

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario & Turismo

Proyecto De Viabilidad Hotelera: Endemic Galapagos

**Gabriela Verenis Benavides Mero
Martin Alejandro Toledo Arroyo**

Hospitalidad y Hotelería

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

Quito, 13 de mayo de 2025

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario & Turismo

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**Proyecto De Viabilidad Hotelera:
Endemic Galapagos**

**Gabriela Verenisse Benavides Mero
Martin Alejandro Toledo Arroyo**

Nombre del profesor, Rafael Villota Sandoval, PHD

Quito, 13 de mayo de 2025

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Nombres y apellidos: Gabriela Verenis Benavides Mero

Código: 00138047

Cédula de identidad: 1723340905

Nombres y apellidos: Martin Alejandro Toledo Arroyo

Código: 00213936

Cédula de identidad: 1726271057

Lugar y fecha: Quito, 13 de mayo de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

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

UNPUBLISHED DOCUMENT

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

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo el diseño conceptual de **ENDEMIC GALÁPAGOS**, un eco-lodge sostenible ubicado en la isla Santa Cruz, que busca posicionarse como un modelo de hospitalidad consciente en uno de los destinos más emblemáticos del planeta. A partir de un diagnóstico crítico del contexto turístico de Galápagos marcado por deficiencias en el servicio, greenwashing y contaminación, se plantea una propuesta hotelera que prioriza la excelencia en la atención al cliente, la sostenibilidad medible y el empoderamiento comunitario.

La metodología de investigación combinó herramientas cualitativas y cuantitativas: análisis de benchmarking, revisión bibliográfica, entrevistas a actores clave y proyecciones financieras. Se diseñó una infraestructura modular de 30 habitaciones, con servicios complementarios como restaurante de producto local, zonas de bienestar, un programa de fidelización (*Endemic Key*) y alianzas con actores como el Parque Nacional Galápagos y la Fundación Charles Darwin.

El resultado es una propuesta operativa y financieramente viable, con potencial para transformar la experiencia turística en la región. Este proyecto no solo se alinea con las tendencias globales del turismo responsable, sino que también propone una visión replicable de desarrollo sostenible en contextos sensibles como Galápagos. **ENDEMIC GALÁPAGOS** se concibe, así como una respuesta innovadora que busca reconciliar el confort del huésped con la conservación del entorno y la inclusión local.

Palabras clave: *Galápagos, turismo sostenible, hospitalidad consciente, eco-lodge, servicio al cliente, greenwashing, conservación, comunidad local, hotelería ecuatoriana, turismo responsable*

ABSTRACT

This project presents the conceptual design of **Endemic Galápagos**, a sustainable eco-lodge located on Santa Cruz Island, aiming to establish a model of conscious hospitality in one of the world's most iconic destinations. Based on a critical analysis of the current tourism context in Galápagos characterized by poor customer service, greenwashing practices, and environmental degradation, the project proposes a hotel concept that prioritizes excellence in guest service, measurable sustainability, and community empowerment.

The research methodology combines qualitative and quantitative tools: benchmarking analysis, literature review, interviews with key stakeholders, and financial projections. The project includes a modular infrastructure of 30 rooms, complemented by services such as a local-product restaurant, wellness areas, a loyalty program (*endemic key*), and partnerships with the Galapagos national park and the Charles Darwin foundation.

The result is an operationally and financially viable proposal with the potential to transform the tourist experience in the region. This project aligns with global trends in responsible travel while offering a replicable vision of sustainable development in environmentally sensitive areas such as Galapagos. **Endemic Galapagos is therefore conceived as an innovative response that seeks to reconcile guest comfort with environmental preservation and local inclusion.**

Key words: *Galápagos, sustainable tourism, conscious hospitality, eco-lodge, customer service, greenwashing, conservation, local community, Ecuadorian hospitality, responsible travel.*

