necesidades específicas de diferentes segmentos de audiencia.
- **Tiempo en el sitio:** El tiempo que los usuarios pasan en el sitio web proporciona información sobre el compromiso y el interés en el contenido. Un aumento en el tiempo promedio en el sitio puede indicar que el contenido es relevante y atractivo para los visitantes.
- **Navegación del usuario:** Analizar el recorrido que siguen los usuarios a través del sitio web, incluidas las páginas visitadas y el orden en que

las visitan, puede revelar patrones de comportamiento y áreas de interés. Esto puede ayudar a optimizar la estructura de navegación y el diseño del sitio.

- **Tasa de conversión:** Este enseña el porcentaje de visitantes que realizan una acción deseada en el sitio web, como completar un formulario de contacto, suscribirse a la revista de Cayuga o realizar una reserva. Un aumento en la tasa de conversión indica una mayor efectividad en la estrategia de marketing y en el diseño de la página web.

- **Sitio web del hotel**

- El sitio web propio de un hotel no solo es una herramienta necesaria, sino que se vuelve indispensable para alcanzar a una audiencia global, ofrecer una experiencia personalizada a los clientes, aumentar las reservas directas y fortalecer la imagen de marca.

- **Objetivo**

- El objetivo principal del sitio web es aumentar las reservas directas, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la imagen de sostenibilidad a través del lujo que queremos transmitir como marca.

- **Herramientas**

- **Contenido.-** Mantener información clara y actualizada sobre nuestro establecimiento junto con todos los servicios y amenidades que ofrece. Asimismo, tiene que incluir imágenes de alta calidad y diversos recursos visuales que transmitan nuestro concepto y refleje la promesa de servicio.

- **Usabilidad.-** Es importante tomar en cuenta los diversos formatos a los que la página web se debe adaptar con el fin de que la experiencia de usuario sea positiva y completamente llevadera a lo largo de todos sus dispositivos.
 - **SEO.** - Aplicar técnicas para mejorar la visibilidad del sitio web en los resultados de Google y otros motores de búsqueda, aumentando el tráfico orgánico y las posibilidades de conversión
 - **SEM.** - Utilizar técnicas que permitan destacar y aumentar la visibilidad de clientes potenciales mediante estrategias de publicidad en motores de búsqueda que le permita aparecer en las primeras posiciones de los buscadores.
 - **Chatbot.-** Implementar esta herramienta dentro del sitio web del hotel mejorará la experiencia del usuario de manera potencial ya que permite que los huéspedes reciban una respuesta inmediata a todas aquellas consultas o requerimientos. De esta manera, contribuye al incremento de las reservas directas y al compromiso de los interesados.
- **Resultados**
- **Fuentes de tráfico.** - Obtener información del lugar de procedencia de los usuarios es clave para establecer nuevas estrategias en base a los segmentos y sus diferentes intereses.
 - **Datos geográficos y demográficos de los usuarios.** - Recopilar datos nos permite, de igual manera, conocer al cliente y ajustar nuestras opciones tomando en cuenta lo que buscan y lo que más capta su atención.

- **Mapas de calor.-** Identificar la navegación del usuario dentro de la página web nos permite corregir errores y realizar modificaciones que faciliten la conversión, pero al mismo tiempo destaque el diseño y la usabilidad de nuestro sitio.

- **Newsletter y comunicaciones internas**

- **Newsletter**

- ***Objetivo***

- A través de nuestro newsletter, nuestro objetivo es mantener a nuestros clientes actuales informados sobre las últimas noticias, promociones y eventos relacionados con Gaian. Además, buscamos atraer nuevos clientes potenciales que se suscriban al newsletter para proporcionarles contenido relevante y atractivo sobre nuestras experiencias únicas en Galápagos. Reconocemos que el correo electrónico es a menudo subestimado como una herramienta de marketing, pero creemos firmemente en su eficacia para llegar a nuestra audiencia de manera directa y personalizada. Queremos establecer una relación cercana con nuestra audiencia, ofreciendo información valiosa y oportunidades exclusivas. Nuestro newsletter se envía directamente a la bandeja de entrada de los suscriptores, asegurando que estén al tanto de todas las novedades de Gaian

- ***Herramientas***

- **Diseño:** Nuestros boletines mantienen un formato uniforme con nuestro logotipo, una imagen relevante, un mensaje de agradecimiento y enlaces para más información.

- **Conectividad:** En cada correo electrónico que enviamos, aseguramos la inclusión de enlaces directos a nuestras diversas plataformas en línea, como redes sociales y el sitio web de Gaian. Esto permite a los destinatarios acceder fácilmente a más información sobre nuestro hotel, explorar contenido adicional y mantenerse conectados con nosotros a través de múltiples canales.
 - **Conciso:** Entendemos que la atención humana tiende a ser breve, por lo que nuestros correos electrónicos se diseñan para ser concisos y directos al punto. Priorizamos la entrega de mensajes claros y precisos para garantizar que nuestros clientes puedan absorber la información de manera rápida y efectiva, evitando así aburrirlos con contenido extenso.
 - **Personalización:** Personalización: Utilizamos los nombres de los suscriptores en la línea de asunto del correo electrónico. Promovemos contenido basado en el comportamiento previo de como cuantos días se hospedaron o los tours que hicieron y les deseamos un feliz cumpleaños con un cupón personalizado.
 - **Usabilidad:**__ Nos aseguramos de que nuestros correos electrónicos sean compatibles con diferentes formatos de pantalla, tanto en teléfonos móviles como en computadoras, garantizando así una experiencia óptima para todos los usuarios.
- **Resultados**
 - **Tasa de apertura:** La tasa de apertura en las newsletters es el porcentaje de destinatarios que abren el correo electrónico en

relación con el total enviado. Es un indicador importante para medir la efectividad de los newsletters y refleja qué tan bien el contenido fue recibido.

- **Tasa de intercambio:** La tasa de compartición mide cuántos suscriptores reenvían el correo electrónico a amigos. Saber esto ayuda a identificar contenido valioso y a entender la confianza de los suscriptores. Con esta información, se puede ajustar la estrategia de contenido para crear mensajes más impactantes y aumentar el compromiso de los usuarios.
 - **Tasa de cancelación de suscripción:** La tasa de cancelación de suscripción proporciona una medida importante del interés y la relevancia de los correos electrónicos para los suscriptores, lo que te permite ajustar la estrategia de email marketing para retener a los suscriptores.
 - **CTR:** Esta es crucial ya que revela la efectividad del contenido del newsletter porque muestra cuántas personas que recibieron el mensaje decidieron interactuar con el contenido haciendo clic para visitar tu sitio web. Es una medida clave para evaluar el interés y la relevancia del newsletter.
- **Sustainable Blog: “The Cayuga Way”**
 - *Objetivo*
 - Contar con un blog permite a Cayuga publicar contenido relevante e información útil sobre destinos, eventos locales, noticias e historias relacionadas con el turismo sustentable e inteligente. Es una manera de atraer a

la audiencia interesada e interactuar con los clientes potenciales, mejorando la reputación e imagen de la marca.



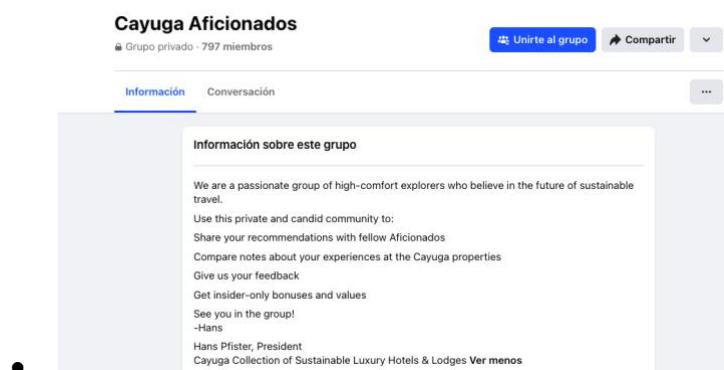
-
- **Herramientas**
 - **Contenido.** - Ofrecer información útil y relevante para los usuarios que se complemente con imágenes de calidad atractivas. Incluir temas relacionados con el turismo, la hospitalidad y la sostenibilidad que le permitan al huésped conocer sobre el destino y el hotel, pero sobre todo de las experiencias que puede vivir.
 - **SEO.** - Optimizar las publicaciones permite mejorar la visibilidad y posicionamiento de la página a través de palabras clave, meta descripciones, etiquetas y enlaces que complementen la información.
 - **Comentarios.** - Habilitar opciones para que los usuarios dejen preguntas y compartan experiencias fomenta la interacción y amplía el alcance de la información con clientes potenciales
 - **Call-to-action.-** Incluir botones estratégicos que faciliten persuadir a los usuarios a realizar una acción específica aumentará la participación. De esta manera, llevará a la conversión de clientes o a su vez, la obtención de métricas para optimizar las estrategias y mejorar el rendimiento.
- **Resultados**

- **Tráfico y participación:** Atraer personas interesadas en los temas del blog y que, por ende, valorarán nuestra marca. Así obtendremos interacción relevante para conocer y fortalecer la relación con la audiencia quienes comentarán, se suscribirán y compartirán la información.
 - **Visibilidad:** Lograr que tanto nuestro hotel como Cayuga se vuelvan más visibles para personas que buscan información relacionada con hoteles y destinos similares.
 - **Generación de leads:** Proporcionar contenido útil y atractivo capta la atención de personas que pueden llegar a convertirse en huéspedes en un futuro.
- **Loyalty Program Cayuga: “Aficionados Program”**
- <https://www.cayugacollection.com/aficionados-program/>
 - El Programa Aficionados de la Colección Cayuga es importante porque ofrece a los huéspedes pasados una forma de mantenerse conectados y comprometidos con la marca. Al ofrecer experiencias exclusivas, tarifas preferenciales y otros beneficios especiales, el programa fomenta la lealtad del cliente y promueve el retorno de los huéspedes.
 - **Objetivo**
 - El objetivo del programa "Aficionados Program" de Cayuga es fomentar y recompensar la fidelidad de los clientes, ofreciendo beneficios exclusivos y experiencias especiales a aquellos que eligen repetir su estadía en los hoteles de Cayuga. A través de este programa, Cayuga busca fortalecer los lazos con sus huéspedes habituales, aumentar la retención de clientes y promover la

recomendación de sus propiedades entre amigos y familiares, todo mientras brinda una experiencia excepcional y personalizada a sus miembros. Además, al unirse a este exclusivo programa, los huéspedes pueden acceder a las experiencias signature, un servicio de conserjería y tarifas preferenciales automáticas durante todo el año, proporcionando una mayor comodidad y valor agregado a su estadía en los hoteles de la colección.

○ **Herramientas**

- **Preferencias:** Los Aficionados Program de la Colección Cayuga ofrecen a los huéspedes privilegios exclusivos que incluyen tarifas preferenciales en habitaciones, alimentos y bebidas, así como experiencias operadas por el hotel durante todo el año al reservar directamente. Además, los miembros disfrutan de ascensos automáticos a categorías de habitación superiores, junto con beneficios como check-in temprano, check-out tardío y amenidades especiales en la habitación, diseñadas para sorprender en cada estancia.
- **Comunidad Privada:** Permite a los participantes compartir recomendaciones, comparar experiencias, ofrecer retroalimentación y recibir bonificaciones y ofertas exclusivas en un grupo privado y transparente en Facebook.



- **Experiencias Exclusivas:** Esto incluye disfrutar de experiencias gastronómicas en lugares exclusivos, tours personalizados, aventuras únicas, servicios de bienestar y excursiones culturales privadas en cada propiedad de la colección. Además, los participantes tienen la oportunidad de realizar recorridos por el Área de Operaciones, donde pueden conocer de cerca las prácticas sostenibles y de lujo implementadas en los hoteles de Cayuga.
- **Resultados**
 - **Índice de lealtad:** Refleja la proporción de clientes que participan activamente en el programa y demuestra su compromiso continuo con la marca. Una alta puntuación en el índice de lealtad indica que los clientes están satisfechos y tienen una alta probabilidad de repetir sus visitas.
 - **Tasa de retención:** Mide la capacidad del programa para mantener a los clientes existentes y evitar la pérdida de su base de clientes. Una alta tasa de retención indica que el programa está logrando su objetivo de retener a los clientes y fomentar la lealtad a largo plazo.
 - **Tasa de conversión:** Evalúa la efectividad del programa para convertir a los clientes en clientes leales. Esta métrica muestra qué tan bien el programa puede influir en el comportamiento de compra de los clientes y motivarlos a participar en el programa y realizar transacciones adicionales. En conjunto, estas métricas proporcionan información valiosa sobre el rendimiento y la eficacia del programa de lealtad en la retención y el compromiso de los clientes.

6.2 Canales Externos

- Plataformas de reserva online
 - **Booking.com**
- Booking.com es importante porque, al igual que la página web del hotel, actúa como un canal de comercialización y ventas clave. Es el primer punto de contacto para muchos huéspedes potenciales y, por lo tanto, es esencial para moldear su experiencia desde el principio
 - **Objetivo**
- El objetivo es asegurarse de que la presencia en Booking.com sea relevante y atractiva, proporcionando la información necesaria de manera clara y concisa para aquellos que visiten la página. Esto implica tener una descripción detallada del hotel, imágenes de calidad, disponibilidad de habitaciones actualizada, políticas claras y precios competitivos. Además, la plataforma de Booking.com es adaptable, lo que garantiza una experiencia amigable para los usuarios tomando en cuenta idioma y usabilidad lo que contribuye a crear una experiencia positiva desde el primer contacto.
 - **Herramientas**
 - **Detalle de perfil.** Completar detalles, desde información general hasta características únicas y comodidades ofrecidas. Así, los huéspedes tendrán una visión completa de lo que ofrece nuestro hotel.
 - **Gestión de tarifas y disponibilidad.** - Ajustar los precios según la temporada, eventos especiales, entre otras condiciones. Mantener la información de disponibilidad actualizada evita la sobreventa y maximiza las oportunidades de reserva.

- **Reseñas y valoraciones.** - Monitorear y gestionar las reseñas o valoraciones de los huéspedes de manera que se responda con profesionalidad, demostrando el compromiso con la satisfacción del cliente y la mejora de la reputación del hotel.
 - **Promociones y ofertas especiales.** - Aprovechar opciones para ofrecer promociones y ofertas especiales puede atraer más reservas para el hotel. Crear paquetes y descuentos por tiempo limitado, con opciones exclusivas e incentivos generan interés y aumentan la conversión.
 - **Análisis de rendimiento.** - Analizar métricas como la tasa de conversión, el número de reservas, ocupación y e ingreso generado permite optimizar la estrategia de precios y la de marketing de igual manera.
 - **Comunicación.** - Aprovechar la función de mensajería y comunicación directa con los huéspedes permite responder a consultas de manera rápida y eficiente. Asimismo, es posible brindar información adicional sobre el hotel y garantizar que el servicio al cliente sea excepcional desde el primer momento de verdad lo que puede fomentar la futura fidelización.
-
- **Resultados**
 - **Fuentes de tráfico.** - Obtener datos detallados sobre las fuentes de tráfico que dirigen a los usuarios a la página del. Por lo tanto, es posible medir la efectividad de tus estrategias de marketing y tomar decisiones informadas para optimizar todas las acciones.

- **Análisis geográfico y demográfico.** - Recopilar datos acerca de la ubicación geográfica y los datos demográficos de los usuarios que visitan la página. Esto ayuda a comprender mejor la audiencia y ajustar el enfoque para llegar a los segmentos de mercado más relevantes.
- **Seguimiento de rendimiento.** - Analizar las reservas, la tasa de conversión, las valoraciones de los huéspedes y otros datos clave para modificar la estrategia de Booking.com
- **Incremento de reservas y ventas.** - Aumentar la visibilidad, la confianza y la facilidad de reserva a través de la plataforma reflejado en el aumento de ingresos y rentabilidad del hotel.

