

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Proyecto de Viabilidad Hotelera:

Hotel Gemelan

Gema Salomé Morillo Tapia

Hernán Sebastián Dillon Granda

Hospitalidad y Hotelería

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

Quito, 13 de mayo de 2025

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Proyecto de Viabilidad Hotelera:
Hotel Gemelan

Gema Salomé Morillo Tapia

Hernán Sebastián Dillon Granda

Nombre del profesor, título académico. Santiago Rafael Villota, PHD

Quito, 13 de mayo de 2025

© 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: Gema Salomé Morillo Tapia

Código: 00324968

Cédula de identidad: 1105216772

Nombres y apellidos: Hernán Sebastián Dillon Granda

Código: 00210568

Cédula de identidad: 1724371743

Lugar y fecha: Quito, 13 de mayo de 2025

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mi abue Yadira y mi mami Paula, ellas fueron el estandarte y el impulso que me trajo hasta aquí.

También es para todas las personas que me acompañaron en el camino: mi familia, mis profes, mis amigas, que con su apoyo y su confianza en mí hicieron que esto fuera posible.

Gracias por estar.

Gema

DEDICATORIA

Expreso mi más sincero y profundo agradecimiento a quienes han sido mi fuerza inquebrantable a lo largo de este proceso académico y personal. A mis padres, Hernán Patricio Dillon Cueva y María Augusta Granda López, por ser fuente permanente de inspiración, guía y fortaleza, y por haberme inculcado los valores que hoy me definen. A mis hermanos, José Alejandro Dillon Granda y Claudia Emilia Dillon Granda, por su cercanía, aliento constante y por acompañarme con afecto en cada etapa de este recorrido.

A mi compañera de vida, Camila Alejandra Ordóñez Orti, cuyo apoyo incondicional, comprensión y confianza en mis capacidades fueron fundamentales para sostenerme en los momentos de mayor exigencia. A mis tíos, Tania Dillon y Mario Román, por su respaldo afectivo y estímulo continuo. A Miriam Yusca, por su inestimable acompañamiento moral, su dedicación y por haber contribuido con serenidad y apoyo emocional en este proceso.

Extiendo también mi gratitud a Gema Salomé Morillo Tapia, con quien compartí el desarrollo de este trabajo de titulación, por su compromiso, profesionalismo y colaboración constante.

A los docentes de la Facultad de Hospitalidad, Hotelería y Turismo de la Universidad San Francisco de Quito, mi más profundo reconocimiento por su excelencia académica, su vocación formadora y el acompañamiento riguroso que me ha permitido alcanzar este logro.

Finalmente, a la Universidad San Francisco de Quito, por brindarme una educación de alto nivel, por abrirme las puertas a un futuro profesional prometedor, y por haberme concedido el honor de obtener este prestigioso título.

Hernán Sebastián

RESUMEN

Este proyecto de viabilidad hotelera hace referencia a *Gemelan*, un hotel independiente de 3 estrellas y 30 habitaciones, diseñado para construirse en un terreno de 11.000 m² en Puerto Ayora, Santa Cruz, Galápagos. Bajo un modelo operativo tipo *select service*, *Gemelan* propone una experiencia que equilibra lo esencial y lo acogedor, pensada para el turista nacional que busca comodidad, sentido y conexión con el entorno. Inspirado en los cráteres Los Gemelos y el cormorán no volador —símbolos del equilibrio y la autenticidad—, el proyecto plantea una oferta con propósito que invita a repensar la forma en que habitamos los destinos naturales.

En el desarrollo de este estudio se presenta un análisis del contexto macroeconómico del país, la realidad turística y social de la isla, y el potencial del mercado nacional. Además, se detalla el diseño arquitectónico del hotel, su propuesta de valor, estrategia de marketing, estructura operativa, modelo de sostenibilidad y proyecciones financieras. Todo el planteamiento se construye con base en las restricciones reales del contexto insular y responde a las oportunidades que ofrece un turismo más consciente y responsable.

Palabras clave: Galápagos, hotel sostenible, turismo nacional, viabilidad hotelera, *select service*, *Gemelan*.

ABSTRACT

This hotel feasibility project refers to *Gemelan*, a 3-star independent hotel with 30 rooms to be developed on an 11,000 m² plot in Puerto Ayora, Santa Cruz, Galápagos. Operating under a *select service* model, *Gemelan* offers an experience that balances comfort and meaning, designed for Ecuadorian travelers seeking purposeful stays and a deeper connection with nature. Inspired by the Los Gemelos craters and the flightless cormorant—symbols of balance and authenticity—the project presents a reflective and responsible hospitality alternative within a unique ecological setting.

This study includes an analysis of the national macroeconomic environment, the touristic and social conditions of Santa Cruz, and the potential of the domestic market. It also outlines the hotel's architectural concept, value proposition, marketing strategy, operational structure, sustainability model, and long-term financial projections. The entire plan is built considering the logistical and environmental constraints of the islands, aiming to align with global trends in conscious and sustainable tourism.

Key words: Galápagos, sustainable hotel, national tourism, hotel feasibility, *select service*, *Gemelan*.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	4
RESUMEN	5
ABSTRACT.....	6
ÍNDICE.....	7
CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE MERCADO.....	10
1.1 Diagnóstico Macroeconómico del Ecuador	10
1.2 Sector Turístico Nacional.....	11
1.3 Oferta Hotelera Nacional y Realidad del Sector	13
1.4 Análisis Conectividad y Percepción País	14
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UN PROYECTO HOTELERO.....	14
2.1 Historia del Sector.....	15
2.2 Mapa y Límites sectoriales para el análisis	18
2.3 Uso de tierras.....	19
2.4 Leyes y regulaciones.....	20
2.5 Desarrollo a futuro.....	24
2.6 Características de la zona	25
2.7 Generadores de demanda.....	28
2.8 Análisis FODA del Sector	30
2.9 Área del mercado.....	34
CAPÍTULO 3: CONCEPTO Y CREACIÓN DE LA MARCA	37
3.1 Concepto, visión, misión y valores.....	38
3.1.1 Concepto.....	38
3.1.2 Promesa de servicio.....	38
3.1.3 Misión	38
3.1.4 Visión	38
3.1.5 Valores.....	38
3.2 Personalidad y atributos de marca	39
3.3 Imagen y posicionamiento deseado.....	39
3.4 Manifiesto.....	39
3.5. Identidad visual y estilo de marca	40
3.5.1 Naming	40
3.5.2 Logotipo	40

3.5.3 Slogan.....	41
3.5.4 Colores.....	41
3.5.5 Tipografía.....	42
3.6 Estándares de diseño interior y exterior	42
3.6.1 Diseño exterior	42
3.6.2 Diseño interior.....	43
<i>CAPÍTULO 4: PLAN DE SOSTENIBILIDAD HOTELERA</i>	<i>44</i>
<i>CAPÍTULO 5: TARIFAS.....</i>	<i>48</i>
5.1 Nomina	50
5.2 Segmento	51
5.3 Análisis de la competencia	55
5.5 Composición de la tarifa.....	60
5.6 Análisis Final sobre la Estructura del Hotel y Estrategia de Precios de hotel Gemelan	62
<i>CAPÍTULO 6: CANALES DE DISTRIBUCIÓN</i>	<i>67</i>
<i>CAPÍTULO 7: PRESUPUESTO DE CAPITAL</i>	<i>73</i>
7.1 Áreas comunes	75
7.1.1 Equipamiento del Lobby Principal.....	75
7.1.2 Equipamiento de Oficinas Administrativas.....	76
7.1.3 Equipamiento de los Baños Públicos del Lobby.....	77
7.1.4 Equipamiento de los Baños del Personal de Oficina	77
7.2 Habitaciones.....	78
7.3 Área A&B	80
7.4 Facilities.....	81
7.5 Diseño & equipamiento	83
7.6 Ventas & Marketing	85
7.7 Recursos humanos	88
<i>CAPÍTULO 8: RESULTADOS FINANCIEROS Y ANÁLISIS ECONÓMICO</i>	<i>90</i>
8.1 Inversión inicial del proyecto	90
8.2 Proyección de ingresos por habitaciones	91
8.3 Proyección de ingresos por alimentos y bebidas	91
8.4 Estado de resultados y márgenes.....	92
8.5 Indicadores financieros.....	92
<i>BIBLIOGRAFÍA.....</i>	<i>94</i>

INTRODUCCIÓN

Desarrollar un proyecto hotelero en las Islas Galápagos implica enfrentarse a un contexto único. Este archipiélago, reconocido a nivel mundial por su biodiversidad y declarado Patrimonio Natural de la Humanidad, concentra una realidad compleja: un ecosistema frágil, regulaciones estrictas, una infraestructura limitada y un crecimiento demográfico controlado. Todo esto convierte cualquier iniciativa turística en un reto que va más allá de la planificación tradicional.

A esto se suma la situación del país en general. Ecuador, como nación, atraviesa una serie de desafíos económicos, políticos y sociales que afectan directamente la percepción del destino, la inversión y la movilidad. Por tanto, todo proyecto debe entender el entorno nacional tanto como el insular, considerando variables que van desde el riesgo país hasta el comportamiento del turista local.

En este contexto, este estudio analiza las condiciones necesarias para que un proyecto hotelero en Galápagos sea factible, empezando desde lo macro hasta llegar a lo territorial, evaluando tanto los riesgos como las oportunidades que este destino representa.

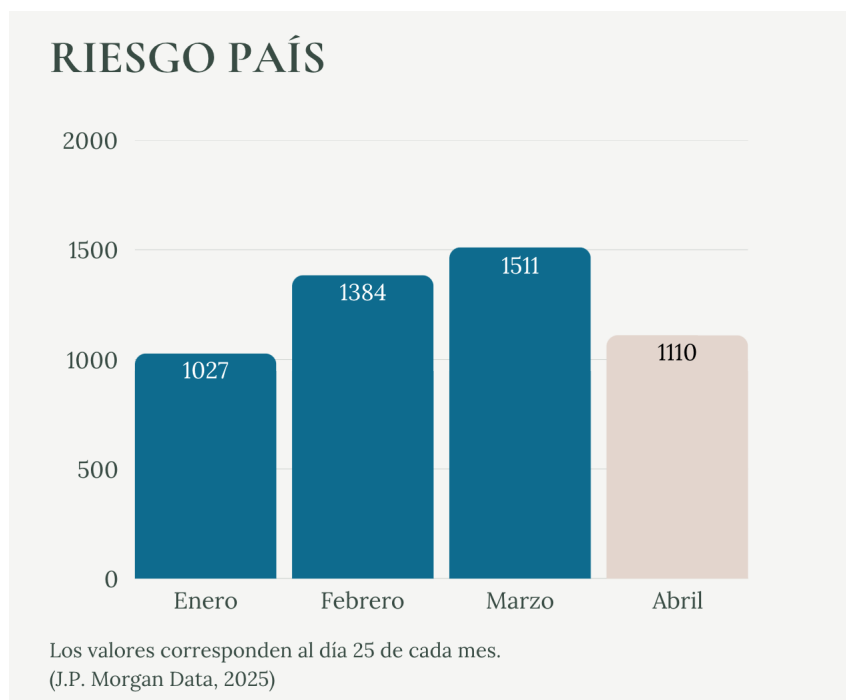
CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE MERCADO

1.1 Diagnóstico Macroeconómico del Ecuador

La República del Ecuador es un país andino y ecuatorial, atravesado por la Cordillera de los Andes y dividido geográficamente en cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos. Esta ubicación le otorga una biodiversidad excepcional y una variedad de climas que favorecen el turismo, pero también implica desafíos en conectividad y logística (INEC, 2022; INAMHI, 2025).

Desde la adopción del dólar estadounidense como moneda oficial en el año 2000, Ecuador ha mantenido una inflación controlada (2,2 % en 2023), lo cual le otorga una relativa estabilidad de precios frente a sus pares regionales (Banco Central del Ecuador BCE, 2024). No obstante, esta dolarización también limita su política monetaria, dejando al Estado dependiente de herramientas fiscales, inversión extranjera y la evolución del dólar en los mercados internacionales (Análisis Profundo de la República del Ecuador, 2024).

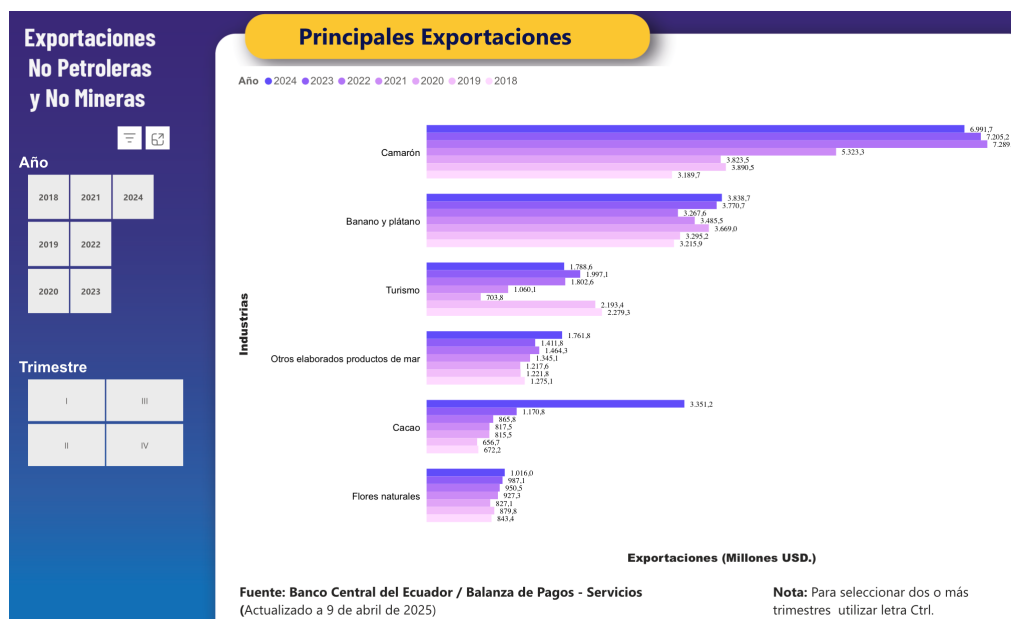
El riesgo país, que alcanzó picos históricos postpandemia, se mantuvo por encima de los 1.500 puntos básicos a abril de 2025, reflejando la percepción negativa de los inversionistas ante un contexto de violencia, corrupción, inestabilidad política y crisis institucional (EMBI, 2025; BCE, 2024).



A pesar de este panorama, la inflación ha permanecido baja y estable gracias a la dolarización, lo que ha evitado la pérdida del poder adquisitivo y genera un entorno de relativa confianza frente a otras economías de la región (BCE, 2024).

1.2 Sector Turístico Nacional

En 2023, el turismo generó USD 1.788,6 millones en exportaciones, posicionándose como la tercera exportación no petrolera y no minera del país, solo por detrás del camarón y el banano (Banco Central del Ecuador, 2025).



No obstante, el sector aún no alcanza los niveles prepandemia. Las causas van desde la pérdida de conectividad aérea nacional (con la quiebra de Equair en 2023), hasta el deterioro de la imagen país por la crisis de seguridad. Ecuador fue declarado el país más violento de Latinoamérica en 2023 (Primicias, 2023), lo cual ha afectado la decisión de viaje de los turistas internacionales, que optan por destinos más seguros o cercanos.

El cambio de comportamiento del turista posterior a la pandemia también es relevante. Ahora se priorizan viajes cortos, seguros y con experiencias únicas. A esto se suma una mayor sensibilidad hacia el impacto social y ambiental del turismo, dando paso al perfil del “turista sostenible” (Galápagos Center, 2023).

A nivel gubernamental, se han impulsado políticas para dinamizar el sector, como la reducción del IVA al 8 % para actividades turísticas y exenciones al impuesto a la renta para empresas del sector hasta 2024 (SRI, 2024). Sin embargo, la falta de continuidad y ejecución de estas políticas, sumada a la débil institucionalidad y la crisis política, han limitado sus efectos.

1.3 Oferta Hotelera Nacional y Realidad del Sector

Según STR (2023), la ocupación hotelera nacional se mantiene entre el 56 % y el 60 %, sin estacionalidad marcada, salvo por feriados y vacaciones escolares. La reactivación ha sido lenta y desigual: mientras Quito y Guayaquil reportan una ligera recuperación, destinos como Galápagos han visto una recuperación más sólida, aunque limitada por las regulaciones ambientales y logísticas (Ministerio de Turismo, 2023).

Country	Month	Year	RoomsSupply	RoomsDemand	RoomsRevenue	OCC	ADR	RevPAR
Ecuador	01	2021	322.741	82.256	\$5.199.200	25,49%	\$63,21	\$16,11
Ecuador	02	2021	291.508	86.706	\$5.410.949	29,74%	\$62,41	\$18,56
Ecuador	03	2021	322.741	108.398	\$6.855.136	33,59%	\$63,24	\$21,24
Ecuador	04	2021	312.330	95.542	\$5.949.271	30,59%	\$62,27	\$19,05
Ecuador	05	2021	330.677	109.852	\$6.430.616	33,22%	\$58,54	\$19,45
Ecuador	06	2021	320.010	129.632	\$8.438.446	40,51%	\$65,10	\$26,37
Ecuador	07	2021	330.739	148.989	\$10.299.662	45,05%	\$69,13	\$31,14
Ecuador	08	2021	334.645	161.755	\$11.231.465	48,34%	\$69,44	\$33,56
Ecuador	09	2021	323.850	155.812	\$11.147.451	48,11%	\$71,54	\$34,42
Ecuador	10	2021	335.110	170.566	\$12.980.383	50,90%	\$76,10	\$38,73
Ecuador	11	2021	328.620	183.228	\$14.342.030	55,76%	\$78,27	\$43,64
Ecuador	12	2021	339.574	149.977	\$11.782.539	44,17%	\$78,56	\$34,70
Ecuador	01	2022	340.566	129.086	\$9.506.758	37,90%	\$73,65	\$27,91
Ecuador	02	2022	307.608	161.377	\$12.199.907	52,46%	\$75,60	\$39,66
Ecuador	03	2022	340.566	193.134	\$15.282.648	56,71%	\$79,13	\$44,87
Ecuador	04	2022	330.120	187.622	\$15.719.923	56,83%	\$83,79	\$47,62
Ecuador	05	2022	341.124	199.794	\$16.536.148	58,57%	\$82,77	\$48,48
Ecuador	06	2022	330.120	170.268	\$14.655.284	51,58%	\$86,07	\$44,39
Ecuador	07	2022	341.558	191.002	\$16.748.253	55,92%	\$87,69	\$49,03
Ecuador	08	2022	341.558	209.588	\$18.616.082	61,36%	\$88,82	\$54,50
Ecuador	09	2022	330.540	206.114	\$17.977.602	62,36%	\$87,22	\$54,39
Ecuador	10	2022	341.558	240.890	\$24.750.382	70,53%	\$102,75	\$72,46
Ecuador	11	2022	330.540	213.367	\$19.874.307	64,55%	\$93,15	\$60,13
Ecuador	12	2022	342.643	176.808	\$16.489.353	51,60%	\$93,26	\$48,12
Ecuador	01	2023	342.643	181.077	\$16.485.150	52,85%	\$91,04	\$48,11
Ecuador	02	2023	313.264	184.749	\$16.868.260	58,98%	\$91,30	\$53,85
Ecuador	03	2023	346.797	213.362	\$19.446.967	61,52%	\$91,15	\$56,08
Ecuador	04	2023	335.610	197.229	\$18.382.643	58,77%	\$93,20	\$54,77
Ecuador	05	2023	346.797	196.274	\$18.054.847	56,60%	\$91,99	\$52,06
Ecuador	06	2023	342.090	210.972	\$19.815.012	61,67%	\$93,92	\$57,92
Ecuador	07	2023	353.493	222.246	\$21.132.459	62,87%	\$95,09	\$59,78
Ecuador	08	2023	353.493	193.624	\$17.567.908	54,77%	\$90,73	\$49,70
Ecuador	09	2023	341.130	196.969	\$17.189.165	57,74%	\$87,27	\$50,39
Ecuador	10	2023	352.501	212.248	\$19.448.250	60,21%	\$91,63	\$55,17
Ecuador	11	2023	341.130	222.828	\$20.812.476	65,32%	\$93,40	\$61,01
Ecuador	12	2023	352.501	175.922	\$16.715.821	49,91%	\$95,02	\$47,42

El turismo nacional ha cobrado más relevancia en los últimos años. Según Diario El Universo (2022), los ecuatorianos priorizan destinos internos durante sus vacaciones, lo cual representa una oportunidad para proyectos hoteleros accesibles y bien conectados con la oferta turística local.

1.4 Análisis Conectividad y Percepción País

En abril de 2025, Ecuador cuenta con una limitada red aérea nacional: solo dos aerolíneas internacionales operan vuelos regulares a Galápagos (Avianca y LATAM), y no existe ninguna aerolínea nacional en funcionamiento tras la salida de Equair en 2023 (Primicias, 2024). La pérdida de conectividad y la falta de inversión en infraestructura logística representan obstáculos para el desarrollo turístico, en especial hacia destinos insulares como Galápagos.

Además, la percepción internacional de Ecuador ha sido afectada negativamente por noticias relacionadas con violencia, narcotráfico, corrupción y crisis política. Esta imagen deteriorada impacta directamente en la competitividad turística del país.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UN PROYECTO HOTELERO

Comprender el entorno en el que se desarrollará un proyecto hotelero resulta fundamental para su planificación estratégica y posterior implementación. Por ello, el segundo capítulo se dedica a un estudio exhaustivo de Puerto Ayora, en la Isla Santa Cruz, uno de los destinos más emblemáticos del archipiélago de Galápagos. Este análisis incluye una revisión de la evolución histórica de la zona, el uso actual del suelo y las regulaciones que rigen el desarrollo urbano y de infraestructura. Además, se profundiza en la trayectoria y características del sector hotelero local, identificando sus principales tendencias, desafíos y oportunidades. Finalmente, se abordan los distintos factores

que actúan como generadores de demanda turística, entendiendo su impacto en el desarrollo económico y en la dinámica del sector servicios dentro del área.

2.1 Historia del Sector

Puerto Ayora, situada en la Isla Santa Cruz, de la región insular del Ecuador conocida como las islas Galápagos, es la ciudad más grande del archipiélago con una población aproximada de 15,000 habitantes según los censos de Ecuador en 2024, y sobresale como el corazón turístico, científico y cultural. La Isla Santa Cruz recibió su nombre de los exploradores españoles en el año 1535 en honor a la Santa Cruz del cristianismo, siguiendo la tradición de nombrar lugares con referencias religiosas durante sus expediciones en el siglo XVI. Las islas Galápagos pertenecieron a la república del Ecuador en el año 1832 y se las conocía como el archipiélago de Colón. Puerto Ayora, por su parte, debe su nombre a Isidro Ayora, presidente de Ecuador entre 1926 y 1931, quien impulsó el desarrollo del país y fomentó la exploración y asentamiento en Galápagos. Durante la Segunda Guerra Mundial 1939-1945, Estados Unidos estableció una base militar en la isla vecina de Baltra, situada al norte de Santa Cruz, para proteger el Canal de Panamá de posibles ataques. Aunque Baltra y Santa Cruz son islas diferentes, este hecho impactó directamente a Santa Cruz, ya que muchos de los materiales y estructuras que dejaron los estadounidenses fueron aprovechados por los habitantes de Puerto Ayora para desarrollar la ciudad. Tras la guerra, esta base fue cerrada, pero la infraestructura quedó, y muchas familias locales comenzaron a utilizarla para mejorar sus viviendas y crear nuevas instalaciones. Además, la conexión entre Santa Cruz y Baltra a través del Canal de Itabaca se convirtió en una de las rutas clave para el transporte de personas y mercancías dentro del archipiélago, ayudando a Puerto Ayora a crecer económicamente. Con el tiempo, Puerto Ayora, que abarca aproximadamente 7.5 km² que representan 750 hectáreas, se ha convertido en el centro económico y turístico del archipiélago, atrayendo a pescadores, investigadores y viajeros, en gran parte gracias a la Estación Científica

Charles Darwin y su papel en la conservación del ecosistema único de las islas. Su desarrollo ha sido constante desde principios del siglo XX, siendo un punto clave para aquellos que visitan las islas. La gente de Puerto Ayora pertenece principalmente a la clase trabajadora y media, con su vida girando en torno al turismo, la pesca y el comercio de tal manera que la vida cotidiana en Puerto Ayora nos indica un equilibrio entre el dinamismo del turismo y la tranquilidad de una comunidad insular. Los residentes, muchos de los cuales trabajan en actividades relacionadas al turismo, como guías naturalistas, operadores de tours y personal en hoteles y restaurantes, comienzan su día desde muy temprano. En cuanto al mercado local, ubicado cerca del puerto, cobra vida desde la madrugada, ofreciendo pescados frescos, productos agrícolas de las zonas altas de Santa Cruz y artesanías hechas a mano, de igual manera que los pescadores venden directamente sus capturas en el "Mercado de los Lobos Marinos", un sitio emblemático donde lobos marinos y pelícanos comparten el espacio con los vendedores y turistas. La economía de Puerto Ayora gira en torno al turismo, que representa más del 75% de las actividades económicas. Las excursiones diarias a los sitios cercanos, como la Playa Tortuga Bay, la Bahía de la Academia y Las Grietas, son populares tanto para turistas como para locales. Estas actividades incluyen buceo con snorkel, kayak, senderismo y observación de especies icónicas como tortugas gigantes, tiburones de punta blanca y aves endémicas. La estación Científica Charles Darwin, ubicada en el corazón de la ciudad, no solo atrae a investigadores, sino también a visitantes interesados en aprender sobre los programas de conservación, como la restauración de hábitats y la crianza de tortugas en cautiverio. Por las tardes, la Avenida Charles Darwin, la principal vía turística de la ciudad, se convierte en un punto de encuentro para los habitantes locales y turistas, con cafés al aire libre, restaurantes especializados en mariscos y pequeños comercios que venden recuerdos y productos típicos. Culturalmente, Puerto Ayora es un lugar repleto de tradiciones locales y dinámicas globales.

Aunque las islas no cuentan con tradiciones ancestrales profundas, las fiestas comunitarias, como el Día de Galápagos, el 12 de febrero, y los eventos deportivos en la cancha central del pueblo son momentos de unión. En estos eventos, se realizan competencias, bailes y ferias gastronómicas que destacan platos como el ceviche de camarón, pescado a la parrilla y sopas de mariscos. Otro aspecto único de la vida diaria es la participación de los residentes en la conservación ambiental. Muchos son voluntarios en programas de limpieza de playas y educación ambiental, mientras que otros desarrollan pequeños emprendimientos sostenibles, como la fabricación de jabones y cosméticos naturales. En cuanto al entorno económico, aunque fuertemente influenciado por el turismo, también incluye actividades como la pesca artesanal, el transporte marítimo y la agricultura en las zonas altas de Santa Cruz, donde se producen plátanos, café y frutas tropicales. Las iniciativas gubernamentales y privadas, como las Ferias del Encuentro, fomentan la economía local ofreciendo espacios para la venta de productos artesanales y alimentos. En este contexto, Puerto Ayora combina un estilo de vida relajado con oportunidades económicas dinámicas y desafíos de sostenibilidad, lo que lo convierte en un lugar único y estratégico para proyectos innovadores como un hotel que integre el lujo con la conservación ambiental y la experiencia cultural de Galápagos. Los hoteles en Puerto Ayora abarcan una gran cantidad de estilos y categorías, partiendo desde alojamientos boutique y ecológicos hasta opciones de lujo que aportan tanto económicamente como ambientalmente por su compromiso con la sostenibilidad. Muchos hoteles están diseñados para integrarse con el entorno natural, utilizando materiales locales como madera y piedra volcánica, y ofreciendo servicios que reducen el impacto ambiental, como sistemas de energía solar y reciclaje de agua. Entre las opciones más destacadas están los ecolodges ubicados en las zonas altas, que brindan vistas panorámicas del archipiélago y experiencias inmersivas en la naturaleza, y los hoteles frente al mar, que ofrecen acceso directo a la bahía y

El área de estudio se enmarca dentro de la zona urbana consolidada de Puerto Ayora, considerada el principal centro económico, turístico y social de la isla Santa Cruz. Esta delimitación responde

no solo a su densidad poblacional y su concentración de servicios, sino también a su papel como puerta de entrada al turismo en Galápagos. Se excluye deliberadamente el barrio El Mirador, al presentar una configuración predominantemente residencial sin relevancia directa para la competencia hotelera o el análisis de atractivos turísticos. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Santa Cruz (GAD Santa Cruz, 2019), Puerto Ayora alberga el 74% de la población total de la isla y concentra cerca del 82% de la infraestructura destinada al comercio, alojamiento y servicios públicos. Además, estudios del Observatorio Turístico de Galápagos (2022) señalan que más del 85% de los flujos turísticos que arriban a Santa Cruz pernoctan o circulan por Puerto Ayora, reafirmando su papel como eje estratégico para inversiones hoteleras. A nivel nacional, el INEC (2020) ratifica que esta parroquia presenta una dinámica urbana significativamente superior al resto de la isla, cuyas parroquias rurales —como Bellavista y Santa Rosa— mantienen un enfoque agrícola y disperso. Esta configuración convierte a Puerto Ayora en el espacio ideal para proyectos hoteleros con visión estratégica de largo plazo.