Tabla de contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT.....	6
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO 1 – DIAGNÓSTICO Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1 Contexto general del turismo en Galápagos	12
1.2 Planteamiento del problema.....	13
1.3 Justificación del proyecto.....	13
1.4 Objetivo general	14
1.5 Objetivos específicos.....	14
1.6 Metodología.....	15
1.7 Delimitaciones	15
CAPÍTULO 2 – MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.....	15
2.1 Turismo sostenible y su aplicación en islas frágiles	15
2.2 Hospitalidad consciente: más allá del alojamiento	16
2.3 El fenómeno del greenwashing en la hotelería	16
2.4 Modelos de referencia en hospitalidad sostenible.....	17
2.5 Hacia un modelo de regeneración ambiental y social.....	18
CAPÍTULO 3 – DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y TURÍSTICO DE GALÁPAGOS..	19
3.1 Caracterización geográfica y normativa de Galápagos	19
3.2 Situación actual del turismo en Galápagos.....	19
3.3 Oferta hotelera en Santa Cruz.....	20
3.4 Perfil del viajero objetivo.....	22
CAPÍTULO 4 – PROPUESTA CONCEPTUAL DEL PROYECTO ENDEMIC GALÁPAGOS.....	22
4.1 Visión general del proyecto	22
4.2 Diseño arquitectónico y distribución general.....	23
4.3 Servicios y experiencias diferenciadoras	24
4.4 Cultura organizacional y operación	24
4.5 Identidad de marca y propuesta de valor.....	25
CAPÍTULO 5 – ANÁLISIS DE MERCADO Y SEGMENTACIÓN.....	25
5.1 Tendencias globales del turismo postpandemia	25

5.2 Análisis del mercado turístico de Galápagos	26
5.3 Segmentación de mercado.....	27
5.4 Posicionamiento de ENDEMIC GALÁPAGOS	28
5.5 Estrategia de marketing.....	28
5.6 Canales de Distribución de Endemic Galapagos.....	29
5.7 Canales Digitales Especializados en Lujo y Experiencias Curadas	29
5.7.1 Tablet Hotels by Michelin.....	29
5.7.2	29
5.7.3. Mr & Mrs Smith, Kiwi Collection y Afines.....	30
5.8. Alianzas con Agencias Boutique y Operadores de Lujo	30
5.9. Distribución Editorial y Presencia en Rankings.....	30
5.9.1. Venta Directa Selectiva	30
5.9.2 Tabla de Canales de Distribución	31
<i>CAPÍTULO 6– LA VIABILIDAD OPERATIVA Y FINANCIERA</i>	<i>31</i>
6.1 Propuesta operativa	31
6.2 Proyecciones de ocupación y tarifa promedio (ADR)	32
6.4 Inversión inicial estimada	34
6.5 Punto de equilibrio y rentabilidad.....	36
<i>CAPÍTULO 7– IMPACTO, SOSTENIBILIDAD Y PROYECCIÓN</i>	<i>37</i>
7.1 Compromiso con la sostenibilidad ambiental	37
7.2 Impacto social y educativo	37
7.3 Indicadores de evaluación de impacto	38
7.4 Proyección a largo plazo	39
<i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	<i>39</i>
Conclusiones.....	39
Recomendaciones.....	40
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</i>	<i>41</i>

INTRODUCCIÓN

Galápagos representa uno de los ecosistemas más singulares y frágiles del planeta. (“5 sitios históricos y culturales en peligro por el cambio climático”) En 1978, fue declarado Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO por albergar especies endémicas únicas en el mundo, resultado de un proceso evolutivo aislado (UNESCO, 2024). Su riqueza biológica ha convertido al archipiélago en un destino turístico de alto valor, que en el año 2023 recibió más de 267.000 visitantes, generando ingresos directos por más de 100 millones de dólares para la economía local (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).

Sin embargo, este crecimiento exponencial ha traído consigo una serie de desafíos estructurales. En primer lugar, numerosos estudios y encuestas a visitantes evidencian que el servicio al cliente es una de las principales debilidades en la experiencia turística, particularmente en establecimientos medianos y pequeños (Observatorio de Turismo de Galápagos, 2023). En segundo lugar, existe una creciente preocupación por el uso superficial de estrategias de sostenibilidad. Diversos alojamientos promueven prácticas *verdes* como parte de su marketing, sin aplicar acciones reales o medibles, lo que constituye un fenómeno conocido como *greenwashing* (CIPCA, 2023). Finalmente, la presión ambiental de las operaciones turísticas ha contribuido a problemas de contaminación, especialmente en el manejo de residuos sólidos, afectando tanto a los ecosistemas marinos como terrestres (Parque Nacional Galápagos, 2024).