- **TripAdvisor**

- TripAdvisor tiene un impacto significativo en la toma de decisiones de los viajeros. Representa el primer contacto con los potenciales huéspedes y tiene el potencial de moldear su experiencia desde el principio. Su importancia radica en la amplia audiencia que alcanza y en la influencia que ejerce a través de las opiniones y valoraciones de otros usuarios, lo que puede impulsar o disuadir a los viajeros a reservar una estancia en un hotel determinado.

- **Objetivo**

- El objetivo al utilizar TripAdvisor como canal de distribución es asegurar una presencia positiva y atractiva que refleje la verdadera experiencia ofrecida por el hotel. Esto implica no solo tener una descripción detallada y precisa del establecimiento, sino también gestionar activamente la reputación en la plataforma al responder de manera profesional y constructiva a las opiniones de los huéspedes. Además, el objetivo es

maximizar la visibilidad del hotel en TripAdvisor, optimizando la calidad y cantidad de fotos, manteniendo la información actualizada y ofreciendo contenido atractivo que resalte los aspectos únicos y atractivos del hotel.

▪ **Herramientas**

- **Detalle de perfil.** - Crear un perfil completo y detallado que incluya información general del hotel, descripción de las instalaciones y servicios, horarios de check-in/check-out, políticas del hotel, comodidades ofrecidas, entre otros detalles relevantes.
- **Reseñas y valoraciones.** - Monitorear las reseñas, responder a los comentarios de los huéspedes de manera profesional y agradecida, y tomar acciones para mejorar la experiencia del cliente. Las buenas valoraciones y respuestas positivas contribuyen a mejorar la reputación del hotel y atraer más reservas.
- **Preguntas y respuestas.** - Responder a las consultas de los usuarios de manera rápida y precisa. Esta herramienta permite aclarar dudas, proporcionar información adicional sobre el hotel y sus servicios, y mejorar la comunicación con los potenciales huéspedes.
- **Promociones y ofertas especiales.** - Crear descuentos exclusivos, paquetes especiales o incentivos para reservas directas a través de la plataforma. Estas promociones pueden atraer más reservas y mejorar la competitividad del hotel.

- **Estadísticas y análisis.** - Acceder a métricas como la tasa de conversión, el número de visitas, la interacción con el perfil del hotel, las tendencias de reservas, entre otros datos clave. Estas estadísticas ayudan a evaluar la efectividad de las estrategias de marketing y promoción.
 - **Comunicación.** - Comunicarse de manera directa y eficiente con los huéspedes. Esta herramienta facilita la respuesta a consultas, la provisión de información adicional, la asistencia durante el proceso de reserva y la garantía de una experiencia de usuario satisfactoria.
- **Resultados**
- **Número de reservas.** - Rastrear y cuantificar la cantidad de reservas que provienen de la plataforma para evaluar su efectividad como canal de distribución.
 - **Tasa de conversión.** - Medir la tasa de conversión de los usuarios que visitan tu perfil en TripAdvisor y luego realizan una reserva. Esto te permite evaluar qué tan efectivo es tu perfil en convertir visitantes en clientes reales
 - **Interacción.** - Analiza la interacción de los usuarios con tu perfil en TripAdvisor, incluyendo el número de visitas, la duración de la visita, las interacciones con fotos y comentarios, etc. Estos datos ayudan a comprender el nivel de interés y compromiso de los usuarios con nuestro hotel.

- **Valoraciones y comentarios.** - Monitorea las valoraciones y comentarios de los huéspedes en TripAdvisor. Es posible cuantificar la cantidad de valoraciones positivas, neutras y negativas, así como la cantidad de respuestas que proporcionas a los comentarios. Las valoraciones positivas contribuyen a mejorar la reputación del hotel y atraer más reservas.
 - **Análisis comparativo.** - Evaluar el rendimiento de tu hotel en comparación con otros establecimientos similares en la misma ubicación. Esto te proporciona información valiosa sobre tu posición en el mercado y áreas de mejora.
 - **Seguimiento de promociones y ofertas.** - Cuantificar la cantidad de reservas generadas a través de estas promociones. Esto te permite evaluar la efectividad de tus estrategias de precios y promoción en la plataforma.
 - **Reputación y ranking.** - Analizar el ranking de tu hotel en TripAdvisor dentro de su categoría y ubicación. Un mejor ranking y una buena reputación en la plataforma pueden traducirse en un mayor número de reservas y una mayor confianza por parte de los huéspedes potenciales.
- **Tablet Hotels**
 - Tablet Hotels es un canal de distribución valioso para hoteles, ya que se especializa en ofrecer experiencias únicas y exclusivas a viajeros que buscan alojamientos distintivos y de alta calidad. Significa una oportunidad para captar la atención de una audiencia específica interesada en propuestas de hospedaje

diferenciadas y de lujo. Su importancia radica en su enfoque en la curaduría de hoteles excepcionales, lo que puede atraer a un segmento de mercado selecto en busca de experiencias memorables y auténticas.

- ***Objetivo***

- El objetivo al utilizar Tablet Hotels es destacar la singularidad y exclusividad del hotel dentro de la plataforma. Esto implica proporcionar una descripción detallada y cautivadora del establecimiento, resaltar las características distintivas y las comodidades de lujo que ofrece, y presentar imágenes de alta calidad que transmitan la atmósfera y el encanto único del hotel. Además, se busca mantener una reputación positiva en la plataforma al garantizar una experiencia excepcional para los huéspedes, responder a las consultas y comentarios de manera oportuna y profesional, y brindar un servicio personalizado que se alinee con las expectativas de los viajeros que eligen Tablet Hotels para sus reservas de alojamiento. Al hacerlo, se espera atraer a viajeros exigentes y sofisticados que buscan una estadía memorable en las Islas Galápagos.

- ***Herramientas***

- **Detalle de perfil.** - Crear un perfil detallado y atractivo que destaca las características únicas, comodidades y experiencias que ofrece el hotel. Esto ayuda a captar la atención de los usuarios y a diferenciar el hotel de la competencia.
- **Gestión de disponibilidad y tarifas.** - Ofrece herramientas para gestionar la disponibilidad de habitaciones en tiempo real, así como para ajustar las tarifas según la temporada, eventos

especiales y demanda del mercado. Esto permite maximizar la ocupación y los ingresos del hotel.

- **Interacción.** - Facilitar la interacción directa entre el establecimiento y los huéspedes potenciales. Los hoteles pueden responder preguntas, proporcionar información adicional y crear una relación de confianza con los usuarios, lo que puede influir positivamente en la toma de decisiones de reserva.
- **Valoración y reseñas.** - Obtener valoraciones y reseñas de los huéspedes después de su estancia en el hotel. Estas valoraciones ayudan a construir la reputación del hotel en la plataforma y a influir en la decisión de reserva de otros usuarios.
- **Promociones y ofertas especiales.** - Crear y promocionar ofertas especiales, paquetes exclusivos y descuentos para atraer a más clientes. Estas promociones pueden aumentar la demanda y generar reservas adicionales.
- **Análisis de rendimiento.** - Proporcionar herramientas de análisis para poder evaluar el rendimiento del perfil, incluyendo métricas como el número de visitas, la tasa de conversión y el comportamiento de reserva de los usuarios. Esto permite tomar decisiones informadas para mejorar la estrategia de distribución en Tablet Hotels.

▪ **Resultados**

- **Número de reservas.** - Cuantificar el aumento de reservas directas comparando las reservas antes y después de la integración con Tablet Hotels.
- **Tasa de conversión.** - Medir la tasa de conversión de los usuarios que visitan tu perfil en Tablet Hotels y luego proceden a realizar una reserva. Este dato te proporciona una métrica clave para evaluar la efectividad de tu perfil en convertir visitantes en clientes reales.
- **Interacción y compromiso.** - Analizar la interacción de los usuarios con el perfil en Tablet Hotels, incluyendo el número de visitas, la duración de las visitas, las interacciones con las imágenes y descripciones de tu hotel, entre otros datos. Estos datos permiten comprender el nivel de interés y compromiso de los usuarios con el hotel dentro de la plataforma.
- **Valoraciones y comentarios.** - Cuantificar la cantidad de valoraciones positivas, neutras y negativas, así como la cantidad de respuestas que proporcionas a los comentarios.
- **Análisis comparativo.** - Evaluar el rendimiento de tu hotel en comparación con otros establecimientos similares en la misma ubicación. Esto te proporciona información valiosa sobre tu posición en el mercado y áreas de mejora en relación con la competencia.
- **Seguimiento de promociones y ofertas.** - Cuantificar la cantidad de reservas generadas a través de estas estrategias. Esto

te permite evaluar la efectividad de tus iniciativas de marketing y promoción en la plataforma.

- **Reputación y posicionamiento.** - Analizar el posicionamiento y la reputación de tu hotel dentro de Tablet Hotels, incluyendo el ranking en la plataforma y las valoraciones de los huéspedes.

- **Mr & Mrs Smith**

- Mr. and Mrs. Smith es crucial como canal de distribución para tu hotel, ya que representa una plataforma reconocida por su enfoque en hoteles boutique y experiencias de lujo. Al estar presente en esta plataforma, tu hotel puede llegar a una audiencia específica de viajeros sofisticados y exigentes, lo que puede aumentar la visibilidad y el prestigio de tu establecimiento en el mercado de viajes de alta gama

- **Objetivo**

- El objetivo principal al utilizar Mr. and Mrs. Smith como canal de distribución es destacar las características únicas y exclusivas que lo hacen ideal para los viajeros que buscan experiencias de lujo y personalizadas. Se busca ofrecer una presentación atractiva y detallada de las comodidades, servicios y ambientes especiales que ofrece nuestro establecimiento para atraer a esta audiencia específica y convertir visitas en reservas.

- **Herramientas**

- **Perfil detallado.** - Crear un perfil completo con información detallada sobre las características únicas, comodidades y experiencias que ofrece tu hotel para captar el interés de los viajeros sofisticados.

- **Tarifas y disponibilidad.** - Gestionar tarifas según la demanda y eventos especiales, manteniendo actualizada la disponibilidad para maximizar las oportunidades de reserva.
 - **Valoraciones y comentarios.** - Monitorear y responder a las valoraciones y comentarios de los huéspedes para mantener una reputación positiva y demostrar el compromiso con la calidad del servicio.
 - **Ofertas exclusivas.** - Crear ofertas y paquetes exclusivos para los usuarios de Mr. and Mrs. Smith que generen interés y aumenten la conversión de visitas en reservas.
 - **Análisis de rendimiento.** - Evaluar métricas como la tasa de conversión, el número de reservas generadas y la satisfacción del cliente para optimizar estrategias y mejorar el desempeño en la plataforma.
- **Resultados**
- **Incremento en reservas.** - Aumentar el número de reservas realizadas a través de Mr. and Mrs. Smith gracias a la exposición a una audiencia específica de viajeros interesados en experiencias de lujo.
 - **Mejora en la reputación.** - Obtener valoraciones y comentarios positivos que contribuyan a mejorar la reputación y la percepción de tu hotel entre los viajeros sofisticados.

- **Mayor visibilidad.** - Incrementar la visibilidad de tu hotel entre los usuarios de Mr. and Mrs. Smith, lo que puede resultar en un aumento de la demanda y la rentabilidad del establecimiento.

- **EcoHotels**

- EcoHotels es un canal de distribución especializado que se centra en promover y ofrecer experiencias de alojamiento sustentables y respetuosas con el medio ambiente a viajeros preocupados por la sostenibilidad. Es una oportunidad para llegar a una audiencia comprometida con la preservación del entorno natural y que valora las prácticas eco-friendly en sus viajes. Su importancia radica en su capacidad para destacar y promover hoteles que implementan iniciativas ambientales y sociales, atrayendo a un segmento de mercado que busca alojamientos conscientes y responsables.

- **Objetivo**

- El objetivo al utilizar EcoHotels como canal de distribución es presentar el hotel como una opción sostenible y respetuosa con el medio ambiente dentro de la plataforma. Esto implica proporcionar una descripción detallada de las prácticas eco-friendly del establecimiento, resaltar las características y certificaciones que lo hacen eco-friendly, como sistemas de energía renovable, gestión de residuos, conservación del agua y protección de la biodiversidad local. Además, se busca mantener una reputación positiva en la plataforma al demostrar el compromiso del hotel con la sostenibilidad, responder a las consultas de manera transparente y promover la conciencia ambiental entre los huéspedes.

- **Herramientas**

- **Personalización del perfil.** - Crear un perfil detallado y personalizado para tu hotel, destacando las prácticas sostenibles, las iniciativas ecológicas, y las certificaciones de sostenibilidad que tu hotel ha obtenido. Esto ayuda a atraer a los viajeros que valoran la responsabilidad ambiental.
- **Promoción de prácticas sostenibles.** - Destacar las prácticas sostenibles que implementa el hotel, como el uso de energías renovables, la gestión eficiente de los recursos, la reducción de residuos y la conservación del entorno natural.
- **Actividades ecológicas.** - Incluir información sobre actividades ecológicas y experiencias sostenibles que ofrece el hotel, como recorridos por la naturaleza, actividades de conservación ambiental o programas de educación ambiental. Esto atrae a los viajeros que buscan experiencias auténticas y significativas.
- **Ubicación sostenible.** - Destacar la ubicación privilegiada desde el punto de vista ambiental, en tu perfil. Por ejemplo, el estar cerca de parques naturales, playas limpias o zonas de biodiversidad, permite resaltar estas características para atraer a los amantes de la naturaleza.
- **Comunicación directa.** - Responder preguntas, proporcionar información adicional sobre prácticas sostenibles y crear una conexión emocional con los huéspedes comprometidos con el medio ambiente.

- **Resultados**

- **Patrones de reserva.** - Analiza los patrones de reserva de los usuarios en EcoHotels para identificar tendencias y preferencias. Por ejemplo, observar si los viajeros conscientes del medio ambiente tienden a reservar con mayor anticipación, prefieren ciertas fechas o temporadas, o tienen preferencia por ciertas habitaciones eco-amigables. Estos datos permiten adaptar la estrategia de precios y disponibilidad según las demandas de este segmento de viajeros.
- **Valoración.** - Analizar los comentarios positivos y negativos para identificar áreas de mejora y fortalezas de la oferta sostenible. Utilizar esta retroalimentación puede optimizar la experiencia del huésped y fortalecer la reputación del hotel en la plataforma.
- **Visibilidad y reconocimiento.** - Medir el aumento en la visibilidad de tu hotel en la plataforma a través de métricas como el número de visitas al perfil, la interacción de los usuarios y la posición en las búsquedas relacionadas con la sostenibilidad.

- **Agencias de viajes**

- Las agencias de viajes desempeñan un papel fundamental en la promoción y comercialización de destinos turísticos, así como en la creación de experiencias memorables para los viajeros. En el caso de Gaian, una agencia de viajes como Indagare, que se especializa en destinos de lujo y trabaja exclusivamente con hoteles de alto nivel, puede ser crucial para atraer a un segmento de mercado que valora experiencias excepcionales y sostenibles. Por otro lado, agencias como Regenerative

Travel, que se centran en promover hoteles y destinos comprometidos con prácticas sostenibles y regenerativas, pueden ser aliados estratégicos para Gaian en su búsqueda de promover el turismo sostenible. Regenerative Travel comparte una visión similar a la de Gaian, enfocada en tener un impacto positivo en el medio ambiente y las comunidades locales.

