

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

COLEGIO DE HOSPITALIDAD ARTE CULINARIO Y TURISMO

PROYECTO DE VIABILIDAD HOTELERA:

ANDAZ BY HYATT EN LA ISLA SAN CRISTÓBAL - GALÁPAGOS

**Henry Geovanny Pazmiño Román
Sacha Israel Tinajero Barahona**

Hotelería y Hospitalidad

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

Quito, 19 de diciembre de 2024

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:

ANDAZ BY HYATT EN LA ISLA SAN CRISTÓBAL - GALÁPAGOS

Henry Geovanny Pazmiño Román

Sacha Israel Tinajero Barahona

Nombre del profesor, Título académico:

Rafael Villota Sandoval, PHD

Quito, 19 de diciembre de 2024

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Nombres y apellidos: Henry Geovanny Pazmiño Román

Código: 00217018

Cédula de identidad: 1720044963

Nombres y apellidos: Israel Tinajero

Código: 00216572

Cédula de identidad: 1750676825

Lugar y fecha: Quito, 19 de diciembre de 2024

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

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

UNPUBLISHED DOCUMENT

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

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, cuyo ejemplo de dedicación y perseverancia ha sido mi fuente constante de inspiración. A mis amigos, quienes con su compañía y apoyo incondicional, han enriquecido profundamente mi camino académico.

- Henry Pazmiño

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, cuyo ejemplo de dedicación y perseverancia ha sido mi fuente constante de inspiración. A mis amigos, quienes con su compañía y apoyo incondicional, han enriquecido profundamente mi camino académico.

- Israel Tinajero

RESUMEN

Andaz San Cristóbal by Hyatt hace referencia al proyecto de viabilidad hotelera que será construido en la isla San Cristóbal - Galápagos; frente al muelle ecoturístico tiburón martillo, a pocos metros del malecón San Cristóbal, a 10 minutos en vehículo del aeropuerto de San Cristóbal y a 15 minutos de los principales generadores de demanda como las playas la lobería, punta carola y playa Mann. Este es un hotel boutique de 4 estrellas en el cual se ofrecerán una variedad de servicios acorde con los estándares de la marca y tendrá diversas características alineadas con la sostenibilidad e integración con la comunidad local. Nuestro hotel contara con 34 habitaciones, 1 restaurante, 1 cafetería, 1 spa, piscina, salón de juegos, business center, entre otros servicios.

En el siguiente trabajo se exponen los eventos del micro y macroentorno, visión, misión de la marca, concepto, propuesta de valor, segmento de mercado, perfil del cliente, competencia, actividades a corto, mediano y largo plazo en los componentes ambiental, económico, social, nuestras estrategias de distribución y el análisis financiero.

Palabras clave:

Hotel, Lujo, Galápagos, Andaz, Sostenibilidad, Hyatt

ABSTRACT

Andaz by Hyatt refers to the hotel viability project that will be built on the island of San Cristóbal - Galapagos; in front of the hammerhead shark ecotourism pier, a few meters from the San Cristóbal boardwalk, 10 minutes by car from the San Cristóbal airport and 15 minutes from the main demand generators such as the beaches of La Lobería, Punta Carola and Playa Mann. This is a 4-star boutique hotel in which various services will be offered per the brand's standards and will have multiple features aligned with sustainability and integration with the local community. Our hotel will have 34 rooms, 1 restaurant, 1 cafeteria, 1 spa, swimming pool, games room, business center, among other services.

In the following work, the events of the micro and macro environment, vision, mission of the brand, concept, value proposition, market segment, customer profile, competition-, short, medium- and long-term activities in the environmental components are presented economic, social, distribution strategies and financial analysis.

Keywords:

Hotel, Luxury, Galapagos, Andaz, Sustainability, Hyatt

JUSTIFICACIÓN PLAN Y MODELO DE NEGOCIO

La industria hotelera está en constante evolución, buscando ofrecer experiencias cada vez más personalizadas y sostenibles. En este sentido, la llegada de un hotel Andaz by Hyatt a la isla San Cristóbal representa una apuesta por la innovación y la vanguardia.

Adquirir una franquicia hotelera ofrece una serie de ventajas significativas para los emprendedores que desean invertir en el sector hotelero; al unirse a una marca reconocida, los franquiciados pueden aprovechar un modelo de negocio probado, recibir soporte y capacitación continuos, y beneficiarse de una mayor visibilidad y poder de negociación. Esto se traduce en una menor probabilidad de fracaso y un mayor potencial de éxito en el mercado hotelero. Sin embargo, es importante recordar que una franquicia también implica ciertas restricciones y costos iniciales muy elevados.

ÍNDICE

© DERECHOS DE AUTOR	3
DEDICATORIA	5
RESUMEN	6
ABSTRACT.....	7
JUSTIFICACIÓN PLAN Y MODELO DE NEGOCIO	8
INTRODUCCIÓN	13
Capítulo 1 Análisis de los indicadores islas Galápagos e Isla San Cristóbal.....	14
1.1 Datos específicos del Ecuador y su realidad turística.....	14
1.2 Análisis situación económica del Ecuador	15
1.3 Cantidad de turistas que reciben las Islas Galápagos e Isla San Cristóbal	16
1.4 Principales mercados emisores	17
Capítulo 2 Historia Islas Galápagos, Isla San Cristóbal	18
2.1 Regulaciones y normativas	20
2.2 Foda del sector	22
Capítulo 3 Análisis del sitio.....	25
3.1 Mapa y límites sectoriales	25
3.2 Generadores de Demanda	25
Capítulo 4 Andaz by Hyatt	28
4.1 Visión	28
4.2 Misión	28
4.3 Valores	28
4.4 Pilares fundamentales.....	29
4.5 Imagen y prestigio.....	30
4.6 Manifiesto.....	30
4.7 Segmentación de Andaz en la Isla San Cristóbal	31
Eco-lujo consciente	31
Millennials y Gen Z Aventureros	31
4.8 Concepto	31

4.9 Propuesta de valor	31
Capítulo 5 Manejo sustentable Andaz San Cristóbal	32
5.1 Actividades a corto plazo (Construcción / Pre-apertura)	32
A) Componente ambiental: Plan de construcción sustentable	32
B) Gestión de residuos de construcción	33
C) Plan de protección de la biodiversidad.	34
D) Componente económico: Plan de Financiamiento Verde	35
E) Cadena de suministro local	35
F) Cadena de suministro continental	36
G) Componente Social: Programa de capacitación y empleo local	36
H) Plan de participación comunitaria	37
I) Programa de preservación cultural	37
5.2 Actividades a mediano plazo (Apertura / Operación inicial)	38
A) Componente Económico: Programa de optimización operativa	38
B) Plan de marketing sustentable	38
C) Sistema de gestión de ingresos sustentable	39
D) Componente social: Programa de desarrollo profesional	39
E) Plan de vinculación con la comunidad	40
F) Componente Ambiental: Plan de eficiencia energética	40
5.3 ACTIVIDADES A LARGO PLAZO (Sustentabilidad continua)	40
A) Componente Económico: Programa de diversificación de productos	40
B) Componente social: Sistema de desarrollo social continuo	41
C) Componente Ambiental: Plan de adaptación al cambio climático	41
Capítulo 6 Estructura del hotel	42
6.1 Distribución y aprovechamiento espacial planta baja	42
6.2 Distribución y aprovechamiento espacial segundo nivel	43
6.3 Distribución y aprovechamiento espacial tercer nivel	43
6.4 Diseño de las habitaciones	44
Capítulo 7 Competencia	45
7.1 Lista la competencia directa e indirecta	45
Hotel Galápagos Casa Playa Mann	45
Hotel Galápagos Sunset (Competencia directa)	45
Guadalupe Galápagos	45
Katarma Galápagos	46
Hotel Indigo (Competencia directa)	46
Golden Bay Galápagos (Competencia directa)	46
Capítulo 8 Estrategias de distribución de marketing Andaz	48

8.1 Página web Andaz San Cristóbal	48
8.2 Motor de reservas online	48
8.3 Contenido.....	48
8.4 Usabilidad.....	49
8.5 Velocidad de carga	50
8.6 Estética y branding	50
8.7 Pagos seguros	51
8.8 Confirmación instantánea.....	52
8.9 Estrategias SEO y SEM	52
Resultados	53
8.10 Redes sociales Andaz	53
8.11 Contenido visual	54
8.12 Hashtags Estratégicos	54
Descuentos y ofertas especiales	54
Atención al cliente en redes sociales	54
Encuestas y Feedback	55
8.13 Colaboraciones con Influencers	55
Resultados	55
8.14 Email	56
8.15 Segmentación avanzada de la base de datos	56
8.16 Ofertas personalizadas y recomendaciones.....	56
8.17 Automatización de campañas	56
Resultados	57
8.18 Canales Indirectos	57
Agencias Online.....	57
Resultados	58
8.19 Operadores turísticos locales	58
Resultados	60
8.20 Sistemas de gestión y softwares de servicios de Hyatt aplicados para Andaz	60
A) Oracle OPERA Cloud (PMS)	60
B) Sabre Corporation (CRS).....	61
C) Infrasy Cloud (POS) en Food and Service	62
D) OPERA Channel Management como software de gestión de canales	63
Capítulo 9 Análisis financiero	64
9.1 Composición costo laboral	64

9.2 Inversión pre-apertura	65
9.3 Indicadores hoteleros ADR, REVPAR, OCUPACIÓN 2025	65
9.4 Indicadores hoteleros ADR, REVPAR, OCUPACIÓN 2035	67
9.5 Estados de resultados 2025 vs 2035	67
9.6 Retorno de la inversión.....	68
Conclusiones	68
Referencias Bibliográficas	70
Anexos	75
Anexo A: Paneles Sándwich.....	75
Anexo B: Ventanas de doble acristalamiento	75
Anexo C: Pilotes Helicoidales	75
Anexo D: Diseño Suite del hotel	76
Anexo E: Andaz Condesa Mexico City	76
Anexo F: Andaz Península Papagayo – Costa Rica	77
Anexo G: Página web Andaz	77
Anexo H: Contenido Página Web Andaz San Cristóbal.....	78
Anexo I: Redes sociales Andaz	78
Anexo J: Alojamiento y Tarifa Promedio en feriados nacionales - Galápagos	79

INTRODUCCIÓN

Las islas Galápagos, un archipiélago ecuatoriano reconocido por su rica biodiversidad, han experimentado una recuperación notable en su sector turístico tras la pandemia de COVID-19. Los datos más recientes indican un aumento de más de 300 mil turistas en el año 2023 en comparación con el año 2022, lo que se traduce en un crecimiento en los ingresos generados por la industria hotelera. Sin embargo, la volatilidad económica del Ecuador y la creciente competencia a nivel global presentan desafíos para los nuevos emprendimientos. Ante este escenario, nuestra propuesta hotelera, Andaz San Cristóbal, busca aprovechar el potencial turístico de las islas y ofrecer una experiencia única a los viajeros, combinando lujo, sostenibilidad y respeto por el medio ambiente.

Capítulo 1 Análisis de los indicadores islas Galápagos e Isla San Cristóbal

La información recopilada en este primer capítulo resulta fundamental para comprender el contexto en el que se desarrollará el proyecto hotelero. A través de un análisis exhaustivo de los datos sobre el turismo del país, se establecerán las bases para la toma de decisiones estratégicas.

1.1 Datos específicos del Ecuador y su realidad turística

ECUADOR						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Población	17,077,883	17,356,880	17,526,455	17,614,396	17,715,301	17,834,831
PIB	1,3%	0,1%	-7,8%	4,2%	2,9%	2,4%
Alojamientos Registrados	14,226	15,463	16,170	17,904	20,503	25,081
# Habitaciones	54,875	59,112	60,792	67,116	73,228	80,893
# de Turistas que recibe	3.903.315	3.557.506	978.493	1.376.221	2.457.544	3.069.447

Fuente: Elaboración propia

La población ecuatoriana ha experimentado un crecimiento constante durante el período analizado, aunque a un ritmo moderado; la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto devastador en el sector turístico de Ecuador, como se evidencia en la fuerte disminución del número de turistas y alojamientos registrados en 2020; sin embargo, el sector ha mostrado una notable capacidad de recuperación, con un crecimiento significativo en el número de turistas y alojamientos en los años posteriores a la pandemia. Por otra parte, el PIB presentó una fuerte caída en 2020, debido a la pandemia, teniendo un aumento gradual en los años siguientes.

1.2 Análisis situación económica del Ecuador

ECUADOR COMO DESTINO TURÍSTICO						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
PIB	1,3%	0,1%	-7,8%	4,2%	2,9%	2,4%
Riesgo País	826	938	2386	869	1250	2055
Tasa libre de Riesgo *Tasa libre de Riesgo se puede comparar con otros países*	1,0%	1,2%	1,4%	1,5%	1,7%	2,2%
Influencia del Turismo en el PIB *Alojamiento y servicios de comida* (%)	1,82%	1,90%	1,63%	1,83%	2,00%	2,06%
Influencia del Turismo en el PIB *Alojamiento y servicios de comida* (\$)	1,307,660	1,365,400	1,077,680	1,265,710	1,419,570	1,487,490
Inflación Anual	-0,22%	0,27%	-0,34%	0,13%	3,47%	2,22%

Fuente: Elaboración propia

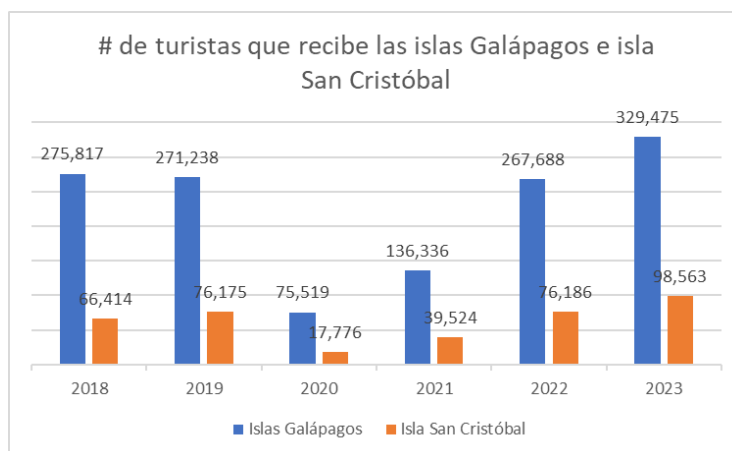
El análisis macroeconómico de Ecuador juega un papel fundamental en la viabilidad de un proyecto hotelero en la isla San Cristóbal; consideramos que las condiciones económicas generales de un país impactan directamente en la demanda turística, las inversiones y las regulaciones que afectan a la industria hotelera. Cabe recalcar que el riesgo país manifiesta la pérdida de confianza de los inversores en la estabilidad fiscal y económica de un país, en este caso el Ecuador.

Según el banco central del Ecuador, el riesgo país ecuatoriano ha tenido un aumento significativo después de la pandemia, llegando a tener 2055 puntos en el año 2023; principalmente por las elecciones presidenciales anticipadas, estados de excepción, incapacidad de pago de la deuda externa, lo que encarece el crédito al que podría acceder el Ecuador con instituciones financieras internacionales (BCE, 2024).

Esta situación tiene repercusión directa en el año 2024 principalmente por la crisis hidroeléctrica que atraviesa el país, lo que genera una pérdida económica del sector productivo que afecta el crecimiento de la economía del país, en estas circunstancias se vuelve muy difícil que los inversionistas consideren dirigir o inyectar sus capitales a un país con un alto riesgo de recuperación de sus inversiones.

Con relación a nuestro proyecto hotelero, los inversores exigirán tasas de interés más altas para compensar el mayor riesgo percibido, lo que encarecerá el financiamiento del proyecto; los bancos y otros prestamistas pueden ser más reacios a otorgar préstamos a proyectos en países con alto riesgo país, limitando las opciones de financiamiento disponibles y un alto riesgo país puede disuadir a los turistas extranjeros de visitar Ecuador, lo que reduciría la ocupación hotelera y los ingresos del proyecto.