Este trabajo final propone el diseño conceptual de ENDEMIC GALÁPAGOS, un ecolodge de 30 habitaciones ubicado en la isla Santa Cruz, que responde a estas problemáticas mediante un enfoque integral de hospitalidad consciente. La propuesta se construye sobre tres pilares fundamentales: excelencia en el servicio, sostenibilidad auténtica y empoderamiento comunitario, articulando un modelo hotelero que trasciende el confort y la estética, para convertirse en un agente activo de cambio en la región.

El tema de esta investigación surge de un diagnóstico profundo de la oferta hotelera actual en Galápagos y de la oportunidad de introducir una propuesta que revalorice la relación entre el viajero, la comunidad local y el entorno natural. A nivel nacional, el turismo post-pandemia ha evidenciado un cambio en las preferencias del viajero internacional, orientado hacia experiencias personalizadas, responsables y transformadoras (World Tourism Organization, 2024). Este contexto presenta una oportunidad única para el desarrollo de modelos de alojamiento que no solo generen rentabilidad, sino también un impacto positivo social y ambiental.

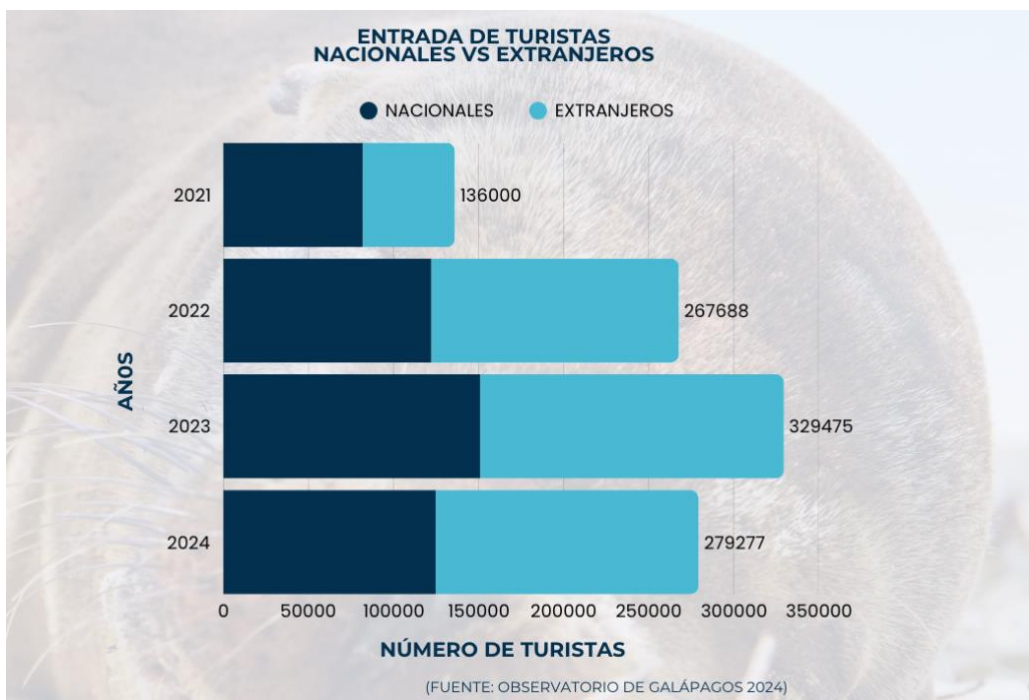
El presente documento se estructura en siete capítulos. En primer lugar, se analizará el entorno turístico y ambiental de Santa Cruz. A continuación, se presentará el concepto arquitectónico y operativo de ENDEMIC GALÁPAGOS, seguido de un estudio de mercado, análisis financiero, y propuestas de sostenibilidad y vinculación comunitaria. Finalmente, se incluirán conclusiones y recomendaciones, destacando la relevancia de este proyecto como referencia para futuras iniciativas de hospitalidad sostenible en Ecuador.