2.3 Uso de tierras

El área analizada presenta un uso de suelo mixto con una clara orientación hacia la actividad turística y residencial, lo que refleja el carácter urbano y estratégico de Puerto Ayora como núcleo principal de Santa Cruz. Dentro del perímetro, se observa una alta densidad de servicios vinculados al turismo, con 69 alojamientos formales (hostales, hoteles) y 40 restaurantes, lo que indica una vocación comercial fuerte enfocada en atender la demanda de visitantes nacionales e internacionales. Además, la presencia de 20 propiedades registradas como Airbnb evidencia una expansión del modelo de hospedaje informal, alineado con tendencias globales en destinos turísticos.

Negocios	
Tipo	#
Restaurantes	40
Alojamientos	69
Zona de Oficinas	
...	

En cuanto al componente residencial, su presencia es notable, conviviendo con usos comerciales sin una zonificación rígida, típica de zonas urbanas de crecimiento turístico. El área también está bien equipada en términos de servicios básicos y comunitarios, contando con 2 escuelas, 3 colegios, una universidad, un hospital, una clínica y un centro de salud, lo cual refuerza su funcionalidad como centro urbano consolidado. La existencia de una zona de oficinas agrega un componente administrativo y de servicios profesionales que complementa la oferta general.

Educación		Salud	
Tipo	#	Tipo	#
Escuelas	2	Hospitales	1
Colegios	3	Clínicas	1
Universidad	1	Centros de Salud	1
...		...	

Esta diversidad de usos del suelo dentro del área estudiada confirma el potencial de desarrollo hotelero, al estar inserto en una zona con infraestructura turística consolidada, servicios básicos disponibles y alta afluencia de visitantes, lo cual puede potenciar la competitividad y sostenibilidad del proyecto.

2.4 Leyes y regulaciones

* Ley de Turismo (2024) "Todo establecimiento de alojamiento turístico debe registrarse obligatoriamente ante el Ministerio de Turismo del Ecuador para operar legalmente."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 45: "Los establecimientos comerciales en Galápagos, incluidos los turísticos, deben obtener una licencia de funcionamiento otorgada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal correspondiente."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 46: "El permiso de uso de suelo será emitido por el Gobierno Autónomo Descentralizado tras verificar la compatibilidad con las actividades económicas permitidas en la zona."

* Ley de Turismo (2024), Artículo 20: "La construcción de infraestructura turística debe contar con la aprobación de planos y permisos emitidos por las autoridades municipales."

* Reglamento Ambiental para Galápagos (2023), Artículo 15: "Todo proyecto de infraestructura en Galápagos debe someterse a una Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) antes de su aprobación."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 55: "Los proyectos que afecten directamente áreas protegidas deben obtener un permiso especial emitido por la Dirección del Parque Nacional Galápagos."

* Reglamento Ambiental para Galápagos (2023), Artículo 22: "El Ministerio de Ambiente emitirá un Certificado de Cumplimiento Ambiental para proyectos que demuestren estar alineados con la normativa ambiental vigente."

* Reglamento Ambiental para Galápagos (2023), Artículo 40: "Los proyectos turísticos deben presentar un plan de manejo de residuos sólidos, incluyendo disposición final y reciclaje."

* Ley de Turismo (2024), Artículo 35: "Se incentiva el uso de energías renovables en la infraestructura turística para reducir el impacto ambiental."

* Reglamento Ambiental para Galápagos (2023), Artículo 45: "Todo proyecto debe implementar un sistema de tratamiento de aguas residuales que cumpla con las especificaciones técnicas del Ministerio de Ambiente."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo: "Se priorizará la contratación de mano de obra local en proyectos turísticos para fomentar el desarrollo socioeconómico de las islas."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 72: "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."

* Reglamento Ambiental para Galápagos (2023), Artículo 18: "La obtención de permisos ambientales puede requerir una consulta pública con la comunidad local para evaluar preocupaciones sociales y ambientales."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 60: "El Cuerpo de Bomberos debe inspeccionar y emitir un certificado de seguridad para establecimientos turísticos."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 102: "La construcción de nueva infraestructura turística sin cumplir con el Plan de Regulación Hotelera será sancionada con la demolición de la infraestructura, además de una sanción pecuniaria. El otorgamiento de permisos irregulares será causal de destitución de los funcionarios responsables."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 12: "La infraestructura en la cual se haya prestado el servicio de alojamiento de manera anterior al cambio de la dirección catastral, no podrá continuar prestando el servicio de alojamiento turístico; salvo aquellas infraestructuras que sean adquiridas por titulares, debidamente autorizados para prestar el servicio

de alojamiento en la provincia de Galápagos, que cumplan con el procedimiento establecido para el cambio de la dirección catastral establecido en este instrumento."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 14: "El cambio de la dirección catastral solo se podrá realizar dentro de la misma isla. Se prohíbe el cambio de ubicación de un establecimiento de alojamiento turístico de una isla a otra."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 15: "Los propietarios de una infraestructura hotelera podrán realizar el cambio de dirección catastral de una zona rural a una zona urbana, o de una zona urbana a una zona rural, por una única vez."

* Ley Orgánica de Régimen Especial para Galápagos (2023), Artículo 16: "Se dispone, como límite mínimo el número de 2 (dos) plazas por habitación para aquellas construcciones o adecuaciones de las edificaciones de alojamiento turístico que impliquen la redistribución de plazas."

* LEY DE TURISMO (Ley No. 2002-97)

* ORDENANZA QUE REGULA EL PROCEDIMIENTO PARA EL CAMBIO DE DIRECCIÓN CATASTRAL DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS

* REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN DE LA LEY DE TURISMO

* REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN ESPECIAL DE LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS

* LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN ESPECIAL DE LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS

2.5 Desarrollo a futuro

2019		2020		2021		2022		2023	
TIPOS	#	TIPOS	#	TIPOS	#	TIPOS	#	TIPOS	#
RESTAURANTES	31	RESTAURANTES	23	RESTAURANTES	25	RESTAURANTES	31	RESTAURANTES	24
ALOJAMIENTOS	149	ALOJAMIENTOS	149	ALOJAMIENTOS	149	ALOJAMIENTOS	149	ALOJAMIENTOS	152
OFICINAS		OFICINAS		OFICINAS		OFICINAS		OFICINAS	
BAR	2	BAR	2	BAR	2	BAR	2	BAR	1
CAFETERIA	5	CAFETERIA	5	CAFETERIA	4	CAFETERIA	7	CAFETERIA	8
DISCOTECA	7	DISCOTECA	9	DISCOTECA	8	DISCOTECA	10	DISCOTECA	9
OPERADOR TURÍSTICO	110	OPERADOR TURÍSTICO	108	OPERADOR TURÍSTICO	131	OPERADOR TURÍSTICO	167	OPERADOR TURÍSTICO	166
AGENCIAS DE VIAJES	18	AGENCIAS DE VIAJES	18	AGENCIAS DE VIAJES	18	AGENCIAS DE VIAJES	18	AGENCIAS DE VIAJES	32

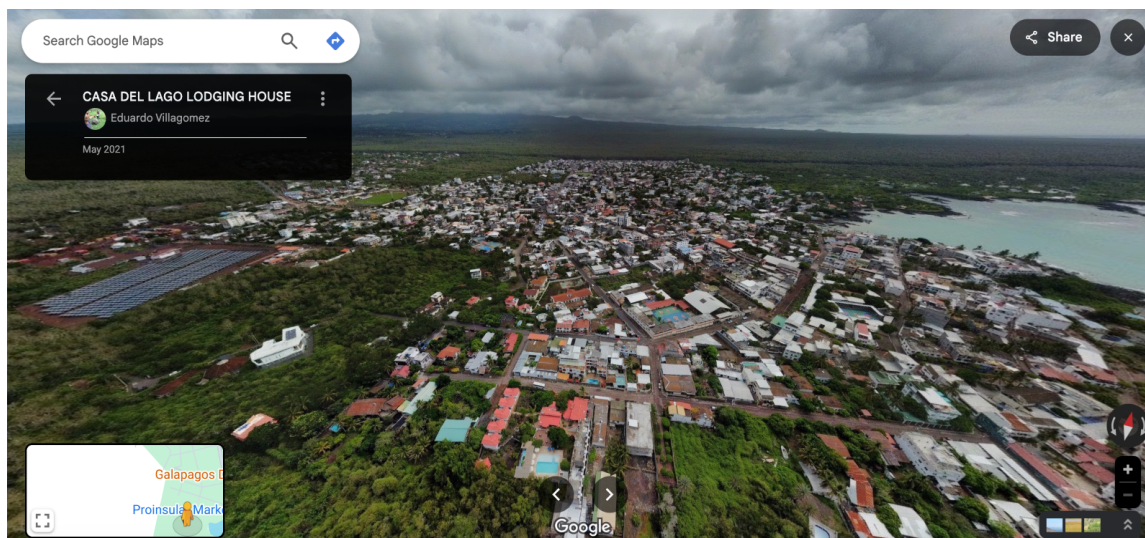
A pesar de que la oferta de alojamientos se ha mantenido estable con aproximadamente 150 establecimientos, otros sectores relacionados han experimentado cambios significativos. El número de bares y discotecas ha disminuido, lo que puede indicar una menor demanda de vida nocturna o un endurecimiento en la regulación. Al mismo tiempo, los operadores turísticos han crecido de 110 a 166, evidenciando una preferencia por experiencias guiadas y organizadas. Por otro lado, las agencias de viajes, que se habían mantenido estancadas en 18, crecieron a 32 en el último periodo, sugiriendo una reactivación del turismo planificado post-pandemia.

Ante esta realidad, el Plan Galápagos 2030 propone una hoja de ruta clara para enfrentar los retos del sector. La estrategia principal es la diversificación económica, evitando la dependencia absoluta del turismo y promoviendo actividades como la producción agrícola y la innovación tecnológica. También se busca optimizar el modelo de turismo sostenible, regulando la capacidad de carga y desarrollando nuevas experiencias que se alineen con la conservación del entorno natural. La modernización de la infraestructura, en particular la conectividad digital y los sistemas de transporte, jugará un papel crucial para mejorar la competitividad del sector.

Si bien la contracción del turismo en 2023 podría interpretarse como una señal de alerta, también representa una oportunidad para innovar. El crecimiento en operadores turísticos sugiere que los visitantes están buscando experiencias más estructuradas y diferenciadas, lo que podría incentivar la inversión en nuevos formatos de turismo especializado. Además, el fortalecimiento de la

digitalización permitirá que más negocios locales se adapten a las exigencias del mercado global. En este contexto, cualquier nuevo emprendimiento en Galápagos debe alinearse con los principios de sostenibilidad, diversificación y modernización para garantizar su viabilidad en la próxima década.

2.6 Características de la zona



Influencia Económica	Turismo, pesca, servicios y comercio.
Población	Aproximadamente 15,000 habitantes.
Clima	Tropical seco, cálido, lluvias en enero-mayo. 21 °C a 27 °C
Comunicaciones	Internet, telefonía móvil, Wi-Fi en la mayoría de zonas.
Accesos	Vía marítima ferries. Vía aérea, aeropuerto de Baltra.
Visibilidad	Alta visibilidad turística y comercial.
Puntos de Seguridad	Policía terrestre y marina, vigilancia en zonas turísticas, servicio de guardiana, cámaras de seguridad (ECU 911).
Educación y capacitación	Centros educativos y programas de formación en conservación y ecoturismo.
Infraestructura de Salud	Centro de Salud de Puerto Ayora, atención primaria y emergencias.
Transporte interno	Taxis, buses, alquiler de bicicletas y vehículos.
Sostenibilidad y Manejo de Residuos	Programas de reciclaje y gestión de residuos.
Desafíos del Turismo	Manejo del turismo masivo y sostenibilidad del modelo turístico.
Relaciones Internacionales y Políticas Ambientales	Acuerdos internacionales de conservación y políticas gubernamentales.
Seguridad Alimentaria	Dependencia de importaciones y disponibilidad de alimentos locales.
Desarrollo Urbano	Expansión de zonas residenciales, comerciales y crecimiento poblacional.
Bomberos	Cuerpo de bomberos voluntarios, atención a emergencias y rescates.
Clase Social	Principalmente trabajadores del turismo, pescadores, comerciantes, y empresarios del sector. Desigualdad en acceso a recursos. Visitantes de clase media-alta y alta.
Agua	Suministro de agua no potable, con dependencia de sistemas de tratamiento y almacenamiento.

Puerto Ayora es el centro urbano más grande de las Islas Galápagos. Su población es de aproximadamente 15,000 personas. La economía depende principalmente de cuatro sectores: turismo, pesca, servicios y comercio. La variedad de industrias en las cuales se ha diversificado ha garantizado un cierto grado de seguridad, aunque el turismo continúa siendo su motor. El poder

adquisitivo de la población local está fuertemente vinculado a la pesca y al turismo. Sin embargo, debido al acceso desigual a los recursos, existe desigualdad de ingresos, siendo aquellos que trabajan en el turismo (guías, hoteleros, restaurantes) y los pescadores quienes ganan más, pero aquellos en sectores vulnerables tienen un poder adquisitivo mucho menor y acceso muy limitado a bienes importados o servicios de alta calidad. Podría decirse que los servicios de llegada y estancia también atraen a turistas de ingresos altos y visitantes más de clase media al enfocarse en sus diferentes necesidades en varios momentos del día o la noche. El turismo en Puerto Ayora está destinado principalmente a aquellos que buscan vacaciones o experiencias de ecoturismo. Las Islas Galápagos son el sueño de un viajero, y lo que los atrae es la biodiversidad única, además de posibilidades que incluyen observar animales salvajes, deportes acuáticos o incluso ecotours. Esta situación convierte a Puerto Ayora en un destino tanto de vacaciones como familiar, particularmente favorecido por turistas interesados en el medio ambiente. La demanda de servicios turísticos varía según la temporada, ya que el clima es más seco desde junio hasta diciembre y luego más húmedo durante los meses de lluvia (enero a mayo) de cada año. Hay algo de variación cíclica en esta demanda debido al clima. La demanda de servicios en las ciudades está más distribuida a lo largo del año, ya que los visitantes del extranjero viajan allí en mayores números durante los meses secos. El clima es generalmente seco y tropical, con temperaturas promedio de 21-27 °C. Esto lo hace adecuado para el turismo durante los meses intermedios, pero cuando cae la lluvia, las cosas se vuelven realmente incómodas, logísticamente hablando. Sin embargo, a pesar de la temporada baja, el interés en actividades relacionadas con la conservación y la ubicación de ecoturismo sigue siendo un atractivo para los visitantes del extranjero con intereses específicos y un flujo turístico más predecible entre las tierras bajas de secano y las aguas abiertas. Dado el volumen actual de turistas, las conexiones aéreas y marítimas se adaptan muy bien. Con el

aeropuerto de Baltra ofreciendo vuelos hacia y desde las islas, y ferries regulares cruzando entre ellas, la llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros se facilita. Sin embargo, estos son medios de transporte limitados. Si hay un aumento en el número de visitantes, tal dependencia de este tipo de vía se convertirá en un obstáculo insuperable para un mayor crecimiento del turismo. Además de ese problema práctico, dado que Puerto Ayora es un lugar altamente comercial y orientado al turismo, la competencia por los turistas es intensa. Por lo tanto, los servicios turísticos deben ser innovadores y distintivos. El sector pesquero sigue teniendo importancia, pero, dadas en particular las políticas de conservación para evitar la sobreexplotación de recursos y los límites sobre dónde se pueden capturar especies de peces, quedan restricciones obvias. La rigidez de las regulaciones con respecto a los productos pesqueros locales significa que el suministro no es suficiente, lo que también ejerce presión sobre los precios de los productos frescos en los mercados locales. Los bienes importados como comercio están profundizando la dependencia de la isla de ellos, lo que aumenta los costos, no crea alternativas alimenticias locales en algunos casos y, por lo tanto, produce una situación de inseguridad alimentaria parcial. Además, es el alto precio de los bienes importados lo que afecta la vida de los residentes y también la de los turistas allí. Puerto Ayora tiene una infraestructura de salud simple (Centro de Salud). Sin embargo, para obtener atención más especializada, los residentes deben ir a otras islas o al continente. La gestión de residuos es de particular preocupación en la isla. Se ha establecido un programa para residuos reciclables y no reciclables, pero se necesita una mejor implementación; crecimiento de la población; actividad turística. El sistema de transporte interno en forma de taxis, autobuses y alquiler de automóviles es satisfactorio por el momento. Pero si hay un aumento en la población o los turistas, entonces puede haber atascos de tráfico de larga duración en puntos donde la gente se reúne para abordar su transporte. El desarrollo urbano es un proceso en marcha reflejado en

proyectos como la construcción de nuevas áreas residenciales, villas suburbanas y edificios comerciales. La demanda de estos servicios está siendo impulsada por un aumento tanto en la población local como en los demográficos que son espacialmente móviles alrededor de Borneo. Sin embargo, este desarrollo necesita ser controlado para evitar un impacto ambiental negativo, ya que la presión sobre los recursos naturales de la isla sigue siendo alta debido a la actividad humana. Aunque se han establecido reservas naturales, el turismo masivo continúa siendo un desafío para un modo económico sostenible basado en el ecoturismo a largo plazo. En términos de seguridad, tanto en lo que respecta al orden público como a la protección de los turistas, Puerto Ayora tiene una estructura de seguridad relativamente sólida. Hay fuerzas policiales terrestres y marinas allí, sistemas de comunicación provistos cuando es necesario (junto con innumerables guardias), así como equipos de monitoreo de video. Esta garantía de seguridad en la isla es vital para atraer turistas, sin embargo, sigue siendo absolutamente necesaria dado las condiciones naturales especialmente vulnerables, así como la temporada para proporcionar.

2.7 Generadores de demanda

Nombre	Distancia	Tipo de Actividad	Segmentos que Atrae
Los Gemelos	21.3 km	Senderismo, observación de fauna y flora endémica	Ecoturismo, naturaleza, grupos de estudiantes, familias
Tortuga Bay	3.1 km	Playa, kayak, snorkel, caminata, observación de fauna	Turismo de aventura, ecoturismo, familias, parejas, viajeros jóvenes
Las Grietas	3.5 km	Senderismo, baño en agua cristalina, snorkel	Ecoturismo, viajeros de aventura, fotógrafos, grupos pequeños
Playa Los Alemanes	1.26 km	Playa tranquila, snorkel, baño, caminata	Turistas que buscan tranquilidad, parejas, turistas exclusivos
Charles Darwin Research Station	2.2 km	Investigación científica, educación ambiental, observación de fauna	Estudiantes, ecoturistas, turistas interesados en la conservación
El Chato (Reserva de tortugas)	21.3 km	Observación de tortugas, caminatas por la naturaleza	Ecoturismo, familias, grupos educativos, turistas interesados en fauna
Canal Itabaca	42.6 km	Transporte a otras islas, buceo, snorkel, excursiones	Turistas de paso, viajeros de aventura, actividades acuáticas
Playa Garrapatero	21.8 km	Playa, caminatas, observación de aves, snorkel	Ecoturismo, familias, parejas, grupos de naturaleza
Laguna de las Ninfas	550 m	Caminatas, kayak, observación de fauna y flora	Ecoturismo, familias, parejas, turistas que buscan naturaleza tranquila
Playa de la Estación	2.0 km	Playa, snorkel, caminata	Ecoturismo, familias, grupos pequeños, turistas de aventura
Malecón	1.1 km	Paseo marítimo, restaurantes, compras, observación del mar	Turistas, locales, familias, viajeros que buscan relajarse
Tour De Bahía Galápagos	1.1 km	Reconido en bote, avistamiento de fauna, snorkel	Turistas que buscan experiencias completas, ecoturistas, grupos
Fausto Llerena breeding center	2.4 km	Observación de tortugas, educación ambiental	Ecoturismo, familias, grupos educativos, turistas interesados en conservación
La Ratona	2.2 km	Senderismo, observación de flora y fauna	Ecoturismo, grupos pequeños, turistas interesados en caminatas
Ferry Galápagos	800 m	Transporte a islas cercanas, vistas panorámicas	Viajeros de paso, turistas de islas cercanas
Mercado Artesanal	1.0 km	Compras de artesanías locales, interacción cultural	Turistas, locales, compradores interesados en souvenirs y arte local
Tour Diario Isla Isabela	74.10 km	Mirador el Mirador, Laguna de los Flamencos, Campo Duro Ecology, Isote Tintorerías, Playa Albermar	Ecoturismo, familias, turistas interesados en la biodiversidad y actividades culturales
Tour Isla Floreana + Aullo de la Paz	61.56 km	Recorrido cultural, avistamiento de fauna, snorkeling	Ecoturismo, familias, parejas, turistas interesados en la historia y la fauna local
Tour Española + Punta Suárez	94.51 km	Avistamiento de aves, snorkeling, senderismo	Fotógrafos, ecoturistas, amantes de la naturaleza, turistas interesados en aves endémicas
Tour playa Bartolomé	56.83 km	Playa, caminata, vistas panorámicas, snorkeling	Ecoturismo, parejas, grupos pequeños, fotógrafos, turistas que buscan paisajes únicos y actividades acuáticas
Tour Seymour Norte + Bachas o Mosquera	38.67 km	Avistamiento de aves, snorkeling, playa	Ecoturismo, familias, amantes de la fauna marina y observadores de aves
Tour Santa Fe + Playa Escondida	27.14 km	Snorkeling, observación de fauna, playa	Ecoturismo, parejas, grupos de aventura, turistas interesados en explorar fauna marina
Tour Isla Pinzón + La Fe	39.11 km	Pesca deportiva, snorkeling, exploración marina	Aventureros, ecoturistas, grupos pequeños, turistas interesados en actividades exclusivas
360° San Cristóbal / Puerto Baquerizo Moreno	78.60 km	Recorrido completo en bote, snorkel, avistamiento de fauna	Ecoturismo, grupos familiares, viajeros interesados en conocer toda la isla y disfrutar de su fauna

Santa Cruz es un destino único que ofrece gran variedad de lugares y experiencias capaces de atraer a diferentes tipos de viajeros, convirtiéndolo en el lugar ideal para mi hotel. Sitios como Los Gemelos, ubicados a 21.3 km, destacan por sus senderos rodeados de flora y fauna endémica,

ideales para ecoturistas, familias y grupos educativos. Tortuga Bay, a solo 3.1 km, es perfecta para quienes disfrutan de aventuras al aire libre como kayak, snorkel y caminatas, siendo especialmente atractiva para ecoturistas, parejas, familias y viajeros jóvenes. Las Grietas, a 3.5 km, combina aguas cristalinas y rutas de senderismo que encantan a fotógrafos y grupos pequeños, mientras que Playa Los Alemanes, ubicada a 1.26 km, ofrece tranquilidad y actividades como snorkeling, siendo ideal para parejas y viajeros que buscan exclusividad. Cerca del centro, la Laguna de las Ninfas (550 m) brinda un ambiente sereno para caminar, hacer kayak y observar fauna, atrayendo a familias y amantes de la naturaleza. Por otro lado, el Malecón, a 1.1 km, es un lugar lleno de vida con restaurantes, tiendas y vistas al mar que atraen tanto a familias como a quienes buscan relajarse, y la Playa de la Estación, a 2 km, combina actividades de playa con ecoturismo, siendo un favorito entre familias y turistas aventureros. Lugares como La Ratonera (2.2 km) ofrecen oportunidades únicas de senderismo y observación de flora y fauna, ideales para ecoturistas y amantes de la naturaleza. Además, Santa Cruz cuenta con centros de educación y conservación como la Charles Darwin Research Station (2.2 km) y el Fausto Llerena Breeding Center (2.4 km), donde se desarrollan programas para proteger tortugas gigantes, atrayendo a estudiantes, familias y ecoturistas. Más allá, en El Chato (21.3 km), los visitantes pueden recorrer una reserva natural y encontrarse con tortugas gigantes en su hábitat, lo que resulta fascinante para familias y grupos educativos. También hay playas más alejadas como Playa Garrapatero (21.8 km), que ofrece caminatas, snorkel y la posibilidad de observar aves, perfecta para parejas y ecoturistas, mientras que el Canal Itabaca (42.6 km) es un punto clave para acceder a otras islas, bucear y hacer snorkel, atrayendo a aventureros y turistas en tránsito. Otros lugares destacados incluyen el Mercado Artesanal (1 km), donde los visitantes pueden adquirir artesanías locales, y el Ferry Galápagos (800 m), una opción práctica y panorámica para explorar las islas cercanas. Además, nuestra

posible asociación con FDS Travel permite ofrecer tours diarios a otras islas, ampliando la experiencia de nuestros huéspedes. Entre estos, el Tour a Isla Isabela (74.1 km), que incluye paradas en el Mirador El Mango, la Laguna de los Flamencos y el Islote Tintoreras, perfecto para ecoturistas y familias; el Tour a Isla Floreana y Asilo de la Paz (61.56 km), que combina historia, snorkel y encuentros con fauna marina, ideal para parejas y amantes de la cultura; el Tour a Española y Punta Suárez (94.51 km), un paraíso para los fotógrafos y observadores de aves; el Tour a Playa Bartolomé (56.83 km), con paisajes impresionantes y actividades como snorkel y caminatas; el Tour a Seymour Norte y Bachas o Mosquera (38.67 km), que ofrece snorkeling y avistamiento de aves, atractivo para familias; el Tour a Santa Fe y Playa Escondida (27.14 km), perfecto para descubrir fauna marina; el Tour a Isla Pinzón y La Fe (39.11 km), ideal para pesca deportiva y exploración marina; y el Tour 360° San Cristóbal (78.60 km), una experiencia completa que combina snorkel, vistas panorámicas y fauna, diseñada para grupos y familias.

2.8 Análisis FODA del Sector

FODA DEL SECTOR			
A M E N A Z A S	El predio se encuentra en una zona de inundación de alto riesgo. La comunidad puede rechazar el proyecto si no se maneja adecuadamente la relación con los residentes locales. Costos de transporte elevados.	Problemas en el abastecimiento de agua potable, energía y gestión de residuos. Escases de mano de obra calificada. Dependencia del turismo. Regulaciones ambientales estrictas. Costos operativos elevados. Terreno alejado de la zona turística	D E B I L I D A D E S
	Puerto Ayora es el centro turístico y económico más importante de Galápagos, con acceso a servicios y transporte. Conectividad. Flujo constante de visitantes.	Posibilidad de generar alianzas para obtener apoyo en permisos y certificaciones ambientales. Apoyo gubernamental. Auge del turismo de lujo. Crecimiento del turismo nacional.	
F O R T A L E Z A S			O P O R T U N I D A D E S

En el contexto del desarrollo hotelero en Puerto Ayora, Galápagos, se han identificado diversos factores internos y externos que pueden influir en el éxito del proyecto. A continuación, se detallan los principales aspectos según el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas):

Fortalezas

Puerto Ayora se posiciona como el centro turístico y económico más relevante del archipiélago, con una infraestructura consolidada que incluye servicios básicos, opciones de transporte y conectividad constante con otras islas y el continente. Esta ubicación estratégica permite aprovechar el flujo continuo de visitantes que llegan a la isla, tanto del mercado internacional como del turismo nacional, el cual ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años. Además, existe la posibilidad de generar alianzas estratégicas con organismos públicos y privados que pueden facilitar la obtención de permisos y certificaciones ambientales, clave en un entorno tan

regulado como Galápagos. El auge del turismo de lujo también representa una oportunidad para posicionarse en un segmento de alto valor.