- **Objetivos**

- El objetivo de trabajar con agencias de viajes como Indagare y Regenerative Travel es aumentar la visibilidad de Gaian entre los viajeros conscientes y comprometidos con la sostenibilidad. Estas agencias especializadas en experiencias de lujo sostenible y regenerativo suelen dirigirse a un público internacional, que coincide con nuestro segmento de mercado objetivo. Al asociarnos con ellas, podemos llegar de manera efectiva a los viajeros extranjeros interesados en destinos sostenibles como Gaian, lo que contribuirá a aumentar nuestra base de clientes y fortalecer nuestra reputación como un destino de elección para viajeros comprometidos con la responsabilidad ambiental y social.

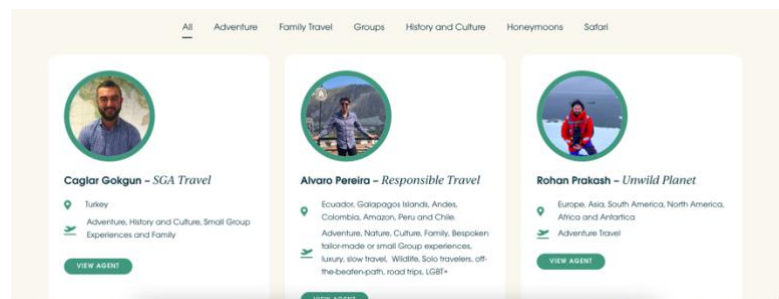
- **Herramientas**

- Indagare
 - **Personalización:** Los diseñadores de viajes de Indagare son reconocidos como los mejores en la industria; se dedican a conocer a fondo a los clientes y sus familias, brindándoles apoyo en cada etapa de sus aventuras. Indagare aprovecha su amplia red de guías, expertos en estilo de vida y contactos para crear viajes personalizados, ya sea para escapadas de fin de semana o viajes con múltiples paradas.

- **Exposición:** Indagare también es una empresa de medios que combina contenido curado con un servicio personalizado. A través de sus guías actualizadas, boletines semanales y revistas impresas, ofrece a sus miembros información confiable y recomendaciones de viajes de primera mano. Estas recomendaciones son respaldadas por una red global de expertos y la comunidad de miembros en todo el mundo.
 - **Alineación:** Los valores fundamentales de Indagare están plenamente alineados con los de Gaian. Al enviar a las personas al mundo, Indagare selecciona cuidadosamente a sus socios para garantizar la promoción de la sostenibilidad y el desarrollo a largo plazo de las comunidades locales visitadas. Se centra en el apoyo y la elevación de poblaciones marginadas mediante proyectos dirigidos que abordan los problemas en su raíz.
 - **Segmentación de Lunas de Miel:** La capacidad de Indagare para organizar viajes de luna de miel se alinea perfectamente con nuestro principal segmento de mercado. Al ofrecer servicios personalizados y dedicados para viajes especiales como lunas de miel, nos permite llegar de manera efectiva a nuestro público objetivo de parejas recién casadas.
- Regenerative Travel
 - **Facilidad:** Dado que esta agencia de viajes ya colabora con hoteles de Cayuga Collection, será más sencillo para nuestro hotel formar parte de su cartera de destinos, lo que facilitará la

colaboración y la posibilidad de trabajar juntos en proyectos futuros.

- **Personalización:** Se establece un contacto directo con un "Travel Designer" altamente capacitado, quien trabaja en colaboración con los clientes para diseñar experiencias personalizadas que se adapten a sus destinos deseados y preferencias de viaje específicas.



- **Exposición:** Regenerative Travel organiza un evento anual de gran importancia que reúne a destacados expertos y visionarios de la industria del viaje. En este evento, se exploran soluciones innovadoras y se visualiza un futuro en el que el viaje se convierta en un catalizador para un cambio positivo, priorizando prácticas sostenibles y regenerativas que fomenten el bienestar ambiental y comunitario. Con un enfoque en perspectivas diversas y globales, el summit desafía a los participantes a construir colaborativamente una industria que cree abundancia para todos. La participación en el evento anual de Regenerative Travel ampliaría la visibilidad de Gaian y promovería su compromiso con prácticas sostenibles.

- **Segmentación de Lunas de Miel:** Regenerative Travel, como Gaian, se enfoca en parejas que buscan experiencias únicas y significativas para su luna de miel, ofreciendo destinos y actividades que promueven la sostenibilidad y el bienestar tanto personal como ambiental.
- **Resultados:**
 - **Aumento de las reservas:** Trabajar con agencias de viaje puede resultar en un aumento en el número de reservas realizadas para el hotel. Podemos ver esto en el porcentaje de reservas generadas por cada agencia de viaje puede ser un indicador importante del impacto que tiene la colaboración con ellas en el número total de reservas del hotel.
 - **Ampliación de la base de clientes:** Trabajar con agencias de viaje puede atraer a nuevos clientes que de otra manera no habrían considerado el hotel, lo que diversifica la base de clientes y reduce la dependencia de ciertos segmentos de mercado.
 - **Mejora de la ocupación:** La colaboración con agencias de viaje puede ayudar a mejorar la ocupación del hotel, especialmente en temporadas bajas o periodos de menor demanda.
- **Virtuoso**
- GAIAN, nuestro hotel de lujo sustentable, es un Virtuoso Preferred Hotel. Virtuoso es una red global de agencias de viajes de lujo, reconocida por su enfoque en experiencias de viaje exclusivas y personalizadas. Al ser un Virtuoso Preferred Hotel, GAIAN puede llegar a una base de clientes de alto valor que confían en las recomendaciones de los

asesores de viajes de Virtuoso. Esta asociación estratégica nos brinda una exposición única y nos posiciona como un hotel destacado dentro del mercado de viajes de lujo.

- **Objetivo**

- El objetivo principal de ser un Virtuoso Preferred Hotel es atraer a viajeros de lujo que buscan experiencias únicas y servicios personalizados. Queremos destacar las características exclusivas de GAIAN, como su enfoque en la sostenibilidad, su diseño innovador y su ubicación privilegiada en las Islas Galápagos. Al hacerlo, buscamos generar reservas de alto valor y establecer relaciones duraderas con los clientes de Virtuoso.

- **Herramientas**

- **Perfil destacado.** - Crear un perfil completo y atractivo en la plataforma de Virtuoso que resalte las características únicas de GAIAN, incluyendo su compromiso con la sostenibilidad y las experiencias de lujo que ofrece.
- **Tarifas y paquetes exclusivos.** - Ofrecer tarifas y paquetes especiales para los clientes de Virtuoso, que incluyan servicios adicionales y experiencias personalizadas para diferenciar a GAIAN de otros hoteles.
- **Capacitación para asesores de viajes.** - Participar en programas de capacitación y eventos organizados por Virtuoso para educar a los asesores de viajes sobre las características y beneficios únicos de GAIAN, permitiéndoles promover el hotel de manera efectiva a sus clientes.
- **Marketing colaborativo.** - Colaborar con Virtuoso en iniciativas de marketing conjunto, como correos electrónicos promocionales, publicaciones en redes sociales y eventos exclusivos para clientes, con

el fin de aumentar la visibilidad de GAIAN entre la base de clientes de Virtuoso.

- **Servicio personalizado.-** Brindar un servicio excepcional y personalizado a los clientes de Virtuoso, desde el momento de la reserva hasta la partida, para garantizar experiencias memorables que generen comentarios positivos y lealtad del cliente.

○ **Resultados**

- **Incremento en reservas de alto valor.** - Aumentar el número de reservas de clientes de Virtuoso, que generalmente tienen un mayor presupuesto y están dispuestos a pagar tarifas premium por experiencias exclusivas.
- **Mejora en la reputación dentro de la red Virtuoso.** - Obtener comentarios positivos y recomendaciones de los asesores de viajes y clientes de Virtuoso, lo que fortalece la reputación de GAIAN como un hotel de lujo destacado.
- **Mayor exposición en el mercado de lujo.** - Aumentar la visibilidad de GAIAN entre los viajeros de lujo a través de la asociación con Virtuoso, lo que puede generar un aumento en la demanda y la rentabilidad del hotel.
- **Relaciones duraderas con clientes de alto valor.** - Establecer relaciones sólidas y duraderas con los clientes de Virtuoso, quienes pueden convertirse en embajadores de la marca y generar reservas repetidas y recomendaciones boca a boca.

- **Redes sociales**

- Usar las redes sociales como canales de distribución para un hotel de lujo en las Islas Galápagos es fundamental por su amplio alcance y capacidad de conexión con una audiencia diversa. Plataformas como Instagram, Facebook, YouTube y Pinterest son relevantes por mostrar visualmente las experiencias únicas del hotel, promover sus iniciativas de sostenibilidad y llegar a diferentes viajeros.

- ***Objetivo***

- El objetivo al utilizar estas redes sociales es crear una presencia sólida y atractiva que refleje la identidad del hotel y sus valores de lujo sustentable. Esto implica compartir contenido visualmente atractivo, como fotos y videos de las instalaciones, paisajes de las Islas Galápagos, actividades eco-friendly y detalles exclusivos del hotel. Además, se busca fomentar la participación de la audiencia a través de publicaciones interactivas, historias, transmisiones en vivo y concursos que generen interacción y compromiso con los seguidores.
 - Cada plataforma tiene su enfoque único: Instagram es ideal para contenido visual inspirador y estético, Facebook permite la comunicación directa con la comunidad y la promoción de eventos, YouTube es ideal para videos detallados y experiencias inmersivas, mientras que Pinterest es excelente para compartir ideas, inspiraciones y guías de viaje. Al aprovechar estas redes sociales de manera estratégica, se puede fortalecer la presencia en línea del hotel, aumentar el conocimiento de la marca, fomentar la lealtad de los clientes y atraer a nuevos huéspedes interesados en experiencias de lujo sustentable en las Islas Galápagos.

- ***Herramientas***

- **Instagram:**

- **Perfil empresarial:** Crear un perfil empresarial donde puedes incluir información detallada sobre el hotel, como ubicación, horarios, contacto y enlaces directos a tu sitio web para facilitar la reserva.
 - **Publicaciones visuales:** Compartir fotos y videos atractivos de las instalaciones del hotel, habitaciones, comidas, actividades y eventos especiales para mostrar la experiencia que ofrecen a los huéspedes.
 - **Historias y destacados:** Utilizar las historias de Instagram para compartir contenido efímero sobre promociones, eventos en tiempo real y detrás de escenas del hotel. Los destacados te permiten organizar y mantener en el perfil información relevante y permanente.
 - **Uso de hashtags:** Aprovechar los hashtags relevantes para el sector hotelero y turístico, así como para destinos específicos, para aumentar la visibilidad de tus publicaciones y llegar a una audiencia más amplia.
 - **Interacción con seguidores:** Responder a comentarios, mensajes directos y menciones para mantener una comunicación activa y cercana con los seguidores, lo que mejora la experiencia del cliente y fomenta la fidelización.
- **Facebook:**
- **Página de Facebook:** Crea una página de Facebook para el hotel donde se comparta información detallada, se reciban reseñas y valoraciones, se publiquen actualizaciones, eventos y promociones, y exista comunicación directa con los usuarios a través de mensajes.
 - **Publicaciones variadas:** Publicar contenido variado como fotos, videos, textos informativos, encuestas y eventos para mantener a los seguidores informados y comprometidos.

- **Anuncios pagados:** Utiliza la herramienta de Facebook Ads para crear anuncios dirigidos a la audiencia específica, promocionando ofertas especiales, eventos y atraer más reservas directas al hotel.
- **Grupos y comunidades:** Participar en grupos y comunidades relacionadas con la industria hotelera, viajes y turismo para establecer conexiones, compartir conocimientos y aumentar la visibilidad del hotel entre personas interesadas en viajar.

- **YouTube:**

- **Canal de YouTube:** Crear un canal de YouTube donde puedas compartir videos de alta calidad sobre el hotel, testimonios de huéspedes, recorridos virtuales, actividades y eventos, entrevistas con el personal y contenido educativo sobre destinos turísticos.
- **Videos promocionales:** Producir videos promocionales atractivos para mostrar las instalaciones, servicios y experiencias únicas que ofrece el hotel, lo que ayuda a captar la atención de potenciales huéspedes y aumentar las reservas.
- **SEO de videos:** Optimizar los videos con palabras clave relevantes, descripciones detalladas y etiquetas adecuadas para mejorar su visibilidad en los resultados de búsqueda de YouTube y atraer tráfico calificado al canal de la marca.

- **Pinterest:**

- **Tableros visuales:** Crear tableros visuales temáticos en Pinterest donde puedas organizar y compartir imágenes inspiradoras sobre el hotel, actividades locales, gastronomía, decoración, consejos de viaje y más.

- **Pins y enlaces directos:** Publica pins atractivos con enlaces directos al sitio web, páginas de reserva y promociones especiales para impulsar el tráfico hacia el hotel y aumentar las conversiones.
- **Uso de palabras clave:** Utilizar palabras clave relevantes en las descripciones, títulos y etiquetas de pins para mejorar su visibilidad en los resultados de búsqueda de Pinterest y llegar a usuarios interesados en viajes y hospitalidad.

- **Resultados**

- **Reservas directas:** Medir el número de reservas directas que se generan a través de enlaces o botones de reserva en las publicaciones o perfiles de redes sociales. Esto te permite cuantificar el impacto directo de tus estrategias en redes sociales en la generación de ventas para el hotel.
- **Tráfico web y conversiones:** Utilizar herramientas de análisis como Google Analytics para rastrear el tráfico web que proviene de tus perfiles en redes sociales. Analizar las conversiones, es decir, las acciones que los usuarios realizan en nuestro sitio web después de llegar desde redes sociales, como completar una reserva, suscribirse a una lista de correo o descargar una guía turística.
- **Interacciones y engagement:** Cuantificar las interacciones en las publicaciones, como likes, comentarios, compartidos y mensajes recibidos. Un alto nivel de engagement indica que el contenido es relevante y atractivo para tu audiencia, lo que puede

traducirse en un aumento en la intención de reserva y la fidelización de clientes.

- **Crecimiento de seguidores y alcance:** Mide el crecimiento de seguidores en tus perfiles sociales y el alcance de las publicaciones. Un aumento constante en el número de seguidores y un mayor alcance de tus mensajes indican que estás llegando a más personas interesadas en el hotel y sus servicios.
- **Generación de leads y contactos:** Utilizar formularios de contacto, enlaces a landing pages o botones de "Enviar mensaje" en los perfiles para captar leads directamente desde redes sociales. Se puede cuantificar la cantidad de leads generados y la calidad de los mismos mediante seguimiento y análisis de la información recopilada.
- **Anuncios y campañas pagadas:** Si se realiza campañas de publicidad en redes sociales, como Facebook Ads o Instagram Ads, es posible medir resultados como el ROI (retorno de la inversión), el costo por clic (CPC), el número de conversiones obtenidas y el impacto en las reservas directas.
- **Feedback y opiniones de clientes:** Analizar las reseñas, valoraciones y comentarios de clientes en los perfiles sociales. Puedes cuantificar la cantidad de reseñas positivas, la puntuación promedio obtenida y el nivel de satisfacción general de los huéspedes, lo que influye en la reputación online de nuestro hotel y la confianza de futuros clientes.

- **Participación en eventos y promociones:** Si se realizan eventos especiales, promociones exclusivas o concursos en redes sociales, es posible cuantificar el nivel de participación, la cantidad de inscritos o participantes, y el impacto en las reservas o ventas generadas durante estas actividades.