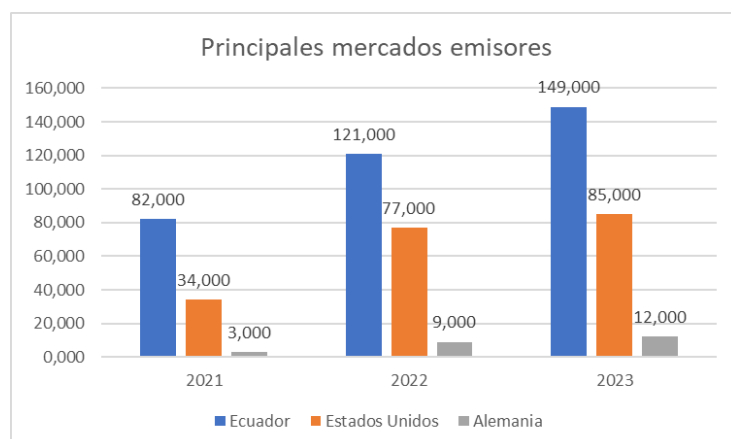
1.3 Cantidad de turistas que reciben las Islas Galápagos e Isla San Cristóbal



Fuente: Elaboración propia

La entrada de turistas a las islas Galápagos se quintuplicó después de 2020, llegando a recibir 329,475 personas en 2023. Por otra parte, según el consejo de gobierno de régimen especial de las islas Galápagos, en la isla San Cristóbal existen 52 alojamientos turísticos autorizados de 3 estrellas, 5 alojamientos autorizados de 4 estrellas y 2 alojamientos autorizados de 5 estrellas (Consejo régimen especial de las islas Galápagos, 2024).

1.4 Principales mercados emisores



Fuente: Elaboración propia

Nuestros principales mercados son Ecuador, Estados Unidos y Alemania que llegan a las islas Galápagos por ocio principalmente. El mercado ecuatoriano muestra un crecimiento constante con respecto al número de turistas que llegan a las islas Galápagos. Después de la pandemia, Ecuador fue el mercado emisor más importante, y esta tendencia se mantuvo en los años siguientes, con un crecimiento significativo en 2023. Estados Unidos presentó un crecimiento significativo entre 2021 y 2022; esto indica una creciente atracción del destino para los turistas estadounidenses lo que sugiere una reactivación del turismo a nivel mundial y una mayor confianza de los viajeros. Cabe recalcar que, en los arribos por región América tiene una fuerte presencia con un 80%, Europa 18% y Asia un 2% (Dirección parque nacional Galápagos, 2023).

Según la dirección del parque nacional Galápagos en sus informes anuales, la edad promedio y estancia media del ecuatoriano es 35 años; 5 días entre los meses de julio – agosto. Por otra parte, la edad promedio y estancia media de los estadounidenses es 46 años; 6 días entre los meses de junio – julio; finalmente, la edad promedio y estancia media del mercado alemán es de 44 años; 9 días en los meses de marzo y noviembre (Dirección parque nacional Galápagos, 2023).

Capítulo 2 Historia Islas Galápagos, Isla San Cristóbal

Este segundo capítulo se adentrará en la fascinante historia de las Islas Galápagos, poniendo un especial énfasis en San Cristóbal. Exploraremos sus regulaciones y normativas para comprender a fondo el entorno único y las características que hacen de esta isla un tesoro natural.

Las Islas Galápagos, un archipiélago volcánico situado en el Océano Pacífico, a unos 972 kilómetros de la costa de Ecuador, son un tesoro de la biodiversidad mundial. Su historia se remonta a millones de años atrás, cuando procesos geológicos submarinos dieron origen a estas islas volcánicas. Sin embargo, su descubrimiento por parte de los europeos es relativamente reciente.

Fue en 1535 cuando el obispo de Panamá, Fray Tomás de Berlanga, se topó accidentalmente con este archipiélago durante un viaje hacia Perú. Sorprendido por la abundancia de vida silvestre y la peculiaridad de sus habitantes, Berlanga relató su descubrimiento a la Corona española. A partir de entonces, las Galápagos fueron visitadas por piratas, balleneros y exploradores, quienes las utilizaron como refugio y fuente de recursos. A pesar de su importancia científica, las Galápagos fueron durante mucho tiempo un territorio poco explorado y explotado; a finales del siglo XIX y principios del XX, las islas sufrieron un intenso proceso de colonización, impulsado principalmente por la búsqueda de recursos naturales como la madera y las tortugas gigantes. Esta explotación indiscriminada puso en peligro la supervivencia de muchas especies y ecosistemas únicos.

La conciencia sobre la importancia de conservar este patrimonio natural creció a mediados del siglo XX. En 1959, se creó el Parque Nacional Galápagos, un área protegida que abarca la mayor parte del archipiélago. Posteriormente, en 1978, las islas fueron declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, lo que reconoció su valor universal excepcional. Desde

entonces, las Galápagos han sido objeto de numerosos estudios científicos y han atraído a visitantes de todo el mundo interesados en conocer su rica biodiversidad y su singular historia. Sin embargo, la conservación de este frágil ecosistema sigue siendo un desafío constante, ya que el turismo masivo, la pesca ilegal y los efectos del cambio climático representan amenazas significativas.

San Cristóbal es un compendio de historia natural y cultural. Su nombre, un homenaje al patrón de los marinos, San Cristóbal, encapsula la importancia que ha tenido esta isla para la navegación y la exploración. Descubierta por los europeos en el siglo XVI, su verdadero protagonismo llegó con la visita de Charles Darwin en 1835. A bordo del HMS Beagle, el naturalista británico encontró en San Cristóbal las primeras evidencias que lo llevarían a formular su revolucionaria teoría de la evolución. Las especies únicas y adaptadas de esta isla, como las iguanas marinas y las tortugas gigantes, fueron piezas fundamentales en su rompecabezas científico.

La colonización humana, iniciada a mediados del siglo XIX, transformó drásticamente el paisaje de San Cristóbal. La Hacienda El Progreso, establecida por Manuel J. Cobos, fue un hito en este proceso, aunque su legado estuvo marcado por la explotación y los conflictos sociales; a pesar de estos desafíos, San Cristóbal se convirtió en el primer asentamiento humano de las Galápagos y hoy alberga a Puerto Baquerizo Moreno, la capital del archipiélago.

La pesca, desde sus inicios, ha sido una actividad económica fundamental para la isla. Sin embargo, el reconocimiento de la importancia de su biodiversidad llevó a la creación del Parque Nacional Galápagos en 1959 y su posterior designación como Patrimonio de la Humanidad, estas medidas proteccionistas han sido cruciales para preservar el delicado equilibrio de este ecosistema insular.

San Cristóbal es un mosaico de ecosistemas, desde las zonas costeras azotadas por las olas hasta las cumbres montañosas donde se refugian especies endémicas. Su clima, influenciado por las corrientes oceánicas y la altitud, ha dado lugar a una gran diversidad de hábitats. La isla es hogar de una fauna emblemática, como las fragatas, los lobos marinos y las tortugas gigantes, que han cautivado a científicos y visitantes por igual.

En la actualidad, la conservación de San Cristóbal es un desafío constante. La creciente presión demográfica, el turismo masivo y los efectos del cambio climático amenazan este frágil ecosistema; es fundamental promover prácticas sostenibles, fomentar la educación ambiental y fortalecer las medidas de protección para garantizar la preservación de este tesoro natural para las futuras generaciones.

2.1 Regulaciones y normativas

Las regulaciones de construcción más importantes que se aplican a las Islas Galápagos y al sector donde se plantea la construcción del hotel son:

- Cumplimiento del Plan de Regulación Hotelera aprobado por el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de las Galápagos (Artículo 21).
- Autorización de la Autoridad Nacional de Turismo previa a la aprobación definitiva de los planos por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Artículo 14).
- Para nueva infraestructura, se debe presentar a la Autoridad Nacional de Turismo: a) Antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores b) Proyecto de inversión y financiamiento c) Anteproyecto arquitectónico (Artículo 14)
- Cumplimiento con lo dispuesto en la Ley Orgánica del Régimen Especial para la Provincia de las Galápagos (LOREG), el Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS), y el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP) (Artículo 20).

- Solo se permiten nuevos establecimientos de alojamiento turístico de 3, 4 y 5 estrellas, y campamentos turísticos (Artículo 22).
- Obligatoriedad de contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales (Disposición General Décima Primera).
- Prohibición de evacuar directamente las aguas servidas (Disposición General Décima Primera).
- Cumplimiento de requisitos de accesibilidad para personas con discapacidad o movilidad reducida (Disposición General Sexta).
- Cumplimiento con la normativa establecida por la Autoridad Ambiental Nacional y el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la Provincia de las Galápagos (Disposición General Novena).
- Obtención de una ficha o licencia ambiental emitida y aprobada por la Autoridad Ambiental Nacional (Artículo 7, literal j).
- Obtención del permiso de construcción emitido por el Gobierno Autónomo Descentralizado pertinente (Artículo 7, literal k).
- Obtención de la autorización para construcción de nueva infraestructura turística destinada para alojamiento en la provincia de Galápagos (Artículo 2).

La demanda turística presenta una marcada estacionalidad que refleja su naturaleza como destino vacacional, la temporada alta se concentra en dos períodos principales: de junio a agosto, coincidiendo con las vacaciones de verano en el hemisferio norte, y de diciembre a enero, durante las festividades navideñas y de Año Nuevo. Durante estos meses, la ocupación hotelera puede alcanzar el 80-90%; la temporada media, que abarca los meses de abril a mayo y de septiembre a noviembre, representa un período de transición con una ocupación esperada del 60-70%. La temporada baja se sitúa en los meses de febrero y marzo, coincidiendo con la

época de lluvias y una menor afluencia de turistas internacionales, resultando en una ocupación aproximada del 40-50%.

El poder adquisitivo en San Cristóbal está fuertemente influenciado por la industria turística, que constituye la principal fuente de ingresos para la población local, los visitantes tienden a tener un poder adquisitivo medio-alto, dado que el costo del viaje y la estadía en las islas es considerablemente elevado en comparación con otros destinos. Esta característica del mercado turístico permite el desarrollo de servicios y experiencias de alta calidad, pero también implica expectativas elevadas por parte de los visitantes en cuanto a la calidad de las instalaciones y servicios ofrecidos.

2.2 Foda del sector

FODA DEL SECTOR			
A M E N A Z A S	•Regulaciones ambientales estrictas que pueden limitar el desarrollo y la expansión del proyecto. •Competencia con otras islas del archipiélago que también ofrecen atractivos turísticos similares. •Rivalidad con destinos ecoturísticos globales que pueden atraer a la misma clientela. •Riesgos asociados al cambio climático, que pueden afectar el entorno natural y la biodiversidad. •Eventos naturales como terremotos o tormentas que pueden impactar la infraestructura y la seguridad.	•Alta dependencia del turismo vacacional, lo que hace al proyecto vulnerable a cambios estacionales. •Vulnerabilidad ante fluctuaciones económicas globales que pueden afectar el flujo de turistas. •Limitaciones de infraestructura y servicios en la isla que pueden impactar la experiencia del visitante. •Costos elevados de operación debido a la ubicación remota y la necesidad de importar productos y servicios.	D E B I L I D A D E S
	•Ubicación privilegiada del sitio, con alta visibilidad y flujo de tráfico peatonal y vehicular. •Entorno natural único de Galápagos, que atrae a turistas interesados en la biodiversidad. •Regulaciones que limitan la competencia, favoreciendo el crecimiento controlado del proyecto. •Acceso a una población receptiva y un mercado turístico en crecimiento. •Infraestructura existente que puede ser mejorada y adaptada para el proyecto.	•Creciente tendencia hacia el ecoturismo y el turismo sostenible a nivel global. •Posibilidad de desarrollar programas y actividades que atraigan visitantes en temporada baja. •Potencial para establecer colaboraciones con operadores turísticos especializados en viajes familiares y de naturaleza. •Aumento del interés por experiencias auténticas y personalizadas entre los viajeros. •Oportunidad de implementar prácticas sostenibles que atraigan a un mercado consciente del medio ambiente.	
F O R T A L E Z A S			O P O R T U N I D A D E S

Fuente: Elaboración propia

Las tendencias económicas en el sector turístico apuntan hacia un creciente interés en el ecoturismo y las experiencias de viaje sostenibles. Esta tendencia se alinea perfectamente con las características únicas de San Cristóbal y ofrece oportunidades significativas para el

proyecto hotelero. Los viajeros están cada vez más dispuestos a pagar un premium por experiencias auténticas y sostenibles, lo que permite el desarrollo de servicios de alto valor añadido.

El clima juega un papel crucial en la estacionalidad de la demanda, con una temperatura promedio de 15 a 32 grados centígrados, con la estación cálida de enero a marzo favoreciendo las actividades acuáticas, a pesar de ser parte de la temporada baja general. Los eventos locales y festivales pueden generar picos de demanda fuera de la temporada alta, mientras que el turismo nacional tiende a aumentar durante los feriados ecuatorianos.

La construcción de un establecimiento hotelero de 4 estrellas en las coordenadas 0°54'03"S 89°36'39"W de la Isla San Cristóbal presenta desafíos significativos y oportunidades interesantes desde una perspectiva de sostenibilidad y cumplimiento normativo. El proyecto debe adherirse estrictamente a las regulaciones establecidas por el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de las Galápagos, la Autoridad Nacional de Turismo y la Autoridad Ambiental Nacional, lo que implica un proceso de aprobación multifacético que incluye la presentación de planes detallados, estudios de impacto ambiental y pruebas de cumplimiento con las normas de construcción locales.

La elección de materiales para el hotel refleja una conciencia ambiental encomiable, alineada con las preocupaciones expresadas en el documento sobre la presión ejercida en los recursos naturales de las islas. El uso de materiales plásticos reciclados para columnas y bloques no solo aborda el problema de la gestión de residuos, sino que también reduce la demanda de materiales de construcción extraídos localmente, como arena y piedra, que han sido identificados como fuentes de impacto ambiental significativo. La incorporación de madera, piedra volcánica, acero negro y cal sugiere un enfoque mixto que podría balancear las consideraciones estéticas, funcionales y ambientales. Será fundamental evaluar cómo los materiales propuestos se

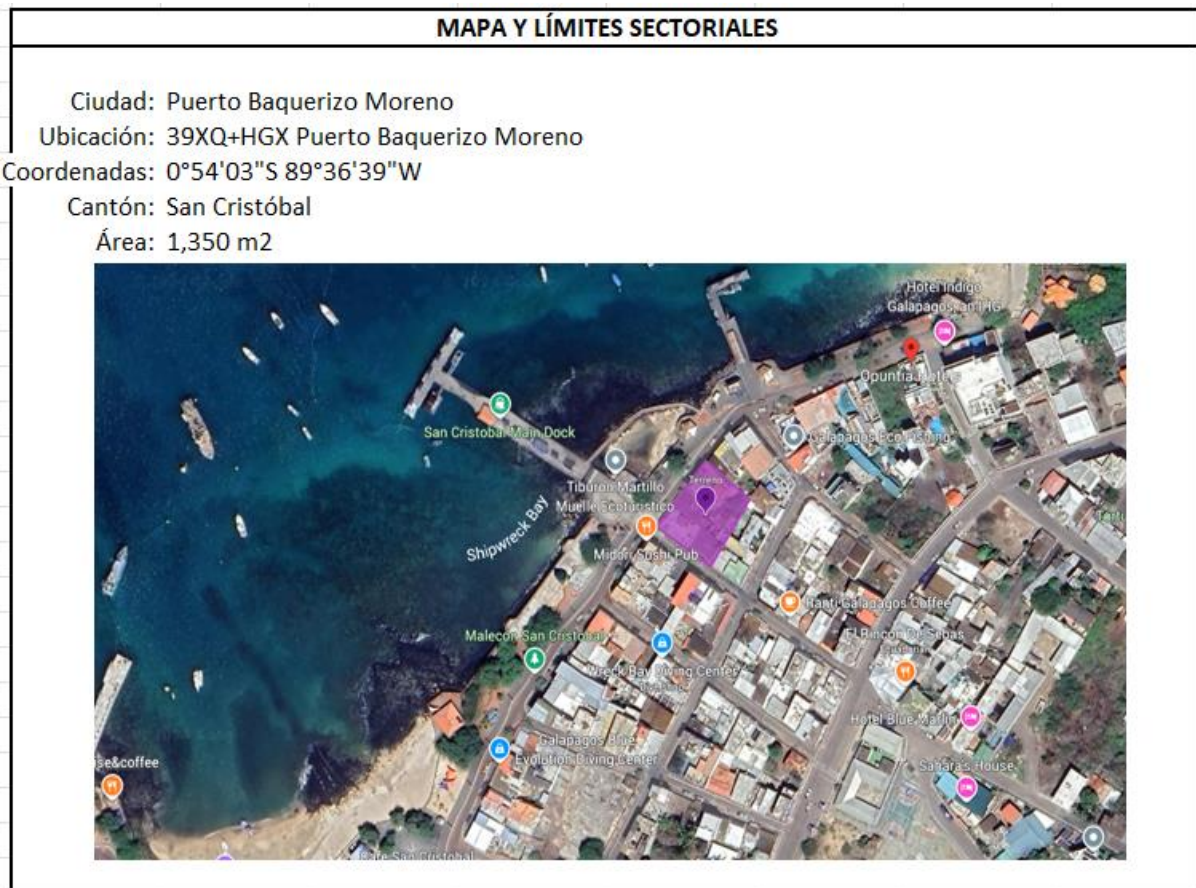
comportarán en términos de eficiencia energética y confort térmico, posiblemente incorporando técnicas de aislamiento o diseño pasivo para minimizar el consumo energético.