Oportunidades

El crecimiento del turismo nacional e internacional brinda un marco favorable para nuevas inversiones en hospitalidad, especialmente aquellas orientadas a conceptos sostenibles y experiencias exclusivas. Asimismo, se identifica un potencial apoyo gubernamental en proyectos que generen empleo local y cumplan con regulaciones ambientales. Este entorno abre la puerta a innovaciones en ecoturismo, alianzas público-privadas, y desarrollo de experiencias diferenciadas que respondan a las nuevas tendencias del viajero consciente.

Debilidades

Uno de los principales retos internos es la ubicación alejada del terreno respecto a la zona turística central, lo cual podría influir negativamente en la percepción del huésped si no se compensa con una oferta de valor clara y atractiva. Además, existe escasez de mano de obra calificada en la isla, lo que podría representar una dificultad al momento de contratar personal operativo especializado. A esto se suman los costos operativos elevados, típicos de la insularidad, así como limitaciones en el abastecimiento de agua potable, energía eléctrica estable y una adecuada gestión de residuos sólidos, aspectos cruciales para un hotel.

Amenazas

El terreno donde se plantea el proyecto se encuentra en una zona de inundación de alto riesgo, lo cual implica consideraciones técnicas y de inversión adicionales. Además, si no se gestiona adecuadamente la relación con la comunidad local, podría generarse rechazo hacia el proyecto, lo que ha sucedido en otros casos previos en la isla. Otros factores de riesgo incluyen los altos costos

logísticos de transporte, regulaciones ambientales estrictas, y una dependencia casi total del turismo como fuente de ingresos, lo que expone al sector ante cualquier eventualidad externa, como pandemias o crisis globales.

En el proceso de evaluación del área donde se planea implementar el proyecto hotelero, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo del entorno inmediato, dentro de un radio de 1 km, con base en la observación del uso de tierras, la oferta de servicios existentes y la experiencia de visitantes en establecimientos cercanos. El uso de suelo en esta zona evidencia una convivencia densa entre propiedades residenciales, comercios vinculados al turismo (como restaurantes y alojamientos), instituciones educativas, centros de salud y servicios complementarios. Esta mezcla de usos revela una zona activa y multifuncional, pero también sugiere una falta de planificación urbana que ha llevado a una configuración poco armoniosa del entorno.

Uno de los puntos más relevantes en la evaluación de este sector son las percepciones de huéspedes en hoteles cercanos, cuyos comentarios han sido recopilados desde plataformas como Booking y Hotels.com. De estos se desprende una preocupación recurrente: la calidad visual y sonora del entorno urbano. Haciendo referencia específica al Hotel Albatross, muchos comentarios destacan que, a pesar de tener buenas instalaciones y un servicio amable, su ubicación es un punto débil crítico. Los visitantes describen que el entorno está dominado por zonas industriales, patios de contenedores, construcciones en curso y viviendas informales, lo que resulta en una experiencia urbana poco agradable. En varios casos se menciona la presencia de ruidos constantes, como ladridos, cantos de gallos y maquinaria de construcción, desde tempranas horas de la mañana, lo cual afecta el descanso y la percepción general del destino. En palabras de un huésped: *“You won’t need an alarm, I promise you”*.

Este tipo de comentarios se repite también en otras propiedades como el Hotel Zurizadai, donde los visitantes describen vistas poco atractivas hacia depósitos de chatarra, estaciones de servicio y calles poco cuidadas. Si bien reconocen que las distancias caminables hacia el muelle o el centro de Puerto Ayora son razonables, la falta de integración visual y urbanística del entorno inmediato es una crítica constante.

Además, vale la pena mencionar que, en años recientes, han existido antecedentes de proyectos turísticos o de infraestructura que han sido rechazados o cancelados por presión de comunidades locales, especialmente cuando los residentes perciben que dichos proyectos alteran negativamente la calidad de vida o no respetan los límites ecológicos y sociales del entorno. En Galápagos, donde la regulación y participación ciudadana son especialmente fuertes debido a su estatus como Reserva de la Biosfera, este tipo de conflictos puede escalar rápidamente. Esto enfatiza la importancia de desarrollar proyectos con una visión de integración ambiental, respeto comunitario y **armonía urbana**, de modo que se minimicen las resistencias y se maximicen los beneficios mutuos.

En conclusión, si bien el área de estudio posee un alto potencial por su cercanía a atractivos y concentración de servicios, también enfrenta **retos reales** vinculados a su imagen urbana, nivel de ruido, y percepción por parte de los visitantes. Estos factores deben ser abordados estratégicamente desde la etapa de planificación arquitectónica y comunicacional del proyecto.

2.9 Área del mercado

Análisis El sector hotelero en Puerto Ayora tiene una amplia variación de tarifas. Según datos de Hotels.com, las tarifas publicadas van desde \$27 por noche en hostales económicos hasta \$527 por noche en hoteles de lujo como Finch Bay Galápagos Hotel.

Los competidores directos de Gemelos Bay Hotel incluyen hoteles de 3 y 4 estrellas como Hotel Albatross, Hotel Fiesta, Villa Laguna Hotel, Hotel Santa Fe, Hotel Cucuve e Ikala Galápagos Hotel, que apuntan al mismo segmento de turistas y están ubicados en zonas estratégicas.

No hay datos públicos sobre ocupación ni tarifa promedio diaria (ADR), pero el análisis de precios sugiere una segmentación clara. La falta de proyectos hoteleros futuros conocidos indica pocas nuevas inversiones en el sector, posiblemente por regulaciones estrictas y costos operativos altos. Esto representa una oportunidad para poder diferenciarse con una oferta de alto valor agregado en sostenibilidad y servicio personalizado. La estabilidad en la oferta hotelera reduce la competencia inmediata, permitiendo posicionar el hotel sin una sobreoferta en el corto plazo

Hotel	Grupo (Accor/IHG/etc)	Ubicación	Categoría
Hotel Albatross	Independiente	Avenida Baltra, y, Puerto Ayora 200102	3 estrellas
Hotel Fiesta	Independiente	Moisés Brito, Puerto Ayora	3 estrellas
Villa Laguna Hotel	Independiente	Moises Brito, 200350, Y, 200102	3 estrellas
Hotel Santa Fe	Independiente	Charles Binford Ave. 570, Puerto Ayora 200102	3 estrellas
Hotel Cucuve	Independiente	Charles Binford 083, Puerto Ayora 200102	4 estrellas
Ikala Galápagos Hotel	Independiente	Thomas de Berlanga 110 y, Puerto Ayora	4 estrellas

Hoteles Galápagos (Hotels.com)	Tarifa publicada promedio
Hostal Miconia	\$ 27.00
Hostal Casa Eden Galapagos	\$ 36.00
Hostal North Seymour	\$ 39.00
Hostal Sir Francis Drake	\$ 41.00
Hostal España	\$ 43.00
Ariana's Galapagos Hostal	\$ 45.00
White House Galapagos	\$ 50.00
Torre Mar Galapagos	\$ 50.00
Lonesome George Ecolodge	\$ 60.00
Gardner Hostal	\$ 60.00
Hostal Costa del Pacífico	\$ 63.00
Hotel Deja Vu	\$ 70.00
Hostal Suenos Silvestres	\$ 70.00
Galapagos Dreams	\$ 74.00
Hotel el Descanso del Guía	\$ 74.00
Casa del Lago Lodging House	\$ 75.00
Patty's House Galapagos	\$ 81.00
Natura Garden Galapagos Hotel	\$ 88.00
Capitan Max B&B	\$ 90.00
Hotel Red Booby	\$ 90.00
Galapagos Verde Azul	\$ 93.00
Grand Hotel Leon Galapagos	\$ 95.00
The Galapagos Pearl B&B	\$ 99.00
Hotel Palace Galapagos	\$ 100.00
Villa Galapagos	\$ 100.00
The Island Home	\$ 105.00
Posada del Mar	\$ 110.00
Hotel Coloma Galapagos	\$ 111.00
Ocean Dreams Galapagos	\$ 115.00
Mainao	\$ 116.00
Hotel Galapagos Tortuga Bay	\$ 125.00
Twin Hotel Galapagos	\$ 128.00
Hotel Fiesta	\$ 135.00
Torre Mar Galapagos Boutique Suites	\$ 139.00
Maidith Galapagos Inn	\$ 140.00
Hotel Ninfa	\$ 140.00
La Peregrina Bed & Breakfast	\$ 140.00
Bay View House	\$ 146.00
Plaza Luna Suites	\$ 156.00
Lava House Hostal	\$ 159.00
Hotel La Isla	\$ 170.00
Galapagos Chalet	\$ 182.00
Hotel Flamingo	\$ 189.00
Hotel Galapagos Suites	\$ 191.00
Blu Galapagos Sustainable Waterfront Lodge	\$ 194.00
Hotel Cucuve	\$ 198.00
Ikala Galapagos Hotel	\$ 222.00
Hotel Santa Fe	\$ 225.00
Isla Sol by Hotel Solymar	\$ 227.00
Palo Santo Galapagos Hotel	\$ 240.00
Acacia Galapagos Boutique Hotel	\$ 250.00
Hotel Albatross	\$ 255.00
Angermeyer Waterfront Inn	\$ 290.00
Hotel Solymar	\$ 300.00
Royal Palm Galapagos, Curio Collection by Hilton	\$ 492.00
Finch Bay Galapagos Hotel	\$ 527.00

2.10 Conclusiones

El proyecto hotelero Gemelan en Puerto Ayora representa una oportunidad concreta para posicionarse dentro del segmento de turismo consciente y de alta gama en Galápagos. La ciudad

ofrece ventajas estratégicas por su infraestructura consolidada y su rol como centro logístico del archipiélago.

Frente a un entorno regulatorio exigente y un mercado competitivo, la propuesta de un hotel Upscale con enfoque sostenible responde tanto a las demandas del turista actual como a las limitaciones propias del destino. La elección de construcción modular permite reducir tiempos, costos y huella ambiental, facilitando el cumplimiento normativo en un entorno con limitaciones de mano de obra y transporte.

El segmento objetivo —viajeros de clase media-alta interesados en ecoturismo y experiencias personalizadas— valora la sostenibilidad, la comodidad y la conexión con la naturaleza. Gemelan se diferencia no solo por su arquitectura eficiente y su ubicación privilegiada, sino también por una propuesta de valor centrada en experiencias integrales: alianzas estratégicas con operadores turísticos, diseño ecológico, conexión con la comunidad y programas regenerativos.

Más allá del alojamiento, el modelo de negocio considera ingresos por paquetes turísticos, eventos y servicios diferenciados. Esto amplía las fuentes de rentabilidad y refuerza su posicionamiento como un hotel de nueva generación en Galápagos. En conjunto, Gemelan proyecta una inversión viable, escalable y alineada con el futuro del turismo sostenible en el archipiélago.

CAPÍTULO 3: CONCEPTO Y CREACIÓN DE LA MARCA

Este capítulo desarrolla la identidad conceptual de Gemelan, un hotel que nace de la tierra y del mar, con raíces profundas en su entorno y una visión clara: hacer que el descanso sea accesible, auténtico y con propósito. La marca guía cada decisión, desde su diseño hasta su servicio, desde su operación hasta su impacto.

3.1 Concepto, visión, misión y valores

3.1.1 Concepto

Gemelan es un hotel de 30 habitaciones en Santa Cruz, Galápagos, que propone una nueva manera de habitar el destino: más esencial, más consciente y más cercana. Entre la profundidad de Los Gemelos y la autenticidad del cormorán no volador, el hotel encuentra su símbolo y su propósito: provocar un cambio de mirada sobre cómo viajamos y cómo cuidamos lo que visitamos. Aquí, lo diferente no necesita volar para ser inolvidable.

3.1.2 Promesa de servicio

Una estadía que deja huella.

3.1.3 Misión

Ofrecer un espacio acogedor, accesible y significativo donde el turista ecuatoriano pueda reconectar con Galápagos desde el respeto, el descanso y la experiencia.

3.1.4 Visión

Ser un referente nacional en turismo responsable, demostrando que habitar Galápagos puede hacerse desde el equilibrio entre el confort necesario, la sostenibilidad posible y el orgullo de pertenecer.

3.1.5 Valores

Equilibrio: Cada decisión busca armonía entre el entorno, el visitante y la comunidad.

Accesibilidad: Lo esencial bien hecho puede ser para todos, sin exceso.

Autenticidad: Nos inspira la historia y naturaleza real del lugar.

Respeto: Operamos desde una mirada consciente hacia el ambiente y las personas.

Sentido: Todo lo que hacemos responde a un propósito más profundo que solo alojar.

Profesionalismo: Formamos y cuidamos a nuestro equipo para brindar calidad desde la calidez.

3.2 Personalidad y atributos de marca

Natural: Nuestra inspiración está en el entorno que nos rodea: piedra, sal, bosque y mar.

Íntima: Los espacios invitan a la calma, al silencio, al encuentro.

Esencial: Ofrecemos lo que realmente importa para descansar y conectar.

Cercana: El trato es directo, humano y horizontal.

Coherente: Todo lo que se ve y se vive responde a una idea clara.

Simbólica: Nuestros nombres, formas y colores cuentan historias reales del lugar.

3.3 Imagen y posicionamiento deseado

Gemelan proyecta una imagen honesta, sensible y bien pensada. Somos un hotel independiente, de diseño funcional y estética local, con operaciones conscientes y trato humano. No buscamos parecer lo que no somos. Nos posicionamos como una alternativa accesible y con identidad, para viajeros que quieren vivir Galápagos sin excesos y con significado.

3.4 Manifiesto

Nacimos de la tierra y del mar, de un cráter y de un ave.

De los Gemelos tomamos el equilibrio, la fuerza, la profundidad y la calma.

Del cormorán, aprendimos que lo extraordinario no siempre vuela.

Creemos en una forma de viajar que no necesita excesos para ser inolvidable.

Creemos que Galápagos no es solo un destino para extranjeros,
es también un derecho y un orgullo para quienes nacimos aquí.

Queremos que cada ecuatoriano se sienta parte de estas islas,

que las camine, las respete y las recuerde.

Por eso creamos un espacio accesible y con sentido.

Un hotel que no se impone, se integra.

En Gemelan, el descanso tiene propósito.

La belleza se descubre en la pausa.

Y la experiencia deja huella, no cicatriz.

Somos equilibrio.

Somos diferencia.

Somos Gemelan.

3.5. Identidad visual y estilo de marca

3.5.1 Naming

“Gemelan” une dos elementos únicos de la isla: Los Gemelos (formaciones volcánicas profundas) y el cormorán no volador (ave endémica que se adaptó renunciando al vuelo). El nombre refleja esa mezcla de fuerza, autenticidad y adaptación.

3.5.2 Logotipo

El logo representa un círculo abierto que evoca los cráteres de Los Gemelos, dentro del cual se dibuja la silueta del cormorán no volador. Este símbolo habla de origen, diferencia y conexión.



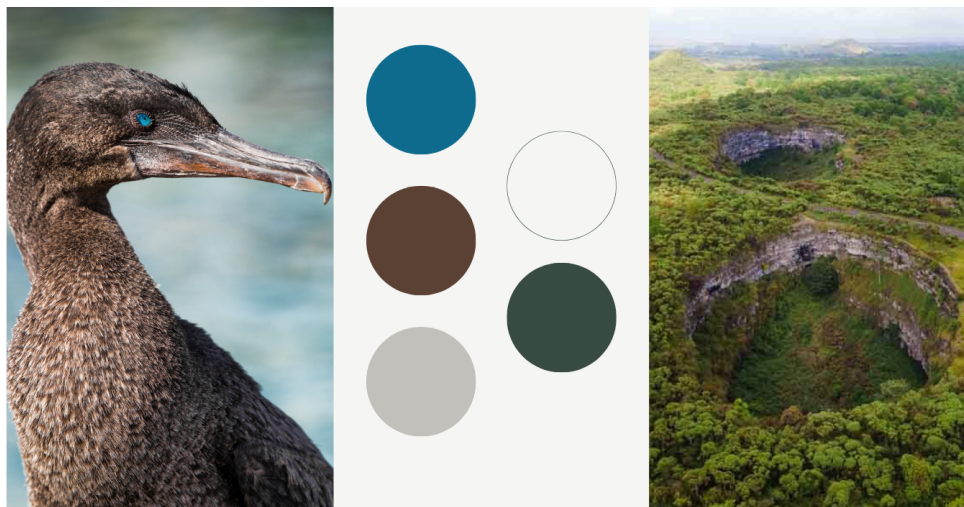
3.5.3 Slogan

Entre lo esencial y lo acogedor, provocamos un cambio de mirada sobre cómo habitamos este paraíso.

(Se usará como firma en comunicaciones externas. En señalética, solo se aplicará el símbolo del logo.)

3.5.4 Colores

La paleta se inspira en los tonos del entorno galapagueño: grises volcánicos, verdes de scalesia, azules profundos del mar y acentos terrosos del bosque húmedo. Todo invita a la inmersión natural.



3.5.5 Tipografía

Gemelan emplea principalmente **Lora** y **Cormorant Garamond**, dos fuentes serif que transmiten elegancia sobria, legibilidad y un carácter atemporal. Esta combinación refuerza el equilibrio entre lo esencial y lo profundo, evocando una estética cercana, reflexiva y coherente con el entorno natural de Galápagos.

3.6 Estándares de diseño interior y exterior

El diseño arquitectónico de Gemelan responde a principios de integración con el entorno, funcionalidad climática y sostenibilidad aplicada. Inspirado en la arquitectura bioclimática, cada espacio ha sido concebido para aprovechar las condiciones naturales del sitio —como la luz, el viento y la humedad— y así reducir la necesidad de sistemas artificiales de climatización e iluminación.

3.6.1 Diseño exterior

Las edificaciones se adaptan al terreno natural, respetando la vegetación preexistente y utilizando

materiales locales como piedra volcánica y madera de origen responsable. Los techos altos y ventilados, combinados con ventanales amplios, permiten una regulación térmica pasiva. Los volúmenes constructivos se mantienen bajos y discretos, priorizando una estética que se mimetiza con el entorno en lugar de imponerse sobre él. Se ha incorporado la vegetación nativa como parte activa del paisajismo.

3.6.2 Diseño interior

Los interiores de Gemelan privilegian la amplitud visual, la ventilación cruzada y la conexión directa con el exterior. Las habitaciones incorporan muros de piedra volcánica, que además de identidad local, ofrecen aislamiento térmico natural. El mobiliario ha sido diseñado bajo criterios de funcionalidad y sencillez, utilizando madera trabajada por artesanos locales. La decoración es sobria y simbólica, incorporando referencias a Los Gemelos, el cormorán no volador y otros elementos de la flora y fauna galapagueña. Los materiales y acabados —como textiles en fibras naturales y revestimientos cálidos— refuerzan una estética sobria, acogedora y consciente.





CAPÍTULO 4: PLAN DE SOSTENIBILIDAD HOTELERA

El presente plan de sostenibilidad se estructura en tres pilares: ambiental, social y económico. En lugar de buscar certificaciones formales, el proyecto se alinea con principios e indicadores de referencia tomados de programas como Green Key, EarthCheck y Smart Voyager, así como con los lineamientos establecidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica para

operaciones sostenibles en áreas protegidas (MAATE, 2022), adaptándolos al contexto real y limitado de un hotel de 30 habitaciones en Santa Cruz.

Desde el pilar ambiental, se busca reducir al mínimo el impacto ecológico de la operación. A corto plazo, se implementará iluminación LED de bajo consumo y larga duración, tecnología que puede disminuir en hasta un 80 % el consumo energético en iluminación (Witharana, Udawatta & Perera, 2010). Paralelamente, se instalarán restrictoras de caudal en grifería, cabezales de ducha eficientes y mecanismos de doble descarga para sanitarios, lo que puede reducir el consumo de agua por huésped hasta en un 50 % (Witharana et al., 2010). Además, se desarrollará un programa de capacitación interna sobre prácticas sostenibles para el personal operativo.

A mediano plazo, se colocará señalética educativa en habitaciones y zonas comunes, la cual fomentará el consumo responsable de recursos por parte de los huéspedes. Este tipo de intervención tiene un efecto comprobado en la intención de conservación de los visitantes (Jacobs & Harms, 2014). También se implementará un sistema de monitoreo mensual de energía y agua, mediante contadores por bloque y hojas de registro digitalizadas, que permitirán identificar patrones de consumo y establecer alertas tempranas sobre ineficiencias.

En el largo plazo, el hotel proyecta la implementación progresiva de sistemas de reutilización de aguas grises tratadas para riego de jardines y limpieza de exteriores, así como la incorporación de paneles solares térmicos para precalentamiento de agua en zonas de alta demanda. Estas medidas estructurales no solo reducen la demanda de agua potable y energía eléctrica, sino que también constituyen soluciones clave para operaciones hoteleras sostenibles en zonas protegidas.

En el eje social, el objetivo es generar valor dentro de la isla, profesionalizando a la población local y conectando a los huéspedes con la realidad de Galápagos. A corto plazo, el hotel priorizará la contratación de talento humano residente en Santa Cruz, con una meta del 80 % del total de colaboradores. Asimismo, se establecerán alianzas con proveedores locales, entre ellos COPROPAG para pesca artesanal responsable, Asoprolaga para productos agrícolas, y emprendimientos como Ranti Café y Drupa Real para abastecimiento de café de origen (Heifer Ecuador, 2024).

A mediano plazo, se implementará un programa de capacitación continua para todo el personal, con un mínimo de 10 horas anuales por empleado, en temas de hospitalidad consciente, cultura local y prácticas ambientales. Además, se organizarán charlas mensuales dirigidas a los huéspedes, en las cuales se abordarán los desafíos socioambientales del archipiélago y el rol del turismo responsable (Jacobs & Harms, 2014). Este tipo de iniciativas no solo sensibiliza al viajero, sino que mejora su experiencia y comprensión del destino.

A largo plazo, el hotel impulsará redes de colaboración con otros establecimientos turísticos pequeños de la isla, con el fin de escalar prácticas de profesionalización compartidas. También se consolidará "El Encuentro", un espacio físico dentro del hotel destinado a la visibilización de emprendimientos galapagueños mediante ferias, talleres o exhibiciones regulares. Estas acciones buscan generar encadenamientos productivos locales y fortalecer la identidad territorial.

Desde lo económico, el enfoque está en garantizar la viabilidad financiera del proyecto sin desvincularse del enfoque sostenible. A corto plazo, se implementará una política de compras que priorice proveedores de Santa Cruz, lo que permitirá reducir la huella logística y fomentar la economía circular insular. Esta estrategia responde a recomendaciones clave para destinos remotos

como Galápagos, donde la seguridad alimentaria y el abastecimiento local son ejes críticos de sostenibilidad (Burbano, Valdivieso, Izurieta, Meredith & Quiroga, 2022).

Además, se aplicará un sistema de control interno de consumos y desperdicios en todos los departamentos operativos, desde cocina hasta lavandería, mediante bitácoras diarias y análisis de mermas. A mediano plazo, se introducirán tecnologías de eficiencia operativa como sensores de movimiento para iluminación, automatización de bombas y válvulas, y lavadoras industriales de bajo consumo. Estas inversiones deberán evaluarse bajo un modelo de retorno de inversión (ROI), con recuperación proyectada a 3–5 años según ahorros esperados en agua y energía.

En el largo plazo, se buscará construir una ventaja competitiva en el mercado mediante el posicionamiento del hotel como un referente de turismo consciente y responsable en el segmento medio nacional. Este tipo de enfoque genera beneficios económicos a largo plazo, ya que el 73 % de los turistas globales están dispuestos a elegir alojamientos que implementen prácticas sostenibles, y en algunos casos incluso pagar tarifas superiores (Booking.com, 2023).

Además de las metas operativas ya planteadas, Gemelan incorpora una dimensión social activa a través de programas que promueven la educación, la conciencia ambiental y la conexión con la comunidad. A través de la alianza con Fundación ECOS, el hotel desarrollará charlas ambientales dirigidas a niños y grupos escolares visitantes, reforzando la comprensión del entorno y fomentando desde edades tempranas el respeto por el ecosistema insular. Paralelamente, en coherencia con la creencia institucional de que la educación transforma comunidades, el hotel destinará al menos el 1 % de su utilidad neta anual a un programa de formación académica para sus mejores colaboradores. Esta inversión será canalizada mediante convenios con instituciones como la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) y la Universidad Técnica Particular de Loja

(UTPL), quienes facilitarán acceso a estudios técnicos o superiores pertinentes al perfil del colaborador.

Por otra parte, para los huéspedes adultos se ha diseñado un programa de concienciación denominado “Embajadores del cormorán”, que comienza desde su llegada al hotel. Durante el check-in, los visitantes reciben una introducción sobre el impacto de su presencia en Galápagos y se les informa sobre prácticas responsables dentro y fuera del hotel. Asimismo, se les invita a participar voluntariamente en acciones concretas como talleres de reciclaje, visitas a emprendimientos locales o aportes económicos a causas comunitarias o ambientales activas en la isla. El hotel facilitará esta conexión con un catálogo de iniciativas verificadas a las que el huésped puede donar directamente.

Estos programas refuerzan la visión de Gemelan como un proyecto consciente, no solo con metas cuantificables, sino también con un compromiso humano profundo. Más allá de los indicadores operativos, se trata de crear un espacio hotelero donde la educación, la equidad y la participación activa sean parte integral de la experiencia turística.

CAPÍTULO 5: TARIFAS

En esta sección daremos paso a uno de los pilares más importantes dentro de la gestión hotelera: la estrategia tarifaria. Establecer tarifas correctas no solo impacta directamente en la rentabilidad del hotel, sino también en su percepción de valor, competitividad en el mercado y sostenibilidad operativa. Por eso, hemos desarrollado un análisis detallado para definir nuestras tarifas BAR (Best Available Rate) y Rack, entendiendo que no se trata únicamente de números, sino de una estrategia alineada con nuestros valores, misión y tipo de cliente.

Daremos la bienvenida a una estructura tarifaria basada en la Campana de Gauss, que nos permite segmentar el comportamiento de la demanda y maximizar ingresos según temporadas y perfiles de cliente. También aplicaremos un enfoque de benchmarking con nuestra competencia directa e indirecta, asegurándonos de estar bien posicionados en el mercado sin perder nuestra esencia. Consideramos, además, los costos operativos clave, especialmente el costo de nómina, para garantizar que nuestras tarifas cubran los gastos esenciales y permitan una operación saludable.

Este proceso no solo se fundamenta en técnica, sino en estrategia emocional: queremos que cada ecuatoriano y cada visitante internacional sienta que en Gemelan su inversión vale más que una simple habitación, porque aquí lo que se construyen son experiencias memorables. Prepárate para descubrir cómo cada número cuenta una historia, y cómo cada tarifa ha sido pensada para sostener, crecer y proyectar el espíritu de Gemelan.

5.1 Nómina

Puesto	Tipo de contrato	Salario	Horas trabajadas en horario nocturno	Horas extra trabajadas	Horas extraordinarias
Room Division					
Room Division Manager	TC	\$ 2,000.00	0	0	0
Houseperson (Áreas públicas) 1	TC	\$ 900.00	0	0	4
Houseperson (Áreas públicas) 2	TC	\$ 900.00	0	0	4
Housekeeper 1	TC	\$ 900.00	0	0	4
Housekeeper 2	TC	\$ 900.00	0	0	4
Housekeeper 3	TC	\$ 900.00	0	0	4
Recepcionista 1	TC	\$ 950.00	60	10	8
Recepcionista 2	TC	\$ 950.00	60	10	8
Recepcionista 3	TC	\$ 950.00	60	10	8
Recepcionista 4	TC	\$ 950.00	60	10	0
Food and Beverage					
Jefe de cocina	TC	\$ 2,000.00	0	0	0
Ayudante de cocina 1	TC	\$ 950.00	30	0	4
Ayudante de cocina 2	TC	\$ 950.00	30	0	0
Ayudante de cocina 3	TC	\$ 950.00	30	0	0
Mesero 1	TC	\$ 900.00	30	0	4
Mesero 2	TC	\$ 900.00	30	0	4
Mesero 3	TC	\$ 900.00	30	0	4
Bodeguero	TC	\$ 900.00	0	0	0
Administración / Operaciones / Marketing / RRHH					
Gerente	TC	\$ 3,000.00	0	0	0
Ventas	TC	\$ 950.00	0	0	0
Auxiliar contable	TC	\$ 950.00	0	0	0
RRHH	TC	\$ 1,000.00	0	0	0
Días del mes					
Sueldo básico					
Decimo Cuarto Sueldo					
Decimo Tercer Sueldo					
Aporte personal (IESS)					
Aporte patronal (IESS)					
Fondos de reserva	Debe trabajar más de un año				
Vacaciones					
Horas laborables del día					
Horas laborables del mes TC					

		Contratos externos	Contrato Anual	(Si fuera mensual)
Contabilidad	Espinoza contadores	\$	14,400	\$ 1,200
Marketing	Mindshare	\$	42,000	\$ 3,500

Los contratos externos no forman parte del costo de la nómina.