- **Revistas de Bodas y Revistas de Sustentabilidad**

- La aparición del hotel Gaian en revistas como "I Do" y "Condé Nast Traveler" sería crucial para su visibilidad y reputación en dos áreas clave: sostenibilidad y lunas de miel. Estas publicaciones tienen audiencias específicas interesadas en experiencias de viaje sostenibles y destinos románticos para lunas de miel. Al figurar en estas revistas, Gaian podría fortalecer su imagen como un destino sostenible y romántico. Además, la presencia en revistas de prestigio como "Condé Nast Traveler" añadiría credibilidad al compromiso de Gaian con la excelencia en la hospitalidad sostenible.

- **Objetivo**

- Estar destacado en revistas de prestigio como "I Do" y "Condé Nast Traveler" ofrece al hotel Gaian una plataforma de alcance global para mostrar sus prácticas sostenibles y su enfoque único en las experiencias de luna de miel. Además, permite al hotel conectar con una audiencia selecta de viajeros de lujo y parejas comprometidas que buscan destinos exclusivos y experiencias memorables. Esta exposición también fortalece la reputación del hotel como un destino de clase mundial y contribuye a su posicionamiento como líder en el sector de la hospitalidad sostenible y de lujo.

- **Herramientas**

- **Destination I Do**

- **Segmentación de lunas de miel:** Al dirigirse específicamente a parejas comprometidas en la planificación de su boda, la revista permite al hotel llegar a un público altamente segmentado y receptivo, personas recién casadas o que se van a casar próximamente, a las ofertas y experiencias relacionadas con Gaian.
- **Crecimiento:** La presencia en una revista como I Do puede contribuir al crecimiento del reconocimiento de marca y la reputación del hotel, al exponerlo a una audiencia más amplia de lectores interesados en bodas y viajes de luna de miel.
- **Personalización:** La revista ofrece la oportunidad de personalizar el mensaje y las imágenes para adaptarse al público objetivo, destacando las características y servicios del hotel que son especialmente atractivos para parejas que planean su luna de miel.
- **Exposición:** Aparecer en una revista de prestigio como I Do proporciona una valiosa exposición y validación para el hotel, colocándolo frente a parejas comprometidas que buscan inspiración y recomendaciones para celebraciones o viaje de luna de miel.

- **Conde Nast Traveller**

- **Facilidad:** Dado que la marca Cayuga ya tiene presencia en Condé Nast, la inclusión del hotel Gaian en artículos de la revista sería más factible y directa. Al estar asociado con una marca

reconocida en la industria del turismo sostenible, el hotel podría acceder a oportunidades de exposición sin mayores barreras.



-
- **Credibilidad:** Condé Nast Traveler es una publicación altamente respetada y de renombre en el mundo de los viajes. Por lo tanto, la inclusión del hotel en la revista aumentaría su credibilidad entre los lectores, quienes confían en las recomendaciones e ideas presentadas en la publicación. Esta credibilidad respaldaría la reputación del hotel y podría influir en la toma de decisiones de los potenciales huéspedes.
- **Exposicion:** Al ser presentado en Condé Nast Traveler, el hotel Gaian obtendría una exposición invaluable ante una audiencia global de lectores ávidos de viajes. Esta exposición no solo aumentaría la visibilidad del hotel, sino que también ayudaría a posicionarlo como un destino atractivo y relevante para los viajeros que buscan experiencias únicas y sostenibles.
- **Enlaces y códigos QR:** La revista puede incluir enlaces o códigos QR que dirijan a los lectores a la página web del hotel para obtener más información o hacer reservas.

- **Resultados**

- **Incremento en reservas:** Se podría medir el aumento en las reservas directamente atribuibles a la exposición en las revistas mediante códigos promocionales exclusivos o seguimiento de la referencia de la revista en las reservas.
- **Aumento en el tráfico web:** Observar un aumento en el tráfico del sitio web del hotel a través de herramientas de análisis web, como Google Analytics, con un seguimiento de las visitas que provienen de enlaces o menciones en las revistas.

- **Eventos y ferias turísticas**

- Participar en eventos y ferias turísticas es esencial para promover un hotel de lujo sustentable en las Islas Galápagos, ya que ofrecen oportunidades únicas para conectarse con profesionales de la industria, medios de comunicación y potenciales clientes. Eventos como ITB Berlín, Conscious Travel Summit y Wedding Expo son especialmente relevantes por su enfoque en el turismo sostenible y las experiencias exclusivas.

▪ **Objetivo**

- El objetivo al participar en estos eventos es aumentar la visibilidad del hotel, establecer alianzas estratégicas con empresas afines, compartir las iniciativas de sustentabilidad y destacar los atributos exclusivos que ofrece el hotel. Esto implica participar en conferencias y paneles relacionados con el turismo sustentable, presentar casos de éxito en la implementación de prácticas eco-friendly, y destacar las experiencias únicas que ofrece el hotel para segmentos específicos como viajeros conscientes, parejas en luna de miel y organizadores de eventos.

- Cada evento tiene su propio enfoque: ITB Berlín es ideal para establecer contactos internacionales y promover destinos de manera global, Conscious Travel Summit se centra en prácticas y tendencias de turismo consciente, mientras que Wedding Expo ofrece oportunidades para mostrar servicios exclusivos para bodas y lunas de miel. Al participar en estos eventos estratégicos, el hotel puede aumentar su reputación en la industria, generar leads cualificados, fortalecer alianzas estratégicas y aumentar las reservas directas de clientes interesados en experiencias de lujo sustentable en las Islas Galápagos.

- **Herramientas**

- **Stands y espacios de exhibición.** - Ofrecer stands y espacios de exhibición donde se pueda mostrar sus servicios, características únicas, promociones especiales y atractivos para los visitantes del evento. Estos stands son una herramienta poderosa para destacar entre la competencia y captar la atención de potenciales clientes.
- **Sesiones de networking y B2B.** - Conectar con otros profesionales del sector, agencias de viajes, operadores turísticos, organizadores de eventos y otros actores clave. Estas reuniones son oportunidades para establecer alianzas estratégicas, cerrar acuerdos comerciales y ampliar tu red de contactos.
- **Presentaciones y charlas temáticas.** - Participar como expositor o ponente en estas actividades te permite posicionar al hotel como un líder en sostenibilidad, innovación o cualquier

otra área de especialización, aumentando su visibilidad y credibilidad.

- **Workshops y capacitaciones.** - Proporcionar conocimientos actualizados, mejores prácticas y herramientas para mejorar la gestión y operación de nuestro hotel, así como para adaptarte a las últimas tendencias del mercado.
 - **Patrocinio y publicidad.** - Destacar tu hotel en la promoción del evento, en materiales impresos, en la página web del evento y en otras plataformas de comunicación. El patrocinio te brinda visibilidad adicional y te posiciona como un actor importante en el evento.
 - **Bases de datos y contactos.** - Obtener acceso a bases de datos de asistentes, contactos comerciales y potenciales clientes interesados en la oferta hotelera. Estas bases de datos son valiosas para realizar seguimiento, enviar comunicaciones personalizadas y desarrollar estrategias de marketing dirigidas.
 - **Actividades de promoción y degustación.** - Ofrecer muestras de su gastronomía, servicios de spa, actividades recreativas u otros servicios destacados. Estas actividades ayudan a los visitantes a experimentar la oferta del hotel de manera directa y atractiva.
- **Resultados**
- **Reservas directas.** - Medir el aumento en las reservas directas que provienen de los contactos y clientes potenciales generados

durante el evento. Esto te permite evaluar la efectividad de tu participación en el evento como canal de distribución para captar nuevos clientes y aumentar las ventas directas.

- **Leads cualificados.** Cuantificar la cantidad de leads cualificados obtenidos durante el evento, contactos de calidad con un alto potencial de convertirse en clientes reales. Estos leads pueden provenir de interacciones en el stand, reuniones B2B, intercambio de tarjetas de contacto, entre otras acciones realizadas durante el evento.
- **Visibilidad de marca.** - Utilizar métricas como el alcance de la marca, el número de impresiones y la interacción en redes sociales para medir el aumento en la visibilidad de tu hotel como resultado de su participación en ferias y eventos turísticos. Estos indicadores te permiten evaluar el impacto de tu presencia en el evento en la percepción y reconocimiento de tu marca.
- **Contactos comerciales.** - Cuantificar el número de contactos comerciales realizados durante el evento, incluyendo reuniones B2B, intercambio de información de contacto y seguimiento posterior a las conversaciones. Estos contactos representan oportunidades de negocio potenciales que pueden convertirse en clientes a corto, mediano o largo plazo.
- **Feedback y evaluación.** - Solicitar feedback y evaluaciones de los participantes del evento sobre el hotel, los servicios ofrecidos, la presentación en el stand y cualquier otra interacción realizada durante el evento. Utilizar esta retroalimentación para

identificar áreas de mejora y optimizar tu estrategia para futuros eventos.

- **Negociaciones y acuerdos.** - Cuantificar el número de acuerdos comerciales cerrados como resultado directo de estas interacciones. Esto te permite evaluar el retorno de inversión (ROI) de tu participación en el evento en términos de oportunidades comerciales concretas.

- **Gestión de reputación online**

- **Review Pro**

- La importancia de utilizar ReviewPro en Gaian reside en la capacidad de esta herramienta para recopilar y analizar comentarios y reseñas de los huéspedes en diversas plataformas en línea. Esto permite al hotel monitorear de cerca la satisfacción del cliente, identificar áreas de mejora y responder de manera proactiva a las preocupaciones de los huéspedes.

- **Objetivo**

- La implementación de ReviewPro en Gaian es fundamental para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la reputación en línea del hotel. Al aprovechar las opiniones y comentarios de los huéspedes, Gaian puede identificar áreas de mejora y responder de manera efectiva para satisfacer las expectativas del cliente. Esto no solo ayuda a aumentar la confianza de los futuros huéspedes, sino que también puede impulsar las reservas directas

al mostrar transparencia y compromiso con la calidad del servicio.

▪ **Herramientas**

- **Monitorización de opiniones:** ReviewPro permite rastrear y analizar opiniones y comentarios de los huéspedes en múltiples plataformas en línea, lo que proporciona una visión integral de la percepción del hotel.
- **Análisis de sentimientos:** La herramienta utiliza análisis de sentimientos para identificar las emociones expresadas en las reseñas de los huéspedes, lo que ayuda a comprender mejor sus experiencias y expectativas.
- **Gestión de la reputación:** Con ReviewPro, Gaian puede responder rápidamente a las reseñas de los huéspedes, tanto positivas como negativas, para abordar preocupaciones y mejorar la satisfacción del cliente.
- **Benchmarking competitivo:** La plataforma permite comparar el desempeño del hotel con el de la competencia, lo que proporciona información valiosa para ajustar estrategias y mejorar la posición en el mercado.

▪ **Resultados:**

- **Aumento en la puntuación y calificación en plataformas de reseñas:** Al utilizar ReviewPro, Gaian puede gestionar de manera efectiva las opiniones de los huéspedes, lo que permite identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas rápidas. Esto conduce a una mejora gradual en la puntuación y

calificación del hotel en plataformas como TripAdvisor, Google y Booking.com.

- **Incremento en el número de reseñas positivas:** ReviewPro proporciona herramientas para fomentar reseñas positivas de los huéspedes satisfechos, como solicitudes automatizadas de comentarios y encuestas de satisfacción. Esto puede resultar en un aumento significativo en el número de reseñas positivas, lo que mejora la reputación en línea de Gaian y atrae a más clientes potenciales.
- **Mejora en la posición del hotel en los rankings de reputación:** Con una mayor cantidad de reseñas positivas y una disminución en las negativas, Gaian puede mejorar su posición en los rankings de reputación de plataformas como TripAdvisor. Una mejor posición en estos rankings puede aumentar la visibilidad del hotel y atraer a más huéspedes potenciales.
- **Incremento en la tasa de ocupación y reservas directas:** Una reputación sólida y una alta calificación en plataformas de reseñas pueden influir positivamente en la decisión de reserva de los huéspedes. Al mejorar la percepción de la marca y la experiencia del cliente, Gaian puede experimentar un aumento en la tasa de ocupación y en las reservas directas, lo que impulsa el crecimiento y el éxito a largo plazo del hotel.

Capítulo 7 NÓMINA

7.1 Número de empleados

Cargo	Nº Personas
Recepción	
Recepcionista	4
Recepcionista Nocturno	1
Botones	2
Conserje	2
Alimentos y Bebidas	
Jefe de cocina	2
Chef	4
Ayudantes de cocina	3
Camarero	7
Bartender	2
Administración	
Gerente General	1
Gerente Operaciones	1
Gerente House Keeping	1
Gerente Alimentos y Bebidas	1
Mantenimiento	
Mantenimiento	2
Extra	
Trabajador Agrícola/Laboratorio	2
Guía Turístico	2
Guardia de Seguridad	2
Terapeuta de masaje	2
Housekeeping	
Camareras de Piso	4
Número Total de Empleados	45

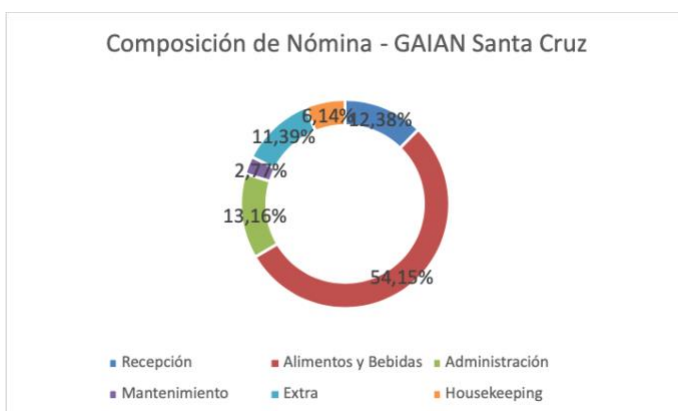
Contar con el equipo humano adecuado es clave para que un hotel de lujo sustentable como GAIAN brinde experiencias inolvidables. La proyección de 45 empleados para atender las 20 habitaciones demuestra el compromiso con ofrecer un servicio altamente personalizado, con una relación de 2.25 colaboradores por habitación. Este sólido equipo busca que los huéspedes que llegan a esta paradisíaca ubicación en Puerto Ayora se sientan realmente especiales.

Las áreas clave son Alimentos y Bebidas, con 12 talentosos profesionales dedicados a deleitar con propuestas gastronómicas de primer nivel; y Recepción, con 7 embajadores listos para brindar una cálida bienvenida y atención las 24 horas. Un equipo gerencial de 4 líderes aporta una dirección estratégica sólida, complementado por personal especializado en servicios únicos como guía turístico y terapeuta. Y por supuesto, un equipo de housekeeping que se esmera en mantener las habitaciones impecables.

Esta inversión en capital humano altamente calificado y la distribución inteligente de roles garantiza que cada área del hotel funcione como un engranaje perfecto, brindando servicios esmerados que superen las expectativas más exigentes. En GAIAN se entiende que el lujo va más allá de las instalaciones, radica en hacer sentir a los huéspedes únicos y especiales en cada interacción con un equipo comprometido

7.2 Composición de Costos Nómina

Comp. Costo Laboral		
Alimentos y Bebidas	54,15%	\$ 65.479,30
Administración	13,16%	\$ 15.908,81
Recepción	12,38%	\$ 14.970,69
Extra	11,39%	\$ 13.775,16
Housekeeping	6,14%	\$ 7.429,62
Mantenimiento	2,77%	\$ 3.355,36
Total Costo Laboral	100,00%	\$120.918,94



La tabla muestra la distribución de los costos laborales por área en el hotel de lujo sustentable GAIAN. El rubro más significativo es Alimentos y Bebidas, representando el 54.15% del total de la nómina con un costo de \$65,479.30. Esto refuerza la importancia que se le da a ofrecer una experiencia gastronómica excepcional a los huéspedes, acorde al concepto de lujo del hotel.