El proyecto debe abordar de manera integral la gestión de aguas residuales, dado el énfasis en la prohibición de la evacuación directa de aguas servidas y la obligatoriedad de contar con sistemas de tratamiento. Esto podría representar una oportunidad para implementar tecnologías innovadoras de tratamiento de agua que no solo cumplan con las regulaciones, sino que también establezcan un nuevo estándar en prácticas sostenibles para la industria hotelera en las Galápagos.

Capítulo 3 Análisis del sitio

En este capítulo, se realizará un análisis del sitio específico en la isla San Cristóbal destinado a la construcción del hotel. Este estudio permitirá identificar las oportunidades y desafíos que presenta el terreno, así como definir las medidas necesarias para minimizar los impactos ambientales y sociales del proyecto.

3.1 Mapa y límites sectoriales



Fuente: Elaboración propia

3.2 Generadores de Demanda

El sector se encuentra en una posición privilegiada, al frente del puerto, a pocos metros del malecón San Cristóbal, a 10 minutos en carro del aeropuerto San Cristóbal, como generadores de demanda podemos destacar los siguientes La Lobería, Cerro Tijeretas, Centro de crianza de

Tortugas Terrestres David Rodríguez, Centro de interpretación ambiental Gianni Arismendy, El león dormido, Playa Mann, playa punta carola, playa Baquerizo y cerca del área urbana principal donde se encuentran los demás hoteles y restaurantes; esta proximidad a los principales puntos de interés de la isla lo convierte en un lugar altamente visible y accesible.

La zona está rodeada de edificaciones de diversa índole, lo que sugiere un entorno urbano consolidado, la densidad de construcciones y la presencia de vías sugieren un alto nivel de actividad y una demanda potencial para servicios y productos. La proximidad al puerto lo hace atractivo para negocios relacionados con el turismo, como agencias de viajes, alquiler de equipos náuticos o servicios de transporte marítimo y la presencia de vías sugiere una buena conectividad con otras áreas de la isla, facilitando el desplazamiento de personas y bienes.

El crecimiento del turismo en San Cristóbal ha propiciado un enfoque cada vez más acentuado en la sostenibilidad y la conservación, aspectos que son fundamentales en un ecosistema tan delicado como el de las Galápagos. La biodiversidad de esta región no solo es un atractivo primordial para los visitantes, sino que también es un recurso que debe ser protegido, las iniciativas destinadas a minimizar el impacto ambiental del turismo están ganando relevancia, lo que indica una tendencia hacia un modelo de turismo responsable que busca equilibrar el desarrollo económico con la preservación del medio ambiente.

La pesca, en particular la pesca artesanal, constituye otra actividad económica esencial en San Cristóbal; la regulación y sostenibilidad de esta práctica son cruciales para mantener el equilibrio ecológico del archipiélago. La interdependencia entre la pesca y el turismo resalta la necesidad de implementar políticas que fomenten prácticas sostenibles en ambas áreas. Una gestión adecuada de los recursos naturales es vital para asegurar que las comunidades locales continúen beneficiándose de estas actividades sin comprometer la integridad del entorno.

Las inversiones continuas en infraestructura, que incluyen el desarrollo de puertos y mejoras en el sistema de transporte, reflejan un compromiso por mejorar tanto la calidad de vida de los residentes como la experiencia de los turistas. La expansión de servicios básicos, como agua y energía, es igualmente fundamental, ya que no solo apoya al sector turístico, sino que también beneficia a la población local, creando un entorno más propicio para el desarrollo sostenible.

La competencia en el sector hotelero es notable, con una variedad de opciones que van desde hoteles de lujo hasta alternativas más económicas. Los hoteles de 5 estrellas se destacan por ofrecer servicios exclusivos y experiencias personalizadas, mientras que los establecimientos de menor categoría se centran en proporcionar una buena relación calidad-precio. Esta diversidad en la oferta de alojamiento permite atender a un amplio espectro de turistas, desde aquellos que buscan lujo hasta quienes priorizan la accesibilidad. Sin embargo, el crecimiento de opciones de alojamiento no tradicionales, como Airbnb, presenta un desafío adicional, ya que estas plataformas pueden atraer a turistas que prefieren una experiencia más local y auténtica.

La competencia en el sector de la restauración es intensa, enfocándose en la calidad de la comida, la variedad del menú y la experiencia gastronómica. Existe una rivalidad entre restaurantes locales y aquellos orientados a turistas, lo que puede impulsar una mayor innovación y mejora en los servicios ofrecidos, beneficiando así a los consumidores.

Por último, los centros de capacitación para guías turísticos y profesionales del sector están en desarrollo para preparar a los residentes para el crecimiento del turismo. Esta formación es esencial para asegurar que el personal esté bien preparado para ofrecer un servicio de alta calidad, lo que a su vez puede mejorar la satisfacción del cliente y fomentar un turismo más responsable y consciente.

Capítulo 4 Andaz by Hyatt

Este capítulo se centrará en el análisis de la marca Andaz by Hyatt, explorando su misión, visión, valores, cantidad de hoteles a nivel mundial, para posteriormente identificar nuestro segmento de mercado, concepto y propuesta de valor.

Andaz, traducido del hindi, significa “estilo personal”. Pero significa mucho más que eso. Se trata de quién eres, en su totalidad. Tu esencia personal, tu ser. Se trata de lo que te hace único y de tener la libertad de perseguirlo. En los hoteles Andaz, vemos nuestro nombre como un grito de guerra. Un llamado a brindar espacio para aquellos que buscan encontrar y expresar su Andaz (Andaz, 2024).

4.1 Visión

“Global en escala mientras local en perspectiva, la marca Andaz potenciará la autoexpresión y estimula la curiosidad de los huéspedes a través viajes imaginativos para una experiencia distinguidamente local” (Andaz, 2024).

4.2 Misión

“Crear refugios únicos para la autoexpresión e individualidad” (Hyatt, 2023).

4.3 Valores

Los valores corporativos de Andaz constituyen el pilar fundamental de su identidad y cultura organizacional. Principios como la **integridad**, la **creatividad**, el **respeto**, la **humildad**, la **empatía** y la **diversión** definen todos los aspectos de la empresa; en añadidura, existe un profundo compromiso con la construcción de comunidades como lo señala en la siguiente afirmación, “la cultura que engloba Hyatt se basa en la práctica de la empatía cimentada en la escucha y alimentada por el cuidado” (Hyatt, 2024).

Cabe mencionar que sus valores corporativos se alinean con la práctica de operaciones sostenibles; esto se evidencia en iniciativas concretas como la implementación de productos de baño de gran formato para reducir el consumo de plásticos de un solo uso, la instalación de estaciones de agua para motivar el uso de botellas reutilizables y la adopción de llaves digitales en más de 600 propiedades (Hyatt, 2024).

4.4 Pilares fundamentales

Andaz nos revela tres pilares fundamentales a través de su campaña *Be like no One's Watching*, los cuales guían cada experiencia en los diferentes establecimientos a nivel mundial:

1. **Disfruta:** En Andaz, la vida es un festín para los sentidos, los huéspedes pueden conectar con momentos culinarios, auto animados y mixología. Por ejemplo, en Andaz Scottsdale en Estados Unidos, el descubrimiento de la magia culinaria parte de la creación de cócteles artesanales con hierbas recién cosechadas en su jardín botánico. Posteriormente, se realiza una degustación de varios platos incluyendo maridajes con vinos en Weft & Warp Art Bar (Hyatt, 2023).
2. **Juega:** En Andaz, la diversión está asegurada, los huéspedes pueden expresarse a través de conexiones musicales, juegos o incluso exploraciones digitales. Por ejemplo, en Andaz Condesa Ciudad de México, los DJs desvelan los secretos de su arte, guiando a los huéspedes a la creación de un set único. Asimismo, en Andaz Xiamen en China, la música es como un telón de fondo, donde las suites están equipadas con pianos antiguos Chappell y un tocadiscos de vinilo, para que los huéspedes puedan tomar clases privadas de piano en línea o simplemente disfrutar de la exploración musical (Hyatt, 2023).
3. **Move (Muévete):** En Andaz, el bienestar es un estilo de vida, por ejemplo, en Andaz Mayakoba los huéspedes pueden conectar con la energía de la selva a través de clases

de yoga de 60 minutos, inspiradas en antiguos rituales mayas. Y para completar esta experiencia, existen sesiones de masajes de 90 minutos a cuatro manos para liberar toda la tensión acumulada (Hyatt, 2023).

4.5 Imagen y prestigio

Andaz busca proyectar una imagen de sofisticación accesible y autenticidad cultural. La marca se define como una **experiencia boutique** dentro del segmento de lujo, enfocándose en el diseño individualizado que refleja lo importante de la conexión local en cada ubicación. Por lo tanto, el alojamiento actúa como un portal hacia la esencia del destino en el que se posiciona (Andaz, 2024).

La marca se esfuerza por ser reconocida como líder en la industria hotelera, que redefine la hospitalidad de lujo a través de la personalización. Con 32 hoteles a nivel mundial, que están distribuidos de la siguiente manera, 9 en Norte América, 3 en América latina, 6 en Europa, 11 en Asia y 3 en el Oriente Medio; la marca ha demostrado la capacidad que crear espacios que inspiran y transforman.

4.6 Manifiesto

Andaz cree que el lujo es más que una estética; es una forma de moverse por el mundo. Es la libertad de ser uno mismo y la libertad de experimentar destinos de forma personal y auténtica. Para lograrlo, es indispensable eliminar las barreras entre el viajero y el local, entre la estancia y la experiencia, entre el lujo y la simplicidad (Andaz by Hyatt, 2024).

Andaz redefine el lujo a través de un servicio intuitivo y personalizado, anticipando los deseos de sus huéspedes. Cada Andaz se inspira en el arte, la gastronomía y las costumbres locales, sumergiendo su esencial en la historia del lugar (Andaz by Hyatt, 2024).

4.7 Segmentación de Andaz en la Isla San Cristóbal

Eco-lujo consciente

Este segmento está compuesto por viajeros de alto poder adquisitivo que buscan experiencias de lujo, pero con un fuerte compromiso con la sostenibilidad y la conservación. Son personas educadas, generalmente entre 35-50 años, que valoran el diseño sofisticado y el servicio personalizado, pero también aprecian las iniciativas ecológicas y la autenticidad cultural. Este grupo está dispuesto a pagar por alojamientos que demuestren prácticas sostenibles y ofrezcan experiencias únicas y educativas relacionadas con el ecosistema de las Galápagos.

Millennials y Gen Z Aventureros

Jóvenes profesionales y emprendedores entre 35-45 años, con ingresos medio-altos, que buscan destinos exóticos y experiencias transformadoras. Este grupo valora la tecnología, el diseño contemporáneo y las experiencias compartibles en redes sociales que Andaz puede ofrecer; son aventureros que desean explorar la naturaleza única de las Galápagos, pero también aprecian el confort y el estilo de un hotel boutique de alta gama. Están interesados en actividades como snorkel, kayak, y caminatas, pero también en espacios sociales vibrantes y una gastronomía innovadora.

4.8 Concepto

“En los hoteles Andaz, vemos nuestro nombre como un grito de guerra, un llamado para ofrecer el **espacio a quienes buscan encontrarse y expresarse**. Potenciamos la autoexpresión sin complejos, inspirando a los huéspedes a moverse, darse un capricho, jugar y ser como si nadie estuviera mirando.” (Andaz by Hyatt, 2024).

4.9 Propuesta de valor

“Viaja como si nadie te estuviese mirando” (Andaz by Hyatt, 2024).

Capítulo 5 Manejo sustentable Andaz San Cristóbal

En este capítulo, se presentarán a detalle las actividades en las que se destacara el manejo sustentable de nuestro hotel a corto, mediano y largo plazo.

5.1 Actividades a corto plazo (Construcción / Pre-apertura)

A) Componente ambiental: Plan de construcción sustentable

La construcción de Andaz en San Cristóbal se fundamenta en el principio de mínimo impacto ambiental por medio de un sistema modular Offset Double-loaded Slab. Esto quiere decir que, el diseño contempla una estructura principal elevada sobre pilotes, minimizando la huella en el terreno y creando un flujo natural de agua.

El corazón del proyecto utilizará módulos prefabricados de acero y hormigón; cada módulo se fabricará fuera de la isla y se transportará casi terminado, reduciendo el impacto ambiental de la construcción. Cada bloque incorporará un sistema de conexiones resistentes a la corrosión o el daño por las condiciones climáticas del destino, además, la implementación Offset permitirá crear espacios intermedios que funcionarán como áreas sociales o de transición climática, optimizando la ventilación natural y creando sombra natural.

La envolvente del edificio Andaz empleará un sistema de capas múltiples que maximicen el aislamiento térmico, las paredes exteriores utilizarán paneles sándwich (anexo A), complementados con una cámara de aire ventilada que reducirá significativamente el calor resultante del sol. Las ventanas de doble acristalamiento low-E (anexo B) con gas argón entre paneles mejorarán la iluminación natural y minimizarán la transferencia de calor. Este sistema será capaz de reducir la climatización artificial de Andaz en hasta un 60%.

Andaz utilizará un sistema de cimentación ecológica basada en el uso de pilotes helicoidales (anexo C). Estos se instalan mediante rotación controlada evitando la necesidad de

excavaciones masivas y permitiendo una fácil remoción si fuese necesario en el futuro, alineándose a los principios de reversibilidad constructiva del Parque Nacional Galápagos.

El techo de Andaz se diseñará con una inclinación a favor para los paneles solares, incorporando un sistema de acceso para mantenimiento sin comprometer la impermeabilización. Los tanques de almacenamiento de agua pluvial se integrarán en el diseño paisajístico, buscando crear elevaciones naturales que sirvan como áreas de contemplación.

Por último, la selección de materiales para acabados será escogidos a través de certificaciones ambientales que demuestren su bajo impacto ecológico. Por ejemplo, se utilizarán maderas certificadas FSC las cuales son tratadas con preservantes naturales, la piedra volcánica, el acero negro y cal como elementos decorativos y pavimentos, y demás consideraciones estéticas, funcionales y ambientales.

Todo este proceso de construcción se evaluará por una red de sensores ambientales que monitorean el impacto de la obra por medio de niveles de ruido, polvo, vibraciones y calidad del agua, permitiendo recopilar datos para mejorar las técnicas y ajustes posibles para futuras expansiones en destinos endémicos.

B) Gestión de residuos de construcción

La gestión de residuos durante la construcción de Andaz representará un compromiso fundamental con la preservación del ecosistema de la isla San Cristóbal; para ello se implementará una jerarquía de prevención, seguida por la reutilización, reciclaje y disposición final. Cada etapa mencionada incorporará tecnologías diseñadas para minimizar el impacto ambiental dentro del territorio de construcción y sus alrededores.