La nómina del Hotel Gemelán está compuesta por 22 empleados, distribuidos en distintas áreas operativas y administrativas, lo que garantiza una atención eficaz y un servicio de alta calidad a los huéspedes. Con un ratio de 0.7 empleados por habitación, que se calcula considerando las 30 habitaciones del hotel, se asegura una proporción adecuada de personal para cubrir las necesidades operativas del establecimiento sin comprometer la eficiencia ni la calidad del servicio.

El costo total mensual de la nómina es de \$33,361.65, lo que incluye tanto los salarios directos de los empleados como las contribuciones obligatorias al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), beneficios laborales como vacaciones, decimocuarto y decimoquinto sueldos, así como otros costos asociados con la contratación de personal. Este costo se distribuye entre las distintas

categorías de empleados, desde el personal de limpieza y recepción hasta los trabajadores de áreas administrativas, garantizando así el funcionamiento integral y eficiente del hotel.

El adecuado manejo de esta nómina es clave para asegurar una correcta gestión financiera del hotel, balanceando el costo de la nómina con la calidad del servicio y la rentabilidad del negocio.

5.2 Segmento

Especial énfasis			
Leisure nacional: (Nvl socioeconómico: "Medio - Medio Alto")			
Segmento	Descripción del Segmento	Características del Cliente	Preferencias de Estancia
Familias	Padres e hijos que viajan por ocio y recreación, (30 - 50 años).	Familias de 3 - 5 miembros, buscan comodidad, accesibilidad, seguridad y actividades para niños.	De 4 - 7 días, habitaciones familiares o conectadas, internet y TV. Piscina y espacios de juego.
Parejas	Adultos en escapadas románticas o de relajación, (25 - 45 años).	Buscan privacidad y confort, prefieren experiencias tranquilas y exclusivas. Interesados en cenas especiales y actividades en pareja.	De 3 - 5 días, buscan habitaciones con cama king-size con vista. Restaurantes con ambiente romántico y jacuzzi para pasar el rato.
Grupos de amigos	Jóvenes adultos que buscan aventura y socialización, (20 - 35 años).	Enfocados en actividades al aire libre y diversión. Buscan opciones accesibles y compartidas. Interesados en vida nocturna y tours grupales.	3 a 5 días. Habitaciones múltiples, espacios comunes tipo lounge. Actividades grupales, excursiones inmersivas y cualquier tipo de actividad deportiva.
Turistas individuales	Viajeros solos explorando Galápagos, (25 - 50 años).	Buscan independencia y flexibilidad. Prefieren actividades como senderismo, buceo o fotografía. Interesados en conocer gente nueva.	2 a 4 días. Habitaciones individuales económicas. Información turística accesible. Espacios para socializar.
Grupos	Grupos escolares	Viajan con itinerario definido. Necesitan logística organizada. Priorizan tarifas grupales y facilidad de transporte.	2 a 5 días. Habitaciones tipo dormitorio o bloques reservados. Coordinación con agencias o guías.

Leisure extranjero: (Nvl socioeconómico: "Medio")			
Segmento	Descripción del Segmento	Características del Cliente	Preferencias de Estancia
Familias	Familias buscando vacaciones relajantes en Galápagos, (30 - 60 años).	Familias de 3-5 miembros, con niños pequeños o adolescentes. Origen: Europa, América del Norte y América Latina.	Estancia de 5-7 noches. Habitaciones familiares interconectadas, comodidad, servicios adaptados a niños.
Parejas	Parejas buscando una experiencia romántica, (25 - 50 años).	Parejas jóvenes (luna de miel) o mayores. Origen: Europa y América del Norte.	Estancia de 4-6 noches. Habitaciones matrimoniales King, privacidad, lujo moderado, tours exclusivos.
Grupos de amigos	Grupos que buscan ecoturismo y aventura, (25-40 años).	Grupos de 4-8 personas, jóvenes adultos. Origen: Europa y América del Norte.	Estancia de 5-7 noches. Habitaciones de 4 plazas o dobles. Actividades de aventura y deportes acuáticos.
Eco-turistas	Turistas enfocados en sostenibilidad y conservación, (30 - 60 años).	Personas conscientes del medio ambiente. Origen: Europa y América del Norte.	Estancia de 4-6 noches. Alojamiento con prácticas ecológicas, actividades de ecoturismo y conservación.

En Hotel Gemelan, nuestro enfoque principal está en el segmento leisure nacional, ya que entendemos que este es el grupo que mejor se adapta a nuestra ubicación en Puerto Ayora, Galápagos, y a la oferta de servicios que proporcionamos. Los turistas nacionales ecuatorianos de nivel socioeconómico medio - medio alto, son quienes buscan experiencias asequibles dentro de su propio país, y nuestra propuesta de valor se ajusta a sus expectativas. El segmento leisure nacional es crucial para nuestro hotel por diversas razones. Primero, las familias nacionales son un pilar fundamental. Las familias ecuatorianas suelen viajar durante sus vacaciones escolares, festivos y períodos de descanso, lo que coincide con nuestras temporadas de alta demanda. Las estancias de 4 a 7 días son comunes en este segmento, lo que permite una ocupación prolongada y continua. Este segmento busca comodidad, accesibilidad, seguridad y, sobre todo, actividades para

niños, lo que nos permite ofrecer servicios ideales como habitaciones conectadas, piscina y espacios recreativos. Estas familias se sienten atraídas por nuestra capacidad de brindarles una experiencia cómoda y segura en un entorno que les permita disfrutar de su tiempo juntos, mientras aprovechamos al máximo las zonas comunes y los servicios adicionales.

El segmento de parejas es otro componente fundamental de nuestra estrategia. Este grupo, que busca privacidad y confort, valora sobre todo habitaciones con cama king-size, vistas espectaculares, y ambientes románticos. A menudo, las parejas ecuatorianas optan por escapadas de 3 a 5 días, buscando desconectar de su rutina diaria. Aquí, nuestro enfoque se centra en proporcionarles experiencias exclusivas como cenas románticas y opciones de relajación como el jacuzzi, lo que agrega un valor significativo a su estancia y contribuye a la ocupación durante períodos de alta demanda, como fines de semana largos y festivos.

Los grupos de amigos son un segmento que, aunque más diverso, tiene una gran demanda de actividades al aire libre y diversión. Este grupo, compuesto principalmente por jóvenes adultos, busca aventuras, deportes y socialización. Su estancia de 3 a 5 días es ideal para aprovechar nuestras habitaciones con 4 camas individuales, lo que les permite compartir de manera económica sin sacrificar la comodidad. Este segmento también valora la vida nocturna y las actividades grupales que ofrecemos, lo que aumenta el consumo dentro del hotel y genera mayores ingresos en ciertos períodos del año, sobre todo en temporada baja, cuando otras áreas del hotel podrían tener una menor ocupación.

El segmento de turistas individuales también es importante, ya que estos viajeros buscan independencia y flexibilidad. Aunque su estancia suele ser más corta (de 2 a 4 días), este grupo contribuye significativamente al ingreso por habitación disponible (OCC). Además, dado que estos

turistas están más interesados en actividades como el senderismo, el buceo y la fotografía, podemos proporcionarles información personalizada y servicios complementarios como guías turísticos y transporte, lo que aumenta el valor agregado de su visita.

Por otro lado, los grupos grandes, como las excursiones escolares o empresariales, son muy relevantes para el hotel, ya que buscan una logística organizada y servicios adaptados a su necesidad de tarifas negociadas y coordinación con agencias. Este segmento, que se queda entre 2 a 5 días, puede beneficiarse de tarifas especiales dentro de los rangos BAR y RACK, lo que asegura que no solo se cubran sus necesidades logísticas, sino que también contribuya a la ocupación en fechas donde otros segmentos pueden estar menos representados. Al ofrecer opciones de habitaciones tipo dormitorio o bloques reservados, podemos satisfacer las necesidades de estos grupos de manera eficiente, a la vez que aseguramos una ocupación constante.

Si bien el segmento extranjero leisure no es nuestro enfoque principal, es un complemento importante para Hotel Gemelan. Este segmento de extranjeros con nivel socioeconómico (Medio), nos ayudará a mantener una ocupación constante (OCC) durante periodos fuera de la temporada alta del turismo nacional. Los turistas extranjeros, especialmente de Europa, América del Norte y América Latina, suelen buscar experiencias más exclusivas y ecológicas en Galápagos, lo que nos permite diversificar nuestra oferta. En particular, las familias extranjeras, parejas y grupos de amigos internacionales tienden a quedarse entre 5 a 10 noches, lo que incrementa nuestra ocupación en la temporada baja. Además, su interés en el ecoturismo y las experiencias de conservación se alinea con nuestra propuesta de sostenibilidad y prácticas ecológicas, lo que refuerza nuestra imagen como un destino responsable. Aunque este segmento puede generar un

mayor OCC en algunos meses, su impacto real será más limitado a las fechas de baja demanda, ayudándonos a optimizar la ocupación fuera de los picos de turismo nacional.

En términos de distribución de habitaciones, tenemos 30 habitaciones que nos permiten cubrir las necesidades de nuestros segmentos de manera eficaz. Las 15 habitaciones dobles queen-size son perfectas para familias y grupos grandes como las excursiones escolares. Las 10 habitaciones matrimoniales king-size son ideales para parejas que buscan confort y privacidad. Las 5 habitaciones con 4 camas individuales están diseñadas específicamente para los grupos de amigos que buscan comodidad en un formato económico. Esta configuración de habitaciones fue basada en los resultados de nuestra competencia, donde logramos definir que tanto las dobles como las matrimoniales se llevan el mayor porcentaje de ocupación, y nos permite atender a cada segmento con el tipo de espacio que mejor se adapta a sus necesidades y aumentar nuestra ocupación durante todo el año.

En cuanto a las tarifas, nuestra estrategia es flexible y adaptada a las demandas de cada grupo. Ofrecemos tarifas BAR y RACK que se ajustan a la estacionalidad y a los segmentos, con precios negociables para grupos grandes. A los demás segmentos, les mostramos nuestra tarifa RACK para maximizar la ocupación durante todo el año, especialmente en temporadas donde los segmentos nacionales estén menos representados. Esta estrategia no solo nos permite optimizar nuestros ingresos, sino también garantizar la satisfacción de todos nuestros huéspedes. Más adelante veremos a detalle cómo manejaremos este tema de tarifas, sin embargo, queremos recalcar que para cada segmento, momento y estacionalidad existe una tarifa adecuada.

Hotel Gemelan ha seleccionado los segmentos de mercado que mejor se alinean con nuestras capacidades y objetivos. El segmento leisure nacional es nuestra principal prioridad, ya que ofrece

una ocupación constante y predecible durante todo el año, mientras que el segmento extranjero leisure funciona como un complemento que ayuda a optimizar la ocupación en períodos fuera de temporada alta. Gracias a la configuración de nuestras habitaciones, nuestras tarifas flexibles y la atención al detalle en cada segmento, estamos posicionados para ofrecer experiencias excepcionales a nuestros huéspedes, maximizar nuestra ocupación y asegurar el éxito continuo del hotel.

5.3 Análisis de la competencia

Competidor	Ubicación	Tipo de Establecimiento	Tarifa Estándar (por noche)	Tarifa en OTAs (por noche)	Tarifa en Canal Directo (por noche)	Descuentos/Promociones	Servicios & Amenities Incluidos	Calificación en Plataformas de Opiniones	Valor Añadido / Justificación de la Tarifa
Hotel Posada del Mar	Tomas de Berlanga y Av. Baltra, Puerto Ayora	Hotel de 3 estrellas	70\$ + IVA	77\$ - 110\$ + IVA	60\$ + IVA	10% de descuento en Hotels.com	Wi-Fi caja fuerte TV	9.3 en Booking.com 9.8 en Hoteles.com	Su menor precio se justifica por servicios básicos y una oferta de valor más sencilla.
Hotel Fiesta	Calle Moises Brito y Juan Montalvo, Puerto Ayora	Hotel de 3 estrellas	135\$ + IVA	135\$ - 144\$ + IVA	115\$ + IVA	22% de descuento en Hoteles.com	WiFi gratis Piscina Aire acondicionado Zona de picnic. Ping pong Billar Sala de juegos	8.7 en Booking.com 9.0 en Hoteles.com	Su precio más alto se justifica por mejores amenidades y entretenimiento en el hotel.
Hotel Albatross	Avenida Pinta y Calle Albatros	Hotel de 3 estrellas	116\$ + IVA	230\$ + IVA	100\$ + IVA	10% de descuento en Hotels.com	Piscina Desayuno gratis Recepción 24h Aire acondicionado	8.2 en Hoteles.com	Su precio se justifica por la inclusión del desayuno y atención 24/7 además de su percepción de exclusividad en OTAs.
Hotel Ninfa	Colonos y Av Charles Darwin	Hotel de 3.5 estrellas	140\$ + IVA	140\$ - 170\$ + IVA	145 + IVA	10% de descuento en Hotels.com	Piscina al aire libre Tours en bici Billar Sala de juegos Cafetería en el alojamiento Bar	9.1 en Booking.com 8.2 en Hoteles.com	Es el único hotel en la lista con una clasificación de 3.5 estrellas, lo que lo posiciona por encima de los demás en calidad percibida.
Hotel Tortuga Bay	Tomás de Berlanga SN Tomás de Berlanga SN	Hotel de 3 estrellas	137\$ + IVA	199\$ + IVA	128\$ + IVA	35% de descuento en Hotels.com	Piscina al aire libre Traslado aeropuerto Parking privado WiFi gratis Restaurante Adaptado personas de movilidad reducida Bar	7.0 en Booking.com 8.0 en Hoteles.com	Su precio elevado se justifica por una oferta más completa de servicios, incluyendo traslado y accesibilidad.

El análisis de la competencia en Puerto Ayora muestra que los hoteles manejan tarifas estándar entre \$70 y \$140 + IVA, con descuentos en canales directos de hasta el 35%, lo que sugiere la importancia de incentivar reservas sin intermediarios. Los servicios más comunes incluyen Wi-Fi gratuito, desayuno, piscina y bar, mientras que algunos hoteles destacan por accesibilidad o actividades adicionales. Las calificaciones en plataformas oscilan entre 7.0 y 9.3, indicando altos estándares en la zona. Para Gemelan, la clave será ofrecer una tarifa competitiva basada en valor

por dinero, diferenciándose con una propuesta de sostenibilidad real, como energía renovable, gestión eficiente de residuos y arquitectura bioclimática. Además, será fundamental desarrollar una estrategia de reservas que priorice la venta directa y construir una reputación sólida desde el inicio, enfocándose en ecoturismo, confort accesible y experiencias auténticas en Galápagos.

Numero de habitaciones del hotel	30		
Inventario de Habitaciones			
	Diaria	Mensual	Anual
Standard Twin	15	450	5475
Matrimonial	10	300	3650
Cuádruples	5	150	1825
TOTAL	30	900	10950

La distribución de habitaciones en el hotel Gemelan ha sido diseñada estratégicamente, no solo en función de nuestras proyecciones de mercado, sino también basándonos en un análisis detallado de ocupación realizado con nuestra competencia directa en Puerto Ayora, Galápagos. A través de entrevistas cortas con Posada del Mar, Hotel Fiesta, Hotel Albatross y Hotel Tortuga Bay, recopilamos datos clave sobre las tendencias de ocupación en distintos segmentos y temporadas. Esto nos permitió estructurar nuestra oferta de manera eficiente, asegurando que podamos atender tanto al turismo leisure nacional, que es nuestro enfoque principal, como al turismo extranjero, que complementará la ocupación en temporadas más bajas. Nuestra distribución de 30 habitaciones está compuesta por 15 habitaciones dobles (queen size), 10 habitaciones matrimoniales (king size) y 5 habitaciones cuádruples con literas. Esta configuración refleja la demanda observada en la competencia y nos permite maximizar la ocupación (OCC) anual con una estrategia bien definida: Las habitaciones dobles (50% del inventario) son clave para captar familias, turistas individuales y grupos grandes. Este tipo de habitación mostró alta ocupación en los hoteles analizados,

particularmente en temporadas de vacaciones escolares y feriados nacionales, donde el turismo ecuatoriano es predominante. También permiten flexibilidad en temporada baja, pudiendo ser comercializadas a viajeros extranjeros que buscan estancias accesibles. Las habitaciones matrimoniales (33% del inventario) atienden principalmente al segmento de parejas nacionales e internacionales. En nuestra investigación con la competencia, observamos que este tipo de habitación mantiene una ocupación estable los fines de semana y en temporadas intermedias, cuando las escapadas románticas y lunas de miel son más frecuentes. Las habitaciones cuádruples (17% del inventario) están diseñadas para grupos de amigos y excursiones organizadas. En los hoteles que analizamos, este tipo de alojamiento mostró alta demanda en temporadas pico, especialmente para grupos juveniles, estudiantes y viajeros con interés en turismo de aventura. Esta categoría también nos permite atraer al mercado extranjero durante la temporada baja, asegurando una base de ocupación estable. La configuración de habitaciones en el hotel Gemelan no es una decisión arbitraria, sino el resultado de un análisis meticuloso basado en datos de ocupación reales de nuestra competencia y en la segmentación del mercado. Esto nos permite maximizar la ocupación durante todo el año, garantizando que nuestro enfoque en el turismo ecuatoriano se traduzca en alta rentabilidad en temporada alta, mientras que el turismo extranjero complementa la ocupación en meses de menor demanda. Con esta estrategia, aseguramos que nuestro hotel mantenga una operación eficiente y rentable, adaptándose a la dinámica del mercado en Galápagos.

Entrevistas cortas a nuestra competencia: Hotel Posada del Mar, Hotel Albatross, Hotel Fiesta y Hotel Tortuga Bay.

Gráfico de Distribución de la ocupación

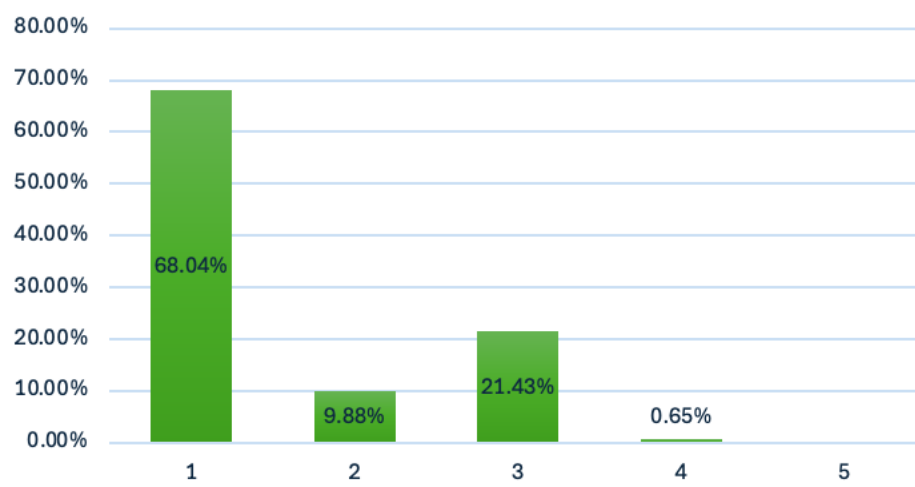
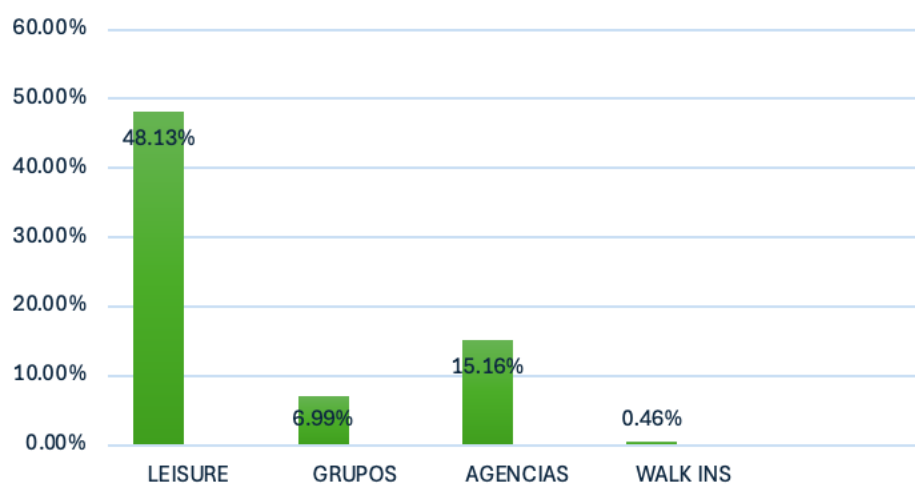
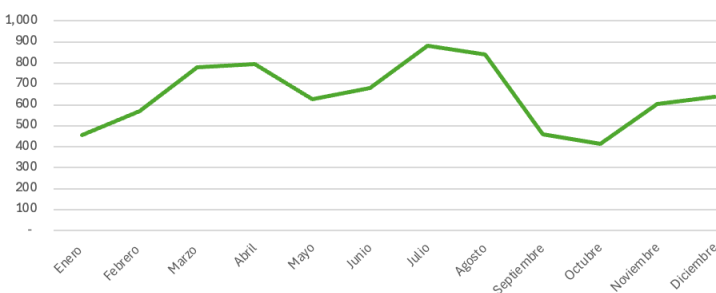


Gráfico de Ocupación por Segmento



Enero	455
Febrero	570
Marzo	780
Abril	795
Mayo	625
Junio	680
Julio	880
Agosto	840
Septiembre	460
Octubre	415
Noviembre	605
Diciembre	640

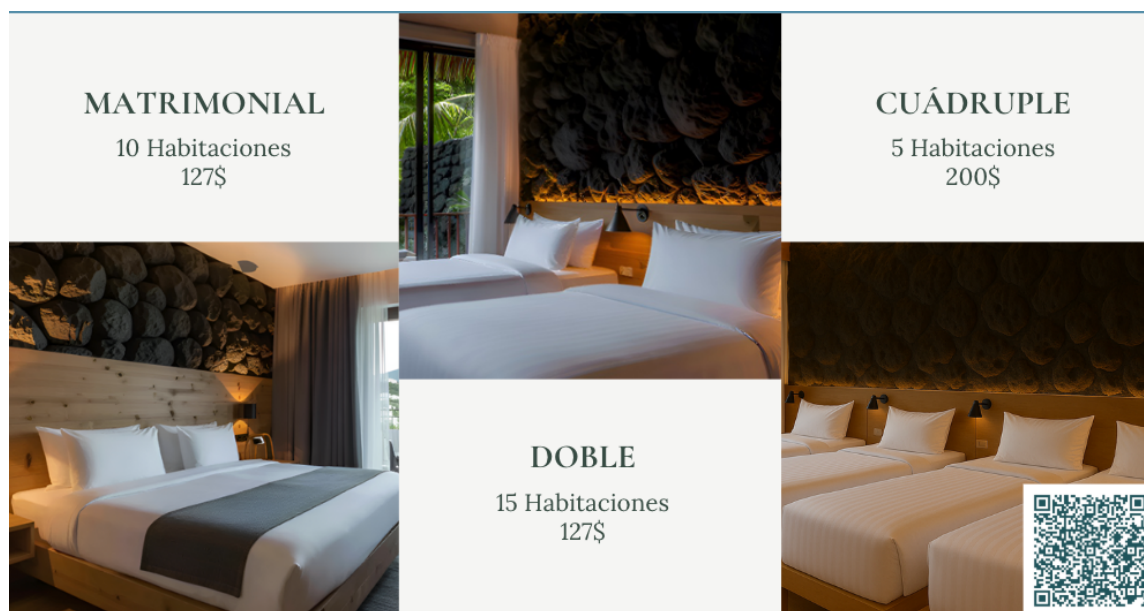
Gráfico de Ocupación por Mes



El análisis de la ocupación en el hotel Gemelan a lo largo del año nos muestra una estrategia de segmentación diversificada, en la que el segmento Leisure es el principal generador de demanda, complementado por Agencias y Grupos, con una menor contribución de Walk-ins. A continuación, se detalla el comportamiento de cada segmento y su impacto en la ocupación del hotel. Este segmento representa la mayor proporción de habitaciones ocupadas en el año, con un total de 5,270 habitaciones ocupadas, lo que equivale al 68.04% de la ocupación total. La OCC promedio anual para este segmento es del 48.13%, con picos significativos en los meses de julio (70.45%) y diciembre (78.13%), lo que coincide con la temporada alta de turismo vacacional. El turismo de ocio es el segmento más estable y predecible, con una distribución de ocupación relativamente constante durante todo el año. Su alta participación en la ocupación general indica que la demanda de viajeros individuales y familiares es clave para la sostenibilidad del hotel. Las agencias representan 1,660 habitaciones ocupadas, equivalente al 21.43% de la ocupación total, con una OCC promedio del 15.16%. Este segmento muestra un comportamiento estable, con ocupaciones que oscilan entre el 19.30% y 23.14%, alcanzando su punto más alto en julio (22.73%) y agosto (22.62%), meses en los que el turismo internacional y los paquetes turísticos organizados tienen mayor demanda. El aporte de las agencias es fundamental, ya que garantizan un flujo constante de reservas con anticipación, reduciendo la incertidumbre en la ocupación. Sin embargo, este segmento suele negociar tarifas más bajas, por lo que su contribución a los ingresos debe analizarse en conjunto con el RevPAR y la rentabilidad neta. Los grupos representan un 9.88% de la ocupación anual, con 765 habitaciones ocupadas y una OCC del 6.99%. Su participación es variable a lo largo del año, con mayor presencia en febrero (26.32%) y una tendencia decreciente en los meses de menor demanda turística. A pesar de representar un menor porcentaje de la ocupación total, este segmento es clave en la estrategia de optimización de ingresos durante

temporadas bajas, ya que permite asegurar bloqueos de habitaciones en fechas estratégicas y generar ingresos adicionales a través de servicios complementarios como alimentación y actividades. Los Walk-ins tienen una contribución mínima en la ocupación del hotel, con 50 habitaciones ocupadas en todo el año, representando solo el 0.65% de la ocupación total y una OCC de 0.46%. Su impacto es casi nulo, lo que indica que el hotel no depende de reservas espontáneas y que la mayor parte de la demanda proviene de reservas anticipadas a través de otros canales. Conclusión El análisis de la ocupación en el hotel Gemelan demuestra que el hotel tiene una fuerte dependencia del segmento Leisure, que representa la mayor proporción de habitaciones ocupadas y se mantiene estable durante todo el año. Agencias de viaje y Grupos complementan la ocupación, con una contribución significativa en temporadas específicas. La estrategia de captación de Grupos es clave para optimizar ingresos en períodos de menor ocupación, mientras que las Agencias garantizan estabilidad en la demanda. La baja presencia de Walk-ins indica que el hotel opera principalmente con reservas anticipadas, lo que facilita una planificación más precisa de la ocupación y los ingresos. Esta segmentación diversificada permite mantener un equilibrio entre ocupación y rentabilidad, asegurando un flujo constante de ingresos y maximizando el aprovechamiento de la infraestructura del hotel durante todo el año.

5.5 Composición de la tarifa



La definición de las tarifas del hotel Gemelan se fundamentó en un riguroso análisis comparativo de mercado complementado con una metodología estadística basada en la distribución normal o campana de Gauss. Esta combinación permitió establecer tarifas coherentes, competitivas y alineadas con la percepción de valor del destino Puerto Ayora, Galápagos.

El proceso inició con la recolección sistemática de datos provenientes de diversos hoteles competidores ubicados en el mismo entorno geográfico. Las tarifas fueron segmentadas según el día de la semana (semana vs. fin de semana), tipo de habitación y nombre del establecimiento. Esta base de datos permitió identificar un rango representativo de precios reales en el mercado local, proporcionando el contexto necesario para el posicionamiento tarifario del hotel Gemelan.