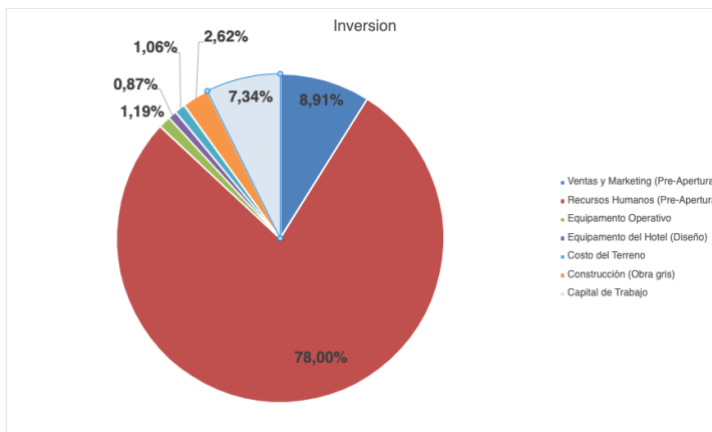
Le sigue Administración con el 13.16% (\$15,908.81), lo cual es razonable considerando la estructura gerencial sólida que se mencionó anteriormente para gestionar eficientemente las operaciones. Recepción también tiene un peso importante con el 12.38% (\$14,970.69), reflejando la inversión en personal capacitado para brindar una cálida bienvenida y servicio ininterrumpido.

Otras áreas como Extra (11.39%, \$13,775.16) que incluye servicios especializados, Housekeeping (6.14%, \$7,429.62) y Mantenimiento (2.77%, \$3,355.36) completan la asignación de la nómina total proyectada de \$120,918.94.

La distribución de los costos laborales muestra una alineación estratégica con las prioridades de GAIAN: una propuesta gastronómica sobresaliente, una atención personalizada desde la llegada de los huéspedes y un equipo que garantice instalaciones y servicios impecables para dar una experiencia de lujo en armonía con las Islas Galápagos.

Capítulo 8 FINANZAS

8.1 Inversión



Monto Prestamo	(2.804.787)	
Tasa Interes	9,93%	
Plazo	10	años
Periodo	1	
Pago	\$455.094	

Año	Saldo Inicial	Pago	Interes	Capital	Saldo Final
1	2.804.787	\$455.094	278.515	176.579	2.628.208
2	2.628.208	\$455.094	260.981	194.113	2.434.095
3	2.434.095	\$455.094	241.706	213.389	2.220.706
4	2.220.706	\$455.094	220.516	234.578	1.986.128
5	1.986.128	\$455.094	197.222	257.872	1.728.256
6	1.728.256	\$455.094	171.616	283.479	1.444.777
7	1.444.777	\$455.094	143.466	311.628	1.133.149
8	1.133.149	\$455.094	112.522	342.573	790.576
9	790.576	\$455.094	78.504	376.590	413.986
10	413.986	\$455.094	41.109	413.986	(0)

La distribución de la inversión total de \$ 11,219,149.62 para el proyecto del hotel es coherente y se ajusta a las necesidades de este tipo de desarrollos. La Construcción (Obra gris) representa la mayor proporción con un 78.00%, seguida por el Costo del Terreno (8.91%) y el Capital de Trabajo (7.34%). Estos datos, respaldados por la experiencia del arquitecto Joaquín Andrade, reflejan una estimación confiable de los costos.

Es importante destacar que para calcular el Capital de Trabajo, se consideraron los gastos departamentales proyectados para un periodo de seis meses. Esta metodología asegura que el hotel cuente con los recursos suficientes para cubrir sus obligaciones y mantener una operación estable durante la fase inicial del proyecto.

Otras partidas importantes incluyen Recursos Humanos (2.62%), Equipamiento del Hotel (1.19%), Ventas y Marketing (1.06%) y Equipamiento Operativo (0.87%), todas esenciales para la planificación, diseño, promoción y operación inicial del hotel.

Financieramente, el 25% de la inversión se cubrirá con deuda y el 75% con capital propio. El préstamo tiene una tasa de interés del 9.95% y un plazo de pago de 10 años, brindando un marco manejable y sostenible.

8.2 Indicadores Hoteleros: ADR, RevPar, Ocupación

Para el análisis de los indicadores hoteleros, se ha determinado un período de 10 años. Considerando que el hotel GAIAN tendría 20 habitaciones y 3 tipos de habitaciones, se establecieron las siguientes tarifas y porcentaje de habitaciones vendidas para 2025:

- Junior Suite - \$500 - 70%
- Suite - \$660 - 25%
- Master Suite - \$810 - 5%

Estas tarifas se fijaron en base a un análisis de la competencia de hoteles de lujo en las Islas Galápagos y considerando los altos estándares de servicio y exclusividad que ofrece GAIAN. El número de habitaciones vendidas se determinó tras estudiar el segmento de mercado de lujo y entrevistas con otros hoteles de la zona, lo que respalda las estimaciones de ocupación iniciales.

De esta manera, analizando los indicadores para los próximos 10 años de operación, durante este período, se observa un crecimiento sostenido en todos los indicadores año tras año. El ADR anual pasa de \$618.50 en 2025 a \$734.79 en 2035, mientras que el RevPAR aumenta de \$427.43 a \$520.68. Estos sólidos incrementos reflejan la capacidad de GAIAN para captar la demanda de huéspedes que buscan experiencias de lujo auténtico y sustentable en el emblemático destino natural de las Islas Galápagos.

A pesar de que los ingresos muestran un aumento constante a lo largo de los años, la ocupación del hotel sigue siendo relativamente baja. En 2025, la ocupación promedio fue del 68%, mientras que en 2035 se proyecta una ocupación del 71%. Esto da un promedio de ocupación del 69.5% durante un período de 10 años. Este porcentaje de ocupación es considerado bajo para un hotel de esta categoría, ya que normalmente se espera que la ocupación comience alrededor del 50-60% y luego aumente exponencialmente a medida que el hotel alcanza su punto máximo.

La razón detrás de mantener una ocupación conservadora y relativamente baja podría estar relacionada con la situación socioeconómica y política actual del país. Factores como la violencia y la incertidumbre pueden afectar negativamente la percepción del país como destino turístico y de negocios, lo que a su vez impacta directamente en la industria hotelera. Por lo tanto, es prudente mantener proyecciones de ocupación más bajas para reflejar la realidad del mercado actual.

Sin embargo, es importante destacar que al ser parte de una cadena hotelera reconocida como Cayuga Collection, el hotel puede beneficiarse de una base de clientes más estable y una ocupación ligeramente más alta en comparación con hoteles independientes en circunstancias similares.

8.3 Utilidad Departamental Habitaciones

ESTADO DE RESULTADOS-DEPARTAMENTAL ANALÍTICO DEPARTAMENTO DE HABITACIONES	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	COEFICIENTE EN RELACIÓN AL 2024
VENTA DE HABITACIONES	\$ 3.120.222,05	\$ 3.167.719,05	\$ 3.231.073,43	\$ 3.298.925,97	\$ 3.364.904,40	\$ 3.435.567,48	\$ 3.504.278,83	\$ 3.577.868,69	\$ 3.649.426,06	\$ 3.726.064,01	\$ 3.800.585,23	100,00%
Junior Suite	\$ 2.083.511,25	\$ 2.279.212,49	\$ 2.324.786,73	\$ 2.373.617,47	\$ 2.421.086,82	\$ 2.471.832,70	\$ 2.521.371,36	\$ 2.574.320,15	\$ 2.629.806,96	\$ 2.690.948,50	\$ 2.734.957,47	60,72%
Suite	\$ 832.395,54	\$ 679.900,67	\$ 693.498,69	\$ 708.092,16	\$ 722.223,40	\$ 737.390,09	\$ 752.137,80	\$ 767.932,79	\$ 783.291,45	\$ 799.740,57	\$ 815.735,38	20,00%
Master Suite	\$ 204.315,27	\$ 208.605,89	\$ 212.778,01	\$ 217.246,34	\$ 221.591,27	\$ 226.244,69	\$ 230.789,58	\$ 235.615,74	\$ 240.328,06	\$ 245.374,95	\$ 250.282,45	6,53%
GASTOS DEPARTAMENTALES												
Nómina	\$ 84.459,56	\$ 86.206,29	\$ 87.930,41	\$ 89.689,02	\$ 91.482,80	\$ 92.065,76	\$ 92.660,37	\$ 93.266,88	\$ 93.885,51	\$ 94.516,52	\$ 95.160,15	2,71%
Salarios y recargos	\$ 46.108,23	\$ 47.076,50	\$ 48.018,03	\$ 48.978,39	\$ 49.957,96	\$ 49.957,96	\$ 49.957,96	\$ 49.957,96	\$ 49.957,96	\$ 49.957,96	\$ 49.957,96	54,53%
Beneficios Sociales	\$ 11.423,33	\$ 11.693,22	\$ 11.896,49	\$ 12.134,42	\$ 12.377,11	\$ 12.377,11	\$ 12.377,11	\$ 12.377,11	\$ 12.377,11	\$ 12.377,11	\$ 12.377,11	13,53%
Comida empleados	\$ 26.928,00	\$ 27.496,56	\$ 28.015,89	\$ 28.576,21	\$ 29.147,73	\$ 29.730,69	\$ 30.325,30	\$ 30.931,81	\$ 31.550,44	\$ 32.181,45	\$ 32.825,08	31,89%
Personal extra												-0,00%
Otros gastos	\$ 171.612,21	\$ 174.224,55	\$ 177.709,04	\$ 181.440,93	\$ 185.069,75	\$ 188.956,21	\$ 192.735,34	\$ 196.782,78	\$ 200.718,43	\$ 204.933,52	\$ 209.032,19	5,50%
Suministros housep	\$ 20.993,47	\$ 20.906,95	\$ 21.325,08	\$ 21.772,91	\$ 22.208,37	\$ 22.674,75	\$ 23.128,24	\$ 23.613,93	\$ 24.096,21	\$ 24.592,02	\$ 25.083,86	12,00%
Suministros aseo	\$ 8.980,81	\$ 8.711,23	\$ 8.885,45	\$ 9.072,05	\$ 9.253,49	\$ 9.447,81	\$ 9.636,77	\$ 9.839,14	\$ 10.035,92	\$ 10.246,68	\$ 10.451,61	5,00%
Lavandería	\$ 1.716,12	\$ 1.742,25	\$ 1.777,09	\$ 1.814,41	\$ 1.850,70	\$ 1.889,56	\$ 1.927,35	\$ 1.967,83	\$ 2.007,18	\$ 2.049,34	\$ 2.090,32	1,00%
Uniformes	\$ 25.741,83	\$ 26.133,68	\$ 26.656,36	\$ 27.216,14	\$ 27.780,46	\$ 28.343,43	\$ 28.910,30	\$ 29.517,42	\$ 30.107,77	\$ 30.740,03	\$ 31.354,83	15,00%
Decoración	\$ 25.741,83	\$ 26.133,68	\$ 26.656,36	\$ 27.216,14	\$ 27.780,46	\$ 28.343,43	\$ 28.910,30	\$ 29.517,42	\$ 30.107,77	\$ 30.740,03	\$ 31.354,83	15,00%
Atenciones huéspedes	\$ 13.728,98	\$ 13.937,96	\$ 14.216,72	\$ 14.515,27	\$ 14.835,58	\$ 15.116,50	\$ 15.418,83	\$ 15.742,62	\$ 16.057,47	\$ 16.394,68	\$ 16.722,58	8,00%
Suministros varios	\$ 20.993,47	\$ 20.906,95	\$ 21.325,08	\$ 21.772,91	\$ 22.208,37	\$ 22.674,75	\$ 23.128,24	\$ 23.613,93	\$ 24.096,21	\$ 24.592,02	\$ 25.083,86	12,00%
Transporte pasajeros	\$ 29.174,08	\$ 29.618,17	\$ 30.210,54	\$ 30.844,96	\$ 31.461,86	\$ 32.122,56	\$ 32.785,01	\$ 33.453,07	\$ 34.122,13	\$ 34.838,70	\$ 35.535,47	17,00%
Activos de operación	\$ 13.728,98	\$ 13.937,96	\$ 14.216,72	\$ 14.515,27	\$ 14.835,58	\$ 15.116,50	\$ 15.418,83	\$ 15.742,62	\$ 16.057,47	\$ 16.394,68	\$ 16.722,58	8,00%
Comisión agencias de viajes- tour operadores	\$ 5.148,37	\$ 5.226,74	\$ 5.331,27	\$ 5.443,23	\$ 5.552,09	\$ 5.668,69	\$ 5.782,06	\$ 5.903,48	\$ 6.021,55	\$ 6.148,01	\$ 6.270,97	3,00%
TOTAL GASTOS	\$ 256.071,78	\$ 260.430,83	\$ 265.639,45	\$ 271.129,95	\$ 276.552,35	\$ 281.021,97	\$ 285.395,71	\$ 290.049,65	\$ 294.603,95	\$ 299.450,04	\$ 304.192,34	8,21%
UTILIDAD DEPARTAMENTAL	\$ 2.864.150,28	\$ 2.907.288,21	\$ 2.965.433,98	\$ 3.027.796,02	\$ 3.088.351,94	\$ 3.154.545,52	\$ 3.218.685,13	\$ 3.287.819,04	\$ 3.354.822,12	\$ 3.426.613,97	\$ 3.496.392,95	91,79%

Si bien los ingresos por ventas de habitaciones representan la mayor fuente de ingresos para el hotel, superando incluso el porcentaje estándar de la industria, los altos costos operativos en este departamento están impactando negativamente su utilidad general. Aunque los costos totales están ligeramente por encima de lo recomendado por USALI, el principal factor que afecta la rentabilidad son los elevados costos de nómina, que están un 3,37 % por encima de la referencia de la industria.

Esta situación se debe principalmente a la gran cantidad de personal requerido para atender todas las habitaciones, incluyendo áreas como housekeeping, recepción y lavandería, además de los 10 empleados adicionales considerados para temporadas de alta ocupación. Si bien este personal es necesario para mantener los estándares de servicio, los altos beneficios sociales están generando un impacto significativo en los costos.

Otro costo relevante son las comisiones pagadas a agencias de viaje y operadores nacionales, las cuales, aunque altas, se justifican por el volumen de ventas que generan a nivel nacional para el hotel.

Por lo tanto, para optimizar las utilidades en el departamento de habitaciones, es fundamental implementar estrategias enfocadas en controlar los costos de nómina, ya sea a través de una reestructuración del personal acorde a las responsabilidades reales o explorando

alternativas como pasantes y personal temporal. Además, mantener y fortalecer las alianzas con empresas y operadores turísticos será clave para impulsar las ventas de las habitaciones más costosas y compensar estos gastos operativos más elevados.