Como primer punto se tiene el sistema de clasificación y segregación, el cual forma parte de un protocolo automatizado en donde se establecen cinco zonas de contenedores codificados por color. Los residuos se clasificarán en las categorías: maderas, metales, plásticos, pétreos y

residuos peligrosos. Cada categoría con su propio personal especializado en la manipulación y comportamiento de estos materiales.

Como segundo punto está la planta móvil de procesamiento que permite triturar y reutilizar materiales pétreos que están en el sitio. Esta forma de reutilización reduce los costos de transportar materiales fuera de la isla y minimiza la importación de agregados. Por ejemplo, los residuos de madera pueden ser reutilizados en el paisajismo de las zonas comunes de Andaz, en la planta baja.

Como tercer punto está la ventaja de establecer colaboraciones con gestores del continente especializados en el manejo de residuos que no se pueden procesar en el sitio de construcción.

C) Plan de protección de la biodiversidad.

Andaz empezará un estudio de líneas base que mapeará cada especie vegetal o animal dentro del área de interés de construcción del proyecto; por lo cual, utilizará tecnología LIDAR y drones con sensores multiespectrales. La finalidad es crear un modelo tridimensional del sector que servirá como referencia para el monitoreo continuo de la zona. Cabe mencionar que, aunque el terreno forme parte del casco urbano de la ciudad (cercano al muelle), es indispensable documentar cualquier cambio que pueda afectar a la comunidad cercana.

Consecuentemente, la zona más cercana al perímetro de la obra tendrá barreras físicas y acústicas modulares que se ajustarán conforme Andaz vaya creciendo. Esta zona intermedia actuará como filtro natural de polvo y ruido, manteniendo la zona exterior en su estado natural mínimamente invasivo por la construcción.

Estos ejemplos de actividades ambientales a corto plazo estarán diseñados para cumplir los estándares y requisitos del Parque Nacional Galápagos, UNESCO World Heritage Site Guidelines, LEED platinum Certification, Living Building Challenge y EDGE Advanced Certification.

D) Componente económico: Plan de Financiamiento Verde

La implementación de un financiamiento verde, respaldado por la emisión de bonos verdes certificados por la Climate Bonds Initiative y alineados con los Principios de Bonos Verdes (GBP) del International Capital Market Association, catalizará el desarrollo sostenible del proyecto Andaz en la Isla San Cristóbal. Estos instrumentos permitirán que el proyecto pueda acceder a capital a corto y largo plazo, para invertir en tecnologías de construcción sostenible, programas de conservación, infraestructura de gestión de agua y sistemas de energía renovable.

Asimismo, Andaz busca fortalecer su compromiso con la sostenibilidad por medio de alianzas estratégicas con organizaciones internacionales como el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF), el Fondo Verde para el Clima (GCF), Conservation International y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF). Con estas conexiones el proyecto hotelero podrá acceder a una cobertura parcial de riesgos, garantías de desempeño ambiental, seguros paramétricos, bonificaciones por metas ambientales, reducción de tasas por desempeño e incentivos fiscales verdes. La marca fortalecerá su posicionamiento en rating de sostenibilidad y podrá vender tarifas premium y fidelizar a un público cada vez más consciente.

E) Cadena de suministro local

El proyecto hotelero Andaz da prioridad al desarrollo de una cadena de suministro local sostenible. Para ello, se llevará a cabo un mapeo exhaustivo de proveedores y productores en las Galápagos, con el fin de identificar emprendimientos o empresas que compartan los valores de los pilares fundamentales de sustentabilidad y sostenibilidad. Posteriormente, se fortalecerán las capacidades locales para garantizar un suministro continuo de productos y reducir los costos de transporte.

En San Cristóbal, Andaz plantea colaborar con la **Finca Orgánica El Cafetal** y la **Cooperativa de Agricultores** para abastecerse de productos frescos y de temporada, como café orgánico,

verduras, frutas y hierbas aromáticas. Asimismo, busca trabajar con la **Asociación de Pescadores Artesanales** para el suministro de pescado y mariscos, explorando la posibilidad de desarrollar productos de valor añadido.

F) Cadena de suministro continental

Andaz buscaría colaborar con empresas innovadoras que comparten una visión de un futuro libre de plástico. En primer lugar, está **Paraíso del Ecuador**, una empresa que se enfoca en la fabricación de empaques sostenibles eco-amigables como bolsas, envoltorios y sobres, que utilizan materiales biodegradables y compostables, como el PLA (ácido poliláctico), derivado de fuentes renovables como la caña de azúcar o el maíz. En segundo lugar, está **Plasticconsumo**, una empresa alineada a la producción de artículos para el hogar, la industria y el consumo a partir de materiales reciclados, como PET, HDPE, LDPE y PP; sus productos resultantes promueven la economía circular al brindar una segunda vida a los plásticos. Y, por último, **Sunchodesa**, una empresa que adopta prácticas circulares a partir de la creación de tuberías, perfiles, láminas y otros materiales industriales por medio del reciclaje.

G) Componente Social: Programa de capacitación y empleo local

Como primer pilar en el compromiso con el desarrollo social, Andaz plantea crear la “Academia Andaz de Hotelería y Turismo Sostenible”, un programa innovador diseñado específicamente para las necesidades únicas de las Galápagos. Tomando en consideración las restricciones establecidas por el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de las Galápagos (CGREG), la academia implementará un modelo de formación dual, similar al exitoso sistema suizo de educación hotelera. Además, se establecerán alianzas estratégicas con la Universidad San Francisco de Quito y su extensión en San Cristóbal, así como el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio (ISTTP), para asegurar la certificación oficial de los programas. Esta iniciativa permitirá formar profesionales capacitados contribuyendo a la importancia de un turismo de lujo sostenible en un destino ecológico de renombre.

Es importante destacar también la iniciativa de un programa de pasantías en Andaz, que siguen un modelo rotativo reconocido a nivel mundial. Los pasantes rotarán por todas las áreas operativas durante un periodo de 1 mes, recibiendo mentorías personalizadas de profesionales del proyecto hotelero; se establecerán incentivos incluyendo bonificaciones por certificaciones en sostenibilidad y aprendizaje de idiomas adicionales.

H) Plan de participación comunitaria

Como segundo pilar, centrado en la participación de la comunidad, Andaz busca adoptar un modelo similar al implementado por Mashpi Lodge en Ecuador. Para empezar el Comité Consultivo Comunitario estará compuesto por representantes claves de los sectores: pescadores artesanales, operadores turísticos locales, conservacionistas y líderes barriales. Este comité tendrá voz y voto en aquellas decisiones del proyecto hotelero que afecten directamente a la comunidad. Por lo tanto, se implementará un sistema de consultas utilizando la metodología del Banco Mundial para proyectos en áreas sensibles, que impulsará el diálogo estructurado en San Cristóbal.

Otro plan que Andaz busca reflejar es establecer un fondo comunitario financiado con el 1% de los ingresos brutos del hotel, similar al modelo implementado por Wilderness Safaris en África, con el propósito de apoyar proyectos de infraestructura y educación en la comunidad de San Cristóbal. En recompensa, los proveedores locales beneficiados abastecerán al hotel con productos locales permitidos por las regulaciones del Parque Nacional.

I) Programa de preservación cultural

Como tercer pilar, Andaz se inspira en el programa cultural del Amanyara en Turks & Caicos, enfocándose en la rica historia marítima y cultural de San Cristóbal. Este programa se basará en que ancianos de la comunidad compartirán sus historias y tradiciones con los huéspedes y personal del proyecto hotelero. Estas narrativas serán documentadas profesionalmente con la

presencia del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) para su preservación. Este programa que involucrará artistas de edad avanzada tomará en cuenta la importancia de la artesanía local y el conocimiento sobre la utilización de materiales sostenibles permitidos, como la madera de los árboles de aguacate que deben ser removidos por control de especies invasoras.

5.2 Actividades a mediano plazo (Apertura / Operación inicial)

A) Componente Económico: Programa de optimización operativa

Andaz considerará la implementación de sistemas eficientes de gestión para reducir costos de operativos y mejorar la rentabilidad. En primer lugar, monitoreará el consumo de energía, agua y otros recursos, permitiendo identificar áreas de mejora y reducir costos. En segundo lugar, detectará fallas o anomalías en equipos antes de que se produzcan averías mayores, minimizando tiempos de inactividad. La optimización operativa se fundamentará en la implementación de un sistema de gestión inteligente similar al utilizado por el Brando Resort en la Polinesia Francesa, reconocido mundialmente por su eficiencia energética; este sistema utilizará tecnología IoT (Internet of Things) para monitorear en tiempo real el consumo de recursos, empleando sensores conectados a una plataforma centralizada que permite identificar patrones de consumo y anomalías. La experiencia del Brando demuestra que este enfoque puede reducir los costos operativos hasta en un 35% durante el primer año de implementación.

B) Plan de marketing sustentable

Los viajeros cada vez buscan experiencias auténticas y respetuosas con el medio ambiente, por ello, el contenido sustentable es la clave para comunicar el compromiso con la sostenibilidad y atraer a un público más consciente. Andaz utilizará plataformas como Instagram principalmente, para compartir imágenes y videos que muestren a los huéspedes cómo se vive una experiencia sostenible en San Cristóbal. La estrategia en Instagram se basará en el concepto

de "Storytelling for Conservation", desarrollado por National Geographic, que ha demostrado un engagement 300% mayor que el contenido turístico tradicional. Se implementará un programa de "Embajadores de Conservación", donde influencers especializados en turismo sostenible documentarán sus experiencias de primera mano en iniciativas de conservación.

C) Sistema de gestión de ingresos sustentable

Andaz plantea implementar tarifas que permitan destinar fondos directamente a proyectos de conservación, educación ambiental y protección de los ecosistemas. Además, buscará ofrecer experiencias que conecten a los huéspedes con la naturaleza creando paquetes que incluyan: voluntariado en proyectos de restauración ecológica, visitas a centros de investigación y criaderos de especies en peligro. Por ejemplo, un paquete llamado "Guardianes de las islas Galápagos" que podría incluir una visita al Centro de Crianza de Tortugas Gigantes, un taller de fotografía de vida silvestre y limpieza de playas. Este programa destinará el 15% de las tarifas directamente a proyectos de conservación local, creando un vínculo tangible entre la experiencia del huésped y la preservación del ecosistema. Las experiencias de voluntariado se diseñarán en colaboración con la Estación Científica Charles Darwin, permitiendo a los huéspedes participar en proyectos de investigación reales.

D) Componente social: Programa de desarrollo profesional

Un programa de mentorías en Andaz puede ser una herramienta valiosa para desarrollar el talento local, mejorar el servicio al cliente y fomentar una cultura de aprendizaje continuo. Los empleados experimentados compartirán sus conocimientos y habilidades con pasantes y nuevos reclutas, brindando la oportunidad de adquisición de un crecimiento de competencias duras y blandas nuevas dentro de la organización. También, Andaz creará un sistema de reconocimiento que aumente la motivación, la satisfacción laboral, otorgando premios a los colaboradores que hayan recibido las mejores puntuaciones de los huéspedes como viajes, días libres adicionales, oportunidades de capacitación o bonificaciones, entre otros

E) Plan de vinculación con la comunidad

Es importante destacar que la implementación de proyectos comunitarios en Andaz es una inversión estratégica que fortalecerá el vínculo con la comunidad local, mejorará la reputación del hotel y contribuirá a la sostenibilidad de la isla San Cristóbal. Principalmente, participando en proyectos de reforestación, limpieza de playas y protección de especies en peligro; se considera indispensable diseñar un programa de voluntariados en proyectos de conservación y desarrollo comunitario que pueden abarcar tanto huéspedes como empleados del hotel.

F) Componente Ambiental: Plan de eficiencia energética

Andaz instalará sistemas de monitoreo del consumo energético en tiempo real, identificando patrones de uso y áreas de mayor consumo; colocará sensores de movimiento en áreas comunes y habitaciones para activar o desactivar la iluminación automáticamente; aprovechará las corrientes de aire natural para ventilar las habitaciones y reducir el uso de aire acondicionado; y utilizará equipos de cocina eficientes y reducir el desperdicio de alimentos.

5.3 ACTIVIDADES A LARGO PLAZO (Sustentabilidad continua)

A) Componente Económico: Programa de diversificación de productos

La isla San Cristóbal, con su rica biodiversidad y paisajes únicos, ofrece un lienzo perfecto para crear experiencias turísticas inolvidables. Entonces, en Andaz, la innovación y la personalización son clave para diferenciarse y atraer a un público cada vez más exigente. De esta manera, Andaz se asociará con guías, fotógrafos y artesanos locales para ofrecer experiencias auténticas y enriquecedoras, como caminatas guiadas, cursos de fotografía, talleres de identificación de aves. Además, ofrecerá experiencias de lujo, como suites con vistas al mar, tratamientos de spa personalizados y cenas gourmet con productos locales. Asimismo, se aspira a ofrecer experiencias de realidad virtual para que los huéspedes puedan explorar los lugares remotos o conocer la vida marina de la isla desde la página web del hotel; la

implementación de tecnología de realidad virtual utilizará el sistema desarrollado por el Oceanogràfic de Valencia, permitiendo exploraciones virtuales inmersivas de ecosistemas marinos sensibles sin impacto ambiental.

B) Componente social: Sistema de desarrollo social continuo

El Sistema de Desarrollo Social Continuo establecerá un fondo social innovador que destinará el 2% de los ingresos brutos del hotel a proyectos comunitarios, siguiendo el modelo del Fondo Comunitario Lapa Rios en Costa Rica, pero con un enfoque más amplio. La gestión del fondo será transparente y participativa, utilizando una plataforma blockchain para garantizar la trazabilidad de las inversiones y su impacto.

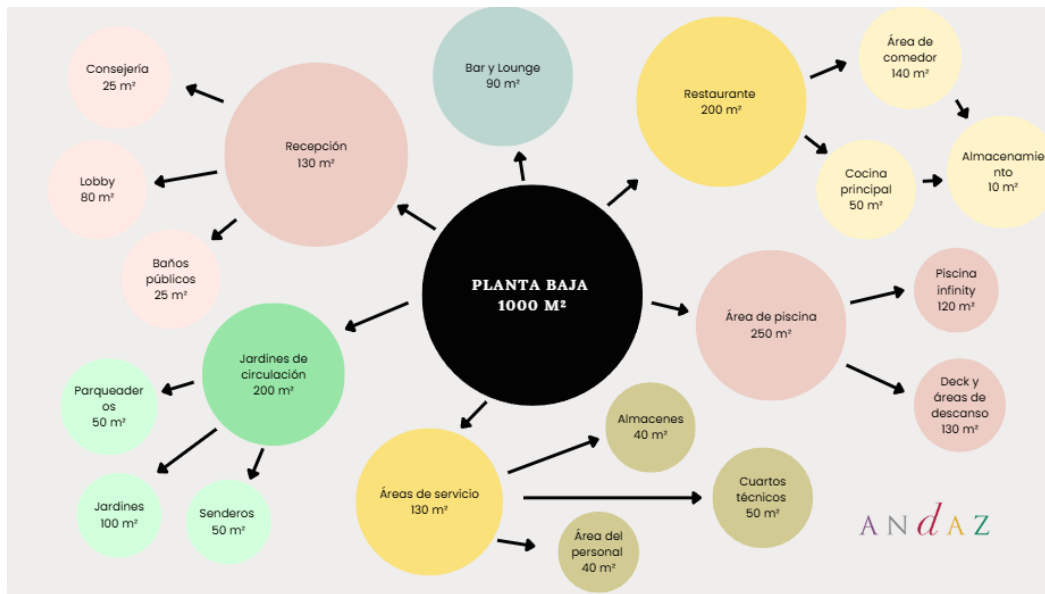
C) Componente Ambiental: Plan de adaptación al cambio climático

El Plan de Adaptación al Cambio Climático se desarrollará en colaboración con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, utilizando su metodología de "Climate Resilient Development" adaptada a destinos insulares. Se establecerá un sistema de alerta temprana conectado con la red de monitoreo climático del archipiélago y se desarrollará un plan de contingencia integral que incluya protocolos específicos para eventos climáticos extremos. La implementación de estas actividades requerirá una inversión inicial significativa, estimada en el 5% del presupuesto operativo anual, pero la experiencia de proyectos similares en destinos sensibles demuestra que este enfoque genera un retorno sobre la inversión superior al 20% en términos de eficiencia operativa, diferenciación de mercado y resiliencia a largo plazo.