CAPÍTULO 1 – DIAGNÓSTICO Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Contexto general del turismo en Galápagos

Las Islas Galápagos son consideradas uno de los destinos más emblemáticos del turismo de naturaleza a nivel mundial. Su biodiversidad única, resultado de un proceso evolutivo aislado, ha convertido al archipiélago en un laboratorio viviente que atrae a científicos, turistas y conservacionistas desde hace décadas. Declaradas Patrimonio Natural de la Humanidad en 1978 (UNESCO, 2024), estas islas han experimentado un incremento sostenido en la llegada de turistas, alcanzando más de **267.000 visitantes en 2023** (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).

Número de Visitantes a las Islas Galápagos



(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

Si bien el turismo representa una fuente importante de ingresos para la economía local, su expansión ha generado problemáticas complejas. Entre las más relevantes se encuentran la creciente **presión sobre los ecosistemas**, la **débil calidad del servicio hotelero** y el uso superficial de la sostenibilidad como herramienta de marketing (*greenwashing*). Estas prácticas amenazan la autenticidad del destino, la satisfacción del visitante y la conservación del entorno natural (Parque Nacional Galápagos, 2024; CIPCA, 2023).

1.2 Planteamiento del problema

A pesar del prestigio de Galápagos como destino turístico, gran parte de su oferta hotelera carece de estándares internacionales en cuanto a servicio, diseño y coherencia ambiental. Diversos estudios y encuestas han demostrado que **el nivel de atención al cliente** es uno de los factores más criticados por los visitantes (Observatorio de Turismo de Galápagos, 2023). Asimismo, la adopción de supuestas prácticas sostenibles, muchas veces sin verificación o impacto real, ha generado una **pérdida de credibilidad** frente a un viajero cada vez más informado y exigente (Delmas & Burbano, 2011).

Adicionalmente, la **gestión deficiente de residuos**, la falta de vinculación con la comunidad local y la escasa innovación en la propuesta de valor de los alojamientos, limitan el potencial de desarrollo del turismo consciente en la región. Existe, por tanto, una necesidad urgente de **replantear el modelo de hospitalidad**, alineándolo con principios de sostenibilidad auténtica, excelencia operativa y responsabilidad social.

1.3 Justificación del proyecto

El diseño de **ENDEMIC GALÁPAGOS** responde a la necesidad de crear un modelo replicable de eco-lodge en Santa Cruz que no solo cumpla con altos estándares de servicio, sino que además genere un impacto positivo en el entorno natural y social. Este proyecto

propone una infraestructura modular de 30 habitaciones, un restaurante de identidad local, espacios de bienestar, y una estrategia de gestión basada en eficiencia energética, formación continua y empoderamiento comunitario.

Además, el proyecto es pertinente para el contexto actual del turismo post-pandemia, caracterizado por la **búsqueda de experiencias transformadoras, sostenibles y auténticas** (UNWTO, 2024). En este sentido, ENDEMIC GALÁPAGOS no solo se alinea con las tendencias globales, sino que **reafirma el compromiso del Ecuador** con el desarrollo turístico responsable y con la conservación de uno de sus patrimonios naturales más valiosos.

1.4 Objetivo general

Diseñar un proyecto de eco-lodge sostenible y de alto nivel de servicio en Santa Cruz, Galápagos, que responda a las problemáticas actuales del turismo en la región y proponga un modelo innovador de hospitalidad consciente.

1.5 Objetivos específicos

- Analizar el contexto turístico, social y ambiental de la isla Santa Cruz.
- Identificar las principales debilidades en el servicio hotelero y las prácticas de greenwashing.
- Estudiar modelos de referencia internacional en hospitalidad sostenible.
- Diseñar un concepto arquitectónico, operativo y comercial coherente con los principios del turismo responsable.
- Evaluar la viabilidad económica, operativa y ambiental del proyecto ENDEMIC GALÁPAGOS.
- Proponer estrategias de integración comunitaria y sostenibilidad medible.