8.4 Utilidad Departamental Alimentos y Bebidas

ESTADO DE RESULTADOS DEPARTAMENTAL ANALÍTICO	VALORES 2025	VALORES 2026	VALORES 2027	VALORES 2028	VALORES 2029	VALORES 2030	VALORES 2031	VALORES 2032	VALORES 2033	VALORES 2034	VALORES 2035	COEFICIENTE EN RELACIÓN AL 2025
DEPARTAMENTO DE A&B												
VENTA A&B	\$ 2.058.111,60	\$ 2.158.458,32	\$ 2.267.676,31	\$ 2.382.420,73	\$ 2.509.828,68	\$ 2.644.030,45	\$ 2.785.387,38	\$ 2.934.279,96	\$ 3.091.108,87	\$ 3.276.193,11	\$ 3.430.285,84	100,00%
Restaurante Interior	\$ 917.261,36	\$ 961.983,99	\$ 1.010.660,38	\$ 1.061.799,79	\$ 1.118.583,10	\$ 1.178.394,29	\$ 1.241.394,39	\$ 1.307.753,00	\$ 1.377.668,67	\$ 1.451.269,47	\$ 1.528.813,42	153,33%
Restaurante Exterior	\$ 315.537,75	\$ 330.622,33	\$ 347.667,00	\$ 365.258,95	\$ 384.752,40	\$ 405.367,43	\$ 427.038,66	\$ 449.866,81	\$ 473.910,91	\$ 499.236,45	\$ 525.911,56	165,33%
Room Service	\$ 198.118,72	\$ 166.628,67	\$ 174.248,97	\$ 183.034,45	\$ 192.822,83	\$ 203.133,16	\$ 213.993,20	\$ 225.432,19	\$ 237.463,99	\$ 250.086,79	\$ 263.838,87	74,69%
Juice Bar	\$ 667.193,77	\$ 699.723,94	\$ 735.129,97	\$ 772.327,54	\$ 813.630,35	\$ 857.135,57	\$ 902.860,32	\$ 951.227,97	\$ 1.002.068,60	\$ 1.055.618,39	\$ 1.112.021,99	166,74%
COSTO DE VENTA	\$ 671.826,19	\$ 704.582,21	\$ 740.234,07	\$ 777.689,91	\$ 819.279,49	\$ 863.086,77	\$ 909.229,69	\$ 957.832,47	\$ 1.009.025,89	\$ 1.062.947,69	\$ 1.119.742,90	32,64%
Restaurante Interior	\$ 318.748,32	\$ 334.289,44	\$ 351.204,48	\$ 368.975,43	\$ 388.707,63	\$ 409.492,02	\$ 431.384,55	\$ 454.444,17	\$ 478.752,91	\$ 504.316,14	\$ 531.262,86	154,69%
Restaurante Exterior	\$ 109.549,37	\$ 114.995,91	\$ 120.814,28	\$ 126.927,49	\$ 133.715,36	\$ 140.865,18	\$ 148.399,21	\$ 156.328,72	\$ 164.664,04	\$ 173.484,67	\$ 182.754,27	5,38%
Room Service	\$ 54.946,26	\$ 57.625,25	\$ 60.541,09	\$ 63.604,47	\$ 67.005,93	\$ 70.588,77	\$ 74.362,64	\$ 78.337,68	\$ 82.534,61	\$ 86.934,68	\$ 91.579,76	2,67%
Juice Bar	\$ 188.482,24	\$ 197.672,01	\$ 207.674,22	\$ 218.182,53	\$ 229.850,57	\$ 242.140,80	\$ 255.086,29	\$ 268.721,90	\$ 283.084,32	\$ 298.212,20	\$ 314.146,21	8,10%
Utilidad Bruta	\$ 1.386.285,42	\$ 1.453.876,11	\$ 1.527.442,24	\$ 1.604.730,82	\$ 1.690.549,19	\$ 1.780.943,68	\$ 1.876.157,69	\$ 1.976.447,49	\$ 2.082.082,99	\$ 2.213.245,42	\$ 2.310.542,94	67,96%
GASTOS DEPARTAMENTALES												
Nómina	\$ 424.844,26	\$ 433.700,35	\$ 442.374,36	\$ 451.221,84	\$ 460.246,28	\$ 47.440,58	\$ 88.890,06	\$ 90.368,52	\$ 91.876,56	\$ 93.414,75	\$ 94.983,71	20,64%
Salarios y recargos	\$ 359.202,50	\$ 366.745,75	\$ 374.080,67	\$ 381.562,28	\$ 388.193,53	\$ 14.966,77	\$ 14.966,77	\$ 14.966,77	\$ 14.966,77	\$ 14.966,77	\$ 14.966,77	84,53%
Beneficios Sociales	\$ 35.545,76	\$ 36.259,69	\$ 36.981,81	\$ 37.721,45	\$ 38.475,89	\$ 39.245,39	\$ 40.030,30	\$ 40.830,91	\$ 41.647,83	\$ 42.480,48	\$ 43.330,09	8,37%
Comida empleados	\$ 30.096,00	\$ 30.697,92	\$ 31.311,89	\$ 31.938,12	\$ 32.576,98	\$ 33.228,42	\$ 33.892,98	\$ 34.570,84	\$ 35.262,28	\$ 35.967,51	\$ 36.686,86	7,69%
Personal externo												0,00%
Otros gastos	\$ 113.196,14	\$ 118.715,21	\$ 124.722,20	\$ 131.033,14	\$ 138.040,58	\$ 145.421,67	\$ 153.196,31	\$ 161.385,40	\$ 170.010,99	\$ 180.190,62	\$ 188.665,72	5,50%
Suministros huésped	\$ 22.639,23	\$ 23.743,04	\$ 24.944,44	\$ 26.206,63	\$ 27.608,12	\$ 29.084,33	\$ 30.639,26	\$ 32.277,08	\$ 34.002,20	\$ 36.038,12	\$ 37.733,14	20,07%
Suministros aseo	\$ 5.659,81	\$ 5.835,76	\$ 6.026,11	\$ 6.251,86	\$ 6.502,03	\$ 6.771,08	\$ 7.059,62	\$ 7.367,69	\$ 7.695,27	\$ 8.042,53	\$ 8.419,29	5,00%
Suministros varios	\$ 1.131,98	\$ 1.187,15	\$ 1.247,22	\$ 1.310,33	\$ 1.380,41	\$ 1.454,22	\$ 1.531,98	\$ 1.613,85	\$ 1.701,11	\$ 1.801,91	\$ 1.898,66	1,00%
Combustible cocina	\$ 3.395,88	\$ 3.561,46	\$ 3.741,67	\$ 3.930,99	\$ 4.141,22	\$ 4.362,65	\$ 4.605,99	\$ 4.841,58	\$ 5.100,33	\$ 5.405,72	\$ 5.695,97	5,00%
Música y entretenimiento	\$ 16.979,42	\$ 17.807,28	\$ 18.708,33	\$ 19.654,97	\$ 20.706,09	\$ 21.813,25	\$ 22.979,45	\$ 24.207,81	\$ 25.501,65	\$ 27.028,99	\$ 28.299,86	15,00%
Uniformes	\$ 9.055,69	\$ 9.497,22	\$ 9.977,78	\$ 10.482,65	\$ 11.043,25	\$ 11.633,73	\$ 12.255,70	\$ 12.910,83	\$ 13.600,98	\$ 14.415,25	\$ 15.093,26	8,00%
Lavandería	\$ 13.983,54	\$ 14.245,62	\$ 14.966,66	\$ 15.723,98	\$ 16.564,87	\$ 17.450,60	\$ 18.383,56	\$ 19.366,25	\$ 20.401,32	\$ 21.622,87	\$ 22.639,89	12,00%
Activos de operación	\$ 19.243,34	\$ 20.181,59	\$ 21.202,77	\$ 22.275,63	\$ 23.466,90	\$ 24.721,68	\$ 26.043,37	\$ 27.435,52	\$ 28.901,87	\$ 30.632,41	\$ 32.073,17	17,00%
Alquileres varios	\$ 8.055,69	\$ 8.497,22	\$ 8.977,78	\$ 9.482,65	\$ 10.043,25	\$ 11.043,25	\$ 12.255,70	\$ 12.910,83	\$ 13.600,98	\$ 14.415,25	\$ 15.093,26	8,00%
TOTAL GASTOS	\$ 538.040,40	\$ 552.415,56	\$ 567.096,55	\$ 582.254,98	\$ 598.286,96	\$ 622.862,26	\$ 642.086,36	\$ 651.753,92	\$ 661.887,55	\$ 673.605,37	\$ 683.649,43	26,14%
UTILIDAD DEPARTAMENTAL	\$ 848.245,02	\$ 901.460,55	\$ 960.345,69	\$ 1.022.475,83	\$ 1.092.262,33	\$ 1.548.081,43	\$ 1.634.071,32	\$ 1.724.693,57	\$ 1.820.195,44	\$ 1.939.640,05	\$ 2.026.893,51	41,21%

El análisis del estado de resultados de Alimentos y Bebidas (A&B) en el hotel muestra una evolución positiva en sus ventas, lo que refleja tanto la inflación esperada como el crecimiento económico promedio de Ecuador proyectado por el Banco Central del Ecuador (BCE) para el periodo 2022-2026. Las ventas de A&B presentan un incremento constante, pasando de \$2,058,111.60 en 2025 a \$3,430,285.84 en 2035, lo cual indica una demanda creciente por estos servicios.

El cheque promedio en los distintos servicios de A&B varía según el horario y el tipo de servicio. En el restaurante interior/bar, los precios son de \$25.00 para el desayuno, \$35.00 para el almuerzo y \$45.00 para la cena. En el restaurante exterior, estos precios son ligeramente más altos, con un cheque promedio de \$45.00 para el almuerzo y \$50.00 para la cena. El Juice Bar ofrece una alternativa más económica con un cheque promedio de \$8.00 para el desayuno y \$7.00 para el resto del día. Estos valores se determinaron analizando los cheques promedio de la marca Cayuga y comparándolos con los de restaurantes en hoteles de Santa Cruz, como Finch Bay y Angermayer Water Front Inn. Esta diversificación de la oferta permite atender a

diferentes segmentos del mercado, desde huéspedes del hotel hasta clientes externos con distintos niveles de presupuesto.

Para calcular la afluencia al Juice Bar, se realizó un análisis basado en el flujo de visitantes a Tortuga Bay, extrayendo un porcentaje que estimara cuánta gente podría visitar nuestro Juice Bar. Este enfoque cuantitativo permitió proyectar una estimación realista del volumen de clientes, garantizando que la oferta se ajuste a la demanda esperada.

Analizando los costos departamentales, se observa que el restaurante interior tiene costos que representan el 15.49% de las ventas, mientras que en el restaurante exterior estos costos son menores, alcanzando el 5.33%. El Room Service, que comparte costos con los restaurantes, muestra costos aún más bajos, representando el 2.67% de las ventas. Por su parte, el Juice Bar tiene costos de venta que representan el 9.16% de las ventas. Estos porcentajes reflejan una estructura de costos eficiente, especialmente en el servicio exterior y el Room Service, que permiten mantener una alta rentabilidad.

La utilidad bruta de A&B experimenta un crecimiento constante, incrementándose de \$1,388,285.42 en 2025 a \$2,310,416.63 en 2035. Esta estabilidad indica una buena gestión de los costos directos, lo cual es crucial para mantener la rentabilidad a lo largo del tiempo.

En cuanto a los gastos departamentales, la nómina es el gasto más significativo, representando el 20.83% de las ventas. Otros gastos incluyen beneficios sociales, suministros, música y entretenimiento, uniformes y lavandería, que se mantienen razonablemente estables y proporcionales a lo largo del tiempo. Estos gastos, aunque importantes, están bien controlados, permitiendo una operación eficiente del departamento de A&B.

La utilidad departamental de A&B también muestra un crecimiento considerable, subiendo de \$848,245.02 en 2025 a \$2,026,893,51 en 2035, con un margen alrededor del 41.21%. Este margen indica una rentabilidad sólida, reflejando una combinación efectiva de

ventas crecientes y control de costos. La presencia del Juice Bar contribuye significativamente a esta rentabilidad, al captar clientes externos y generar ingresos adicionales.

Las ventas de A&B representan un 36.75% de los ingresos totales del hotel, superando el rango establecido por USALI, que oscila entre el 25% y el 30%. Esta diferencia se debe en gran parte a la inclusión del Juice Bar, que agrega una fuente de ingresos adicional. Sin embargo, los costos departamentales están ligeramente por encima de lo recomendado por USALI, un 21,60% de las ventas frente al 17% al 20%. Esta variación se explica por la alta concentración de personal en A&B y los costos asociados a las horas nocturnas, que elevan los gastos de mano de obra.

En resumen, el estado de resultados de A&B muestra una operación rentable y en crecimiento, con una gestión eficiente de costos y márgenes de utilidad saludables. La diversificación de la oferta, con diferentes conceptos y niveles de precios, permite atender a un público variado y maximizar las ventas. Este análisis destaca la importancia de una gestión efectiva en A&B, que contribuye significativamente a la rentabilidad total del hotel.