Capítulo 6 Estructura del hotel

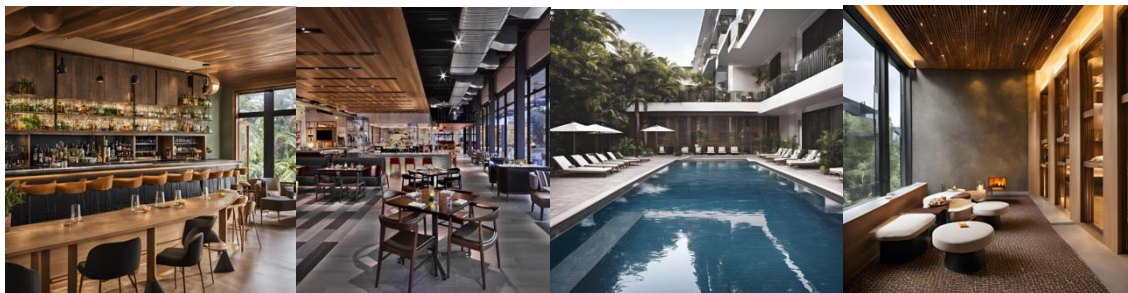
En este capítulo, se analizará el diseño estructural del hotel, los servicios que ofrecerá, sus áreas y espacios.

6.1 Distribución y aprovechamiento espacial planta baja

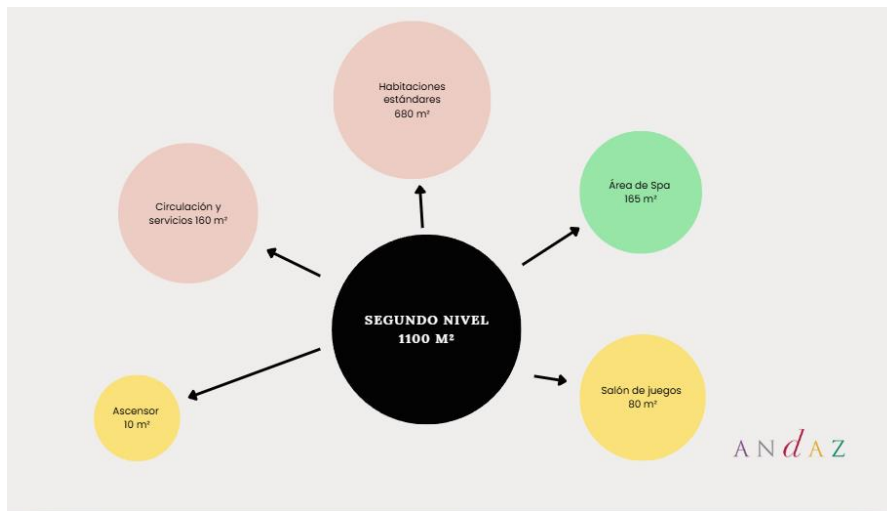


Fuente: Elaboración propia

El hotel tendrá 3 pisos, con una capacidad para 130 personas, tendremos 29 habitaciones estándar de 40 metros cuadrados, 5 suites de 65 metros cuadrados, en la planta baja estarán las áreas de recepción, restaurante con una capacidad para 30 personas, bar con una capacidad para 15 personas, piscina, jardines de circulaciones y áreas de servicio.



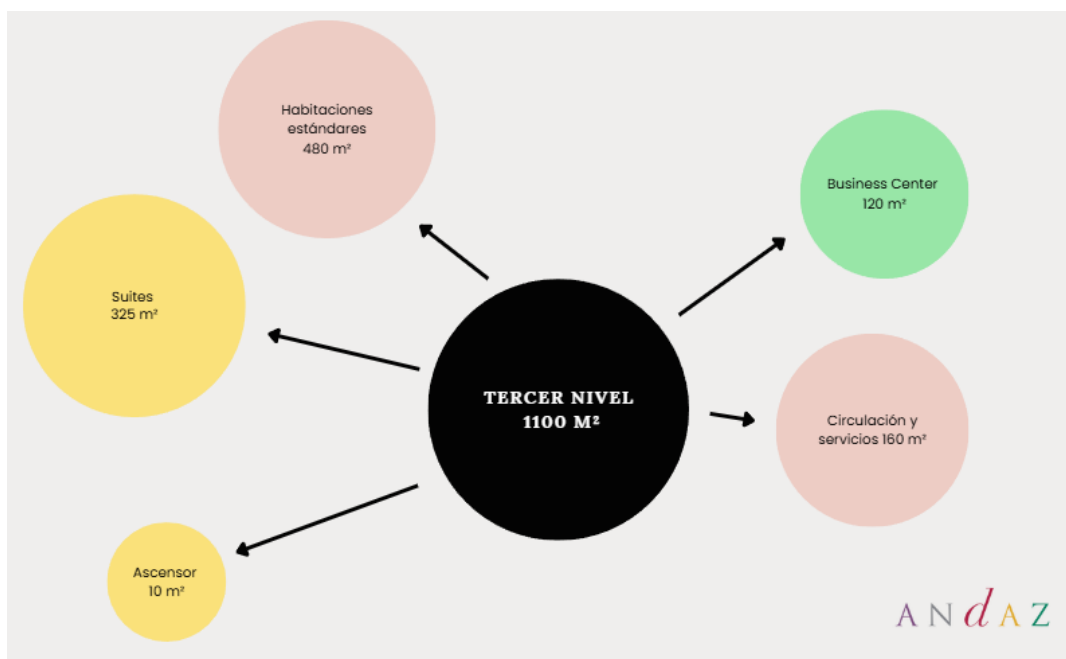
6.2 Distribución y aprovechamiento espacial segundo nivel



Fuente: Elaboración propia

En el segundo nivel, tendremos los ascensores, el área de spa con una capacidad para 6 personas, un salón de juegos y las habitaciones estándar. Ya en el tercer nivel, tendremos el business center, las habitaciones estándar y las suites con sus respectivos baños.

6.3 Distribución y aprovechamiento espacial tercer nivel



Fuente: Elaboración propia

6.4 Diseño de las habitaciones

El diseño de las habitaciones en Andaz refleja un compromiso con la naturaleza, la modernidad y la localidad, que combina elementos modernos y vanguardistas. Grandes ventanales permiten inundar los espacios de luz natural y ofrecen vistas panorámicas, creando una sensación de amplitud y conexión con el exterior (Anexo D).

Este enfoque también se evidencia de manera especial en el **Andaz Mexico City Condesa**, donde las habitaciones, influenciadas por el estilo contemporáneo del arquitecto Luis Barragán y el ambiente relajado del vecindario, son la introducción perfecta a la Ciudad de México. Estas habitaciones de inspiración residencial ofrecen un equilibrio entre la modernidad y la calidez, reflejando la esencia de la ciudad (Anexo E).

La amplitud de las habitaciones en Andaz es notable, especialmente en las suites. Por un lado, en Costa Rica, estas oscilan en 108 metros cuadrados, mientras que las habitaciones estándar ofrecen un espacio de 52 metros cuadrados (Anexo F). Por otro lado, en Andaz de la Riviera Maya, las suites varían entre los 75 y los 90 metros cuadrados, y las habitaciones estándar cuentan con 49 metros cuadrados.



Fuente: Elaboración propia utilizando inteligencia artificial

Capítulo 7 Competencia

El presente capítulo se centra en el análisis de la competencia hotelera en la isla San Cristóbal. Se identificarán los principales competidores, sus características y posicionamiento en el mercado.

7.1 Lista la competencia directa e indirecta

Hotel Galápagos Casa Playa Mann

- **Categoría:** 4 estrellas.
- **Tipo:** Independiente.
- **Mercado Objetivo:** Familias, parejas y grupos.
- **Tarifa promedio:** \$250

El establecimiento hotelero aprovecha su cercanía de Playa Mann para ofrecer una experiencia playera memorable. Su enfoque en diversos segmentos implica una estrategia versátil, pero carece de personalización y originalidad que Andaz puede ofrecer.

Hotel Galápagos Sunset (Competencia directa)

- **Categoría:** 4 estrellas.
- **Tipo:** Independiente.
- **Mercado Objetivo:** Parejas, aventureros, y familias.
- **Tarifa promedio:** \$350

Este hotel boutique ofrece atención personalizada y una ubicación céntrica frente al muelle, defendiéndose como el destino preferido de los huéspedes en la Isla San Cristóbal. Sin embargo, no cuenta con una adaptación total para viajeros que buscan recreaciones nocturnas.

Guadalupe Galápagos

- **Categoría:** 4 estrellas.
- **Tipo:** Independiente.

- **Mercado Objetivo:** Amantes de la naturaleza, fotógrafos, excursionistas.
- **Tarifa promedio:** \$250

Este tipo de alojamiento se distingue por su enfoque especializado en ecoturismo y fotografía. Es un fuerte competidor en el segmento de turismo de naturaleza, ofreciendo servicios y amenidades específicas para estos nichos.

Katarma Galápagos

- **Categoría:** 4 estrellas.
- **Tipo:** Independiente.
- **Mercado Objetivo:** Amantes de la naturaleza, familias, parejas.
- **Tarifa promedio:** \$250

Este hotel ofrece un equilibrio entre experiencias naturales y comodidades para diversos tipos de viajeros. Su nombre único indica un enfoque en la cultura o historia local, lo que sugiere una competencia fuerte para Andaz.

Hotel Indigo (Competencia directa)

- **Categoría:** 5 estrellas.
- **Tipo:** Franquicia.
- **Mercado Objetivo:** Familias, parejas, amantes de la naturaleza.
- **Tarifa promedio:** \$550

Hotel de 5 estrellas y parte de una cadena internacional (IHG), Indigo representa la competencia más directa para Andaz. Su presencia indica que existe un mercado para el lujo en la isla.

Golden Bay Galápagos (Competencia directa)

- **Categoría:** 5 estrellas.
- **Tipo:** Independiente.

- **Mercado Objetivo:** Familias, parejas, amantes de la naturaleza.
- **Tarifa promedio: \$450**

Este hotel apunta a un mercado similar al de Hotel Indigo, pero con una categorización menor.

Capítulo 8 Estrategias de distribución de marketing Andaz

Este capítulo se centrará en el análisis de las estrategias de distribución de marketing implementadas por el hotel Andaz en la isla San Cristóbal. Se evaluarán los canales de distribución utilizados, las acciones de promoción y las herramientas digitales empleadas para llegar al mercado objetivo.

8.1 Página web Andaz San Cristóbal

La página web de Andaz es el **principal canal de distribución**, diseñado para ofrecer a los huéspedes una experiencia de reserva rápida, sencilla y personalizada. A través de un motor de reservas online intuitivo y conectado en tiempo real con el sistema de gestión hotelera **Oracle OPERA Cloud**, los huéspedes pueden seleccionar fácilmente el tipo de habitación que mejor se adapte a sus necesidades, agregar servicios adicionales como tours, y finalizar su reserva de forma segura (Anexo G).

8.2 Motor de reservas online

Este motor de reservas de Andaz permitirá a los huéspedes explorar una amplia gama de opciones de alojamiento, desde habitaciones estándar hasta suites, y reservarlas de forma instantánea. Pueden agregar servicios adicionales como excursiones y cenas románticas para personalizar su experiencia, además, la plataforma de pago seguro garantizará la protección de los datos financieros de todos los involucrados.

8.3 Contenido

La página web de Andaz ofrecerá a los visitantes una inmersión completa en el destino de San Cristóbal, se proporcionará información clara y concisa sobre los tipos de habitaciones, ubicación, servicios y actividades disponibles en la isla. La página utilizará galerías de imágenes de 360 grados, videos testimoniales y tours virtuales para generar una conexión

emocional con el destino, tal como se evidencia en la página web Andaz Península Papagayo (Anexo H).

Como elemento diferenciador que no se evidencia en las páginas web de Andaz en destinos cercanos como Centroamérica, Andaz San Cristóbal informará sobre los eventos y actividades que se organizarán en las Islas Galápagos, como talleres de fotografía, excursiones de snorkel y celebraciones especiales. Además, con apoyo de los algoritmos de inteligencia artificial, podrá ofrecer recomendaciones personalizadas de habitaciones, servicios y actividades basadas en las preferencias de cada usuario que navega dentro de la página web. Por último, se ofrecerá una guía de viaje gratuita y descargable con información detallada sobre las Islas Galápagos (isla San Cristóbal como primordial), incluyendo recomendaciones de restaurantes, actividades y lugares de interés.

8.4 Usabilidad

Al igual que las demás propiedades de Andaz, la página web de San Cristóbal se adaptará perfectamente a cualquier dispositivo, desde smartphones hasta pantallas de alta resolución. Esto garantizará una experiencia de navegación fluida y agradable para todos los usuarios, independientemente del dispositivo que utilicen.

La estructura de la página será clara y fácil de entender, contando con un menú principal intuitivo que permita a los usuarios acceder rápidamente a la información que buscan. El formulario de reserva será sencillo y conciso, guiando al usuario paso a paso y minimizando la posibilidad de errores y se implementará una función de búsqueda avanzada que permita a los usuarios filtrar los resultados según sus preferencias (tipo de habitación, fechas, servicios adicionales).

8.5 Velocidad de carga

Andaz San Cristóbal optimizará su página web para que cargue rápidamente, reduciendo la tasa de abandono. Para ello, se plantean las siguientes estrategias para lograr este objetivo:

- Todas las imágenes utilizadas en la página web serán comprimidas sin perder calidad, reduciendo significativamente su tamaño y acelerando los tiempos de carga. Se utilizarán formatos de imagen modernos como WebP, que ofrecen una excelente relación calidad y peso.
- Se implementará un sistema de caché de navegador para almacenar versiones estáticas de los archivos en el dispositivo del usuario, evitando que se descarguen nuevamente en visitas posteriores.
- Se utilizará una red de entrega de contenido para distribuir los archivos estáticos de la página web a servidores ubicados en diferentes partes del mundo, reduciendo la latencia y mejorando la velocidad de carga para los usuarios en diferentes regiones.
- Y, por último, se seleccionará un proveedor de hosting que ofrezca servidores de alta velocidad y una infraestructura robusta para garantizar un rendimiento óptimo.

8.6 Estética y branding

La página web de Andaz San Cristóbal será un reflejo de la naturaleza endémica de este destino paradisíaco. Por ello, en la paleta de colores se tomará en cuenta:

- **Tonos tierra:** Evocarán la sensación de estar en contacto con la naturaleza, recordando los suelos volcánicos y las playas de arena negra de San Cristóbal. Se puede utilizar el ocre, el marrón chocolate y el beige para crear una base sólida.
- **Azules profundos:** Estos colores representarán el océano Pacífico, que rodea las islas Galápagos, se pueden utilizar diferentes tonalidades de azul, desde el turquesa claro hasta el azul marino profundo, para crear una sensación de frescura.

- **Verdes vibrantes:** Estos colores representarán la exuberante vegetación de las islas, especialmente las zonas de manglares, se pueden utilizar tonos de verde oliva, esmeralda y jade para crear una sensación de vida.
- **Colores de contraste:** Para añadir dinamismo, se pueden utilizar colores complementarios como el naranja y el amarillo, que evocan los atardeceres en las Galápagos y la energía del sol.

El branding de la página web Andaz se basará en la implementación de las siguientes estrategias:

- El logo principal de Andaz se adaptará a los elementos únicos de San Cristóbal. Por ejemplo, se podría integrar una silueta de una tortuga gigante, un ave endémica o un paisaje volcánico.
- Se crearán iconos personalizados que representen las principales atracciones y actividades de la isla, como el snorkeling, el senderismo o la observación de aves.
- Se diseñarán patrones gráficos inspirados en la flora y fauna local para enriquecer la estética visual de la página. Se puede considerar patrones con formas de cactus, iguanas o conchas marinas.