Posteriormente, se procedió a aplicar herramientas estadísticas sobre esta base de datos. Se determinaron parámetros fundamentales como la tarifa mínima, tarifa máxima, rango, media y desviación estándar. A partir de estos valores se establecieron clases e intervalos de frecuencia, los

cuales fueron clave para visualizar la distribución de las tarifas en forma de una curva normal. Este modelo permitió identificar patrones de comportamiento en los precios ofertados por la competencia, permitiendo posicionar al hotel Gemelan de manera estratégica dentro del espectro tarifario.

Con base en esta distribución normal, se definieron dos tarifas clave: la tarifa BAR (Best Available Rate) y la tarifa Rack. La tarifa BAR se ubicó en torno a la media de la curva, representando la tarifa más competitiva y flexible para el cliente, utilizada como referencia principal para la venta directa y online. En cambio, la tarifa Rack se fijó aproximadamente una desviación estándar por encima de la media, representando la tarifa más alta publicada, comúnmente utilizada como referencia base para descuentos promocionales o tarifas corporativas. Se mantiene dentro de un marco racional y proyectado para maximizar el ingreso por habitación disponible (RevPAR) sin comprometer la ocupación ni la percepción de valor del cliente.

5.6 Análisis Final sobre la Estructura del Hotel y Estrategia de Precios de hotel Gemelan

El Hotel Gemelan ha desarrollado una estructura operativa y una estrategia tarifaria que se adaptan con precisión a las características del mercado turístico en Puerto Ayora, Galápagos, y, más específicamente, a los segmentos de turistas nacionales. A través de un análisis detallado de la segmentación del mercado, la distribución de habitaciones y los precios, se puede concluir que el hotel ha logrado crear un equilibrio adecuado entre la optimización de la ocupación y la maximización de los ingresos, lo que le permite mantener una rentabilidad estable y sostenible.

El enfoque del Hotel Gemelan está claramente orientado hacia el segmento leisure nacional, que es la base principal de su operación. Este segmento, compuesto por turistas nacionales ecuatorianos de nivel socioeconómico medio y medio-alto, busca experiencias turísticas asequibles dentro de

su propio país. La ubicación en Puerto Ayora, en las Islas Galápagos, es un destino atractivo para este perfil de turistas, quienes desean disfrutar de un ambiente natural y único, pero sin la necesidad de viajar a destinos internacionales costosos.

Dentro de este segmento, se encuentran varias subcategorías clave: familias, parejas, grupos de amigos y turistas individuales. Las familias nacionales constituyen una parte fundamental de la ocupación del Hotel Gemelan. Este grupo viaja principalmente durante las vacaciones escolares, períodos festivos y otros descansos escolares, lo que coincide con los picos de demanda en el hotel. En este sentido, la demanda de habitaciones conectadas, espacios recreativos como la piscina y zonas comunes, y servicios orientados a niños, es alta. El Hotel Gemelan ha diseñado su oferta para satisfacer esta demanda, ofreciendo un ambiente seguro, accesible y cómodo, que permite a las familias disfrutar de tiempo de calidad juntas. Las estancias típicas de este segmento van de 4 a 7 días, lo que garantiza una ocupación prolongada y continua, y permite una planificación más eficiente de los recursos del hotel.

El segmento de parejas, aunque más pequeño que el de familias, también juega un papel crucial en la estrategia de ocupación del hotel. Las parejas, tanto locales como extranjeras, buscan una experiencia más privada y romántica. Las estancias de 3 a 5 días son comunes entre este grupo, que busca desconectar de la rutina diaria. Para este segmento, el Hotel Gemelan ofrece habitaciones matrimoniales king-size, vistas espectaculares y ambientes más íntimos y románticos. Además, la oferta de cenas románticas y servicios de relajación como el jacuzzi proporciona un valor añadido que atrae a este tipo de turistas. Las parejas ecuatorianas son especialmente propensas a optar por este tipo de experiencias durante los fines de semana largos y festivos, lo que también contribuye a la ocupación en esos períodos.

Los grupos de amigos, principalmente jóvenes adultos, son otro segmento de gran importancia para el Hotel Gemelan. Este grupo busca actividades al aire libre y sociales, como deportes, vida nocturna y experiencias de aventura. Aunque más diverso, este segmento tiene un gran potencial en términos de ocupación, especialmente en la temporada baja. Las habitaciones con 4 camas individuales son ideales para este grupo, ya que pueden compartir de manera económica sin sacrificar la comodidad. Además, el interés de estos turistas en actividades grupales y sociales dentro del hotel también contribuye al consumo de otros servicios del hotel, como el bar y actividades recreativas, generando mayores ingresos para el hotel. Este tipo de clientes busca experiencias divertidas y dinámicas, lo que agrega un componente de flexibilidad a la ocupación del hotel.

El segmento de turistas individuales, aunque con estancias más cortas, de entre 2 a 4 días, también tiene un impacto significativo en la ocupación y en los ingresos por habitación disponible. Este grupo suele estar interesado en actividades de ecoturismo como el senderismo, el buceo y la fotografía. Para estos viajeros, el Hotel Gemelan ofrece servicios complementarios como guías turísticos y transporte, lo que no solo mejora la experiencia de los huéspedes, sino que también incrementa el valor agregado de su visita.

Si bien el segmento de turistas internacionales no es el objetivo principal del Hotel Gemelan, su presencia resulta importante para mantener una ocupación constante durante los períodos fuera de la temporada alta, en los cuales la demanda del mercado nacional puede disminuir. Este segmento está compuesto principalmente por turistas de Europa, América del Norte y América Latina, quienes buscan experiencias ecológicas y responsables en Galápagos. A menudo, este grupo se interesa por estancias más largas, entre 5 a 10 noches, lo que contribuye a la ocupación en la

temporada baja, y su enfoque en el ecoturismo y la conservación refuerza la imagen de sostenibilidad del Hotel Gemelan.

En cuanto a la distribución de habitaciones, el hotel ha diseñado una configuración estratégica para satisfacer las necesidades de cada segmento. De las 30 habitaciones disponibles, 15 son habitaciones dobles queen-size, ideales para familias y grupos grandes. Estas habitaciones se adaptan perfectamente al segmento de turismo nacional, que suele viajar en grupos o con niños. Las 10 habitaciones matrimoniales king-size están dirigidas principalmente a parejas, un segmento que valora la privacidad y el confort, y que representa una parte significativa de la demanda durante los fines de semana largos y festivos. Finalmente, las 5 habitaciones con 4 camas individuales están destinadas a grupos de amigos y excursiones, un segmento de gran demanda especialmente en la temporada baja. Esta distribución de habitaciones está directamente alineada con los resultados de la competencia y con las necesidades específicas de cada segmento de clientes.

La estrategia de precios del Hotel Gemelan se ha diseñado cuidadosamente para maximizar la ocupación y garantizar la rentabilidad. La tarifa BAR de \$95 es la base de su estrategia tarifaria y se aplica principalmente a los segmentos nacionales. Esta tarifa está pensada para cubrir los costos operativos del hotel sin comprometer la rentabilidad. Además, está situada en un rango competitivo con respecto a la tarifa promedio de los competidores en Puerto Ayora, que varía entre \$70 y \$140 más IVA. A pesar de que la tarifa BAR del Hotel Gemelan es ligeramente superior al promedio de la competencia, se justifica por los servicios adicionales que el hotel ofrece, como su propuesta de sostenibilidad real, servicios ecológicos y un enfoque hacia el ecoturismo, lo que agrega un valor diferencial que otros hoteles de la zona no necesariamente ofrecen.

Por otro lado, la tarifa *Rack Rate* de \$127-\$200 es aplicada principalmente a clientes *walk-in*, es decir, aquellos que reservan sin anticipación. Este segmento tiene un bajo porcentaje de ocupación (solo el 0.65% de las habitaciones), pero su impacto es importante durante períodos de alta demanda. La tarifa *Rack Rate* está diseñada para maximizar los ingresos cuando la demanda es más alta, aprovechando la disposición de estos clientes a pagar un precio *premium* por la flexibilidad y la disponibilidad en el momento de la reserva.

El segmento de agencias de viaje opera con una tarifa más baja, de \$84.09, lo que refleja la negociación de precios a mayor escala. A pesar de que estas tarifas son más reducidas, las agencias generan un volumen significativo de reservas anticipadas, lo que asegura una ocupación constante y predecible, incluso durante los períodos de baja demanda. Además, las agencias tienen la capacidad de captar clientes internacionales, lo que complementa la ocupación del hotel cuando el mercado nacional es menos activo.

Finalmente, el segmento de grupos, que tiene una tarifa promedio de \$95.84, está alineado con la tarifa BAR. Si bien no tiene el margen de rentabilidad más alto, la venta en bloque de habitaciones para grupos asegura una ocupación estable en fechas de baja demanda. Además, los grupos tienden a consumir otros servicios dentro del hotel, como alimentación, actividades y transporte, lo que compensa la menor rentabilidad de la tarifa por habitación.

La estructura de precios del Hotel Gemelan refleja un enfoque estratégico adaptado a las necesidades de sus principales segmentos de mercado, especialmente el turismo nacional, y está diseñada para optimizar tanto la ocupación como la rentabilidad. Las tarifas están cuidadosamente estructuradas para garantizar que el hotel se mantenga competitivo en el mercado de Puerto Ayora, sin sacrificar la calidad de los servicios ofrecidos. La combinación de tarifas BAR, *Rack Rate*,

tarifas para agencias y grupos permite al hotel adaptarse a diferentes perfiles de clientes, maximizando la rentabilidad durante todo el año, especialmente en la temporada alta, cuando el turismo nacional alcanza su máximo nivel. Además, la propuesta de valor diferenciada en sostenibilidad y ecoturismo, que incluye prácticas responsables como el uso de energía renovable y la gestión de residuos, refuerza la justificación de las tarifas y posiciona al hotel como una opción atractiva y única en el mercado.

CAPÍTULO 6: CANALES DE DISTRIBUCIÓN

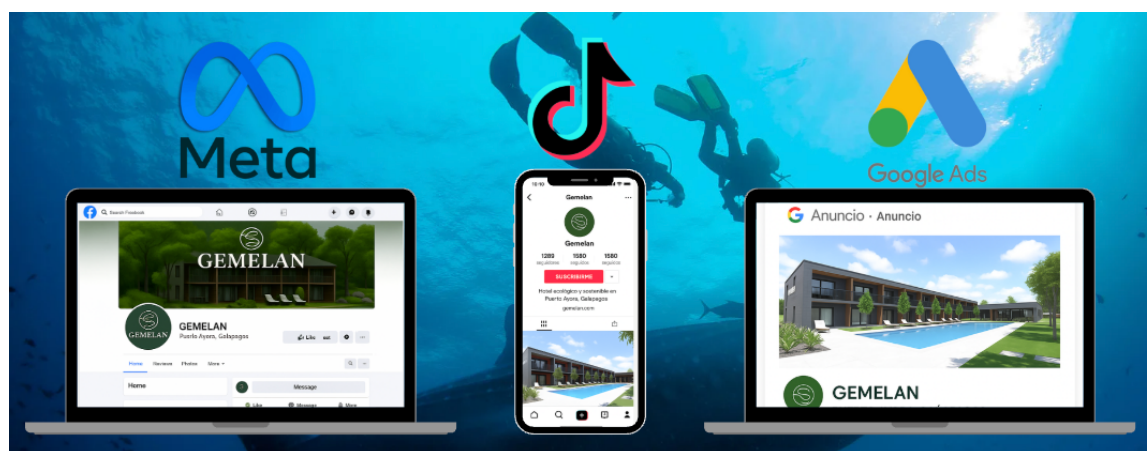
En Gemelan, nuestra misión es fortalecer el turismo nacional. Creemos firmemente en el valor de nuestros compatriotas, porque para nosotros, el ecuatoriano no es un cliente más: es parte de nuestra esencia, de nuestra historia, de nuestra hermandad. Gemelan no es un hotel que llega a imponer, como tantos otros que han aterrizado en Galápagos con estándares genéricos y fríos. Nosotros llegamos a ser parte del entorno, a abrir nuestras puertas con cariño, a generar pertenencia, y a dar la bienvenida como solo los ecuatorianos sabemos hacerlo: con el corazón.

Queremos vencer esa barrera mental que tanto escuchamos en nuestro país, esa frase común que dice: “Ah, con ese mismo presupuesto me voy a Cancún, o a Cartagena, o a Costa Rica.” Nosotros soñamos con cambiar esa narrativa. Galápagos no es un destino más: es uno de los lugares más emblemáticos del planeta, Patrimonio Natural de la Humanidad, y está aquí, en casa. No hay que mirar al exterior para encontrar maravillas: las tenemos en nuestras propias islas. Y por eso trabajamos para posicionarnos como una opción top of mind para los ecuatorianos, no solo por cercanía, sino por cariño, calidad y un servicio excepcional, hecho a medida para ellos.

Actualmente, nuestro segmento se compone de un 35% de viajeros internacionales y un 65% de viajeros nacionales. Dentro del segmento nacional, el 30% corresponde a grupos y el 70% a

viajeros individuales. En este último grupo, recibimos con frecuencia a aventureros, recién casados (honeymooners) y familias ecuatorianas que desean una experiencia auténtica en Galápagos. En cuanto a los grupos, tenemos una demanda sólida de amigos que viajan juntos en grupos de 4 o 5 personas, grupos escolares del Ecuador continental, y grupos de adultos mayores o personas jubiladas que desean disfrutar de esta maravilla natural.

Para llegar a cada uno de estos segmentos, desarrollamos un customer journey que comienza en la fase de inspiración. Aquí, utilizamos cuentas corporativas en Instagram y Facebook para conectar con padres de familia y jóvenes. Creamos contenido relevante, visualmente atractivo y emocional, que inspira a imaginar el viaje soñado a las islas. Para los aventureros, estamos presentes en TikTok, donde hablamos su lenguaje, mostrando la experiencia real, divertida y cercana que ofrecemos. Además, contamos con campañas de Google Ads para posicionarnos entre las primeras opciones de búsqueda para quienes están indecisos o simplemente buscan “hoteles en Galápagos”. Queremos estar ahí, justo cuando sueñan.



Temas de búsqueda

¿Cuáles son algunas palabras o frases que la gente usa cuando busca sus productos o servicios?

Añadir temas de búsqueda (hasta 25)

Galápagos X

Hoteles Galápagos X

Hoteles accesibles en Galápagos X

Eco hoteles Galápagos X

Añadir temas de búsqueda (hasta 25)

0 / 80

En la etapa de compra, Gemelan ofrece una página web diseñada para ser rápida, estética y fácil de navegar. Con tan solo unos clics, el cliente puede finalizar su reserva, fomentando así el canal directo, que además ofrece grandes beneficios. A través de nuestra web, los ecuatorianos pueden acceder a tarifas preferenciales exclusivas para ellos, sin intermediarios ni comisiones adicionales. También ofrecemos valor agregado y la posibilidad de inscribirse en nuestros programas de lealtad, diseñados para recompensar la fidelidad de quienes regresan a casa.



Aunque privilegiamos las reservas directas, también estamos presentes en OTAs clave como Booking.com, la plataforma más usada por el mercado ecuatoriano; Despegar.com, que nos posiciona en toda América Latina; Expedia, para llegar al público estadounidense, uno de los principales emisores de turistas a Galápagos; y también con alcance europeo. Además, trabajamos con agencias de viaje tradicionales como Grupo Galápagos y Polimundo, con quienes nos aliamos estratégicamente para captar grupos escolares y familias que prefieren reservar paquetes completos. También contamos con el apoyo de Alpha Tours, una agencia especializada en el mercado de adultos mayores y jubilados, ideal para promover paquetes turísticos nacionales con enfoque senior.



Durante la estadía, el corazón de nuestro servicio se sostiene con Cloudbeds, un sistema PMS ideal para hoteles pequeños y medianos, con una interfaz sencilla, poderosa y 100% en la nube. Esto nos permite mantener la información segura ante cualquier imprevisto como cortes de energía o

fallos técnicos. Además, su conectividad nos facilita integrar múltiples canales de venta y gestionar la operación en tiempo real, optimizando la experiencia del huésped desde el check-in hasta su despedida.



Finalmente, llegamos a la etapa de lealtad. En Gemelan, creemos en relaciones duraderas. Utilizamos el Net Promoter Score (NPS) para medir en tiempo real la satisfacción de nuestros huéspedes y tomar decisiones inmediatas si algo no va bien. También fomentamos activamente nuestra presencia en TripAdvisor, buscando buenas reseñas que reflejen nuestros servicios y nos posicionen como una referencia positiva para futuros viajeros. Nuestra interacción con los huéspedes no termina al salir del hotel; continúa con programas de lealtad diseñados con generosidad y estrategia.

El primero es “Puntos Gemelan”, en el cual cada estadía genera 200 puntos. Al llegar a 1.000 puntos, el huésped obtiene una noche gratuita, ya sea para él o para quien elija. Así, cada cinco estadías se gana una recompensa real. El segundo es nuestro programa de referidos: cada tres personas que un huésped refiera y que reserven con nosotros, él obtiene una noche todo incluido gratuita. Además, quienes hayan referido al menos a tres personas también reciben descuentos especiales del 10% en sus futuras estadías.

Y para cerrar el círculo de forma impecable, utilizamos estrategias de e-mail marketing personalizadas. No solo enviamos promociones genéricas: reconectamos con nuestros huéspedes en fechas especiales, les recordamos aniversarios, cumpleaños o épocas festivas, y les hacemos llegar ofertas personalizadas que los hagan sentir recordados, valorados y bienvenidos nuevamente en Gemelan.



Esta estrategia es poderosa porque nace desde una visión clara y con propósito: priorizar a nuestro mercado nacional como parte de nuestra identidad y compromiso. Al diseñar acciones que apelan al corazón del ecuatoriano, no solo incentivamos el turismo local, sino que también logramos posicionarnos como una opción atractiva, confiable y emocionalmente cercana. Nuestro enfoque directo, a través de una plataforma digital optimizada, elimina intermediarios, potencia nuestros ingresos y permite ofrecer beneficios exclusivos que generan lealtad y retorno.

Pero no dejamos de lado al segmento internacional. Gracias a nuestra presencia en OTAs estratégicas y agencias tradicionales, atraemos a visitantes de mercados emisores clave como Estados Unidos, Latinoamérica y Europa, lo que nos permite mantener la estabilidad de la demanda durante todo el año, incluso fuera de temporada alta. Esta diversificación de mercados

evita la dependencia estacional, suaviza los picos de ocupación y asegura un flujo continuo de ingresos.

En conjunto, nuestra estrategia logra un balance perfecto entre impacto emocional y eficiencia comercial. Fortalecemos el vínculo con nuestros compatriotas, fomentamos la recompra y el boca a boca, y al mismo tiempo, sostenemos una imagen internacional competitiva. Es una estrategia coherente, sostenible, pensada para el largo plazo y completamente alineada con nuestra misión: ser un hotel que no impone, sino que abre sus puertas con orgullo a la hermandad ecuatoriana y al mundo.

CAPÍTULO 7: PRESUPUESTO DE CAPITAL

El Hotel Gemelan se ubica en un terreno de 11.000 metros cuadrados en la localidad de Puerto Ayora. De esta superficie total, se han destinado 3.600 m² a construcción, representando aproximadamente un tercio del lote. Esta planificación busca no solo cumplir con los requerimientos operativos del hotel, sino también preservar más de 7.400 m² de áreas libres que se destinan a jardines, zonas verdes, espacios de circulación y posibles expansiones futuras. Esta distribución garantiza una integración respetuosa con el entorno natural, al tiempo que brinda comodidad, funcionalidad y sostenibilidad a largo plazo.

Dentro de la superficie construida, se han destinado 875 m² exclusivamente a habitaciones, que incluyen el espacio útil y un 25% adicional por unidad para baños, asegurando así confort y funcionalidad. Las habitaciones están distribuidas en dos niveles. En total, el hotel cuenta con 30 habitaciones, organizadas en tres categorías:

- 15 habitaciones dobles, de 22 m² cada una, que suman 412,5 m² con baños incluidos.
- 10 habitaciones matrimoniales tipo king, también de 22 m², totalizando 275 m².
- 5 habitaciones cuádruples, de 30 m² cada una, alcanzando 187,5 m².

Estas habitaciones se reparten entre el primer y segundo piso, permitiendo una circulación vertical fluida mediante escaleras y un ascensor de núcleo central, con diseño accesible y eficiente.

El resto del edificio, es decir, 2.725 m², se destina a áreas comunes, técnicas y operativas esenciales para el funcionamiento integral del hotel. En la planta baja se localiza un lobby amplio y funcional de aproximadamente 120 m², que incluye recepción, área de espera y circulación. Anexo a este espacio se encuentra un restaurante de 180 m², con capacidad para atender cómodamente a los huéspedes en uno o dos turnos. La cocina operativa (BOH) cuenta con una superficie de 120 m², y está equipada para cubrir todas las necesidades de alimentación del establecimiento, incluyendo preparación, almacenamiento, cocción y lavado, lavandería 25 m².

Uno de los espacios destacados del hotel es la sala de charlas “El Encuentro”, de 50 m², diseñada como un ambiente flexible y acogedor para reuniones, presentaciones, talleres u otros eventos. Este espacio aporta valor agregado tanto a la experiencia del huésped como a la proyección del hotel como lugar de actividades culturales y profesionales.

Adicionalmente, la infraestructura incluye un núcleo vertical compuesto por ascensor y escaleras, que ocupa aproximadamente 30 m², garantizando accesibilidad entre los dos niveles. Se contemplan también pasillos y áreas de circulación interna que suman cerca de 200 m², favoreciendo el tránsito fluido entre los distintos espacios.

La operación diaria se respalda con una lavandería y áreas de servicio de 200 m², así como con oficinas administrativas (100 m²), servicios higiénicos comunes (40 m²), bodegas y almacenes (60 m²), cuartos técnicos y de mantenimiento (75 m²), y un área específica para manejo de residuos y reciclaje (30 m²). A esta estructura se le suma una piscina exterior de 56 m², ubicada en una de las zonas libres del terreno, pensada para complementar la experiencia recreativa de los huéspedes.

Finalmente, el proyecto conserva 7.344 m² de áreas exteriores sin construir, que ofrecen amplias posibilidades de expansión futura, integración paisajística, actividades al aire libre y diseño sostenible. La planificación del Hotel Gemelan responde a una lógica funcional precisa, priorizando la eficiencia operativa, la comodidad del usuario y una armonía con el entorno natural que distingue a su ubicación.

7.1 Áreas comunes

7.1.1 Equipamiento del Lobby Principal

El lobby principal del Hotel Gemelan ha sido concebido como un espacio acogedor y funcional, que refleje desde el primer momento la identidad del establecimiento. Para ello, se ha seleccionado cuidadosamente el mobiliario y los elementos que lo componen. Se incluirá un juego de sala valorado en \$1.599,20, diseñado para brindar comodidad a los huéspedes durante sus tiempos de espera. La atención al cliente estará centralizada en un mueble de recepción con un costo de \$1.200,00, pensado para ofrecer eficiencia operativa y una imagen profesional. Complementan este ambiente una alfombra antifatiga de \$50,00, una televisión de uso común valorada en \$954,00, y elementos de iluminación ambiental, entre los que se incluyen lámparas por un total de \$396,00 y un accesorio de iluminación adicional por \$40,16.

Para garantizar el confort de los visitantes, se incorporará también un dispensador de agua por un valor de \$213,99, así como un teléfono de recepción de \$194,95 que permitirá la comunicación interna fluida. La ambientación del espacio se completará con elementos decorativos cuidadosamente seleccionados, con una inversión de \$359,94, los cuales aportarán calidez y estilo al área. El total estimado para el equipamiento del lobby asciende a \$5.008,24, representando una inversión equilibrada entre funcionalidad, estética y experiencia del usuario.

7.1.2 Equipamiento de Oficinas Administrativas

Las oficinas administrativas del Hotel Gemelan estarán dotadas de mobiliario y tecnología que garanticen un ambiente de trabajo eficiente y profesional. El equipamiento contempla tres escritorios con un valor total de \$284,97, acompañados por tres sillas de oficina ergonómicas, que representan una inversión de \$305,58. Estos elementos asegurarán la comodidad del personal durante las jornadas laborales. Se sumará una impresora multifunción con un costo de \$665,00, esencial para las tareas administrativas diarias, así como un archivador por \$173,05, destinado a la organización física de documentación.

Para el uso del equipo administrativo, se instalará también un dispensador de agua, con un valor de \$213,99, brindando un recurso práctico para el bienestar del personal. Finalmente, se añadirá un teléfono corporativo de \$584,85, destinado a garantizar la comunicación interna y externa del área administrativa. El monto total destinado al equipamiento de las oficinas asciende a \$2.227,44, consolidando un entorno laboral funcional, organizado y acorde con los estándares de calidad del hotel.

7.1.3 Equipamiento de los Baños Públicos del Lobby

Los baños públicos del lobby han sido diseñados para ofrecer una experiencia higiénica, cómoda y estéticamente cuidada para todos los visitantes. El equipamiento de estos espacios contempla la instalación de un lavabo de alta calidad con un valor de \$796,23, acompañado de una grifería elegante y funcional de \$716,91. Asimismo, se ha seleccionado un inodoro moderno por un valor de \$378,66, que cumple con los estándares de eficiencia y comodidad.

Para asegurar una adecuada higiene, se incluirán un dispensador de jabón de \$27,74 y un dispensador de papel por \$169,02, junto con basureros resistentes y discretos, valorados en \$49,89. Un elemento clave de este espacio serán los espejos, tanto decorativos como funcionales, con una inversión de \$1.040,00, que elevarán la percepción de calidad y amplitud del ambiente. La inversión total prevista para los baños públicos asciende a \$3.178,45, garantizando espacios limpios, accesibles y alineados con la experiencia general que ofrece el Hotel Gemelan.

7.1.4 Equipamiento de los Baños del Personal de Oficina

Los baños destinados al personal de oficina han sido proyectados para ofrecer funcionalidad y confort en un formato compacto, adecuado a las dimensiones del área administrativa. En este espacio se instalará un lavabo práctico con un valor de \$530,82, complementado por una grifería eficiente y duradera con un costo de \$477,94. El inodoro seleccionado para este ambiente tiene un valor de \$252,44, asegurando estándares de calidad y facilidad de mantenimiento.

En cuanto a los accesorios, se dispondrá de un dispensador de jabón por \$27,74 y un dispensador de papel por \$112,68, elementos esenciales para mantener la higiene del área. Se sumará un basurero por \$33,26, adecuado al volumen de uso previsto. Finalmente, se instalará un espejo

funcional de \$1.040,00, que aportará claridad visual al espacio, al tiempo que refuerza la presentación del entorno. El costo total estimado para el equipamiento de los baños del personal asciende a \$2.474,88, completando así una infraestructura coherente, eficiente y adaptada a las necesidades operativas del equipo humano del hotel.

7.2 Habitaciones

Como parte del proceso de equipamiento de las habitaciones del Hotel Gemelan, se ha desarrollado un presupuesto integral para la adquisición de **guestroom softgoods**, enfocados en brindar confort, funcionalidad y una estética coherente con el entorno natural de Galápagos. Este mobiliario y equipamiento blando está segmentado por tipología de habitación; doble, matrimonial y cuádruple, y ha sido cuidadosamente seleccionado para garantizar una experiencia de hospedaje de alta calidad. El monto total estimado asciende a **USD \$9,668.92**.

En las **habitaciones dobles**, que cuentan con dos camas Queen Size (USD \$476.52), se incluyen elementos esenciales como veladores modelo *Lian Walnut* (USD \$128.70), lámparas de mesa de ratán con pantalla blanca (USD \$258.68), y lámparas de techo LED con marco de madera (USD \$108.00), aportando calidez y diseño natural. Además, se incorpora un clóset resistente a climas costeros (USD \$554.40), caja fuerte (USD \$59.99), aire acondicionado (USD \$175.00), y un conjunto de textiles que incluyen sábanas de 144 hilos, almohadas (semi duras y suaves), duvets de fibra sintética, y batas de baño, totalizando más de USD \$338.00 en ropa de cama y baño por habitación. El mobiliario adicional incluye un escritorio de roble (USD \$229.00), alfombra de baño con estilo volcánico (USD \$12.96), secador plegable (USD \$32.84), espejo belga (USD \$75.00), TV LED de 43" con sistema Google TV (USD \$235.00), teléfono Panasonic (USD \$22.90), adornos decorativos (USD \$25.46) y un lienzo artístico titulado *La Playa II* (USD \$41.07).