8.5 Estado de Resultados Condensado

ESTADO DE RECURSOS COMBINADOS	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	%	COMPORTAMIENTO REFERENCIAL EN LA INDUSTRIA HOTELERA
VENTAS DEPARTAMENTALES														
Habitaciones	\$ 1,102,222.00	\$ 1,267,758.00	\$ 1,211,073.43	\$ 1,208,823.97	\$ 1,364,904.00	\$ 1,435,107.48	\$ 1,504,278.81	\$ 1,577,864.09	\$ 1,648,426.06	\$ 1,726,044.01	\$ 1,800,585.37	\$ 1,882,000.00	16.2%	USALI O MAYOR AL 65%
Alimentos y bebidas	\$ 2,058,115.00	\$ 2,158,454.32	\$ 2,262,876.11	\$ 2,362,420.15	\$ 2,500,804.00	\$ 2,643,036.00	\$ 2,793,387.38	\$ 2,954,279.96	\$ 3,125,268.87	\$ 3,305,933.11	\$ 3,495,103.00	\$ 3,692,000.00	18.2%	ENTRE 20 % - 30%
SPA	\$ 380,000.00	\$ 388,264.24	\$ 396,447.52	\$ 404,574.35	\$ 412,660.84	\$ 420,711.16	\$ 428,734.64	\$ 437,824.20	\$ 446,882.78	\$ 455,914.43	\$ 464,928.76	\$ 474,000.00	12.0%	
Otros ingresos de Servicios	\$ 81,108.00	\$ 87,606.27	\$ 93,925.77	\$ 100,078.88	\$ 106,104.00	\$ 112,010.16	\$ 117,811.11	\$ 123,511.11	\$ 129,114.43	\$ 134,722.22	\$ 140,336.66	\$ 145,956.66	15.0%	
(A) TOTAL VENTAS DEPARTAMENTALES	\$ 4,601,545.00	\$ 5,272,126.26	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	\$ 5,128,296.64	100%	
COSTOS Y GASTOS DEPARTAMENTALES														
Habitaciones	\$ 204,071.78	\$ 200,430.81	\$ 203,039.45	\$ 271,129.05	\$ 276,522.55	\$ 281,073.07	\$ 285,395.71	\$ 290,049.03	\$ 294,633.93	\$ 299,450.04	\$ 304,193.44	\$ 309,100.00	7%	ENTRE 7% - 8%
Alimentos y bebidas	\$ 1,209,266.10	\$ 1,256,397.77	\$ 1,267,330.42	\$ 1,259,844.00	\$ 1,417,246.00	\$ 1,499,940.00	\$ 1,579,116.00	\$ 1,655,218.00	\$ 1,729,313.43	\$ 1,802,533.00	\$ 1,875,192.00	\$ 1,947,000.00	17%	ENTRE 17 % - 20%
Otros servicios	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	\$ 111,007.91	3.00%	
(B) TOTAL COSTOS Y GASTOS DEPARTAMENTALES	\$ 1,524,345.79	\$ 1,567,836.49	\$ 1,581,377.78	\$ 1,582,981.96	\$ 2,004,772.56	\$ 2,100,517.92	\$ 2,175,517.62	\$ 2,236,274.94	\$ 2,335,255.37	\$ 2,404,180.95	\$ 2,490,392.35	\$ 2,561,192.91	32.18%	ENTRE 30% - 35%
(A-B) UTILIDAD DEPARTAMENTAL	\$ 3,077,200.00	\$ 3,704,289.77	\$ 3,546,918.86	\$ 3,545,314.68	\$ 3,123,524.08	\$ 3,027,778.72	\$ 2,952,779.02	\$ 2,892,021.70	\$ 2,793,041.27	\$ 2,723,815.69	\$ 2,637,904.29	\$ 2,567,103.73	47.82%	ENTRE 65 % - 70%
GASTOS NO DISTRIBUIDOS														
Administración	\$ 147,248.82	\$ 150,341.04	\$ 153,347.80	\$ 156,414.81	\$ 159,543.11	\$ 162,733.97	\$ 165,988.65	\$ 169,308.47	\$ 172,694.59	\$ 176,148.48	\$ 179,671.45	\$ 183,263.00	2.63%	ENTRE 11% - 12%
Sistemas (SABES)	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	\$ 37,807.07	0.82%	
Laboratorio	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	0.91%	RAFAELA VEGA
Fletes	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	\$ 20,125.00	0.44%	PERSONA PERSONAL EXTRA
Mantenimiento	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	\$ 25,362.22	0.55%	ENTRE 3% - 4%
Agua y Luz Fuerza	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	\$ 333,093.79	7.20%	ENTRE 4% - 5%
(C) TOTAL GASTOS NO DISTRIBUIDOS	\$ 702,636.78	\$ 722,749.32	\$ 732,206.30	\$ 751,948.39	\$ 766,987.36	\$ 782,327.11	\$ 797,973.65	\$ 813,913.12	\$ 830,211.78	\$ 846,816.02	\$ 863,752.34	\$ 881,023.06	12.64%	ENTRE 20 % - 25%
(A-B-C) UTILIDAD ANTES DE CARGOS FIJOS	\$ 2,374,563.22	\$ 2,981,540.45	\$ 2,814,712.56	\$ 2,793,366.29	\$ 2,116,546.72	\$ 2,025,261.80	\$ 1,974,805.37	\$ 1,878,108.58	\$ 1,762,829.49	\$ 1,677,069.67	\$ 1,574,151.95	\$ 1,496,080.67	55.18%	ENTRE 34 % - 40%
Total Management Fees	\$ 794,480.00	\$ 808,840.00	\$ 823,526.67	\$ 838,383.33	\$ 853,500.00	\$ 868,976.66	\$ 884,813.32	\$ 900,920.00	\$ 917,306.66	\$ 934,073.32	\$ 951,230.00	\$ 968,776.66	15.0%	
- Carriage Fee	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00		
- Incentive Fee	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00		
- Centralized Fee	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00		
- Marketing Fee	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00		
Pago Intereses	\$ 280,440.00	\$ 282,280.00	\$ 284,120.00	\$ 286,000.00	\$ 287,920.00	\$ 289,880.00	\$ 291,880.00	\$ 293,920.00	\$ 295,999.99	\$ 298,119.98	\$ 300,280.00	\$ 302,480.00	4.00%	
Depreciación	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	\$ 484,000.00	30.70%	MÁXIMO 15%
(D) TOTAL CARGOS FIJOS	\$ 1,579,000.00	\$ 1,619,960.00	\$ 1,661,673.34	\$ 1,704,766.67	\$ 1,749,420.00	\$ 1,795,706.66	\$ 1,843,700.00	\$ 1,893,400.00	\$ 1,944,826.66	\$ 1,998,073.32	\$ 2,053,210.00	\$ 2,110,256.66	30.70%	MÁXIMO 15%
(A-B-C-D) UTILIDAD DESPUÉS DE CARGOS FIJOS	\$ 805,563.22	\$ 1,361,580.45	\$ 1,153,039.22	\$ 1,088,600.00	\$ 367,126.72	\$ 239,555.14	\$ 162,885.37	\$ 94,188.58	\$ 21,802.83	\$ -12,008.33	\$ -179,058.05	\$ -314,175.99	14.44%	
(E) VAN (TRIMESTRALIZADA)	\$ 289,704.50	\$ 388,703.91	\$ 522,309.37	\$ 684,035.46	\$ 955,952.70	\$ 1,347,886.34	\$ 1,877,863.11	\$ 2,588,243.82	\$ 3,513,906.61	\$ 4,789,434.82	\$ 6,444,974.33	\$ 8,624,974.33	15.00%	
(F) VAN IMPUESTO A LA RENTA	\$ 1,841,038.50	\$ 2,372,886.50	\$ 3,200,712.50	\$ 4,284,350.00	\$ 5,849,344.00	\$ 8,049,332.00	\$ 10,979,320.00	\$ 14,919,308.00	\$ 20,099,296.00	\$ 27,099,284.00	\$ 36,499,272.00	\$ 48,799,260.00	14.00%	
(A-B-C-D-E) UTILIDAD NETA	\$ 2,247,846.72	\$ 3,088,270.86	\$ 3,888,072.09	\$ 5,172,955.46	\$ 7,005,900.72	\$ 9,397,218.36	\$ 12,867,183.11	\$ 17,806,611.93	\$ 24,613,132.63	\$ 34,543,408.82	\$ 48,944,246.33	\$ 67,524,234.33	22.28%	ENTRE 20 % - 25%
Pago Cash	\$ 177,799.91	\$ 195,453.44	\$ 214,864.36	\$ 236,200.38	\$ 259,654.83	\$ 285,438.38	\$ 313,782.63	\$ 344,941.20	\$ 379,993.91	\$ 419,847.87	\$ 469,601.83	\$ 529,355.79	0.00%	
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NETO	\$ 111,296,715.14	\$ 1,553,538.12	\$ 1,306,830.48	\$ 1,657,281.08	\$ 1,717,095.91	\$ 1,784,149.87	\$ 2,081,022.22	\$ 2,158,523.18	\$ 2,240,545.79	\$ 2,328,274.22	\$ 2,422,403.91	\$ 2,522,146.09		
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NETO	\$ 111,296,715.14	\$ 1,553,538.12	\$ 1,306,830.48	\$ 1,657,281.08	\$ 1,717,095.91	\$ 1,784,149.87	\$ 2,081,022.22	\$ 2,158,523.18	\$ 2,240,545.79	\$ 2,328,274.22	\$ 2,422,403.91	\$ 2,522,146.09		
Tasa														
VAN	\$ 8,174,064.50													
TIR	21%													

Las ventas departamentales, que incluyen ingresos por habitaciones, alimentos y bebidas, SPA, y otros servicios, muestran un crecimiento consistente, alcanzando un total de \$6,974,433 en 2035. Los costos y gastos departamentales se mantienen dentro de los rangos esperados por USALI, representando un 32.18% de las ventas totales, lo cual es favorable comparado con el estándar de la industria que oscila entre 30% y 35%.

Los gastos no distribuidos, que incluyen administración, sistemas, laboratorios, entre otros, representan el 12.64% de las ventas totales, alineándose bien con el estándar de la industria del 11% al 13%. Es notable que los cargos fijos, incluyendo las tasas de gestión, fees incentivados, y la depreciación, constituyen el 20.70% de las ventas, ligeramente por debajo del máximo del 15% sugerido.

La utilidad neta después de impuestos y cargos fijos es positiva y creciente, llegando a \$2,147,933 en 2035, lo cual refleja una gestión eficiente y rentable. El análisis del Valor Actual Neto (VAN) de \$8,174,064.50 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 21% indican una viabilidad financiera robusta y atractiva para los inversionistas, superando el costo de capital del 12%. Estos indicadores financieros reflejan no solo la rentabilidad del proyecto,

sino también su sostenibilidad a largo plazo, destacando el potencial del hotel para generar retornos sólidos en el competitivo mercado de las Galápagos.

8.5.1 Cargos Fijos

Total Management Fees	\$	401.155,05
Cayuga Fee	\$	120.000,00
Incentive Fee	\$	130.096,16
Centralized Fee	\$	26.250,00
Marketing fee	\$	124.808,88

Mediante una entrevista con Hans Pfister, fundador y CEO de Cayuga Collection, se logró determinar la estructura de costos que Gaian, un hotel de lujo sustentable ubicado en Santa Cruz, Galápagos, debería asumir para ser administrado bajo la marca Cayuga Collection. Estos costos se desglosan en cuatro categorías principales: Cayuga Fee, Incentive Fee, Centralized Fee y Marketing Fee.

La Cayuga Fee asciende a \$120.000 mensuales, representando el cargo más significativo. Este monto cubriría los servicios centrales proporcionados por Cayuga Collection, como gestión operativa, estándares de calidad, asesoría estratégica, entre otros aspectos clave para mantener el posicionamiento de marca y la eficiencia operacional.

El Incentive Fee corresponde al 4% del GOP (Gross Operating Profit), lo cual funcionaría como un incentivo para que Cayuga Collection optimice la rentabilidad del hotel Gaian. Este porcentaje ascendería a aproximadamente \$130.096 anuales, asumiendo que el hotel genere un GOP de \$3.252.404 al año.

Adicionalmente, se aplicaría un Centralized Fee anual de \$35.000, destinado a cubrir los costos de servicios centralizados, como sistemas de reservas, plataformas tecnológicas, entre otros.

Por último, el Marketing Fee equivale al 4% del Room Revenue, es decir, de los ingresos generados específicamente por la venta de habitaciones. Suponiendo un Room Revenue anual de \$3.120.222, este cargo ascendería a \$124.808 al año. Este fee se invertiría en iniciativas de marketing y ventas para potenciar la visibilidad y atractivo del hotel Gaian en el mercado.

En resumen, para que el hotel Gaian se beneficie de ser operado por la renombrada cadena Cayuga Collection, reconocida por su enfoque en lujo sustentable, se requeriría una inversión anual total de \$401.155 en estos cargos fijos. Esta alianza estratégica permitiría a Gaian aprovechar la expertise, reputación y economías de escala de Cayuga Collection, potenciando así su posicionamiento y desempeño en el competitivo mercado hotelero de lujo en las islas Galápagos.

8.6 Flujos de Caja Operativos e Indicadores

Los flujos de caja operativos netos proyectados para el hotel Gaian durante el período 2025-2035 muestran una tendencia positiva y creciente, lo cual es un indicador sólido de la capacidad del proyecto para generar efectivo de manera sostenible. Los flujos comienzan en \$1,553,924.11 en el año 2025 y experimentan un crecimiento constante hasta alcanzar \$2,532,510.69 en el año 2035. Este incremento gradual sugiere que el hotel tiene un potencial significativo para mejorar su generación de ingresos y optimizar su eficiencia operativa a lo largo del tiempo. Además, la consistencia en el crecimiento de los flujos de caja respalda la estabilidad financiera del proyecto y su capacidad para hacer frente a sus obligaciones, incluyendo el pago del préstamo adquirido.

Para evaluar la rentabilidad del proyecto, se han calculado tres indicadores clave: el VAN, la TIR y el IR.

El VAN del proyecto es de \$8,174,064.50, lo cual indica que se espera que el hotel genere un valor presente neto positivo y significativo durante el período analizado. Este VAN positivo sugiere que el proyecto es financieramente viable y generaría valor para los inversionistas. La TIR del proyecto es del 21%, superior a la tasa de descuento del 12% utilizada para evaluar la inversión. Una TIR mayor a la tasa de descuento indica que el proyecto ofrece una rentabilidad atractiva y supera el costo de oportunidad del capital. El IR del proyecto es de 0.72, lo que significa que por cada dólar invertido, se espera generar un valor presente neto de \$0.72. Aunque un IR mayor a 1 es preferible, un IR positivo aún indica que el proyecto es rentable y genera valor.

La perpetuidad calculada para el hotel Gaian es de \$28,533,469.05. Este valor representa el valor presente de los flujos de caja esperados después del período proyectado, asumiendo un crecimiento constante a perpetuidad. Una perpetuidad positiva y significativa sugiere que se espera que el hotel continúe generando flujos de efectivo positivos a largo plazo, lo cual respalda la viabilidad y el valor sostenible del proyecto.

Basado en el análisis de los flujos de caja operativos netos y los indicadores de rentabilidad, se puede concluir que el proyecto hotelero Gaian en las Islas Galápagos presenta una viabilidad financiera sólida. Los flujos de caja positivos y crecientes, junto con un VAN positivo, una TIR superior a la tasa de descuento y una perpetuidad significativa, respaldan la rentabilidad y el valor a largo plazo del proyecto. En resumen, el análisis financiero realizado respalda la viabilidad y rentabilidad del proyecto hotelero Gaian en las Islas Galápagos.

Conclusiones

Tras un exhaustivo análisis de viabilidad financiera del proyecto hotelero Gaian, un hotel de lujo sostenible ubicado en Santa Cruz, Islas Galápagos, se ha llegado a la conclusión de que el proyecto es altamente rentable y no requiere la venta del hotel para generar ganancias significativas.

Los flujos de caja operativos netos proyectados para el período 2025-2035 demuestran la capacidad del hotel para generar un flujo de efectivo sólido y creciente. Estos flujos positivos permiten reinvertir en el proyecto y mantener su crecimiento sin la necesidad de recortar gastos o buscar fuentes adicionales de financiamiento.

Un aspecto destacable es que se espera recuperar el costo inicial de inversión a la mitad del período analizado, lo cual es un indicador contundente de la rentabilidad del proyecto. Esta rápida recuperación de la inversión respalda aún más la decisión de no vender el hotel, ya que las ganancias a largo plazo superan con creces cualquier beneficio a corto plazo que pudiera obtenerse de una venta.

Es importante señalar que el desarrollo de un hotel en las Islas Galápagos presenta desafíos únicos debido a las estrictas restricciones ambientales y la limitada disponibilidad de datos. Sin embargo, a través de una investigación exhaustiva y un análisis minucioso, se ha determinado que el hotel Gaian se alinea perfectamente con el entorno de Galápagos, sus regulaciones, su comunidad y su filosofía de sostenibilidad.

La combinación de una ubicación excepcional, un concepto de lujo sostenible y una sólida viabilidad financiera convierten al hotel Gaian en un proyecto excepcionalmente atractivo. La decisión de no vender el hotel y, en su lugar, aprovechar los flujos de efectivo

generados para reinvertir en su crecimiento y expansión futura, demuestra una visión estratégica a largo plazo y una confianza en el potencial del proyecto.

Referencias

2018-2022: Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales INEC 2022

2018-2022: Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales INEC 1.1.11 y 2023

Arquine. (2023, February 26). *Achioté, un dúo de villas sobre la selva*.

<https://arquine.com/obra/achiote-un-duo-de-villas-sobre-la-selva/>

Arrevol. (s.f.). 5 sistemas/métodos para reaprovechar y reutilizar el agua de lluvia. Recuperado de

<https://www.arrevol.com/blog/5-sistemas-metodos-para-reaprovechar-reutilizar-el-agua-de-lluvia>

Base de Datos de las especies de galápagos. CDF dataZone. (n.d.).