Sin embargo, la implementación de estas estrategias debe ajustarse a las normas de Andaz y a la singularidad de cada destino, en este caso, las Galápagos, asegurando así una coherencia de marca y una experiencia auténtica para los huéspedes.

8.7 Pagos seguros

Andaz San Cristóbal se destacará por ofrecer una experiencia de reserva y pago en línea segura y eficiente. Este objetivo será alcanzado a través de las siguientes estrategias:

- Se utilizarán protocolos de encriptación de alta seguridad para proteger la transmisión de información confidencial, como los números de tarjeta de crédito y transferencias internacionales.
- Se asociarán con proveedores de servicios de pago reconocidos a nivel mundial, que cumplen con los más altos estándares de seguridad en la industria. En este caso, se utilizará **SynXis**.
- Andaz contará con certificados SSL (Secure Sockets Layer) que garantizan la autenticidad del sitio y la protección de los datos transmitidos.
- La página web se registrará a las normas de seguridad de la industria de tarjetas de pago (PCI DSS), asegurando el manejo seguro de la información de los involucrados.

8.8 Confirmación instantánea

Una vez finalizado el proceso de pago, el huésped recibirá de forma inmediata un correo electrónico de confirmación; este correo electrónico contendrá los detalles completos de la reserva, incluyendo las fechas de llegada y salida, el tipo de habitación seleccionada, el número de huéspedes y un número de confirmación único. Además, se incluirá la información de contacto del hotel, como la dirección y el número de teléfono, para facilitar cualquier consulta o modificación posterior.

8.9 Estrategias SEO y SEM

Para optimizar la visibilidad en línea y atraer a un mayor número de potenciales clientes, se implementará una estrategia integral de marketing digital que combina SEO y SEM. A través de técnicas de SEO on-page y off-page, como la optimización de palabras clave, la mejora de la estructura de la página y la construcción de enlaces de calidad, se posicionará el sitio web en los primeros resultados de búsqueda orgánica para términos relevantes como "Hoteles en las islas Galápagos" y "Ecoturismo en las islas Galápagos". Paralelamente, se ejecutarán

campañas de publicidad pagada en Google Ads, segmentando la audiencia y creando anuncios altamente personalizados para generar un mayor número de clics y conversiones. El rendimiento de ambas estrategias será monitoreado de cerca a través de herramientas como Google Analytics y Google Search Console, permitiendo realizar ajustes y optimizaciones continuas para garantizar el logro de los objetivos establecidos.

Resultados

Google Analytics proporcionará a Andaz en San Cristóbal una visión detallada del comportamiento de los huéspedes en el sitio web. A través del seguimiento del tráfico, el análisis de palabras clave y la medición de conversiones, se obtendrá información valiosa sobre los hábitos de navegación, las preferencias de los usuarios y la efectividad de las campañas de marketing. Estos datos permitirán realizar una microsegmentación precisa de los clientes, identificando sus necesidades y expectativas; con esta información, se podrán personalizar las experiencias en línea y offline, mejorando la tasa de conversión y aumentando el valor del ciclo de vida del cliente. Además, al reducir la dependencia de los intermediarios y al optimizar el proceso de reserva a través del sitio web, se logrará un incremento en las reservas directas, lo que permitirá una mayor gestión de la ocupación y maximización de los ingresos.

Cabe mencionar que al ofrecer experiencias personalizadas y beneficios exclusivos a los huéspedes que reservan directamente, Andaz podrá aumentar la fidelización de los clientes y fomentar la repetición de las reservas.

8.10 Redes sociales Andaz

Andaz San Cristóbal aprovechará las redes sociales, principalmente Instagram, TikTok, Facebook y Google My Business, para conectar de manera más cercana con su audiencia y fomentar la interacción. A través de la creación de contenido visualmente atractivo y relevante,

se generará un mayor engagement con los usuarios, lo que permitirá conocer sus intereses y preferencias de una manera más profunda (Anexo I).

8.11 Contenido visual

Capturar la belleza de las Islas Galápagos, las instalaciones del hotel, la vida silvestre y las actividades que se pueden realizar, utilizando una estética visual coherente con la marca Andaz. Se crearán videos cortos y dinámicos para plataformas como TikTok y Reels, mostrando momentos destacados de la experiencia en el hotel y generando viralidad. Asimismo, se realizarán transmisiones en vivo de eventos especiales, como charlas con expertos en naturaleza, clases de gastronomía local o clases de yoga, para fomentar la interacción en tiempo real.

8.12 Hashtags Estratégicos

Se identificarán y utilizarán hashtags relevantes para el destino, el hotel, el turismo sostenible y las actividades que se ofrecen, como #GalapagosIslands, #Ecotourism, #LuxuryTravel, #SustainableTourism, #AndazSanCristobal. Además, Andaz podría crear hashtags únicos para el hotel y las campañas específicas, como #AndazExperiences o #DiscoverGalapagosWithAndaz, #Descubre #Expresa #Juega en AndazGalapagos, etc.

Descuentos y ofertas especiales

Se ofrecerán descuentos exclusivos para seguidores en redes sociales, como descuentos en estancias, paquetes especiales o acceso temprano a promociones.

Atención al cliente en redes sociales

Andaz San Cristóbal gestionará para responder a todos los comentarios y mensajes de los seguidores de manera oportuna y personalizada, demostrando un excelente servicio al cliente. Además, en temas de gestión de crisis, se establecerán protocolos para gestionar de manera efectiva cualquier crisis o comentario negativo en las redes sociales.

Encuestas y Feedback

Se realizarán encuestas para conocer las opiniones y preferencias de los seguidores, y adaptar el contenido en consecuencia. Además, se crearán grupos de enfoque en las redes sociales para obtener feedback cualitativo y co-crear contenido con los seguidores.

8.13 Colaboraciones con Influencers

Andaz San Cristóbal colaborará con influencers de viajes y naturaleza que compartan los valores de la marca Andaz y que tengan una audiencia relevante. Asimismo, se buscará implementar campañas de co-creación de contenido con estos influencers para aumentar el alcance y la credibilidad de la marca

Resultados

La implementación de estas posibles estrategias en redes sociales permitirá a Andaz San Cristóbal experimentar un crecimiento significativo en diversos aspectos. En primer lugar, se espera un aumento considerable en el tráfico hacia su sitio web oficial, gracias a la generación de interés y curiosidad a través de publicaciones atractivas y relevantes. Esto, a su vez, conducirá a un mayor número de reservas directas, reduciendo la dependencia de intermediarios y optimizando los márgenes de beneficio. Además, al fomentar la interacción con la marca a través de likes, comentarios y mensajes directos, se construirá una sólida comunidad en torno a Andaz San Cristóbal, permitiendo obtener valiosos insights sobre las preferencias de los usuarios. Por otro lado, el uso estratégico de hashtags y la optimización de perfiles como Google My Business mejorarán el posicionamiento orgánico del hotel en los motores de búsqueda, aumentando su visibilidad y atrayendo a nuevos clientes.

A largo plazo, esta estrategia fortalecerá la imagen de marca de Andaz San Cristóbal como un referente en turismo sostenible y de lujo en las Islas Galápagos, fomentando la lealtad de los clientes existentes a través de experiencias personalizadas y contenidos exclusivos.

8.14 Email

El email marketing se posiciona como una herramienta estratégica para Andaz, permitiendo establecer una conexión personalizada con los potenciales huéspedes y fomentar un mayor engagement. Esto impulsará la consideración de marca y se incentivará la reserva directa.

8.15 Segmentación avanzada de la base de datos

Andaz San Cristóbal dividirá la base de datos en segmentos basados en los intereses de los huéspedes, como ecoturismo, aventura, relajación, gastronomía, etc. Esto permitirá enviar ofertas y recomendaciones altamente relevantes. También se realizarán segmentación por edad, género, país de origen para adaptar el mensaje con un saludo personalizado.

8.16 Ofertas personalizadas y recomendaciones

Andaz San Cristóbal ofrecerá a cada huésped propuestas personalizadas basadas en sus intereses y preferencias. Esto incluye descuentos en servicios y actividades, sugerencias de experiencias únicas y paquetes complementarios, así como la posibilidad de realizar upgrades de habitación o adquirir servicios adicionales.

8.17 Automatización de campañas

Andaz San Cristóbal podrá establecer una relación personalizada con sus huéspedes en cada etapa de su viaje. Desde una cálida bienvenida al confirmar la reserva, hasta felicitaciones en fechas especiales como cumpleaños, y seguimientos post-estancia para solicitar feedback y ofrecer incentivos para futuras visitas. Además, se implementarán estrategias para recuperar a los clientes que abandonan el proceso de reserva y para re-enganchar a aquellos que han estado inactivos.

Resultados

Implementado de manera efectiva, el email marketing se convertirá en una herramienta estratégica para Andaz San Cristóbal. Al personalizar cada interacción, desde la bienvenida hasta la post-estancia, se logrará un aumento significativo en las tasas de apertura y clics. Esto permitirá a Andaz obtener valiosos insights sobre las preferencias y el comportamiento de sus huéspedes, optimizando futuras campañas y fortaleciendo la relación con cada cliente. A través de segmentaciones precisas y contenido altamente relevante, se generará un mayor engagement, se fidelizará a los clientes y se aumentarán las reservas directas.

8.18 Canales Indirectos

Agencias Online

Las Online Travel Agencies (OTAs) desempeñan un papel fundamental en la estrategia de distribución de Andaz San Cristóbal. Plataformas como Booking, Expedia y metabuscadores como TripAdvisor son canales esenciales para conectar con el segmento de mercado deseado. La implementación de un sistema de gestión integral y el aprovechamiento de las plataformas online son fundamentales para el éxito de Andaz San Cristóbal. A continuación, se detallan las estrategias posibles a seguir:

- El sistema de gestión de propiedades **Oracle OPERA Cloud** permitirá a Andaz optimizar sus operaciones diarias, desde la gestión de reservas y huéspedes hasta la facturación y la generación de informes.
- La presencia en plataformas como Booking, Expedia y TripAdvisor ofrecerá una visibilidad sin precedentes para Andaz San Cristóbal, conectándolo con una audiencia global de viajeros interesados en destinos únicos y sostenibles como las Galápagos. Al optimizar los perfiles en estas plataformas y participar en programas de fidelización, se aumentará la visibilidad y se generarán más reservas.

- La comparación de precios es una práctica común entre los viajeros, por lo que es esencial establecer tarifas competitivas que reflejen el valor y la calidad de los servicios que van a ser ofrecidos por Andaz. Por ejemplo, se pueden crear paquetes personalizados para diferentes segmentos de mercado (familias, parejas, viajeros de negocios) con tarifas y beneficios adaptados a sus necesidades. Además, se pueden implementar tarifas dinámicas que varíen en función de la temporada, la demanda y otros factores externos, como eventos locales o festividades.
- Las opiniones y reseñas de los huéspedes son un factor determinante en la decisión de compra de los viajeros. Al fomentar la generación de reseñas positivas y responder de manera proactiva a los comentarios, tanto positivos como negativos, se fortalecerá la reputación online del hotel y se aumentará la confianza de los clientes.

Resultados

La implementación de las estrategias propuestas permitirá a Andaz San Cristóbal consolidar su posición en el mercado y alcanzar un crecimiento significativo. Al optimizar la visibilidad en motores de búsqueda, implementar tarifas dinámicas y personalizar la experiencia del huésped, el hotel atraerá a un mayor número de clientes y aumentará sus ingresos. La mejora de la reputación online, la fidelización de los huéspedes y la diferenciación de la competencia posicionarán a Andaz San Cristóbal como un referente en la industria hotelera, generando un mayor retorno de la inversión y asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

8.19 Operadores turísticos locales

Es indispensable que Andaz San Cristóbal establezca alianzas estratégicas con operadores turísticos locales como Galápagos Adventure Company, Metropolitan Touring y Abercrombie & Kent, así como con agencias de viajes especializadas en turismo de lujo y aventura. Al establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos de renombre como Metropolitan Touring y Abercrombie & Kent, Andaz San Cristóbal podrá expandir significativamente su

alcance global y ofrecer experiencias de lujo personalizadas a un público más amplio. Estos operadores, con su vasta red de contactos en Europa y Estados Unidos, los principales mercados emisores de turismo hacia las Galápagos, permitirán al hotel acceder a un segmento de mercado altamente rentable. Además, al delegar en ellos la gestión de un gran volumen de reservas, Andaz podrá optimizar sus operaciones, reducir costos y enfocarse en brindar un servicio excepcional a sus huéspedes. Mediante la creación de paquetes turísticos exclusivos que combinen la estancia en el hotel con actividades únicas y personalizadas, como cruceros de lujo y expediciones a sitios remotos, Andaz se posicionará como un destino de referencia para los viajeros más exigentes.

Andaz San Cristóbal fortalecerá su propuesta de valor y su compromiso con la sostenibilidad si establece alianzas estratégicas con organizaciones locales como Galapagos Conservancy, Galapagos Conservation Trust y la Fundación Charles Darwin. Estas entidades no solo ofrecerían programas de voluntariado y ecoturismo que atraen a viajeros conscientes, sino que también contarían con una sólida reputación en la conservación de las Galápagos. Al colaborar con ellas, Andaz puede posicionarse como un hotel comprometido con la protección del medio ambiente y ofrecer a sus huéspedes la oportunidad de participar en iniciativas de conservación.

Por otro lado, operadores especializados como Galapagos Dive Center y Galapagos Whale Watching pueden complementar la oferta de Andaz San Cristóbal al brindar acceso a experiencias únicas en el entorno marino de las Galápagos. Al asociarse con estos operadores, el hotel ofrecería a sus huéspedes paquetes turísticos que combinen la comodidad y el lujo de su alojamiento con actividades de aventura y exploración, como buceo, snorkeling y avistamiento de ballenas.

Resultados

Al ofrecer experiencias únicas y auténticas, vinculadas a la conservación del entorno y a la cultura local, el hotel podrá fomentar una mayor lealtad entre sus huéspedes, quienes buscarán repetir su estancia y recomendar el hotel a sus conocidos. Además, estas alianzas permitirán atraer a un público cada vez más consciente de la sostenibilidad, dispuesto a pagar un precio premium por experiencias que contribuyan a la preservación del planeta. Al colaborar con organizaciones locales, el hotel fortalecerá sus vínculos con la comunidad y contribuirá al desarrollo económico de la región. Finalmente, al desarrollar productos turísticos exclusivos y de alta calidad, Andaz San Cristóbal podrá aumentar sus ingresos y mejorar su rentabilidad a largo plazo, consolidando su posición como un referente en el sector hotelero de lujo sostenible.

8.20 Sistemas de gestión y softwares de servicios de Hyatt aplicados para Andaz

A) Oracle OPERA Cloud (PMS)

Hyatt ha seleccionado **Oracle OPERA Cloud** como su sistema de gestión hotelera global, con el objetivo de estandarizar operaciones y mejorar la experiencia del cliente. Según Cameron Hammond, vicepresidente sénior de servicios de tecnología de campo global de Hyatt, esta decisión se alinea firmemente con el compromiso de una de las principales empresas hoteleras del mundo: “Hyatt se compromete firmemente con el cuidado de nuestros clientes para que estos puedan ser la mejor versión de sí mismos” (Hyatt, 2024).

Dado este contexto, aparte de los beneficios que proporcionará Oracle OPERA Cloud como plataforma única en los procesos de capacitación y estandarizados, con su interfaz intuitiva y capacidades de inteligencia artificial, permitirá a Andaz crear perfiles de huéspedes altamente detallados por medio de **algoritmos de machine learning**, clasificando a cada uno según sus intereses y preferencias (aventura, sostenibilidad, romance, experiencias familiares, etc. Esto,

a su vez, posibilitará recomendaciones personalizadas de actividades, servicios y restaurantes, mejorando significativamente la satisfacción del cliente que viaja a la Isla San Cristóbal.

La implementación de OPERA Cloud en Andaz permitirá ajustar las tarifas en tiempo real en función de la demanda, la competencia y otras situaciones externas, maximizando así los ingresos; simplificará tareas como la creación de facturas, la generación de informes y la gestión de inventarios; impulsará la seguridad a través de la integración con sistemas de control de acceso y vigilancia; y monitoreará el consumo de energía y agua a fin de cumplir con la meta de la cadena hotelera de reducir su huella de carbono en el mundo (Hyatt, 2024).