Para las **habitaciones matrimoniales**, equipadas con una cama King Size (USD \$409.69), se replica en gran medida el mobiliario de la habitación doble, con ligeras variaciones en textiles y decoración. Destacan el espejo de madera enmarcado (USD \$115.00), adorno marino exclusivo (USD \$56.00), y un cuadro decorativo con diseño costero (USD \$66.75). Los textiles, también de alta calidad, se adaptan a la cama king, con sábanas, almohadas y duvet diseñados para maximizar la comodidad del huésped. La habitación cuenta igualmente con aire acondicionado, escritorio, iluminación ambiental y elementos de baño completos.

Las **habitaciones cuádruples** están pensadas para grupos o familias, y están equipadas con cuatro camas tipo *Real Twin* (USD \$576.00), junto a un clóset de mayor capacidad (USD \$660.00). A nivel de mobiliario, se incluyen dos veladores, cuatro sillas tipo butaca (USD \$66.08), lámparas de mesa y de techo, escritorio, espejo, y los elementos estándar como caja fuerte, secador de cabello, TV, teléfono y aire acondicionado. Los textiles se dimensionan acorde al número de camas, con juegos de sábanas, almohadas (semi duras y suaves), duvets y sets de toallas suficientes para cubrir la ocupación máxima. A nivel decorativo, se suma un cuadro abstracto en tonos verde, azul y blanco (USD \$19.99), que refuerza el estilo fresco y contemporáneo del hotel.

Cada una de estas habitaciones ha sido diseñada para reflejar el equilibrio entre naturaleza y confort moderno, con una selección de materiales resistentes al clima costero, acabados de inspiración orgánica y tecnología de uso intuitivo. El presupuesto total contempla no solo los costos unitarios, sino la coherencia estilística y funcional de cada espacio, alineándose con los estándares de sostenibilidad y excelencia que caracterizan la propuesta de Hospitalidad de Hotel Gemelan.

7.3 Área A&B

Con el objetivo de ofrecer una experiencia culinaria de excelente nivel que complemente la calidad del alojamiento en el hotel Gemelan, se ha planificado una inversión estratégica en equipamiento profesional para el bar y restaurante del establecimiento. Esta inversión considera tanto la funcionalidad operativa como el confort del cliente, priorizando eficiencia, durabilidad y diseño.

La infraestructura de cocina será robusta, iniciando con cocinas industriales con horno valoradas en \$17.450,19, lo cual permitirá una producción gastronómica de gran volumen. Se complementa con extractores por \$2.553,60 para asegurar una adecuada ventilación y cumplimiento de normas sanitarias. Para la cadena de frío, se incluye una refrigeradora de alta capacidad por \$31.945,32 y un congelador adicional por \$1.024,72, garantizando el almacenamiento óptimo de alimentos e insumos. En cuanto al mobiliario, se dispondrá de 80 sillas (\$3.999,20) y 35 mesas (\$10.469,70), incluyendo 5 adicionales para posibles ampliaciones de aforo. El ambiente del bar se enriquecerá con 10 sillas tipo taburete (\$1.349,85), adecuadas para áreas de barra. Para el servicio tipo buffet, se adquirirán calentadores de alimentos (\$530,88), y para bebidas, se contempla la compra de máquina de café (\$3.597,04), dispensadores de bebidas frías (\$184,80) y calientes (\$681,42), cubriendo un rango diverso de preferencias.

La funcionalidad en cocina se refuerza con equipos como una freidora (\$391,93), licuadora (\$431,56), batidora (\$601,13), y un microondas industrial (\$1.578,96). El personal contará también con carros de servicio (\$258,06) y mesones de acero inoxidable (\$575,00), elementos esenciales para la operación continua. En términos de utensilios, se adquieren balanzas (\$60,00), tablas de picar (\$87,72), ollas y sartenes profesionales (\$899,53), y una variedad de utensilios varios (\$154,56), todo pensado para cubrir múltiples estilos

de preparación. Asimismo, se incluirán estanterías de almacenamiento (\$220,00), fregadero de acero (\$526,29), y elementos de higiene y seguridad como extintores (\$230,36), basureros (\$17,90) y dispensadores de gel antibacterial (\$16,00). El total de la inversión para esta área importante del hotel asciende a \$79.801,82, reflejando un compromiso con la excelencia en el servicio gastronómico y la atención al huésped.

Por otro lado, reconociendo la importancia del bienestar del equipo humano, el proyecto también contempla un comedor exclusivo para el personal. Este espacio será funcional y cómodo, fomentando un ambiente de descanso adecuado durante sus jornadas. El mobiliario básico incluirá mesas por un valor de \$450,00 y sillas por \$185,00, además de una mesa de apoyo auxiliar de \$75,00 que facilitará la organización de alimentos o utensilios. Para garantizar el acceso a bebidas, se instalará un dispensador de agua (\$213,99), mientras que un microondas (\$130,95) permitirá a los colaboradores calentar sus alimentos de forma eficiente. El espacio contará con un TV (\$258,98), promoviendo un ambiente más relajado y permitiendo su uso tanto en horas de descanso como en actividades de capacitación ocasionales. Finalmente, se incluyen elementos de higiene como basureros (\$8,95) y dispensadores de gel antibacterial (\$16,00), alineados con las normativas sanitarias vigentes. El costo total de adecuación para el comedor del personal asciende a \$1.338,87, lo cual refuerza el compromiso del hotel Gemelan con el bienestar integral de sus colaboradores.

7.4 Facilities

Como parte de su propuesta de valor diferenciada y su enfoque en el bienestar integral de los huéspedes, hotel Gemelan contempla la implementación de una piscina salada de alta calidad, diseñada no solo para ofrecer relajación, sino también beneficios terapéuticos gracias a la

tecnología de salinización. Esta instalación responde a estándares de sustentabilidad y salud, alineados con las exigencias del entorno natural de Galápagos. Para garantizar una experiencia segura, higiénica y estéticamente cuidada, se ha definido una lista de componentes esenciales. La infraestructura física incluye pasamanos y escaleras antioxidantes (\$258,00), que aseguran accesibilidad y resistencia a la corrosión en un entorno salino. A esto se suma una banda adherente (\$29,75) que contribuye a la seguridad antideslizante. El sistema de iluminación será atractivo y funcional, con luces subacuáticas antioxidantes (4 unidades por \$356,00), importadas directamente desde Estados Unidos, seleccionadas por su durabilidad en ambientes marinos. En cuanto al diseño, se utilizarán bordes de 40x40 cm en tono beige (\$11,61 por unidad) y un elegante revestimiento en mosaico de porcelanato azul Persia (30.2x30.2 cm) por \$21,48, que aporta profundidad y elegancia al área de nado. La piscina estará equipada con un botiquín de primeros auxilios (\$15,50), cumpliendo con los requisitos básicos de seguridad.

El sistema hidráulico contempla válvulas antioxidantes (\$45,00), un juego de tuberías y conexiones (\$2.000,00), un drenaje eficiente (\$35,65) y una bomba de calor (\$1.525,00) que permitirá mantener una temperatura óptima sin depender exclusivamente del clima. El sistema de purificación está basado en tecnología salina, con un dosificador salínico (\$615,00) y el uso de sal marina artesanal (50 kg por \$37,52), que garantiza una experiencia natural y libre de químicos agresivos. Este proceso será monitoreado mediante un medidor de salinidad Emaux (\$80,00) y un medidor de pH para agua (\$8,99), asegurando que los parámetros de calidad se mantengan dentro de los rangos adecuados. Para reforzar la limpieza y mantenimiento, se incorpora un kit de limpieza para piscina (\$33,25) y un filtro de fibra de vidrio de 14" marca Emaux (\$182,00), también traído desde Estados Unidos, seleccionado por su eficiencia y larga vida útil. Finalmente, se añadirá un sistema de ozonificación de 5g/h (\$469,68), el cual purifica el agua de manera

natural, reduciendo la necesidad de químicos y alineándose con las políticas de conservación ambiental del hotel. El costo total estimado del equipamiento y materiales asciende a \$5.724,43, sin incluir la mano de obra, cuyo valor puede oscilar entre \$5.000 y \$8.000 dependiendo de condiciones logísticas y técnicas en la isla. Por tanto, el costo final proyectado de la piscina salada se estima en \$10.724,43, inversión que reafirma el compromiso del hotel Gemelan con el confort, la innovación sustentable y la salud de sus huéspedes.

7.5 Diseño & equipamiento

En la categoría de vajilla, cristalería y utensilios de cocina, se ha proyectado una dotación completa para el servicio de desayunos, almuerzos y cenas, considerando la capacidad total del hotel. Para los desayunos, se adquirirán 100 juegos de vajilla “Luciana Beige” de cerámica, con un costo unitario de \$13,50, alcanzando un total de \$1.349,75. Para almuerzos y cenas, se empleará un juego de vajilla de 12 piezas en tono rojo degradado, también para 100 servicios, con un valor total de \$10.165,00. La cubertería buffet estará compuesta por 125 juegos de cubiertos de acero inoxidable de punta cuadrada, por un total de \$548,44. La cristalería se completa con vasos para bebidas (\$98,67), copas de vino tinto (\$170,00), copas de vino blanco (\$132,00), vasos para cerveza o soft drinks (\$120,00) y 45 tazas de espresso con plato de porcelana (\$364,05). Para la cocina operativa, se incluyen cuatro ollas grandes al vapor (\$139,60), cuatro juegos de ollas Tramontina (\$380,00), cuatro juegos de utensilios de cocina (\$63,60) y cinco licuadoras digitales de 2,3L (\$345,00), completando así un equipamiento versátil y funcional.

En cuanto al equipamiento de las **habitaciones**, se ha estimado la compra de ropa de cama y descanso de alta calidad. Se adquirirán 30 juegos de sábanas King/Queen de 144 hilos por un total de \$1.473,30 y 45 juegos adicionales por \$2.209,95. Los cubrecamas incluyen 30 unidades en

tamaño king (\$3.895,20) y 45 en tamaño queen (\$5.842,80), todos con relleno de fibra sintética y recubrimiento en polialgodón. Se contempla también la compra de 120 juegos de almohadas semi duras (\$1.680,00) y 120 juegos de almohadas suaves de microfibra ultrasuave (\$1.994,40). En cuanto al mobiliario de descanso, se incluirán 10 colchones king de lujo de tres plazas (\$3.483,80), 30 colchones queen de dos plazas (\$6.463,50), y 20 colchones individuales de plaza y media, con almohada incluida (\$2.279,80). Esta dotación busca garantizar una experiencia de descanso superior en cada tipo de habitación.

Los baños en habitaciones también contarán con equipamiento esencial y de calidad. Se incluyen 30 basureros pequeños decorativos (\$45,30) y 30 basureros redondos con tapa/pedal marca Tramontina (\$609,60). La dotación textil contempla 100 sets de toallas hoteleras de cuatro piezas por un total de \$3.100,00. Para el confort sensorial, se instalarán 30 ambientadores aromáticos en formato difusor (\$357,00) y se colocarán alfombras memory foam con diseño de roca volcánica en cada baño, totalizando \$388,80. Este enfoque combina funcionalidad, higiene y un diseño acorde al estilo del hotel.

En las áreas comunales y húmedas, se dotará de basureros de gran capacidad en puntos estratégicos. Se adquirirán dos basureros de 50L para galería y piscina (\$54,62), dos basureros de tapa vaivén para lobby y restaurante (\$101,62), y dos tachos de pedal de acero inoxidable para baños comunales (\$89,80). También se incorporarán dos dispensadores de jabón líquido de acero inoxidable (\$34,70) y dos dispensadores de toallas de papel (\$126,50). Para los espacios como ascensores y vestidores húmedos, se colocarán cinco aromatizantes automáticos (\$77,20). Además, se adquirirán 80 toallas de piscina color azul marino, por un total de \$1.999,20, elevando la experiencia de los huéspedes en las zonas exteriores. En términos de consultorías profesionales

y diseño técnico, se ha contemplado una inversión que respalda la calidad constructiva y conceptual del hotel. Los costos arquitectónicos estimados incluyen el diseño arquitectónico general (\$25.000 – \$35.000), el estudio de viabilidad y diseño conceptual (\$5.000 – \$8.000), el desarrollo del diseño esquemático (\$4.000 – \$6.000), la elaboración de documentos de construcción (\$8.000 – \$12.000) y la administración de la construcción (\$10.000 – \$15.000). En paralelo, el componente gráfico y visual considera los honorarios de un consultor de diseño (\$4.000 – \$7.000), el diseño gráfico institucional (\$3.000 – \$6.000), un diseñador de interiores (\$10.000 – \$15.000), diseño de iluminación (\$3.000 – \$5.000), diseño de áreas de alimentos y bebidas (\$2.000 – \$4.000), una reserva para consultores adicionales (\$3.000 – \$6.000), y diseño audiovisual y acústico (\$4.000 – \$7.000).

El total directo de adquisiciones confirmadas asciende a \$50.183,19, mientras que el total estimado incluyendo servicios de diseño, ingeniería y consultoría especializada alcanza los \$176.183,19. Esta inversión integral asegura una apertura sólida, con estándares elevados tanto en estética como en funcionalidad operativa.

7.6 Ventas & Marketing

El primer componente corresponde al **Networking / Travel Industry Party**, un evento exclusivo previo a la inauguración oficial, diseñado para fortalecer lazos con los actores estratégicos del sector turístico. Se ha previsto un servicio de catering con productos locales para 30 asistentes, con una inversión de \$1,800.00. Entre los invitados se contempla la presencia de 10 periodistas especializados (\$750.00), así como del Ministro de Turismo, Mateo Estrella, junto a su acompañante (\$600.00), cuya asistencia reforzará el respaldo institucional del proyecto. Para fomentar el boca a boca y generar expectativa, se realizará un sorteo a través de redes sociales, en

el que dos parejas ganadoras podrán disfrutar de este evento en modalidad todo incluido (\$320.00). Además, se invitará a ocho agencias receptoras tanto nacionales como internacionales (\$800.00), y a seis influencers especializados en ecoturismo y turismo local (\$900.00), quienes generarán contenido digital auténtico y orgánico. Como obsequios simbólicos, se entregarán llaveros y pines ecológicos personalizados (\$150.00), reforzando la identidad de marca. Finalmente, se instalará un *photobooth* con fondo temático de Galápagos (\$250.00), ideal para capturar momentos y aumentar la difusión social del evento. El total de esta estrategia asciende a **\$5,570.00**.

En segundo lugar, se ha considerado una sólida inversión en **Publicidad, Relaciones Públicas y Vallas Publicitarias**, con el fin de establecer presencia de marca antes de la apertura. Se contempla la creación de contenido audiovisual propio (fotos y videos del hotel) por un valor de \$800.00, como base para las campañas digitales. Estas campañas se ejecutarán con el apoyo de la agencia Mindshare World e incluirán anuncios segmentados en plataformas como Meta (\$480.00), YouTube (\$800.00) y TikTok (\$2,400.00). Asimismo, se difundirá información en medios especializados, como revistas de aerolíneas o guías turísticas nacionales (\$3,000.00). Adicionalmente, aunque sin costo directo en esta etapa, se planifica la participación en ferias como FONATUR y la publicación en mapas turísticos locales, consolidando así una estrategia de omnipresencia en canales físicos y digitales. La inversión total en este bloque alcanza los **\$7,480.00**.

El tercer componente abarca los **Materiales Impresos y Elementos de Marca**, fundamentales para reforzar la identidad visual del Hotel Gemelan en el contexto de sus eventos de presentación. Se imprimirán 700 tarjetas corporativas del hotel (\$672.00), diseñadas para establecer contacto con proveedores y aliados clave. También se elaborarán 32 mini menús impresos (\$57.60),

funcionales durante los días del evento, y 100 carpetas tipo *press kit* (\$170.00), que incluirán información institucional, detalles del concepto y material promocional. Además, se distribuirán postales ilustradas con imágenes de la fauna local, diseñadas en Canva y utilizadas como artículos de *merchandising*. El total destinado a este componente es de **\$899.60**.

La **Fiesta de Inauguración Oficial** es una pieza clave en la estrategia de posicionamiento del hotel. Para este evento se ofrecerá un servicio de catering con enfoque en productos locales (\$900.00), como parte del compromiso con la economía circular y el consumo responsable. Se contratará un sistema audiovisual básico para discursos institucionales y proyecciones (\$2,000.00), mientras que 14 colaboradores del hotel serán parte activa del evento, tanto en atención al cliente como en logística, con una inversión de \$728.00. Para facilitar la orientación de los asistentes, se dispondrá de señalética especializada (\$28.00). Como cierre especial, se contará con una presentación en vivo de la banda galapagueña Arkabuz, reconocida por su conexión con la identidad local (\$1,500.00). La inversión total en este evento de alto impacto es de \$5,156.00.

Finalmente, el componente más sustancial en términos de inversión corresponde a los **Canales de Distribución y Comercialización**, los cuales son clave para la ocupación del hotel en sus primeros meses de operación. Se ha asignado un presupuesto de \$27.00 para el desarrollo de una página web funcional y de alta conversión. Además, se implementarán campañas de publicidad en plataformas de OTAs como Booking o Expedia, con una inversión proyectada de \$13,500.00, medida en modalidad CPM. Para ampliar el alcance, se contratará un sistema GDS (\$250.00), campañas de *email marketing* (\$225.00) y se participará en metabuscadores como TripAdvisor y Kayak, con un presupuesto de \$20,000.00. A esto se suma el costo de gestión y monitoreo publicitario a través de Mindshare, equivalente al 15% del total invertido en medios digitales

(\$2,610.75). Finalmente, se desarrollará una *landing page* exclusiva para la invitación formal de la inauguración (\$50.00). En conjunto, este bloque alcanza una inversión total de **\$36,412.75**.

7.7 Recursos humanos

En preparación para la apertura oficial del Hotel Gemelan, ubicado en las Islas Galápagos, se ha diseñado un presupuesto detallado enfocado en la gestión de Recursos Humanos durante la etapa de preapertura. Esta inversión estratégica tiene como objetivo asegurar una operación fluida, con talento humano capacitado, procesos estandarizados y condiciones laborales óptimas desde el inicio. El presupuesto total asciende a **USD \$139,811.65** e integra cinco componentes principales: reclutamiento, entrenamiento, documentación operativa, insumos para operaciones internas, y servicios y utilidades básicas.

El proceso de **reclutamiento y entrevistas** contempla una inversión de **USD \$7,000.00**, que cubre la difusión de vacantes a través de una agencia de publicidad especializada (**USD \$1,000.00**), la contratación de una firma profesional de selección de personal (**USD \$4,000.00**), y los servicios legales necesarios para asegurar el cumplimiento normativo en la vinculación del talento humano (**USD \$2,000.00**). Esta etapa es clave para conformar un equipo alineado a los estándares de calidad y hospitalidad que caracterizarán al Hotel Gemelan.

En cuanto a **formación, entrenamiento y sueldos del personal**, se ha proyectado una inversión de **USD \$52,790.00**, que incluye la provisión de alimentación diaria durante los tres meses previos a la apertura, considerando tres comidas por día por empleado. Esta medida busca garantizar bienestar y motivación durante la etapa de entrenamiento intensivo. Paralelamente, se han considerado los salarios correspondientes a este período para cargos operativos y administrativos como gerentes, recepcionistas, personal de limpieza, cocina y servicio, con una asignación ajustada

a las responsabilidades y jerarquías de cada función. Además, se ha presupuestado la adquisición de uniformes institucionales (tres por empleado) por un valor total de **USD \$9,600.00**, promoviendo una imagen profesional coherente con la identidad visual del hotel.

Dentro del componente de **manuales y documentación operativa**, se destina un total de **USD \$6,500.00** para desarrollar materiales clave como el manual de servicio, el manual de marca institucional, y capacitaciones técnicas para roles de contacto directo con el huésped. Estos documentos facilitarán la estandarización de procesos, la transmisión de la cultura organizacional y la implementación de protocolos eficientes y replicables desde el inicio de operaciones.

En lo que respecta a los **costos de productos para la operación**, se estima una inversión de **USD \$64,440.00**, distribuidos entre alimentación para huéspedes (9,000 raciones en 90 días a razón de dos comidas diarias para 50 personas) y alimentación para el personal (4,860 raciones). Este enfoque permite realizar simulaciones reales del servicio, probar la capacidad operativa del equipo y asegurar calidad constante en la propuesta gastronómica del hotel antes de su apertura oficial.

Finalmente, en el área de **servicios generales y utilidades**, se ha contemplado un gasto de **USD \$9,081.65**, que incluye insumos de oficina (**USD \$810.00**), planes de telefonía y televisión para áreas comunes (**USD \$1,371.65**) y tres meses de servicios básicos como agua y energía eléctrica (**USD \$6,900.00**). Estos recursos aseguran la funcionalidad de la infraestructura operativa durante toda la fase de preparación.

Este presupuesto refleja una visión estratégica e integral de la gestión de talento humano durante la preapertura del Hotel Gemelan. Cada componente ha sido diseñado para garantizar que el equipo esté preparado técnica y emocionalmente, que los procesos estén correctamente documentados y

que las condiciones de trabajo favorezcan un clima organizacional saludable y eficiente. Esta inversión no solo respalda una operación exitosa desde el día uno, sino que también fortalece el posicionamiento del hotel como una propuesta de valor diferencial dentro del ecosistema turístico de Galápagos.

CAPÍTULO 8: RESULTADOS FINANCIEROS Y ANÁLISIS ECONÓMICO

Este capítulo presenta los resultados financieros del proyecto hotelero Gemelan, estructurado bajo un enfoque realista, ajustado a las condiciones insulares de Galápagos y orientado a garantizar una operación rentable, eficiente y coherente con su propuesta de valor. El análisis incluye la inversión inicial, la estructura de personal, la proyección de ingresos y egresos por departamentos, así como los indicadores clave de desempeño económico a diez años.

8.1 Inversión inicial del proyecto

El monto total de inversión requerido asciende a \$4.008.631,76, distribuido en siete componentes esenciales. El terreno representa un valor de \$1.000.000, acorde a la realidad del mercado inmobiliario en Santa Cruz. La construcción, correspondiente a la obra gris del hotel, asciende a \$2.341.400, que incluye cimentación, estructura, cerramientos, instalaciones básicas y adecuaciones para arquitectura bioclimática.

Esta estructura de inversión se construyó con base en cotizaciones reales y referencias especializadas como la *Hotel Cost Estimating Guide 2024 (Nehmer-HVS)*, garantizando una planificación alineada con el contexto galapagueño, sin sobredimensionamientos ni partidas innecesarias.

8.2 Proyección de ingresos por habitaciones

La estimación de ingresos parte de una ocupación promedio anual del 53,5 %, correspondiente a 5.858,25 habitaciones vendidas sobre una disponibilidad total de 10.950 habitaciones anuales. Esta proyección se deriva de una simulación mes a mes del comportamiento del mercado, considerando la estacionalidad del destino y la distribución por tipo de unidad alojativa.

Las tarifas establecidas para las habitaciones twin y matrimoniales son de \$127, mientras que las cuádruples tienen un precio de \$200. Estas tarifas fueron definidas con base en una campana de Gauss, ajustada a la elasticidad de demanda del turista nacional y contrastada con los precios promedio de hoteles de tres estrellas en Santa Cruz.

El ingreso total proyectado para el primer año asciende a \$777.506,94 lo que representa el 57,7 % del total de ingresos operativos. A partir de este resultado, se calcula un ADR de \$132,72 y un RevPAR de \$71,01, valores que se encuentran dentro del rango referencial para hoteles de esta categoría en contextos insulares.

Cálculo Ingresos				
Tipo de Habitación	Tarifa	No. Noches Hab.	% Hab. vendidas	Ingresos
Standard Twin	\$ 127,00	1.927	17%	\$ 244.779,26
Matrimoniales	\$ 127,00	1.493	14%	\$ 189.661,00
Cuádruples	\$ 200,00	838	8%	\$ 167.600,00
		\$ 351,43	500%	\$ 500.000,00
ADR ANUAL	\$ 132,72			\$ 777.506,94
RevPAR ANUAL	\$ 71,01	\$ 53,03		

Cálculo Ingresos				
Tipo de Habitación	Tarifa	No. Noches Hab.	% Hab. vendidas	Ingresos
Standard Twin	\$ 130,00	275.337,75	47%	\$ 35.813,93
Matrimoniales	\$ 130,00	195.322,25	33%	\$ 25.391,89
Cuádruples	\$ 180,00	117.165	20%	\$ 21.089,70
		\$ 588,82	100%	\$ 82.295,52

Cálculo Ingresos				
Tipo de Habitación	Tarifa	No. Noches Hab.	% Hab. vendidas	Ingresos
Standard Twin	\$ 130,00	550.675	10%	\$ 71.588,25
Matrimoniales	\$ 130,00	385.472,5	7%	\$ 50.111,43
Cuádruples	\$ 200,00	224.33	2%	\$ 44.866,50
		\$ 130,00	100%	\$ 166.566,18

8.3 Proyección de ingresos por alimentos y bebidas

El restaurante, operando en tres turnos, proyecta ingresos iniciales de \$440.245,71 en 2026, con un crecimiento sostenido que supera los \$500.000 en 2035. Se ha estimado un food cost del 28,5 %, lo que permite mantener una utilidad bruta del 71,5 %, superior al promedio del sector, gracias a una operación eficiente y abastecimiento local.