<https://datazone.darwinfoundation.org/es/checklist/?species=527>

Baz, J. (2022). Hilton debuta en las Islas Galápagos. Con la apertura de Royal Palm Galápagos,

Curio Collection by Hilton. <https://reporterohotelero.com/hilton-debuta-en-las-islas-galapagos-con-la-apertura-de-royal-palm-galapagos-curio-collection-by-hilton/>

BCE. (2021). LA PANDEMIA INCIDIÓ EN EL CRECIMIENTO 2020: LA ECONOMÍA

ECUATORIANA DECRECIÓ 7,8%. Recuperado de <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>

Boletín Macroeconómico Agosto 2022 ASOBANCA

Bonilla, A. (2020). VII. PUERTO AYORA: ENTRE EL TURISMO INTERNACIONAL Y LA EXPANSIÓN MEDIANTE REDES CLIENTELARES. FLACSO.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/151180-opac>

Brevo. (2023). Email Marketing Strategies. Recuperado de <https://www.brevo.com/blog/email-marketing-strategies/>

Cámara de Anunciantes de Uruguay. (s.f.) Medición cuantitativa en redes sociales. Recuperado de: <https://ecohotels.com/>

Cámara de Turismo de Galápagos. (s.f.) Alojamiento. <https://galapagostour.org/socios-capturgal/#al>

Cayuga Collection. (s.f.). Aficionados Program. Recuperado de <https://www.cayugacollection.com/aficionados-program/>

Cayuga Collection. (s.f.). Why Cayuga? Recuperado de <https://www.cayugacollection.com/why-cayuga/>

City-Facts. (s.f.) Santa Cruz <https://es.city-facts.com/santa-cruz-galapagos/population>

Condé Nast Traveler. (s.f.). 25 Summer Family Vacation Ideas. recuperado de <https://www.cntraveler.com/stories/summer-family-vacation-ideas>

Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos. (s.f.). Plan Galápagos 2030. <https://unidosporgalapagos.files.wordpress.com/2021/05/plan-galacc81pagos-2030-2.pdf>

COSEJO NACIONAL DE LA IGUALDAD DE GENERO. (2021). Recuperado de <https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/09/POBLACION-DEL-ECUADOR.pdf>

Dirección del Parque Nacional Galápagos. Informe anual de visitantes a las áreas protegidas de Galápagos del año 2021. Galápagos - Ecuador.

Dirección del Parque Nacional Galápagos. Informe anual ingreso de visitantes a las áreas protegidas de Galápagos del año 2022. Galápagos - Ecuador.

EcoHotels. (s.f.) Recuperado de <https://ecohotels.com/>

Ecuador al Mundo. (s.f.) Isla Santa Cruz Ecuador. <https://ecuadoralmundo.com/lugares/isla-santa-cruz>

EFEVERDE. (2018). La Isla Santa Cruz, en Galápagos, cuenta con nuevos bosques sustentables. <https://efeverde.com/isla-santa-cruz-galapagos-cuenta-nuevos-bosques-sustentables/>

El Telegrafo. (2023). Galápagos: Proyecto duplicará la velocidad de internet en las islas. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/actualidad/44/galapagos-proyecto-duplicara-velocidad-internet-islas>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz. (2015). Normativa para Uso de Suelo en el Área Urbana de Santa Cruz [PDF]. Recuperado de https://www.gadsantacruz.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/Doc_PDyOT_III_1_Normativa_UR_OT.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz. (2015). Normativa para Uso de Suelo en el Área Urbana de Santa Cruz [PDF]. Recuperado de https://www.gadsantacruz.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/Doc_PDyOT_III_1_Normativa_UR_OT.pdf

Gobierno de Ecuador. (s.f.). La forma más común de acceso es vía aérea. Galápagos.gob.ec. <https://galapagos.gob.ec/la-forma-mas-comun-de-acceso-es-via-aerea/>

Gobierno de Galápagos. (2017). Instructivo para la nueva infraestructura turística de Galápagos [PDF]. Recuperado de <https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/INSTRUCTIVO-NUEVA-INFRAESTRUCTURA-TURISTICA-GALAPAGOS.pdf>

Google Maps. (s.f.). Búsqueda de banco [Mapa]. Recuperado de <https://www.google.com/maps/search/banco/@-0.7446115,-90.3358597,14.5z?entry=ttu>

Google Maps. (s.f.). Búsqueda de farmacia [Mapa]. Recuperado de

<https://www.google.com/maps/search/farmacia/@-0.7400465,-90.3276023,15z/data=!4m2!2m1!6e2?entry=ttu>

Google Maps. (s.f.). Lavandería [Mapa]. Recuperado de

<https://www.google.com/maps/search/Lavander%C3%ADa+/@-0.7437615,-90.3138252,16.23z?entry=ttu>

Google Maps. (s.f.). Mercados [Mapa]. Recuperado de

<https://www.google.com/maps/search/market/@-0.7397804,-90.3185308,15.86z/data=!4m2!2m1!6e6?entry=ttu>

Guachi, V. (2023). Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Turismo.

https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/37089/1/Veronica%20Elizabeth%20Guachi%20Bimbosa%20Finall_firmado-signed-signed.pdf

Indagare. (s.f.). Recuperado de <https://indagare.com/>

Informes Anuales de Visitantes a las Áreas Protegidas de Galápagos 2018-2022 / Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica.

Ingeniotic. (s.f.) Cómo funciona Booking. Recuperado de <https://ingeniotic.com/como-funciona-booking/#:~:text=Es%20la%20plataforma%20m%C3%A1s%20usada,hacer%20sus%20reservas%20de%20alojamiento.>

Iniciativas innovadoras para la conservación y sostenibilidad en Galápagos.

<https://www.galapagos.org/noticias/nuevas-iniciativas-innovadoras-para-la-conservacion-y-sostenibilidad-en-galapagos/?lang=es>

- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2015). Censo de Población y Vivienda - GALAPAGOS 2015. GEESD.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2020). Registro Estadístico de Actividades de Salud. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/actividades-y-recursos-de-salud/>
- Instituto Superior Experimental de Santa Cruz, Galápagos. (2022). Recuperado de <https://iessenlinea.com/santa-cruz-galapagos/>
- Klassen, C. (2018). ¿Cómo retribuye el Santa Cruz II a la comunidad local de Galápagos? <https://www.metropolitan-touring.com/es/blog/cultura/como-retribuye-el-santa-cruz-ii-a-la-comunidad-galapaguena/>
- Kögl, F. (2024). ITB Berlín 2024 - La feria de turismo más importante del mundo. Recuperado de <https://chile.ahk.de/es/eventos/es-event-details/itb-berlin-2024-la-feria-de-turismo-mas-importante-del-mundo>
- La Hora. (2023). Galápagos y Pichincha son las únicas provincias con más de 40% de empleo formal. <https://www.lahora.com.ec/pais/empleo-formal-pichincha-galapagos-economia-ecuador/>
- Larenas, N. (2018). Por qué no hay vuelos directos hacia Galápagos desde el mundo. NL Arenas. <https://www.nlarenas.com/2018/10/por-que-no-hay-vuelos-directos-hacia-galapagos-desde-el-mundo/>
- Larenas. (2021). Equair: costos, horarios y frecuencias de sus vuelos. NL Arenas. Recuperado de <https://www.nlarenas.com/2021/12/equair-costos-horarios-y-frecuencias-de-sus-vuelos/>
- Lexis. (2015). Reglamento de alojamiento turístico. <https://galapagostour.org/wp-content/uploads/2019/12/REGLAMENTO-ALOJAMIENTO-GALAPAGOS-VIGENTE.pdf>

Manchego, G. (2023). 14 cosas que hacer en la Isla Santa Cruz (con mapa). Recuperado de

<https://quitotourbus.com/14-cosas-que-hacer-en-la-isla-santa-cruz-con-mapa/blog>

Martinez, J. C., Causton, C. E., & Darwin, F. C. (2007). Análisis del riesgo asociado a las operaciones y rutas aéreas al Archipiélago de Galápagos.

Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2022). Informe Anual 2021.

[https://www.galapagos.gob.ec/wp-](https://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/rendicioncuentas/INFORME_ANUAL_VISITANTES_2021_2.pdf)

[content/uploads/downloads/2022/rendicioncuentas/INFORME_ANUAL_VISITANTES_2021_2.pdf](https://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/rendicioncuentas/INFORME_ANUAL_VISITANTES_2021_2.pdf)

Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2023). Informe Anual 2022.

[https://galapagos.gob.ec/wp-](https://galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/INFORME_ANUAL_VISITANTES_2022_DUP.pdf)

[content/uploads/2023/02/INFORME_ANUAL_VISITANTES_2022_DUP.pdf](https://galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/INFORME_ANUAL_VISITANTES_2022_DUP.pdf)

Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2023). Informe Anual 2022.

Ministerio de Educación del Ecuador. (2020). Protocolo de bioseguridad para el retorno progresivo a clases en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19. Recuperado de

<https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/05/20D01.pdf>

Ministerio de gobierno. (s.f.) Galápagos tendrá sus primeras Unidades de Policía Comunitaria.

<https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/galapagos-tendra-sus-primeras-unidades-de-policia-comunitaria-2/>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2017). Establecimientos de Salud de Primer Nivel

autorizados [PDF]. Recuperado de [https://www.salud.gob.ec/wp-](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/Establecimientos-de-Salud-de-Primer-Nivel-autorizados_Calificadores-1.pdf)

[content/uploads/2017/04/Establecimientos-de-Salud-de-Primer-Nivel-autorizados_Calificadores-1.pdf](https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/Establecimientos-de-Salud-de-Primer-Nivel-autorizados_Calificadores-1.pdf)

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). Ley Orgánica de Régimen Especial de Galápagos [PDF].

Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LOREG-11-06-2015.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). Reglamento de Alojamiento Turístico de Galápagos

[PDF]. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/11/REGLAMENTO-ALOJAMIENTO-TURISTICO-GALAPAGOS.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). Reglamento de Alojamiento Turístico de Galápagos

[PDF]. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/11/REGLAMENTO-ALOJAMIENTO-TURISTICO-GALAPAGOS.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). Café de Galápagos: Aroma y sabor para descubrirlo en

este feriado. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/cafe-de-galapagos-aroma-y-sabor-para-descubrirlo-en-este-feriado/>

Ministerio de Turismo. (2024). Consolidado Nacional 2024.

Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2018). Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales

Protegidas [PDF]. Recuperado de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento-Especial-de-Turismo-en-Areas-Naturales-Protegidas.pdf>

Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2022). En Galápagos se desarrolla proyecto

de siembra de corales para restaurar ecosistemas. <https://www.ambiente.gob.ec/en-galapagos-se-desarrolla-proyecto-de-siembra-de-corales-para-restaurar-ecosistemas/>

Ministerio del Ambiente. (2019). Informe Anual 2018. <https://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/INFORME-ANUAL-DE-VISITANTES-A-LAS-ÁREAS-PROTEGIDAS-DE-GALÁPAGOS-2018.pdf>

Ministerio del Ambiente. (2020). Informe Anual 2019. <https://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/INFORME-ANUAL-DE-VISITANTES-2019.pdf>

Ministerio del Ambiente. (2021). Informe Anual 2020. https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/Informe_anual_visitantes_2020_V_final_DEAPs.pdf

Observatorio de Turismo Galápagos. (2019). Informe de Capacidad Instalada 2019. https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/Informe_Capacidad_Instalada_Galápagos_2019_VF.pdf

Observatorio de Turismo Galápagos. (2020). Informe de Capacidad Instalada 2020. https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Informe_Capacidad_Instalada_Galápagos_abril-2020_vf.pdf

Observatorio Galápagos. (2020). Informe de Capacidad Instalada Galápagos 2019 [PDF]. Recuperado de https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/Informe_Capacidad_Instalada_Gal%C3%A1pagos_2019_VF.pdf

Plan V. (2015). Las Islas Galápagos: ¿a la venta para los súper ricos? <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/islas-galapagos-la-venta-super-ricos>

Proyecto CEELA. (2023). Galápagos se prepara para un futuro sostenible: Talle de Consulta Pública sobre Estándares de Edificación. <https://proyectoceela.com/index.php/2023/07/18/galapagos-se-prepara-para-un-futuro-sostenible-taller-de-consulta-publica-sobre-estandares-de-edificacion/>

Regenerative Travel. (s.f.). About. Recuperado de <https://www.regenerativetravel.com/about/>

Restaurante ICHE. (s.f.). Arquitectura. Recuperado de <https://restaurante.iche.ec/#arquitectura>

Reviewpro. (s.f.). Better Guest Reviews. Recuperado de

<https://reviewpro.shijigroup.com/benefits/better-guest-reviews>

Revista Elements. (2020). Estudio de percepción multitemporal del desplazamiento y cambio de uso de suelo en Puerto Ayora. En *Altas Resoluciones*, 6. Recuperado de

https://issuu.com/revistaelements/docs/v05elements6-ago-oct2020-okalta_20resoluci_c3_b3n

Revista Elements. (2020). Estudio de percepción multitemporal del desplazamiento y cambio de uso de suelo en Puerto Ayora. En *Altas Resoluciones*, 6. Recuperado de

https://issuu.com/revistaelements/docs/v05elements6-ago-oct2020-okalta_20resoluci_c3_b3n

Samco Technologies. (s.f.). What is a biological wastewater treatment system & how does it work?

Recuperado de <https://samcotech.com/what-is-a-biological-wastewater-treatment-system-how-does-it-work/>

Sandos México. (2022). Reporte de Sostenibilidad 2022 [PDF]. Recuperado de

<https://www.sandos.com/sites/default/files/2022->

[11/221130_REPORTE_DE_SOSTENTABILIDAD_SANDOS_ME%CC%81XICO_2022.pdf](https://www.sandos.com/sites/default/files/2022-11/221130_REPORTE_DE_SOSTENTABILIDAD_SANDOS_ME%CC%81XICO_2022.pdf)

f

Silva, A. (2017) 6 herramientas para gestionar Pinterest para tu negocio. Recuperado de

<https://www.posicionamientoweb.systems/redes-sociales/herramientas-gestionar-pinterest-infografia/>

Singh, N. (2020). Ecuador adjudicará este año nuevo proyecto fotovoltaico con almacenamiento en las Islas Galápagos. <https://www.energiaestrategica.com/ecuador-adjudicara-este-ano-un-nuevo-proyecto-fotovoltaico-con-almacenamiento-en-las-islas-galapagos/>

STR, 2022

SwissInfo (2021). El Gobierno de Ecuador adjudica proyecto fotovoltaico en Galápagos. <https://www.swissinfo.ch/spa/el-gobierno-de-ecuador-adjudica-proyecto-fotovoltaico-en-galapagos/46904962>

TabletHotels. (s.f.) Recuperado de <https://www.tablethotels.com/es/sustainability>

Ugreen. (2023). The benefits of building with rammed earth: Durability, sustainability, and energy efficiency. Recuperado de <https://ugreen.io/rammed-earth-a-modern-twist-on-an-ancient-technique/#:~:text=In%20conclusion%2C%20rammed%20earth%20is%20a%20unique%20a%20and%20highly%20sustainable,heat%2C%20resulting%20in%20energy%20savings.>

Universal Weather. (2015). Business Aircraft Operations to the Galapagos Islands, Part 2: Operating Considerations. Universal Weather and Aviation. <https://www.universalweather.com/blog/business-aircraft-operations-to-the-galapagos-islands-part-2-operating-considerations/>

Valenzuela, A. (2020). Estudio de percepción multitemporal del desplazamiento y cambio de uso de suelo en Puerto Ayora. https://issuu.com/revistaelements/docs/v05elements6-ago-oct2020-okalta_20resoluci_c3_b3n/s/11270678

Verdezoto, N. (2014). Construcción se acelera en las islas Galápagos.

<https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/construcciones-edificios-hoteles-galapagos-controles.html>

Wedding Expo. (s.f.) Recuperado de <https://www.tcewedding.com.my/>

Who we are. Fundación Kara Solar. (n.d.). <https://karasolar.com/who-we-are>

Writtent. (2024). 10 metrics to track your newsletter content success. Recuperado de

<https://writtent.com/blog/10-metrics-to-track-your-newsletter-content-success/>

Zhujii-World.com (2024). Puerto Ayora. <https://es.zhujiworld.com/ec/1929205-puerto-ayora/#details>