Gracias a la tecnología OPERA en dispositivos móviles y la robusta seguridad de **Oracle Cloud Infrastructure (OCI)**, los colaboradores de Andaz podrán atender las necesidades de los huéspedes de manera más ágil y personalizada. Esta solución permitirá resolver dudas y solicitudes en tiempo real, sin importar si el huésped se encuentra en su habitación, en las instalaciones del hotel o explorando las islas. Asimismo, al aprovechar otra herramienta llamada **Oracle Hospitality Integration Platform (OHIP)**, Andaz San Cristóbal podrá personalizar sus operaciones de sostenibilidad integrando sistemas de gestión de energía y conectándose con plataformas de redes sociales (Hyatt, 2024).

B) Sabre Corporation (CRS)

Los hoteles Hyatt y sus líderes en todo el mundo proponen implementar **Sabre** como proveedor de tecnología principal que impulsa la conexión mundial de viajes. En virtud con este acuerdo, el Sistema Central de Reservas (CRS) será **SynXis** de **Sabre**, el cual agilizará y brindará una experiencia fluida para sus huéspedes en el proceso de búsqueda y reserva de hoteles Hyatt. Además, según Scott Wilson, presidente de Sabre Hospitality Solutions, este programa aumentará la visibilidad de la disponibilidad de cada propiedad de la marca Hyatt (Sabre, 2024). En este caso, Andaz de San Cristóbal se beneficiará a través de los siguientes puntos:

- El segmento de mercado Andaz tendrá la oportunidad de desplegar un **calendario intuitivo y flexible**, el cual incluye fechas especiales con promociones disponibles, y temporadas en la que los miembros de World of Hyatt podrán canjear sus puntos con una valoración más alta.
- Andaz podrá sincronizar rápidamente las modificaciones de reserva de los huéspedes, permitiendo a cada uno visualizar o acceder a las nuevas instalaciones disponibles en tiempo real. Asimismo, el hotel podrá compartir paquetes que puedan personalizar individualmente aspectos de la estadía en la isla.
- La plataforma en Andaz será diseñada para simplificar el proceso de reserva a partir de mejores tarifas en la sección **compras anticipadas**, que agilizará el procesamiento de los colaboradores en el departamento de gestión de reservas (Sabre, 2024).

C) Infrasy Cloud (POS) en Food and Service

La corporación Hyatt y sus hoteles utilizan Infrasy Cloud, un sistema desarrollado por **Shinji Group**, la cual es una empresa tecnológica multinacional que ofrece soluciones de software, desde plataformas tecnológicas, soluciones de gestión hotelera, comercio minorista, sistemas de alimentación, pasarelas de pago, gestión de datos y distribución en línea (Shinji Corporation, 2024).

Infrasy Cloud es una plataforma muy utilizada en establecimientos hoteleros y restaurantes en Estados Unidos, Asia Pacífico y Europa. Según Jeff Bzdawka, SVP Global Hotel Technology en Hyatt, el sistema ofrece una mayor eficiencia operativa y agiliza los procesos de gestión. Por consiguiente, para Andaz en San Cristóbal este sistema de punto de venta beneficiará en la optimización de la gestión de inventarios, la reducción de errores en la facturación y la aceleración del proceso de check-out, mejorando así la satisfacción del huésped (Infrasy, 2024).

D) OPERA Channel Management como software de gestión de canales

El software de gestión de canales de la corporación Hyatt y sus hoteles es OPERA Channel Management el cual forma parte de Oracle Hospitality for Hotels. Esta herramienta ayuda a conectarse al motor de reservas de cada marca hotelera de Hyatt y, automáticamente, actualizar el inventario de habitaciones en todos los canales conectados (Oracle, 2024).

Para Andaz en San Cristóbal, este software será beneficioso al optimizar los precios de las habitaciones por temporadas, evitando la sobreventa y las reservas duplicadas, y garantizando la consistencia de información en todos los canales de distribución. OPERA Channel Management permitirá vender habitaciones en todos los sitios de reservas a la vez, optimizar los precios en función de la demanda y la competencia, y aumentar la ocupación y las ventas en línea. Además, la aplicación World of Hyatt permitirá a los huéspedes, gestionar sus reservas, perfil de membresías, check in y check out de la habitación a través de su dispositivo móvil, acceso a ofertas especiales y promociones en tiempo real.

Capítulo 9 Análisis financiero

El presente capítulo se centrará en el análisis financiero y de nómina del hotel Andaz en la isla San Cristóbal. Se evaluarán los estados financieros, los costos operativos, la estructura salarial con el objetivo de determinar la viabilidad económica del proyecto y la eficiencia en la gestión de los recursos humanos.

9.1 Composición costo laboral

Comp. Costo Laboral	
Room Division	11,29%
Food and Beverage	27,80%
Administración	17,39%
Housekeeping y Mantenimiento	13,99%
Recursos Humanos	12,12%
Mercadeo y Ventas	17,41%
	100,00%

Fuente: Elaboración propia

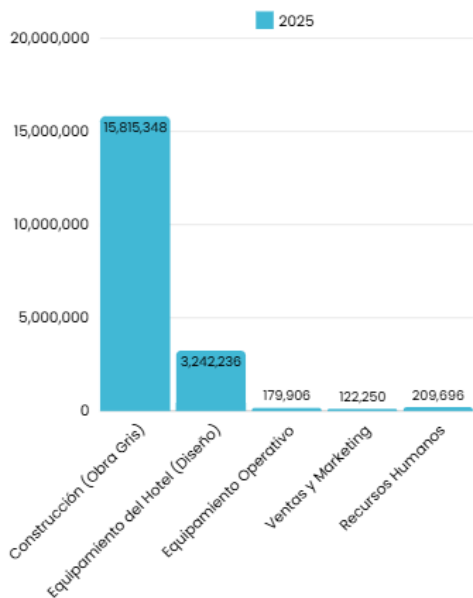
En Andaz San Cristóbal hay con la cantidad de 50 empleados, distribuidos de la siguiente manera: 2 en administración, 11 en mantenimiento ya incluido housekeeping, 18 en alimentos y bebidas contando igual con meseros y cocineros, 10 en el área recepción y botones, 3 en el área de recursos humanos y 6 en mercadeo y ventas. Dando un total en salarios de personal \$121.838.

Es importante destacar que, para definir los sueldos básicos en Andaz, se tomó en cuenta la Tabla Sectorial de Sueldos y Salarios 2024, añadiendo el 80% más por reglamentos y ley aplicada a las Islas Galápagos.

Si se divide la cantidad total de salarios de personal por el número de días que tiene aproximadamente cada mes; en promedio cada día deberíamos generar \$4.061,29 para poder

continuar con la operación del hotel sin dificultades. Los ingresos serian a través de habitaciones, restaurante, bar, spa, servicios adicionales, etc.

9.2 Inversión pre-apertura



Fuente: Elaboración propia

Para el pre-apertura del hotel se necesita la cantidad de \$19.569.437, que se distribuyen de la siguiente manera: \$15.815.348 en obra gris de construcción, \$3.242.326 en equipamiento del hotel, \$179.906 en equipamiento operativo, \$122.250 en ventas y marketing y \$209.696 en recursos humanos.

9.3 Indicadores hoteleros ADR, REVPAR, OCUPACIÓN 2025

Ocupación promedio	56%	12.410,00
Promedio habitaciones vendidas al año	6.887,55	

Tipos de Habitaciones	Tarifa	No. Noches Hab	% Hab vendidas	Ingresos
Individuales (1 King)	\$ 350,00	2.411	35%	\$ 843.724,88
Dobles (2 Queen)	\$ 450,00	3.099	45%	\$ 1.394.728,88
Suites (1 King + 1 Queen)	\$ 650,00	1.378	20%	\$ 895.381,50
	\$ 483,33	3.133.835	100%	\$ 3.133.835,25

ADR ANUAL	\$ 455,00
REVPAR ANUAL	\$ 252,53

	Individuales (1 King)	Dobles (2 Queen)	Suites (1 King + 1 Queen)
TARIFA BAR	\$250.00	\$350.00	\$500.00
TARIFA RACK	\$350.00	\$450.00	\$650.00

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis de los indicadores hoteleros se ha delimitado un periodo de tiempo que va desde 2025 hasta 2035; en este caso se analizarán los años 2025 y 2035. Para el cálculo del ADR anual de 2025, se contempló una tarifa de \$350 para una cama individual, que se obtuvo por medio de la ponderación de las tarifas de los principales hoteles que se tienen como competencia; esto lo obtuvimos a través de los canales de distribución como las OTAS y las respectivas páginas web de cada hotel. Para la ocupación promedio se tomó como referencia la información del STR 2023 y los Informes Anuales de la Dirección del Parque Nacional Galápagos; dando como resultado un 56%. Para obtener el promedio de habitaciones vendidas en el año, se multiplicó los 56% de ocupación promedio anual por las 12.410 habitaciones disponibles, dando como resultado 6.887 habitaciones vendidas en el año 2025.

Para obtener el ADR anual de 2025 se dividió los ingresos de habitaciones \$3.133.835 por las habitaciones vendidas en el año, dando como resultado \$455. Por otra parte, el REVPAR se obtuvo multiplicando el ADR anual por la ocupación promedio, dando como resultado \$253.

9.4 Indicadores hoteleros ADR, REVPAR, OCUPACIÓN 2035

Ocupación promedio	57%	12.410,00
Promedio habitaciones vendidas al año	7.060,60	

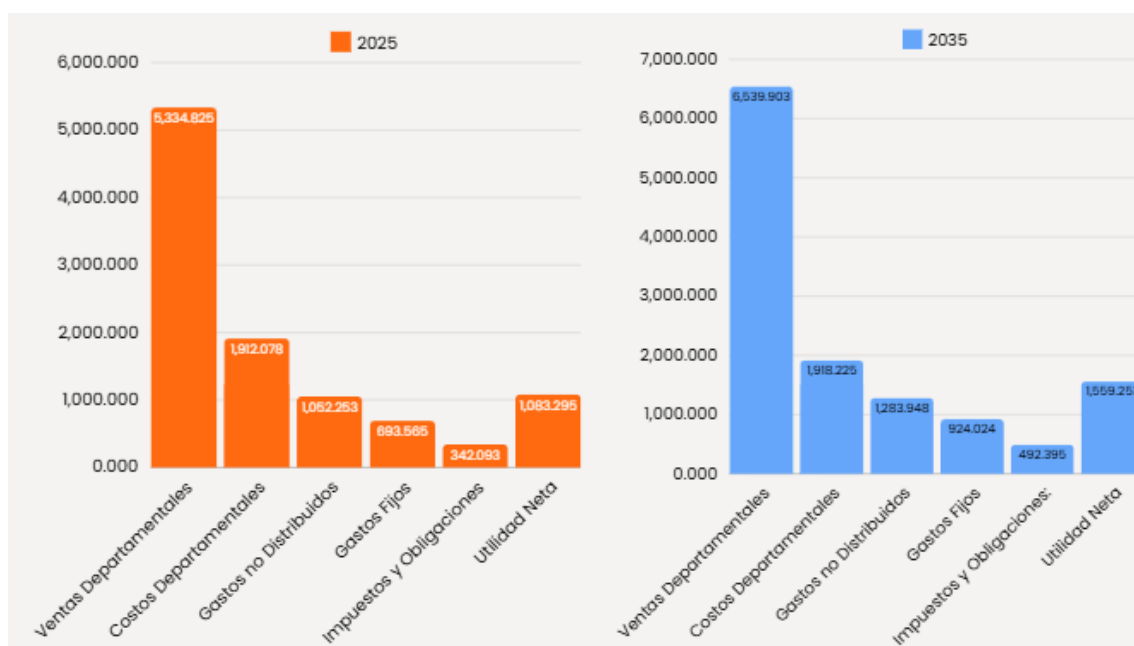
Tipos de Habitaciones	Tarifa	No. Noches Hab	% Hab vendidas	Ingresos
Individuales	\$ 428,74	2.411	35%	\$ 1.033.547,46
Dobles	\$ 551,24	3.099	45%	\$ 1.708.517,22
Suites	\$ 796,24	1.378	20%	\$ 1.096.825,87
	\$ 592,07	3.838.891	100%	\$ 3.838.890,55

ADR ANUAL	\$ 543,71
REVPAR ANUAL	\$ 309,34

Fuente: Elaboración propia

En el año 2035, se tiene en promedio una ocupación del 57% y 7.060 habitaciones vendidas en el año. Los ingresos por habitaciones serán de \$3.838.890; dando como resultado un ADR de \$543 y un REVPAR de \$309.

9.5 Estados de Resultados 2025 vs 2035



Fuente: Elaboración propia

Las ventas departamentales en 2035 serán de \$6.539.903 generando aproximadamente \$1.205.078 en esos 10 años; con respecto a la utilidad neta en 2035 seria de \$1.559.253; teniendo como ganancia durante los 10 años la cantidad de \$475.958.

9.6 Retorno de la inversión

Indicador	Perpetuidad	Venta 10 años
Tasa de descuento	12%	
VAN	\$-10,950,220.21	\$-7,295,107.95
TIR	3%	7%

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al retorno de la inversión, la tasa de descuento es del 12%, en la perpetuidad tenemos un valor actual neto de \$-10.950.220 y una tasa interna de retorno del 3%. Dentro de 10 años, el VAN será de \$-7.295.107 con un TIR del 7%. Es importante destacar lo siguiente, el TIR debe ser mayor a la tasa de descuento para ser considerado rentable y cuando la tasa de descuento es mayor que el TIR; entonces el VAN da negativo porque se le exige más de lo que rinde.

Conclusiones

En conclusión, si bien el proyecto del hotel Andaz San Cristobal promete una oferta de lujo en un entorno natural excepcional, su viabilidad económica presenta desafíos significativos en términos de rentabilidad. La necesidad de emplear materiales de lujo, acorde con la imagen de marca de Andaz, implica costos de construcción y mantenimiento muy elevados en un entorno insular como Galápagos. Paralelamente, el mercado del turismo de lujo en la región es limitado debido al gasto promedio de los visitantes. Según el Ministerio de Turismo la tarifa promedio

en términos de alojamiento y gasto turístico en feriados nacionales de 2023 y 2024 fue de \$140 y \$170 respectivamente; lo que dificulta la recuperación de la inversión (anexo J).

Sin embargo, para mejorar la viabilidad del proyecto, se sugiere explorar alternativas de construcción que minimicen el impacto ambiental y los costos sean más baratos, la frase de Darwin, "No sobrevive el más fuerte sino el que mejor se Adapta", es especialmente relevante en este contexto; nuestro hotel deberá evolucionar su modelo de negocio para alinearse con las particularidades del entorno y las necesidades del mercado.

Referencias Bibliográficas

- Andaz. (2024). *Hyatt to Debut the Andaz Brand in Florida With Vibrant Miami Beach Haven*. Obtenido el 10 de septiembre de Following a property-wide renovation, luxury lifestyle hotel Andaz Miami Beach is slated to open in late 2024, with reimagined spaces, programming and a new culinary collaboration with Jose Andrés Group.:
<https://newsroom.hyatt.com/AndazMiamiBeach#:~:text=Global%20in%20scale%20while%20local%20in%20perspective%2C%20the%20Andaz%20brand%20empowers%20self%2Dexpression%20and%20stimulates%20guests'%20curiosity%20through%20imaginative%20travel%20for%20a%20distinct>
- Andaz. (2024). *Hyatt to Debut the Andaz Brand in Florida With Vibrant Miami Beach Haven*. Obtenido el 10 de septiembre de About Andaz:
<https://newsroom.hyatt.com/AndazMiamiBeach#:~:text=With%2029%20global%20properties%20and%20more%20on%20the%20horizon%2C%20the%20Andaz%20brand%20continues%20to%20expand%20with%20a%20focus%20on%20inviting%20its%20guests%20to%20connect%20with%20their%20inner>
- Andaz. (2024). *World of Hyatt*. Obtenido el 09 de septiembre de La experiencia Andaz:
<https://www.hyatt.com/andaz/es-ES/our-story>
- Andaz by Hyatt. (2024). *World of Hyatt*. Obtenido el 11 de septiembre de Andaz:
<https://www.hyatt.com/andaz>
- Andaz Costa Rica. (2024). *Villas, Rooms & Suites*. Obtenido el 11 de septiembre de
<https://www.hyatt.com/andaz/liraz-andaz-costa-rica-resort-at-peninsula-papagayo/rooms>
- Andaz Mexico City Condesa. (2024). *La condesa Andaz*. Obtenido el 09 de septiembre de Rooms & Suites: <https://www.hyatt.com/andaz/mexaz-andaz-mexico-city-condesa/rooms>
- Baldacchino, G. (2022). "Sustainable Tourism Development in Small Island Destinations". *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 789-805.
- Benítez-Capistrós, F., & Hugé, J. (2023). "Climate Change Vulnerability Assessment in the Galapagos Archipelago". *Environmental Conservation*, 50(2), 112-125.