ESTADO DE RESULTADOS - DEPARTAMENTAL ANALÍTICO DEPARTAMENTO DE A&B	VALORES 2026	VALORES 2027	VALORES 2028	VALORES 2029	VALORES 2030	VALORES 2031	VALORES 2032	VALORES 2033	VALORES 2034	VALORES 2035	VALORES 2036
VENTA A&B	\$ 440.245,71	\$ 461.710,64	\$ 485.073,20	\$ 511.014,12	\$ 535.404,57	\$ 449.623,34	\$ 471.375,70	\$ 496.623,52	\$ 520.285,81	\$ 498.838,64	\$ 502.606,42
Restaurante	\$ 440.245,71	\$ 461.710,64	\$ 485.073,20	\$ 511.014,12	\$ 535.404,57	\$ 449.623,34	\$ 471.375,70	\$ 496.623,52	\$ 520.285,81	\$ 498.838,64	\$ 502.606,42
COSTO DE VENTA	\$ 125.470,03	\$ 131.587,53	\$ 138.245,86	\$ 145.639,02	\$ 152.590,30	\$ 128.142,65	\$ 134.342,07	\$ 141.537,70	\$ 148.281,46	\$ 142.169,01	\$ 143.242,83
Restaurante	\$ 125.470,03	\$ 131.587,53	\$ 138.245,86	\$ 145.639,02	\$ 152.590,30	\$ 128.142,65	\$ 134.342,07	\$ 141.537,70	\$ 148.281,46	\$ 142.169,01	\$ 143.242,83
Utilidad Bruta	\$ 314.775,69	\$ 330.123,11	\$ 346.827,34	\$ 365.375,09	\$ 382.814,27	\$ 321.480,69	\$ 337.033,62	\$ 355.085,82	\$ 372.004,35	\$ 356.669,62	\$ 359.363,59
GASTOS DEPARTAMENTALES											
Nómina	\$ 128.951,87	\$ 131.644,18	\$ 134.277,06	\$ 136.962,60	\$ 139.701,85	\$ 140.041,43	\$ 140.387,79	\$ 140.741,08	\$ 141.101,44	\$ 141.469,00	\$ 141.843,92
Salarios y recargos	\$ 113.296,25	\$ 115.694,94	\$ 117.997,74	\$ 120.316,89	\$ 122.723,23	\$ 122.723,23	\$ 122.723,23	\$ 122.723,23	\$ 122.723,23	\$ 122.723,23	\$ 122.723,23
Beneficios Sociales	\$ 2.566,62	\$ 2.596,53	\$ 2.668,47	\$ 2.701,43	\$ 2.759,46	\$ 2.810,57	\$ 2.866,78	\$ 2.924,12	\$ 2.982,60	\$ 3.042,25	\$ 3.103,10
Comida empleados	\$ 13.140,00	\$ 13.402,80	\$ 13.670,86	\$ 13.944,27	\$ 14.223,16	\$ 14.507,62	\$ 14.797,77	\$ 15.093,73	\$ 15.395,60	\$ 15.703,52	\$ 16.017,59
Personal extra											
Otros gastos	\$ 22.012,29	\$ 23.085,53	\$ 24.253,66	\$ 25.550,71	\$ 26.770,23	\$ 22.481,17	\$ 23.568,78	\$ 24.831,18	\$ 26.014,29	\$ 24.941,93	\$ 25.130,32
Suministros huleped	\$ 2.201,23	\$ 2.308,55	\$ 2.426,37	\$ 2.555,07	\$ 2.677,02	\$ 2.248,12	\$ 2.366,88	\$ 2.483,12	\$ 2.601,43	\$ 2.494,19	\$ 2.513,03
Suministros impresos	\$ 660,37	\$ 692,57	\$ 727,61	\$ 766,52	\$ 803,11	\$ 674,44	\$ 707,06	\$ 744,94	\$ 783,43	\$ 748,26	\$ 753,91
Suministros papelería	\$ 220,12	\$ 230,86	\$ 242,54	\$ 255,51	\$ 267,70	\$ 224,81	\$ 235,69	\$ 248,31	\$ 260,14	\$ 249,42	\$ 251,30
Suministros aseo	\$ 1.100,61	\$ 1.154,28	\$ 1.212,68	\$ 1.277,54	\$ 1.338,51	\$ 1.124,06	\$ 1.178,44	\$ 1.241,96	\$ 1.300,71	\$ 1.247,10	\$ 1.256,52
Suministros varios	\$ 220,12	\$ 230,86	\$ 242,54	\$ 255,51	\$ 267,70	\$ 224,81	\$ 235,69	\$ 248,31	\$ 260,14	\$ 249,42	\$ 251,30
Combustible cocina	\$ 3.301,84	\$ 3.462,83	\$ 3.638,05	\$ 3.832,61	\$ 4.015,53	\$ 3.372,18	\$ 3.535,32	\$ 3.724,68	\$ 3.902,14	\$ 3.741,29	\$ 3.789,55
Musica y entretenimiento	\$ 2.201,23	\$ 2.308,55	\$ 2.426,37	\$ 2.555,07	\$ 2.677,02	\$ 2.248,12	\$ 2.366,88	\$ 2.483,12	\$ 2.601,43	\$ 2.494,19	\$ 2.513,03
Uniformes	\$ 1.760,98	\$ 1.846,64	\$ 1.940,29	\$ 2.044,06	\$ 2.141,62	\$ 1.798,49	\$ 1.885,50	\$ 1.986,49	\$ 2.081,14	\$ 1.985,35	\$ 2.010,43
Lavandería	\$ 2.641,47	\$ 2.770,26	\$ 2.910,44	\$ 3.066,08	\$ 3.212,43	\$ 2.697,74	\$ 2.828,25	\$ 2.979,74	\$ 3.121,71	\$ 2.983,03	\$ 3.015,64
Activos de operación	\$ 2.641,47	\$ 2.770,26	\$ 2.910,44	\$ 3.066,08	\$ 3.212,43	\$ 2.697,74	\$ 2.828,25	\$ 2.979,74	\$ 3.121,71	\$ 2.983,03	\$ 3.015,64
Alquileres varios	\$ 1.760,98	\$ 1.846,64	\$ 1.940,29	\$ 2.044,06	\$ 2.141,62	\$ 1.798,49	\$ 1.885,50	\$ 1.986,49	\$ 2.081,14	\$ 1.985,35	\$ 2.010,43
TOTAL GASTOS	\$ 150.964,16	\$ 154.725,71	\$ 158.530,72	\$ 162.513,31	\$ 166.472,08	\$ 162.522,59	\$ 163.956,57	\$ 165.572,26	\$ 167.115,73	\$ 166.410,93	\$ 166.974,24
UTILIDAD DEPARTAMENTAL	\$ 163.811,53	\$ 175.393,40	\$ 188.296,62	\$ 202.861,79	\$ 216.342,18	\$ 158.958,10	\$ 173.077,05	\$ 189.513,56	\$ 204.888,63	\$ 190.258,69	\$ 192.389,35

8.4 Estado de resultados y márgenes

En su primer año completo de operación, el hotel proyecta ingresos totales de \$1.346.553, con un crecimiento gradual que alcanza los \$1.867.857 en 2034. El GOP promedio anual se mantiene en torno a \$487.376, con márgenes operativos entre 28–30 %, cifras que reflejan una operación financieramente sana y con capacidad de generar retorno sin depender de la venta futura del activo.

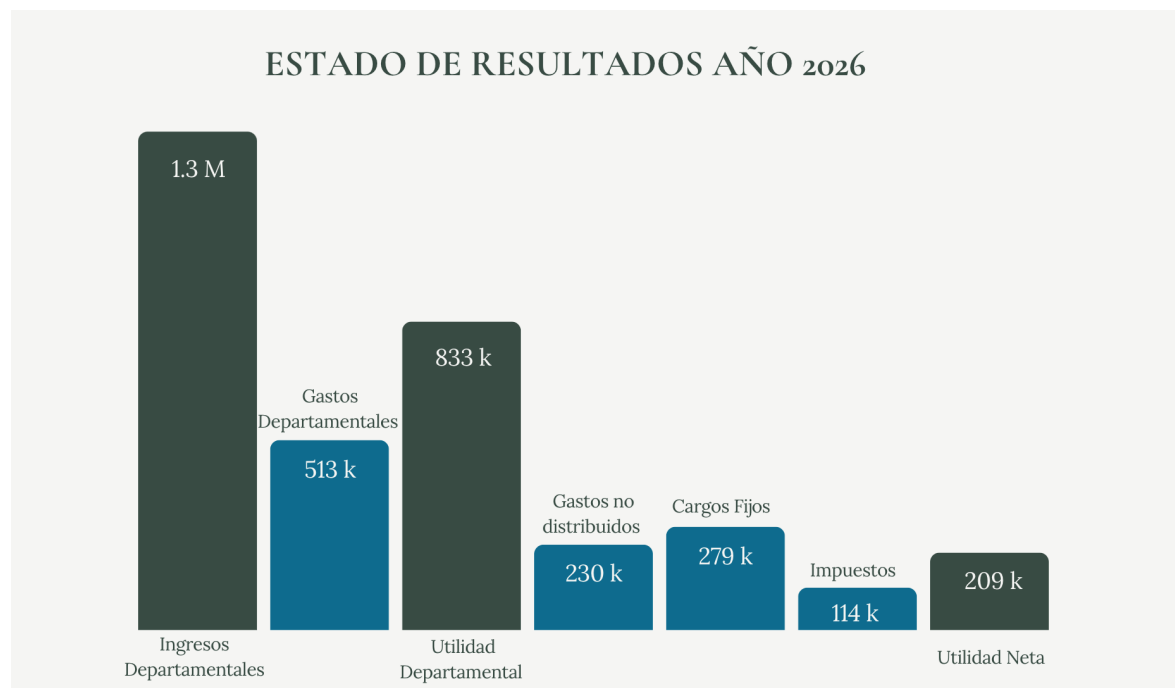
ESTADO DE RESULTADOS CONDENSADO	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
VENTAS DEPARTAMENTALES									
Habitaciones	\$ 777.506,94	\$ 932.730,93	\$ 994.462,46	\$ 1.046.736,21	\$ 1.100.887,65	\$ 1.155.916,03	\$ 1.195.877,70	\$ 1.195.877,70	\$ 1.195.877,70
Alimentos y bebidas	\$ 440.245,71	\$ 461.710,64	\$ 485.073,20	\$ 511.014,12	\$ 535.404,57	\$ 449.623,34	\$ 471.375,70	\$ 496.623,52	\$ 520.285,81
Lavandería	\$ 43.800,00	\$ 44.676,00	\$ 45.569,53	\$ 46.480,91	\$ 47.410,53	\$ 48.358,74	\$ 49.325,91	\$ 50.312,43	\$ 51.318,68
Otros servicios	\$ 75.000,00	\$ 76.575,00	\$ 78.183,08	\$ 79.824,92	\$ 81.501,24	\$ 83.212,77	\$ 84.960,24	\$ 86.744,40	\$ 88.566,03
Renta de espacios	\$ 10.000,00	\$ 10.210,00	\$ 10.424,41	\$ 10.643,37	\$ 10.866,81	\$ 11.095,04	\$ 11.328,03	\$ 11.565,92	\$ 11.809,80
(A) TOTAL VENTAS DEPARTAMENTALES	\$ 1.346.552,65	\$ 1.525.902,57	\$ 1.613.712,66	\$ 1.684.759,47	\$ 1.775.370,82	\$ 1.748.205,82	\$ 1.812.867,58	\$ 1.841.123,97	\$ 1.867.857,01

La utilidad neta se mantiene positiva desde el segundo año y el punto de equilibrio operativo se alcanza en el primer año, lo que representa una fortaleza importante en términos de riesgo financiero y de retorno de la inversión.

8.5 Indicadores financieros

El gráfico a continuación muestra el estado de resultados que el hotel mantendría en su primer año de operación completa. Como se puede ver, los ingresos totales tienen 2 fuentes principales: el departamento de habitaciones y alimentos y bebidas. Recomendaríamos que el ingreso por habitaciones pueda ser mayor (65 % mínimo según USALI). En cuanto a costos departamentales, nos encontramos ligeramente por encima del recomendado (30–35 %), lo cual se justifica por el

contexto insular, pero debe ser monitoreado. Los cargos fijos y no distribuidos son adecuados, considerando además que, al no formar parte de una cadena o franquicia, no se debe pagar ningún tipo de fee o comisión.



Considerando un crecimiento anual de acuerdo con los supuestos, hemos proyectado que se podrán obtener los siguientes resultados en cuanto a indicadores de inversión: el VAN es de \$436.975,72 y la TIR es del 14 %, por lo que este proyecto es rentable, ya que presenta una TIR que supera la tasa de descuento y un VAN positivo. Sin embargo, es importante destacar que, si bien la rentabilidad proyectada es razonable para este tipo de operación, su sostenibilidad en el tiempo dependerá del control riguroso de los costos operativos y del cumplimiento de las proyecciones realizadas.

CONCLUSIÓN GENERAL

Gemelan nace de una idea sencilla pero poderosa: hacer que el descanso en Galápagos sea más accesible, auténtico y con propósito. A lo largo de este proyecto confirmamos que, incluso en un entorno complejo como Santa Cruz, es posible plantear una propuesta hotelera coherente, que respete el entorno y aporte al turismo nacional desde una mirada más consciente.

En este camino, aprendimos que la sostenibilidad no puede ser un apéndice ni una estrategia de marketing. Tiene que ser parte del diseño, de las decisiones, de cómo operamos y de cómo nos relacionamos con la comunidad que nos rodea. Por eso, Gemelan se apoya en principios claros y acciones alcanzables, buscando siempre equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económico.

Sabemos también que el éxito de un proyecto como este no depende solo del concepto, sino de la capacidad de adaptarse, de sostener la calidad con los recursos reales que ofrece la isla, y de conectar con un viajero que ya no busca lujos, sino sentido.

Finalmente, una reflexión necesaria: trabajar en turismo en Galápagos exige información clara y actualizada, algo que lamentablemente sigue siendo limitado. Hacer mejores políticas empieza por tener mejores datos. Ojalá este proyecto, más allá de su viabilidad, sea también un pequeño aporte a esa conversación pendiente.

BIBLIOGRAFÍA

Airbnb. (s.f.). Alojamientos en Puerto Ayora, Ecuador. <https://www.airbnb.com.ec/s/Puerto-Ayora--Ecuador/homes>

AJM. (s.f.). Lámpara colgante 1L E27 Curasao jaula negra dorada.

<https://www.ajm.ec/shop/195044-99661-lamp-colg-1l-e27-curasao-jaula-negra-dorada-1100x335mm-141000?category=12#attr=>

Almacenes Marriott. (s.f.). Lienzo La Playa color naranja, azul, blanco 80x120 cm.

https://almacenesmarriott.com/producto/lienzo-la-playa-color-naranja-azul-blanco-80x120-cm/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwktO_BhBrEiwAV70jXlMpf2rw0Rxa_bUUce99YKe4gYPgWWw71Sh1mBi_YKck5DXSP5O8aBoCsV4QAvD_BwE

Almacenes Marriott. (s.f.). Lienzo playa color naranja azul blanco 60x90 cm.

https://almacenesmarriott.com/producto/lienzo-playa-color-naranja-azul-blanco-60x90-cm/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwktO_BhBrEiwAV70jXjaFZ78766aXB_YmrCfqqaanw-d_i3_sk-H_aTGLTxx1002e_EwyhoCJIAQAvD_BwE

AltexSoft. (2020, enero 15). Hotel Search Engines and Booking Engines: What's the Difference?

<https://www.altexsoft.com/blog/hotel-search-engines/>

Amara Decor. (s.f.). Adorno Marino Aoyon. <https://www.amaradecor.com/catalogo/adornos/adorno-marino-aoyon/>

Amazon. (s.f.). Medidor de pH para agua. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de

<https://www.amazon.com/dp/B0DHW47XH8/>

Arquitecto Manta. (2022, abril 17). ¿Cuánto se cobra por un plano en Ecuador?

<https://arquitectomanta.wordpress.com/2022/04/17/cuanto-se-cobra-por-un-plano-en-ecuador-cuanto-cobra-un-ingeniero-por-hacer-un-plano-de-casa-cuanto-cobra-un-arquitecto-para-hacer-un-plano-de-una-casa-en-ecuador-cuanto-cuesta-los-planos/>

Artesanías Torres Galápagos. (2021, abril 13). Tenemos hermosos llaveros inspirados en los animales de Galápagos... [Publicación en Facebook].

<https://www.facebook.com/ArtesaniasTorresGalapagos/posts/tenemos-hermosos-llaveros-inspirados-en-los-animales-de-galápagos-obsequia-a-tus/113601830637984/>

Aviec Cia. LTDA. (s.f.). Aviec Cia. LTDA. <https://www.aviec.com/>

Aviec Cía. LTDA. (s.f.). Vidrios y aluminio para construcción y decoración. <https://www.aviec.com>

Bain & Company. (s.f.). Net Promoter Score (NPS) – Métrica de satisfacción y lealtad del cliente.

<https://www.netpromoter.com>

Booking.com. (s.f.). Booking.com – OTA líder para captar público nacional e internacional.

<https://www.booking.com>

Booking.com. (s.f.). Hotel Albatross en Puerto Ayora. <https://www.booking.com/Share-gT2vmD>

Booking.com. (s.f.). Hotel Fiesta en Puerto Ayora. <https://www.booking.com/Share-vjNJIh>

Booking.com. (s.f.). Hotel Ninfa en Puerto Ayora. <https://www.booking.com/Share-ShWS2R>

Booking.com. (s.f.). Posada del Mar en Puerto Ayora. <https://www.booking.com/Share-e5x7by>

Booking.com. (2023). Sustainable Travel Report 2023. <https://globalnews.booking.com>

Bosque. (s.f.). Cama Forly Queen 2 plazas - French Oak Grey Foil.

<https://www.bosque.com.ec/cama-forly-queen-2----plazas-french-oak-grey-foil/p>

Bosque. (s.f.). Cama Reali twin 1 plaza y media plazas frassino. <https://www.bosque.com.ec/cama-reali-twin-1plaza-y-media-plazas-frassino/p>

Bosque. (s.f.). Combo colchón Imperial 30 Twin + almohada Aurora.

<https://www.bosque.com.ec/combo-colchon-imperial-30-twin-almohada-aurora/p?idsku=7923>

Bosque. (s.f.). Escritorio Devvi roble oscuro. <https://www.bosque.com.ec/escritorio-devvi-roble-oscuro-gext/p>

Bosque. (s.f.). Escritorio Devvi roble oscuro Gext. <https://www.bosque.com.ec/escritorio-devvi-roble-oscuro-gext/p>

Bosque. (s.f.). Mesa de comedor cuadrada Italia, Freijó Blanco Antiguo.

<https://www.bosque.com.ec/mesa-de-comedor-cuadrada-italia--freijo-blanco-antiguo-/p>

Bosque. (s.f.). Silla comedor Fisher II - gris. <https://www.bosque.com.ec/silla-comedor-fisher-ii---gris/p>

Bosque. (s.f.). Velador Liam Walnut. <https://www.bosque.com.ec/velador-liam-walnut-/p>

Boyaca. (s.f.). Adorno de mesa con diseño de concha. <https://www.boyaca.com/decoracion-de-hogar/adornos/adorno-de-mesa-con-diseno-de-concha-89375>

Boyacá. (s.f.). Mosaico porcelanato azul Persia 30.2x30.2cm 0936-88393. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://www.boyaca.com/pisos-revestimientos/de-porcelanato-para-piscina/mosaico-porcelanato-azul-persia-30-2x30-2cm-0936-88393>

Boyaca. (s.f.). Silla para bar Komodo negra, 75cm (51x49x102cm).

<https://www.boyaca.com/muebles/mesas-y-sillas-para-bar/silla-para-bar-komodo-negra-75cm-51x49x102cm-105699>

Burbano, D. V., Valdivieso, J. C., Izurieta, J. C., Meredith, T. C., & Quiroga, D. (2022). Rethink and reset tourism in the Galapagos Islands: Stakeholders' views on the sustainability of tourism development. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3, 100057.

<https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100057>

Buro Galápagos. (s.f.). Inicio. <https://www.burogalapagos.com/index.html>

CalcMaps. (s.f.). Mapa de radio de distancia. <https://www.calcmaps.com/es/map-radius/>

CalcMaps. (s.f.). Mapa de radio. <https://www.calcmaps.com/es/map-radius/>

Cartabon. (s.f.). Soluciones de cartón para empaques y embalajes. <https://www.cartabon.com>

Chaide. (s.f.). Colchón Continental de Lujo Tradicional – 2 plazas.

<https://www.chaide.com/product/product?name=Colch%C3%B3n%20Continental%20de%20Luj%C3%B3%20Tradiciona&size=2%20plazas:%20135%20cm%20x%20190%20cm>

Chaide. (s.f.). Colchón Continental de Lujo Tradicional – 3 plazas.

<https://www.chaide.com/product/product?name=Colch%C3%B3n%20Continental%20de%20Luj%C3%B3%20Tradiciona&size=3%20plazas:%20200%20cm%20x%20200%20cm>

Cloudbeds. (s.f.). Cloudbeds PMS – Sistema de gestión hotelera basado en la nube, ideal para propiedades medianas. <https://www.cloudbeds.com>

Cloudbeds. (s.f.). Software de gestión hotelera. <https://www.cloudbeds.com/>

CNT. (s.f.). Paquete Islas Galápagos. <https://www.cnt.com.ec/productos/planes-television/paquete-islas-galapagos>

Colineal. (s.f.). Difusor bambú Let's Celebrate 80 ml. <https://colineal.com/products/difusor-bambu-lets-celebrate-80-ml>

Colineal. (s.f.). Sala Zodiaco. <https://colineal.com/products/sala-zodiaco>

Colineal. (s.f.). Silla escritorio Ebor tela Gray P60. <https://colineal.com/products/silla-escritorio-ebor-tela-gray-p60>

Compra Ecuador. (s.f.). Calentador de alimentos Samovar, 60 cm.
<https://www.compraecuador.com.ec/calentador-de-alimentos-samovar-60-cm/p>

Consumed. (s.f.). Kits y amenities. <https://www.comsumed.ec/kits-y-amenities/>

Despegar. (s.f.). Despegar.com – Presencia clave en mercados latinoamericanos.
<https://www.despegar.com.ec>

Dirección del Parque Nacional Galápagos. (s.f.). Transporte entre islas pobladas. Gobierno de Galápagos. <https://galapagos.gob.ec/transporte-entre-islas-pobladas>

eBay. (s.f.). Carrito de compras. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://cart.ebay.com/>

eBay. (s.f.). Yealink T44W.
https://www.ebay.com/itm/176474927671?_skw=yealink+t+44+w&epid=24051533049∓itmmeta=01JRC63NZM9QZ7D18SGMHW4WAZ&hash=item2916b9b237:g:gS4AAOSwmVhmlpnO&itmprp=enc%3AAQAKAAAA8FkkgFvd1GGDu0w3yXCmi1dH5XMgDB5uVeWe8sV%2FJL6OpCGAe1mJ%2Ba5fTJ3%2F2SdQLgNc7AmICu%2FNon9r%2FizXDTQgsKToBDGHIztL%2BjSOB3GHJowRTOfm%2F29wBecLRU64yYdDaXESDxX%2Bq0d3t6XMmJUUpDcAMvqcHzfF6GCWcKsK29BXdbg2EnjvQWMHLY%2B1DgHj%2BP%2BkdHrsF%2BHj5UjGxwBAdtUKBnIcHzZWTKzuhinyIO0whaXu%2FP7ZJI54Y6CJF1K0uFZkrNJ6ke5c0

Nw8XnW2pAkb69RRuEdLzMy7mmpYpWP5wj2ApBCMZM7vTAd9PPg%3D%3D%7Ctkp%
3ABFBM_t-OhsNI

EC Penlinea. (s.f.). Tarifas de servicios. <https://www.ecpenlinea.com/Tarifas.php>

Ecuatepi. (s.f.). Sistemas de seguridad, accesorios y equipos bomberos, rescate e industrial.
<https://www.ecuatepi.com/articulo-sistemas-seguridad-accesorios-equipos-bomberos-rescate-industrial-quito-cuenca-guayaquil-ecuador.php?recordID=96>

Edesa. (s.f.). Dispensador de toallas de papel Medium. <https://edesa.com.ec/producto/dispensador-de-toallas-de-papel-medium/>

Edredones Ecuador. (s.f.). Set de 2 almohadas semiduras.
<https://www.edredonesecuador.com/product-page/set-de-2-almohadas-semiduras>

El Ferretero. (s.f.). Iluminación El Ferretero.
<https://www.elferretero.com.ec/collections/iluminacion/products/310?variant=31579891630214>

Elecgalápagos. (2022, octubre 31). Pliego tarifario del servicio público de energía eléctrica 2022.
<https://www.elecgalapagos.com.ec/2022/10/31/pliego-tarifario-del-servicio-publico-de-energia-electrica-2022/>

Eljuri Store. (s.f.). Vajilla 12pzs rojo degradado. <https://eljuri.store/vajilla-para-la-casa/10117982-vajilla-12pzs-rojo-degradado.html>

Espinosa Paez. (s.f.). Balanza contadora 30 kg Baco-30. https://espinosapaez.com/product/balanza-contadora-30-kg-baco-30/?gad_source=1&gclid=0AAAAABNYFsVSlSbhbSF6zn57Zqbz8iG0q&gclid=Cj

wKCAjwktO_BhBrEiwAV70jXqSg0ijWiJCFk508VSbXrOWjyJSKzpTYgp4o_wU-
uAJVYSLuAkPj3BoC2SUQAvD_BwE

Estrella, M. (2024, octubre). Currículum Vitae. Ministerio de Turismo del Ecuador.

https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2024/10/CV-MATEO-ESTRELLA_ES.pdf

Expedia. (s.f.). Expedia Group – Alcance en Norteamérica y Europa. <https://www.expedia.com>

Frecuento. (s.f.). Dispensador de jabón líquido Aspire acero inoxidable 1L.

<https://www.frecuento.com/dispensador-de-jabon-liquido-aspire-acero-inoxidable-1-l/942420/>

Frecuento. (s.f.). Juego de ollas Tramontina Solar 3 piezas. <https://www.frecuento.com/juego-de-ollas-tramontina-solar-3-piezas/957988/>

Frecuento. (s.f.). Juego de utensilios de cocina Gibson nylon negro 9 piezas.

<https://www.frecuento.com/juego-de-utensilios-de-cocina-gibson-nailon-negro-9-piezas/945367/>

Frecuento. (s.f.). Licuadora Westinghouse digital con jarra de vidrio roja.

<https://www.frecuento.com/licuadora-westinghouse-digital-con-jarra-de-vidrio-roja-23l-650w-wkbefl601rd/946422/>

Frecuento. (s.f.). Olla Indalum alta con 2 rejillas internas para cocinar al vapor.

<https://www.frecuento.com/olla-indalum-alta-con-2-rejillas-internas-para-cocinar-al-vapor/951232/>

Frecuento. (s.f.). Secador Conair mediano 1875W. <https://www.frecuento.com/secador-conair-mediano-1875w/918062/>

Frecuento. (s.f.). Tacho de pedal Wireking acero inoxidable 12L. <https://www.frecuento.com/tacho-de-pedal-wireking-acero-inoxidable-12l-305x205x465cm/983692/>

FV Andina. (s.f.). Inodoro Mestre. <https://fvandina.com/producto/1601-inodoro-mestre/>

FV Andina. (s.f.). Lavabo Marina 60 cm con mueble suspendido.

<https://fvandina.com/producto/2052-lavabo-marina-60-cm-con-mueble-suspendido/>

FV Andina. (s.f.). Llave electrónica FV Tronic para lavabo conexión a red eléctrica.

<https://fvandina.com/producto/1935-llave-electronica-fv-tronic-para-lavabo-conexion-a-red-electrica/>

GetYourGuide. (s.f.). The best Puerto Ayora tours and things to do in 2025.

<https://www.getyourguide.com/puerto-ayora-1148437/>

Google. (s.f.). Google Ads – Posicionamiento SEM en búsquedas de alto interés como “hoteles en Galápagos”. <https://ads.google.com>

Google. (s.f.). Vista de calle en Puerto Ayora, Galápagos. Google Maps.

[https://www.google.com/maps/@-0.74581,-](https://www.google.com/maps/@-0.74581,-90.31199,3a,75y,90t/data=!3m6!1e1!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-0.74581!4d-90.31199)

[90.31199,3a,75y,90t/data=!3m6!1e1!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-0.74581!4d-90.31199](https://www.google.com/maps/@-0.74581,-90.31199,3a,75y,90t/data=!3m6!1e1!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-0.74581!4d-90.31199)

Grupo Galápagos, Polimundo y Alpha Tours. (s.f.). Agencias tradicionales con alto tráfico de reservas para grupos escolares, familias y adultos mayores.

Happy Selfie. (s.f.). Alquiler de Photo Booth. <https://www.happyselfie.com.ec/alquiler-de-photo-booth/>

Heifer Ecuador. (2024). Alimentos sanos para Galápagos. <https://www.heifer-ecuador.org>

Hotel Albatross. (s.f.). Hotel Albatross en Puerto Ayora. <https://www.hotelalbatross.com.ec/es/>

Hotel Fiesta. (s.f.). Hotel Fiesta en Puerto Ayora. <https://www.galapagoshotelfiesta.com>

Hotel Gemelan. (s.f.). Comunicación interna. [Referencia personal, sin URL]

Hotel Ninfa. (s.f.). Hotel Ninfa en Puerto Ayora. <https://hotelninfa.com.echotelninfa.com.ec>

Hoteles.com. (s.f.). Hotel Albatross en Puerto Ayora. <https://www.hoteles.com/ho491557/hotel-albatross-puerto-ayora-ecuador/>

Hotels.com. (s.f.). Hotel Albatross en Puerto Ayora. <https://hotels.app.link/r0caqaH9nRb>

Hotels.com. (s.f.). Hotel Fiesta en Puerto Ayora. <https://hotels.app.link/Jeib3kR9nRb>

Hotels.com. (s.f.). Hotel Ninfa en Puerto Ayora. <https://hotels.app.link/w1WQdKM9nRb>

Hotels.com. (s.f.). Hotel Ninfa en Puerto Ayora. <https://hotels.app.link/tRPvmo29nRb>

Hotels.com. (s.f.). Posada del Mar en Puerto Ayora. <https://hotels.app.link/TUXLTsU9nRb>

Indumaster. (s.f.). Archivador 4 gavetas metálico. <https://indumaster.com.ec/producto/archivador-4-gavetas-metalico/>

Inmera. (s.f.). Bomba de calor para piscina full inverter. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://inmera.com.ec/productos/bomba-de-calor-para-piscina-full-inverter/>

Inmera. (s.f.). Clorador salino SCC Mini Emaux. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://inmera.com.ec/productos/clorador-salino-scc-mini-emaux/>

Inmera. (s.f.). Escalera para piscina de acero inoxidable Emaux. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://inmera.com.ec/productos/escalera-para-piscina-de-acero-inoxidable-emaux/>

Inmera. (s.f.). Filtro para piscina de fibra de vidrio 14” Emaux. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://inmera.com.ec/productos/filtro-para-piscina-de-fibra-de-vidrio-14-emaux/>

Inmera. (s.f.). Kit de limpieza para piscina con removedor de grasa. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://inmera.com.ec/productos/kit-de-limpieza-para-piscina-con-removedor-de-grasa/>

Inmera. (s.f.). Medidor de salinidad Emaux. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://inmera.com.ec/productos/medidor-de-salinidad-emaux/>

Inmera. (s.f.). Succión de fondo para piscina. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://inmera.com.ec/productos/succion-de-fondo-para-piscina/>

Inmera. (s.f.). Válvula de desviación flex. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de <https://inmera.com.ec/productos/valvula-de-desviacion-flex/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). Ecuador en Cifras. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Inoxibar. (s.f.). Utensilios. <https://inoxibar.com/es/14-utensilios>

Jacobs, M. H., & Harms, M. (2014). Influence of interpretation on conservation intentions of whale tourists. *Tourism Management*, 42, 123–131. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.009>

JYP Distribuciones. (s.f.). Dispensador para jabón o gel antibacterial. <https://jypdistribuciones.com.ec/producto/dispensador-para-jabon-o-gel-antibacterial/>

Kywi. (s.f.). Basurero 50L doble negro-verde. <https://www.kywi.com.ec/basurero-50l-doble-negro-verde/p>

Kywi. (s.f.). Borde crema para piscina 40x40 c/u. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de

<https://www.kywi.com.ec/borde-crema-p-piscina-40x40-c-u/p>

Kywi. (s.f.). Botiquín de primeros auxilios con 11 artículos multiusos. Recuperado el 13 de mayo de

2025, de <https://www.kywitiendaenlinea.com/botiquin-de-primeros-auxilios-con-11-articulos-multiusos/p>

Kywi. (s.f.). Cinta anti desliz waterproof 48mmx20y. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de

<https://www.kywi.com.ec/cinta-anti-desliz-waterproof-48mmx20y/p>

Kywi. (s.f.). Tacho americano con tapa plomo. [https://www.kywi.com.ec/tacho-americano-c-tapa-](https://www.kywi.com.ec/tacho-americano-c-tapa-plomo/p)

[plomo/p](https://www.kywi.com.ec/tacho-americano-c-tapa-plomo/p)

Kywi. (s.f.). Tacho papelerero tipo espejo con mecanismo de apertura mediante pedal y bandeja interior

extraíble para fundas de basura. <https://www.kywi.com.ec/tacho-papelerero-tipo-espejo-con-mecanismo-de-apertura-mediante-pedal-y-bandeja-interior-extraible-para-fundas-de-basura/p>

La Cobacha. (s.f.). Salida de emergencia – Señalética.