Cámara de comercio de Guayaquil. 2018. *Endeudamiento público y riesgo país*. Obtenido el 22 de agosto de <https://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/APE-026-Endeudamiento-y-Riesgo-pais.pdf>

Consejo de gobierno de régimen especial de Galápagos. 2012. *Resolución 18*. Obtenido el 30 de agosto de https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/12/resoluci%C3%B3n_018_CGREG_2012.pdf

Corporación Financiera Nacional. 2024. *Fichas sectoriales*. Obtenido el 01 de septiembre de <https://www.cfn.fin.ec/bibliotecainfo/>

Cusack, D., & Dixon, A. (2023). "Innovation in Sustainable Hospitality: Case Studies from Protected Areas". *International Journal of Hospitality Management*, 114, 103315.

Dirección parque Nacional Galápagos. 2023. *Informe anual*. Obtenido el 22 de agosto de https://galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2024/03/INFORME_ANUAL_VISITANTES-2023_WEB-LQ.pdf

González, J. A., et al. (2021). "Community-based Tourism in Protected Islands: A Framework for Success". *Tourism Management*, 82, 104178.

Hyatt. (2023). *Andaz Hotels*. Obtenido el 10 de septiembre de Andaz Hotels Inspire Travelers to Be Like No One's Watching Through Captivating Global Andaz Campaign: <https://newsroom.hyatt.com/news-releases?item=124435>

Hyatt. (2024). *World Care*. Obtenido el 10 de septiembre de La Familia Hyatt: <https://about.hyatt.com/es/world-of-care/caring-for-people/culture.html#:~:text=LA%20FAMILIA%20HYATT&text=Nos%20esforzamos%20por%20crear%20un,y%20Diversión%20todos%20los%20días>.

Hyatt. (2024). *World of Care*. Obtenido el 10 de septiembre de Viajes Sostenibles: <https://about.hyatt.com/es/world-of-care/caring-for-the-planet/sustainable-travel.html>

Hyatt Hotels Corporation. (2022). *New Releases*. Obtenido el 11 de septiembre de The Thompson Hotels Brand Expands into European Market with the Opening of Thompson Madrid: <https://newsroom.hyatt.com/news-releases?item=124282#:~:text=Setting%20an%20inspiring%20new%20standard%20for%20modern%20luxury%20stays%2C%20the%20175%2Droom%20hotel%20is%20a%20celebration%20of%20thoughtfully%20curated%20style%20and%20global%20sophisticati>

Hyatt Hotels Corporation. (2023). *Nuevos Lanzamientos*. Obtenido el 08 de octubre de Los hoteles Andaz inspiran a los viajeros a ser como si nadie los estuviera mirando a través de la cautivadora campaña global de Andaz: <https://newsroom.hyatt.com/news-releases?item=124435>

Hyatt. (2024). *Hyatt selecciona Oracle OPERA Cloud como sistema de gestión de propiedades para sus instalaciones globales*. Obtenido el 10 de octubre de La marca líder en hoteles busca centralizar sus operaciones y datos en la plataforma segura de Oracle Hospitality Cloud: <https://www.oracle.com/mx/news/announcement/hyatt-selects-oracle-opera-cloud-as-property-management-system-for-its-global-properties-2024-09-17/>

INEC. 2024. *Entradas y salidas internacionales*. Obtenido el 22 de agosto de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/>

INEC. 2024. *Proyecciones de población*. Obtenido el 23 de agosto de <https://proyeccionespoblacionales.ecudatanalytics.com/>

Infrasys. (2024). *Descubra Infrasys Cloud POS*. Obtenido el 10 de octubre de Flexible, intuitivo y con un servicio al cliente excepcional: <https://infrasys.shijigroup.com/>

Instructivo construcción nueva infraestructura. 2012
<https://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/INSTRUCTIVO-NUEVA-INFRAESTRUCTURA-TURISTICA-GALAPAGOS.pdf>

Ministerio de Turismo. 2023. *Plan de regulación hotelera para la provincia de Galápagos 2023-2030*. Obtenido el 25 de agosto de https://drive.google.com/file/d/1uCkzZ0toH0tpJr09TzfshEoatjwJX_JV/view

Ministerio de turismo. 2024. *Rendición de cuentas*. Obtenido el 01 de octubre de <https://www.turismo.gob.ec/informe-de-rendicion-de-cuentas/>

Observatorio de turismo Galápagos. 2024. *Arribos anuales de visitantes*. Obtenido el 22 de agosto de <https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/arribos-anuales>

Observatorio de turismo Galápagos. 2019. *Informe de capacidad instalada*. Obtenido el 10 de octubre de https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/Informe_Capacidad_Instalada_Gal%C3%A1pagos_2019_VF.pdf

Observatorio de turismo Galápagos. 2024. *Monitoreo de arribos turísticos a Galápagos*.

Obtenido el 22 de agosto de <https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/arribos-diarios>

OHLA Progress Enablers . (2017). *Inaugurado en Mayakoba el Hotel Andaz Mayakoba, el primero de esta marca en México*. Obtenido el 20 de septiembre de [https://ohla-](https://ohla-group.com/inaugurado-en-mayakoba-el-hotel-andaz-mayakoba-el-primero-de-esta-marca-en-mexico/#:~:text=Este%20proyecto%20ha%20sido%20diseñado%20por%20el%20arquitecto%20costarricense%20Ronald%20Zurcher%2C%20conocido%20por%20crear%20ambientes%20n)

[group.com/inaugurado-en-mayakoba-el-hotel-andaz-mayakoba-el-primero-de-esta-marca-en-](https://ohla-group.com/inaugurado-en-mayakoba-el-hotel-andaz-mayakoba-el-primero-de-esta-marca-en-mexico/#:~:text=Este%20proyecto%20ha%20sido%20diseñado%20por%20el%20arquitecto%20costarricense%20Ronald%20Zurcher%2C%20conocido%20por%20crear%20ambientes%20n)

[mexico/#:~:text=Este%20proyecto%20ha%20sido%20diseñado%20por%20el%20arquitecto%20costarricense%20Ronald%20Zurcher%2C%20conocido%20por%20crear%20ambientes%20n](https://ohla-group.com/inaugurado-en-mayakoba-el-hotel-andaz-mayakoba-el-primero-de-esta-marca-en-mexico/#:~:text=Este%20proyecto%20ha%20sido%20diseñado%20por%20el%20arquitecto%20costarricense%20Ronald%20Zurcher%2C%20conocido%20por%20crear%20ambientes%20n)

Oracle. (2024). *Oracle System*. Obtenido el 10 de noviembre de Oracle Hospitality for Hotels

: <https://www.oracle.com/mx/hospitality/products/hotel-channel-management-software/#:~:text=%20Ayuda.%20%20Cerrar%20sesión>.

Polystar. 2024. *Empresas ecuatorianas liderando el camino hacia la sostenibilidad*.

Obtenido el 08 de noviembre de [https://www.polystarco.com/es/blog-detail/empresas-](https://www.polystarco.com/es/blog-detail/empresas-ecuatorianas- liderando-el-camino-hacia-lasostenibilidad/#:~:text=Empresas%20como%20Productos%20Para%C3%ADso%20del,m)

[ecuatorianas- liderando-el-camino-hacia-lasostenibilidad/#:~:text=Empresas%20como%20Productos%20Para%C3%ADso%20del,m](https://www.polystarco.com/es/blog-detail/empresas-ecuatorianas- liderando-el-camino-hacia-lasostenibilidad/#:~:text=Empresas%20como%20Productos%20Para%C3%ADso%20del,m)

Reglamento ley de régimen especial de la provincia de Galápagos. 2017. *Ley régimen especial*. Obtenido el 8 de noviembre de [https://www.ambiente.gob.ec/wp-](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento- Ley-Regimen-especial-de-la-provincia-de-Galapagos.pdf)

[content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento- Ley-Regimen-especial-de-la-provincia-de-Galapagos.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento- Ley-Regimen-especial-de-la-provincia-de-Galapagos.pdf)

Sabre. (2024). *HotelTechReport*. Obtenido el 10 de septiembre de de Hyatt elige a Sabre para mejorar las capacidades del sistema central de reservas:

<https://hoteltechreport.com/es/news/hyatt-sabre-crs>

San Cristóbal Galápagos. 2024. *Historia San Cristóbal*. Obtenido el 22 de agosto de

<https://sancristobalgalapagos.gob.ec/ditur/historia/>

Shinji Corporation. (2024). *Hyatt Hotels Corporation*. Obtenido el 10 de noviembre de

Después de una serie de pruebas piloto, Hyatt ha seleccionado oficialmente Infrasy Cloud POS de Shiji Group para impulsar sus sistemas de F&B.:

<https://es.shijigroup.com/customers/hyatt-selects-infrasy-cloud-for-restaurant-enterprise-solutions>

Statista. 2024. *Tasa anual de la inflación en Ecuador desde 2015 hasta 2029*. Obtenido el 22 de agosto de <https://es.statista.com/estadisticas/1190037/tasa-de-inflacion-ecuador/>

Turismo en cifras. 2024. *Catastro de servicios turísticos*. Obtenido el 01 de noviembre de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/catastro-servicios-turisticos/>

Anexos

Anexo A: Paneles Sándwich



Fuente: <https://www.hiansa.com/ec/>

Anexo B: Ventanas de doble acristalamiento



Fuente: <https://www.hogarsense.es/ventana/ventanas-dobles-cristal>

Anexo C: Pilotes Helicoidales



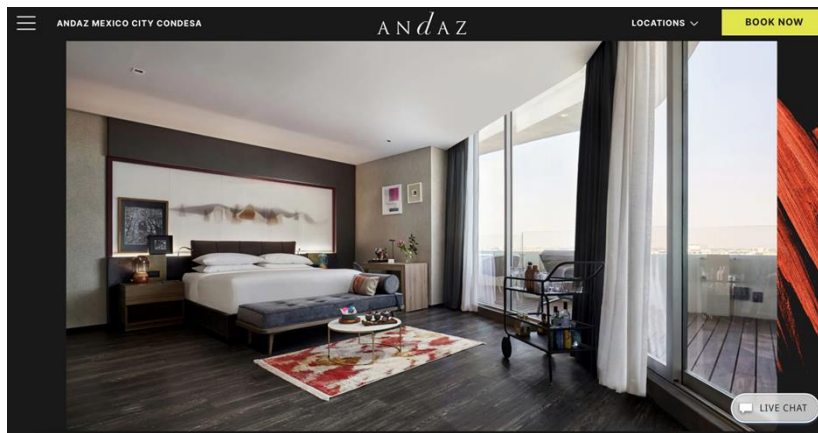
Fuente: <https://incotep.com.br/es/estacas-helicoidais/estaca-helicoidal/>

Anexo D: Diseño Suite del hotel



Fuente: Elaboración con inteligencia artificial, referencia de como seria la suite del hotel.

Anexo E: Andaz Condesa Mexico City



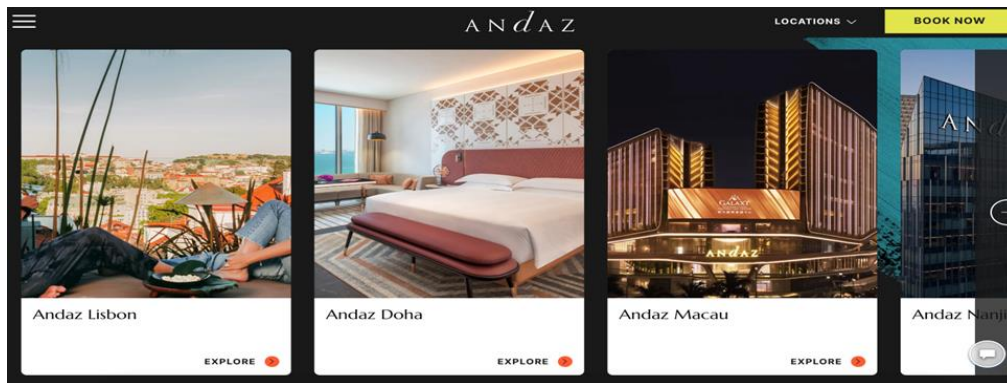
Fuente: Página oficial de Andaz Mexico City Condesa, 2024.
<https://www.hyatt.com/andaz/mexaz-andaz-mexico-city-condesa/rooms/TERR>

Anexo F: Andaz Península Papagayo – Costa Rica



Fuente: Página oficial de Andaz Resort Península Papagayo, 2024.
<https://www.hyatt.com/andaz/liraz-andaz-costa-rica-resort-at-peninsula-papagayo>

Anexo G: Página web Andaz



Selecciónar fechas y personas alojadas

City, Address, Landmark, Airport, Hotel

dom, 10 nov lun, 11 nov

COMPROBAR DISPONIBILIDAD

1 habitación, 1 persona

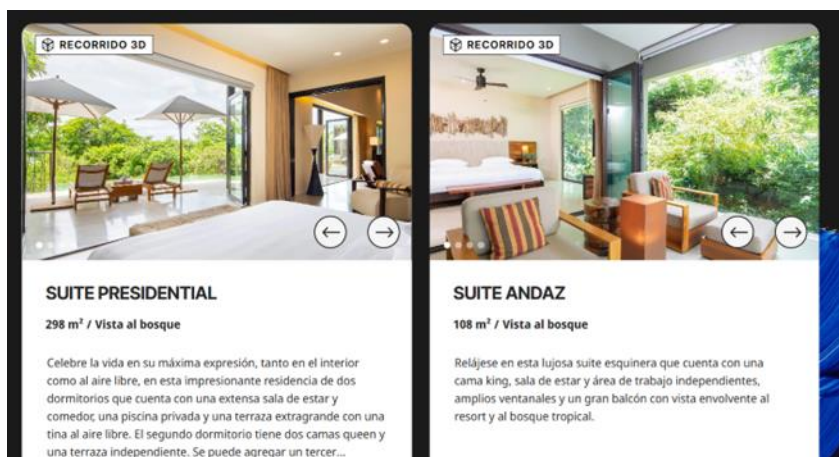
Accesible

Seleccionar

Usar puntos

Fuente: <https://www.hyatt.com/andaz>

Anexo H: Contenido Página Web Andaz San Cristóbal



Fuente: <https://www.hyatt.com/andaz>

Anexo I: Redes sociales Andaz



Fuente: <https://www.instagram.com/andaz/>

Anexo J: Alojamiento y Tarifa Promedio en feriados nacionales - Galápagos

Año

2023

División geográfica

Galápagos

Feriado

(Todo)

Ocupación	Tarifa promedio - dólares -	Ocupante por habitación	Pernoctación promedio
65%	141	2,0	2,3
% Participación en alojamiento		Gasto turístico - millones de dólares -	Viajes turísticos - miles de viajes -
Nacionales	Extranjeros	36	68
38%	62%		

Año		División geográfica	Feriado	
2024		Galápagos	(Todo)	
Ocupación	Tarifa promedio - dólares -	Ocupante por habitación	Pernoctación promedio	
51%	167	2,0	2,1	
% Participación en alojamiento		Gasto turístico - millones de dólares -	Viajes turísticos - miles de viajes -	
Nacionales	Extranjeros	20	34	
40%	60%			

Fuente: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/feriados-nacionales/>