<https://www.lacobacha.com.ec/producto/salida-de-emergencia-senaletica-2/>

Made in China. (s.f.). Hotel Lounge Furniture - Modern Hotel Lounge Reception Counter Marble

Stone Information Desk for Check-in Counter. [https://es.made-in-](https://es.made-in-china.com/co_aizanfurniture/product_Hotel-Lounge-Furniture-Modern-Hotel-Lounge-Reception-Counter-Marble-Stone-Information-Desk-for-Check-in-Counter_ysyeieogsy.html)

[china.com/co_aizanfurniture/product_Hotel-Lounge-Furniture-Modern-Hotel-Lounge-Reception-Counter-Marble-Stone-Information-Desk-for-Check-in-Counter_ysyeieogsy.html](https://es.made-in-china.com/co_aizanfurniture/product_Hotel-Lounge-Furniture-Modern-Hotel-Lounge-Reception-Counter-Marble-Stone-Information-Desk-for-Check-in-Counter_ysyeieogsy.html)

Mailchimp. (s.f.). Mailchimp o Sendinblue – Plataformas comunes para automatización de correos,

promoción en fechas clave, y retención de clientes. <https://mailchimp.com>

Marcimex. (s.f.). Electrodomésticos dispensadores. https://www.marcimex.com/electromenor-dispensadores-22919/p?idsku=5290&utm_source=googleshopping&utm_medium=gad_source=1&utm_campaign=gad_braid=0A AAAACzZmBOJbRYIbHAzTQv-b6eNHvOw2&utm_medium=gclid=Cj0KCQjw782_BhDjARIsABTvjCX8OB0X2K-C9xD5fiSLzp9DmsZNqkQxQibbkQsK83O2TUy-BRnkHQaAqBnEALw_wcB&utm_medium=sc=2

Maximseg. (s.f.). Seguridad en eventos. <https://www.maximseg.com/seguridad-en-eventos/>

MaxxiComp. (s.f.). Computadoras. https://maxxicomp.com/22-computadoras?srltid=AfmBOoox7g6U4hOzNQ8lhYU-evf4MpiYLwysaAw_KSgTUVY8BRDFPO9m

MegaMaxi. (s.f.). Horno microondas negro puerta UMCO 20 litros. <https://www.megamaxi.com/shop/electrodomesticos/electrodomesticos-cocina/hornos-microondas/horno-microondas-negro-puerta-umco-20-litros/>

Megamaxi. (s.f.). Copa para vino blanco Rioja Crisar. <https://www.megamaxi.com/shop/hogar-2/menaje-de-cocina/copas-de-vidrio-para-vino/copa-para-vino-blanco-rioja-cristar-ala/>

Megamaxi. (s.f.). Copa para vino tinto Premie Crisar. <https://www.megamaxi.com/shop/hogar-2/menaje-de-cocina/copas-de-vidrio-para-vino/copa-para-vino-tinto-premie-4340al24-cristar-unidad/>

Megamaxi. (s.f.). Set de vasos cervecero Kassel Crisar - 4 piezas. <https://www.megamaxi.com/shop/hogar-2/menaje-de-cocina/vasos-de-vidrio/set-de-vasos-cervecero-kassel-est-liso-0055el4he-cristar-4-piezas/>

Megamaxi. (s.f.). Set de vasos Lexington bebidas Crisar x 6 uds.

<https://www.megamaxi.com/shop/hogar-2/menaje-de-cocina/vasos-de-vidrio/set-de-vasos-lexington-bebidas-0046cl6-cristar-x-6-uds/>

Melcocha Group. (s.f.). Inicio. <https://melcochagroup.com>

Mercado Libre. (s.f.). Estantería metálica galvanizada para cargas livianas.

https://www.mercadolibre.com.ec/estanteria-metalica-galvanizada-para-cargas-livianas/p/MEC36299082#polycard_client=search-nordic&searchVariation=MEC36299082&position=1&search_layout=stack&type=product&tracking_id=c15116ea-ee51-4c91-a998-3982d51f0c75&wid=MEC596817964&sid=search

Mercado Libre. (s.f.). Mesas de trabajo, acero inoxidable lisa 110x42x90 alto.

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-529973881-mesas-de-trabajo-acero-inoxidable-lisa-110x42x90-alto-_JM#polycard_client=search-nordic&position=7&search_layout=stack&type=item&tracking_id=28c57158-5ed0-4978-9024-b23e2220117f&wid=MEC529973881&sid=search

Mercado Libre. (s.f.). Ozono 5gh piscina, hidromasaje, cisterna, pozo, trata y purifica. Recuperado el

13 de mayo de 2025, de https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-523427120-ozono-5gh-piscina-hidromasaje-cisterna-pozo-trata-purifica-_JM

Meta. (s.f.). Meta Business Suite – Para la gestión de campañas publicitarias y segmentación en Facebook e Instagram. <https://business.facebook.com>

Mi Bodega. (n.d.). Blaupunkt TV LED 43” Google TV FHD. <https://mibodega.ec/todas-las-categorias/24999-blaupunkt-tv-led-43-google-tv-fhd.html>

Mi Bodega. (n.d.). Cortinas de aire Innovair. https://mibodega.ec/todas-las-categorias/24527-188-innovair-cortinas-de-aire.html#/65-centimetros-90_cm

Mibodega. (n.d.). Innovair cortinas de aire 90 cm. https://mibodega.ec/todas-las-categorias/24527-188-innovair-cortinas-de-aire.html#/65-centimetros-90_cm

Mindshare Ecuador. (s.f.). Oficinas en Ecuador. <https://www.mindshareworld.com/ecuador/offices>

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2023). Plan Nacional de Ganadería Sostenible. Quito, Ecuador.

Ministerio de Turismo. (2025, 17 de febrero). Catastro Turístico. Datos Abiertos Ecuador. <https://www.datosabiertos.gob.ec/dataset/catastro-turistico-total>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (s.f.). Sitio oficial del Ministerio de Turismo. <https://www.turismo.gob.ec>

Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2022). Lineamientos para operaciones sostenibles en áreas protegidas. Quito, Ecuador.

Niu Hom. (s.f.). Alfombra Memory Foam diseño piedras azul marino. <https://niuhom.ec/shop/product/22469321-alfombra-memory-foam-diseno-piedras-azul-marino-22469321-40-x-60cm-blaec-34429>

NiuHom. (n.d.). Alfombra memory foam diseño piedras azul marino 40 x 60cm.

<https://niuhom.ec/shop/product/22469321-alfombra-memory-foam-diseno-piedras-azul-marino-22469321-40-x-60cm-blaec-34429?category=2998&search=ALFOMBRA>

Observatorio de Turismo de Galápagos. (2021). Informe de capacidad instalada Galápagos abril

2020. https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Informe_Capacidad_Instalada_Gal%C3%A1pagos_abril-2020_vf.pdf

Observatorio de Turismo de Galápagos. (2023). Informe semestral de estadísticas enero-junio 2022.

https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2023/09/Informe-semestral-estadisticas-enero_junio-2022-.pdf

Observatorio de Turismo de Galápagos. (2023). Informe semestral de visitantes 2023.

<https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2023/09/Informe-Semestral-Visitantes-2023-PNG.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). Sitio oficial de la OMT. <https://www.unwto.org>

Parque Nacional Galápagos. (2024). Informe anual de visitantes 2023. https://galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2024/03/INFORME_ANUAL_VISITANTES-2023_WEB-LQ.pdf

Perfil Comercial. (s.f.). Formulario de reclutamiento y selección de vendedores.

<https://perfilcomercial.com/formulario-de-reclutamiento-y-seleccion-de-vendedores/>

Posada del Mar. (s.f.). Posada del Mar en Puerto Ayora. <https://posadadelmargalapagos.com>

PremiumTech. (s.f.). Impresora multifuncional Epson WF-C5810 ADF Wifi Ethernet 24 ppm duplex.

<https://www.premiumtech.com.ec/imp-inyec-mfp-epson-wf-c5810-adf-wifi-ethernet-24pmm-duplex-c11ck24301/p>

Proalmex. (s.f.). Sal marina grano 50 kg yodada. Recuperado el 13 de mayo de 2025, de

<https://proalmex.com.ec/producto/sal-marina-grano-50-kg-yodada/>

Promart. (s.f.). Aromatizante automático Paraíso Azul Glade. [https://www.promart.ec/aromatizante-](https://www.promart.ec/aromatizante-automatgico-1-unid-paraiso-azul-glade/p)

[automatico-1-unid-paraiso-azul-glade/p](https://www.promart.ec/aromatizante-automatgico-1-unid-paraiso-azul-glade/p)

Promart. (n.d.). Dispensador gris jabón espuma Unilimpio. [https://www.promart.ec/dispensador-gris-](https://www.promart.ec/dispensador-gris-jabon-espuma-unilimpio/p)

[jabon-espuma-unilimpio/p](https://www.promart.ec/dispensador-gris-jabon-espuma-unilimpio/p)

Promart. (n.d.). Escritorio Malta negro castaño 2 cajones Politorno.

<https://www.promart.ec/escritorio-malta-negro-castano-2-cajones-politorno/p>

Promart. (n.d.). Lámpara techo LED 24W borde madera orange. [https://www.promart.ec/lampara-](https://www.promart.ec/lampara-techo-led-24w-borde-madera-orange/p?idsku=11583&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxf9zgIta58OySvyGpE-550ra&gclid=CjwKCAjwzMi_BhACEiwAX4YZUF4igegkLTftj9946KOpf_vDgsjbn80c_RmjUMQgUTu7ePwj1cj9YBoCqB0QAvD_BwE)

[techo-led-24w-borde-madera-](https://www.promart.ec/lampara-techo-led-24w-borde-madera-orange/p?idsku=11583&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxf9zgIta58OySvyGpE-550ra&gclid=CjwKCAjwzMi_BhACEiwAX4YZUF4igegkLTftj9946KOpf_vDgsjbn80c_RmjUMQgUTu7ePwj1cj9YBoCqB0QAvD_BwE)

[orange/p?idsku=11583&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxf9zgIta58OySvyGpE](https://www.promart.ec/lampara-techo-led-24w-borde-madera-orange/p?idsku=11583&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxf9zgIta58OySvyGpE-550ra&gclid=CjwKCAjwzMi_BhACEiwAX4YZUF4igegkLTftj9946KOpf_vDgsjbn80c_RmjUMQgUTu7ePwj1cj9YBoCqB0QAvD_BwE)

-

[550ra&gclid=CjwKCAjwzMi_BhACEiwAX4YZUF4igegkLTftj9946KOpf_vDgsjbn80c_R](https://www.promart.ec/lampara-techo-led-24w-borde-madera-orange/p?idsku=11583&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxf9zgIta58OySvyGpE-550ra&gclid=CjwKCAjwzMi_BhACEiwAX4YZUF4igegkLTftj9946KOpf_vDgsjbn80c_RmjUMQgUTu7ePwj1cj9YBoCqB0QAvD_BwE)

[mjUMQgUTu7ePwj1cj9YBoCqB0QAvD_BwE](https://www.promart.ec/lampara-techo-led-24w-borde-madera-orange/p?idsku=11583&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxf9zgIta58OySvyGpE-550ra&gclid=CjwKCAjwzMi_BhACEiwAX4YZUF4igegkLTftj9946KOpf_vDgsjbn80c_RmjUMQgUTu7ePwj1cj9YBoCqB0QAvD_BwE)

Promart. (n.d.). Silla Nova negra plástico madera. [https://www.promart.ec/silla-nova-negra-plastico-](https://www.promart.ec/silla-nova-negra-plastico-madera/p?idsku=10563&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxc0ng3ABYCP0LWBIkyP7FZ5R&gclid=Cj0KCQjw782_BhDjARIsABT_vJAmxXhp3TcrsLo1Ua8zGtlcqD5V_gsF7y9oCYaEWzggSqC0RrUK1JcaAsLQEALw_wcB)

[madera/p?idsku=10563&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxc0ng3ABYCP0LW](https://www.promart.ec/silla-nova-negra-plastico-madera/p?idsku=10563&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxc0ng3ABYCP0LWBIkyP7FZ5R&gclid=Cj0KCQjw782_BhDjARIsABT_vJAmxXhp3TcrsLo1Ua8zGtlcqD5V_gsF7y9oCYaEWzggSqC0RrUK1JcaAsLQEALw_wcB)

[BIkyP7FZ5R&gclid=Cj0KCQjw782_BhDjARIsABT_vJAmxXhp3TcrsLo1Ua8zGtlcqD5V](https://www.promart.ec/silla-nova-negra-plastico-madera/p?idsku=10563&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxc0ng3ABYCP0LWBIkyP7FZ5R&gclid=Cj0KCQjw782_BhDjARIsABT_vJAmxXhp3TcrsLo1Ua8zGtlcqD5V_gsF7y9oCYaEWzggSqC0RrUK1JcaAsLQEALw_wcB)

[_gsF7y9oCYaEWzggSqC0RrUK1JcaAsLQEALw_wcB](https://www.promart.ec/silla-nova-negra-plastico-madera/p?idsku=10563&gad_source=1&gbraid=0AAAAAqqUVxc0ng3ABYCP0LWBIkyP7FZ5R&gclid=Cj0KCQjw782_BhDjARIsABT_vJAmxXhp3TcrsLo1Ua8zGtlcqD5V_gsF7y9oCYaEWzggSqC0RrUK1JcaAsLQEALw_wcB)

Provis. (s.f.). Productos Provis.

[https://provis.com.ec/productos/?srsltid=AfmBOorfr9DIEMPq_Ete319p3P5lF8of3qVlRwlojs_B](https://provis.com.ec/productos/?srsltid=AfmBOorfr9DIEMPq_Ete319p3P5lF8of3qVlRwlojs_BWfp7Fh2cv1Pt)

[Wfp7Fh2cv1Pt](https://provis.com.ec/productos/?srsltid=AfmBOorfr9DIEMPq_Ete319p3P5lF8of3qVlRwlojs_BWfp7Fh2cv1Pt)

Publifyer. (s.f.). Inicio. <https://www.publifyer.com/es/>

Pycca. (s.f.). Muebles sillas y bancos. <https://www.pycca.com/muebles-sillas-y-bancos-n01307/p>

Pycca. (s.f.). Toallas para hogar. <https://www.pycca.com/hogar-toallas-b04044/p>

San Cristóbal Impresores. (s.f.). Inicio. <https://www.sancristobalimpresores.cl/>

Scribd. (2021). Tarifario diseño 2020–2021 Ecuador.

<https://www.scribd.com/document/554044986/Tarifario-disen-o-2020-2021-Ecuador>

Sendinblue. (s.f.). Mailchimp o Sendinblue – Plataformas comunes para automatización de correos, promoción en fechas clave, y retención de clientes. <https://www.sendinblue.com>

Servei. (s.f.). Polar. <https://www.servei.com.ec/productos/polar/>

Small Business - Chron. (s.f.). Average cost per month for office supplies. [https://smallbusiness-chron-com.translate.google/average-cost-per-month-office-supplies-](https://smallbusiness-chron-com.translate.google/average-cost-per-month-office-supplies-12771.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc&_x_tr_hist=true)

[12771.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc&_x_tr_hist=true](https://smallbusiness-chron-com.translate.google/average-cost-per-month-office-supplies-12771.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc&_x_tr_hist=true)

Sukasa. (s.f.). Electrolux refrigeradora side by side empotrable EI33AR80WS acero inoxidable con alarma en la puerta, 535L. <https://www.sukasa.com/productos/electrolux-refrigeradora-side-by-side-empotrable-ei33ar80ws-acero-inoxidable-con-alarma-en-la-puerta-535l/676b25e9-2fa8-4516-8b1a-7f127b1f91f1>

Sukasa. (s.f.). Haus juego de 16 cubiertos punta cuadrada de acero.

<https://www.sukasa.com/productos/haus-juego-de-16-cubiertos-punta-cuadrada-de-acero/df631e51-0e03-4b3f-96c2-271f0cd5505b>

Sukasa. (s.f.). Indurama congelador horizontal CI300 blanco, 2 puertas con enfriador y llaves, 400L.

<https://www.sukasa.com/productos/indurama-congelador-horizontal-ci300-blanco-2-puertas-con-enfriador-y-llaves-400l/87c04f66-7173-44a7-ab46-842eb7ad3424>

Sukasa. (s.f.). Indurama extractor de olores tipo isla CEI-90CRVI acero inoxidable, vidrio, con 3

velocidades, 1000m³/h, 90cm. <https://www.sukasa.com/productos/indurama-extractor-de-olores-tipo-isla-cei-90crvi-acero-inoxidable-vidrio-con-3-velocidades-1000m3-h-90cm/e47bad4e-8f80-490b-8b21-1c5c436301c4>

Sukasa. (n.d.). Lámpara pequeña café de ratán para mesa con pantalla redonda blanca.

<https://www.sukasa.com/productos/lampara-pequena-cafe-de-ratan-para-mesa-con-pantalla-redonda-blanco/410dcc53-1bde-43dc-b546-c51d5d326ce0>

Sukasa. (s.f.). Taza para espresso y plato borde líneas blanco de porcelana Spal.

<https://www.sukasa.com/productos/taza-para-espresso-y-plato-borde-lineas-blanco-de-porcelana-spal/eeff216e-83d2-45be-8092-f7bc6d8d1d79>

Sukasa. (s.f.). Thor cocina a gas HRG4808LP con 6 quemadores, doble horno y plancha, 120cm de

acero inoxidable. <https://www.sukasa.com/productos/thor-cocina-a-gas-hrg4808lp-con-6-quemadores-doble-horno-y-plancha-120cm-de-acero-inoxidable/0b53e456-7313-40a8-8b64-bfa073592e5d>

Sukasa. (s.f.). Vajilla semicuadrada Luciana beige de cerámica 16 piezas Corona.

<https://www.sukasa.com/productos/vajilla-semicuadrada-luciana-beige-de-ceramica-16-piezas-corona/f5fe44d2-d31a-4c86-96e0-4b4321aaf4fa>

Talleres Balseca. (s.f.). Mesas para restaurante. <https://talleresbalseca.com.ec/producto/mesas-para-restaurante/>

Tempo Legal. (s.f.). Inicio. https://tempolegal.com/?gad_source=1&gbraid=0AAAAAoYIJ-6Gp251R7PdDh6pC2WwS_EL&gclid=CjwKCAjwtdi_BhACEiwA97y8BOLJEPO_V2QFnXbIFjzz22rIp__a-e4a7fpY4w_d-2gwFl4MV5ivhoCMhcQAvD_BwE

Termalimex. (s.f.). Batidor 6QT, 575 Watts. <https://www.termalimex.com/product/batidor-6qt-575-watts/>

Termalimex. (s.f.). Cafetera semiautomática Appia, 2 grupos, 110V.
<https://www.termalimex.com/product/cafetera-semiautomatica-appia-2-grupos-110v/>

Termalimex. (s.f.). Freidora eléctrica, 2 pozos, 10 Lts, FFA2002.
<https://www.termalimex.com/product/freidora-electrica-2-pozos-10-lts-ffa2002/>

Termalimex. (s.f.). Horno microondas 1000 Watts NRCS10DSEA.
<https://www.termalimex.com/product/horno-microondas-1000-watts-nrcs10dsea/>

Termalimex. (s.f.). Licuadora industrial BB180S. <https://www.termalimex.com/product/licuadora-industrial-bb180s/>

Termalimex. (s.f.). Ollas de presión. <https://www.termalimex.com/product-category/accesorios-de-cocina/coccion/ollas-de-presion/page/3/>

Textil San Pedro. (n.d.). A679 R 90L. <https://www.textilsanpedro.com/producto/A679-R-90L?srsId=AfmBOopQfe3Lk20SH6uLxiSK0U91Cv7YIID0pN6k0ECSRiw7xtP4DDLs>

Textiles Mantra. (s.f.). Almohada para cama suave de fibra sintética siliconada blanca 100%

microfibra ultrasuave. <https://www.textilesmanttra.com/producto/almohada-para-cama-suave-de-fibra-sintetica-siliconada-blanca-100-microfibra-ultrasuave/>

Textiles Mantra. (s.f.). Almohada suave de fibra siliconada.

<https://www.textilesmanttra.com/producto/almohada-para-cama-suave-de-fibra-sintetica-siliconada-blanca-100-microfibra-ultrasuave/>

Textiles Mantra. (s.f.). Duvet o plumón Sierra, relleno de fibra sintética.

<https://www.textilesmanttra.com/producto/duvet-o-plumon-sierra-relleno-de-fibra-sintetica-recubierta-en-poli-algodon/>

Textiles Mantra. (n.d.). Duvet o plumón Sierra relleno de fibra sintética recubierta en poli-algodón.

<https://www.textilesmanttra.com/producto/duvet-o-plumon-sierra-relleno-de-fibra-sintetica-recubierta-en-poli-algodon/>

Textiles Mantra. (s.f.). Juego de sábanas 50% algodón 50% poliéster, 144 hilos.

<https://www.textilesmanttra.com/producto/juego-de-sabanas-50-algodon-50-poliester-144-hilos-ajuste-perfecto-resistente-a-la-decoloracion/>

Textiles Mantra. (n.d.). Juego de sábanas 50% algodón 50% poliéster 144 hilos ajuste perfecto

resistente a la decoloración. <https://www.textilesmanttra.com/producto/juego-de-sabanas-50-algodon-50-poliester-144-hilos-ajuste-perfecto-resistente-a-la-decoloracion/>

Tía. (n.d.). Aire acondicionado 12000 BTU Evvo alta eficiencia blanco. [https://www.tia.com.ec/aire-](https://www.tia.com.ec/aire-acondicionado-12000-btu-evvo-alta-eficiencia-blanco-)

[acondicionado-12000-btu-evvo-alta-eficiencia-blanco-](https://www.tia.com.ec/aire-acondicionado-12000-btu-evvo-alta-eficiencia-blanco-)

151297000.html?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwktO_BhBrEiwAV70jXtfumTMOWU11XjjVfuOYhR4DfvDxNUIEyH8HxcAjKuuwopHijX9Q3hoCOyIQAvD_BwE

TikTok. (s.f.). TikTok for Business – Estrategias para conectar con públicos jóvenes y aventureros.

<https://www.tiktok.com/business>

Todohogar. (s.f.). Basurero con tapa vaivén 35L negro.

<https://www.todohogar.com/basureros/83958-193492-basurero-con-tapa-vaiven-35l.html>

Todohogar. (s.f.). Basurero redondo con tapa y pedal Tramontina 5L.

<https://www.todohogar.com/basureros-de-bano/77166-141709-basurero-redondo-con-tapa-pedal-tramontina-5028420705201.html>

Todohogar. (s.f.). Basurero Rombo negro redondo. [https://www.todohogar.com/basureros-de-](https://www.todohogar.com/basureros-de-bano/76183-133163-basurero-rombo-7750062010532.html)

[bano/76183-133163-basurero-rombo-7750062010532.html](https://www.todohogar.com/basureros-de-bano/76183-133163-basurero-rombo-7750062010532.html)

TodoHogar. (n.d.). Cuadro geométrico ivory 60x60 cm con marco taupe de madera.

<https://www.todohogar.com/cuadros/93400-cuadro-geometrico-ivory-60x60cm-con-marco-taupe-de-madera.html>

Todohogar. (n.d.). Dispensador para bebidas con base y tapa de fibra, 8L Novo.

<https://www.todohogar.com/purificadores-y-dispensadores-de-agua/89145-dispensador-para-bebidas-con-base-y-tapa-de-fibra-8l-novo-0197639061684.html>

Todohogar. (n.d.). Oster dispensador de agua caliente y ambiente frío con almacenamiento OS-

WD2100. [https://www.todohogar.com/purificadores-y-dispensadores-de-agua/78705-oster-dispensador-de-agua-caliente-ambiente-frio-con-almacenamiento-os-wd2100-](https://www.todohogar.com/purificadores-y-dispensadores-de-agua/78705-oster-dispensador-de-agua-caliente-ambiente-frio-con-almacenamiento-os-wd2100-0811175022298.html)

[0811175022298.html](https://www.todohogar.com/purificadores-y-dispensadores-de-agua/78705-oster-dispensador-de-agua-caliente-ambiente-frio-con-almacenamiento-os-wd2100-0811175022298.html)

TodoHogar. (n.d.). Oster dispensador de agua caliente, ambiente frío con almacenamiento.

<https://www.todohogar.com/purificadores-y-dispensadores-de-agua/78705-oster-dispensador-de-agua-caliente-ambiente-frio-con-almacenamiento-os-wd2100-0811175022298.html>

Tortuga Bay. (s.f.). Cottages en Tortuga Bay. <https://www.tortugabay.com.ec/cottages>

Toveco. (n.d.). Tabla de picar 12x18 roja. <https://www.toveco.com.ec/product/tabla-de-picar-12x18roja/>

Tripadvisor. (s.f.). Tripadvisor – Plataforma líder en reseñas de viajeros para mejorar visibilidad y credibilidad. <https://www.tripadvisor.com>

Tventas. (n.d.). Teléfono alámbrico Panasonic KXT-S500. <https://www.tventas.com/telefonia-fija/69593-telefono-alambrico-panasonic-kxts500-5025232786664.html>

Unity Stores. (s.f.). Bases Endurotech black 8528. <https://www.unitystores.com/bases-endurotech-black-8528/p?skuId=10192857>

Vittorio Uniformes. (s.f.). Uniformes de trabajo para hoteles. <https://www.vittorio.es/es/uniformes-de-trabajo/uniformes-hotel.html?p=2>

Wikipedia. (s.f.). Puerto Ayora. https://es.wikipedia.org/wiki/Puerto_Ayora

Witharana, S., Udawatta, L., & Perera, A. (2010). Analysis of sensory information for efficient operation of energy management systems in commercial hotels. *Electronic Journal of Structural Engineering*, Edición Especial: Wireless Sensor Networks and Practical Applications.

Wix. (s.f.). Planes Premium – Dynamo. <https://es.wix.com/premium-purchase-plan/dynamo>

Yale. (n.d.). Caja fuerte Yale - Caja de seguridad small. <https://yale.com.ec/producto/caja-fuerte-caja-de-seguridad-yale-small/>

Yale. (n.d.). Caja fuerte caja de seguridad Yale small. <https://yale.com.ec/producto/caja-fuerte-caja-de-seguridad-yale-small/>