1.6 Metodología

La investigación utiliza un enfoque mixto, combinando herramientas cualitativas y cuantitativas. Se aplicó análisis documental y bibliográfico, revisión de estudios de caso, entrevistas semiestructuradas a actores turísticos locales y benchmarking de alojamientos comparables. Asimismo, se desarrolló una proyección financiera preliminar basada en escenarios de ocupación, tarifa promedio (ADR) y costos operativos del contexto galapagueño. El diseño arquitectónico sigue criterios modulares, de bajo impacto ambiental y adaptados a la normativa del Parque Nacional Galápagos.

1.7 Delimitaciones

Este proyecto se limita al diseño conceptual y justificación operativa del eco-lodge ENDEMIC GALÁPAGOS en la isla Santa Cruz. No se incluyen fases constructivas ni trámites legales específicos, aunque se contemplan lineamientos normativos. El estudio se enfoca principalmente en el segmento de viajeros internacionales de alto poder adquisitivo, interesados en turismo consciente, sin excluir la posibilidad de atraer turistas nacionales mediante campañas diferenciadas.

CAPÍTULO 2 – MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

2.1 Turismo sostenible y su aplicación en islas frágiles

El turismo sostenible es aquel que “satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras mientras protege y mejora las oportunidades para el futuro” (UNWTO, 2022). (“Turismo sostenible Qué es y qué busca - 2025 - Codema”) Este modelo promueve un equilibrio entre los beneficios económicos, la equidad social y la integridad

ecológica. En contextos insulares como Galápagos, donde la capacidad de carga ambiental es limitada y los ecosistemas son endémicos y vulnerables, la aplicación del turismo sostenible no es una opción, sino una obligación estructural.

Diversos autores coinciden en que el turismo en áreas protegidas debe garantizar la conservación del entorno, la participación activa de las comunidades locales y la medición constante del impacto generado (Honey, 2008; González & Tapia, 2021). Este enfoque exige, además, que los alojamientos turísticos operen con eficiencia energética, manejo responsable de residuos, educación ambiental y abastecimiento local, elementos que forman parte del modelo propuesto por ENDEMIC GALÁPAGOS.

2.2 Hospitalidad consciente: más allá del alojamiento

El concepto de hospitalidad ha evolucionado del alojamiento funcional hacia una experiencia integral centrada en el bienestar del huésped y su conexión con el entorno. La **hospitalidad consciente** surge como una respuesta a este cambio, proponiendo experiencias que no solo sean placenteras, sino también éticas, educativas y regenerativas (Pine & Gilmore, 1999; Lashley, 2018).

Bajo este enfoque, el hotel no es solo un proveedor de servicios, sino un **anfitrión cultural y ambiental**. ENDEMIC GALÁPAGOS adopta esta visión para ofrecer una experiencia que incorpora diseño ecológico, productos locales, contacto con la naturaleza y participación comunitaria activa. La hospitalidad consciente, entonces, no se limita a la comodidad, sino que impulsa la transformación del viajero a través del aprendizaje y la conexión.

2.3 El fenómeno del greenwashing en la hotelería

Greenwashing es el uso de estrategias de marketing para aparentar un compromiso ambiental que no existe en la práctica. En el ámbito hotelero, esto se traduce en la adopción

superficial de prácticas “verdes” como el uso de bombillas LED o jabones biodegradables sin una política integral de sostenibilidad (Delmas & Burbano, 2011). Galápagos, por su condición de destino ecológico, se ha vuelto especialmente vulnerable a esta estrategia, ya que muchos establecimientos buscan posicionarse como sostenibles sin someterse a auditorías ni transparentar su impacto real.

El modelo de ENDEMIC GALÁPAGOS plantea una ruptura con este paradigma mediante la implementación de acciones verificables, como el cálculo de huella hídrica y de carbono, la capacitación de sus colaboradores, el uso de especies nativas en su paisajismo, y la alianza con instituciones como la Fundación Charles Darwin para avalar científicamente sus prácticas.

2.4 Modelos de referencia en hospitalidad sostenible

Para la construcción del concepto de ENDEMIC GALÁPAGOS se han analizado modelos exitosos de hotelería sostenible a nivel global, que comparten principios de diseño ecológico, participación comunitaria y excelencia operativa:

- **Wilderness Safaris** (África): una cadena de lodges que combina experiencias exclusivas con conservación activa, operando en reservas naturales de alta sensibilidad.
- **Galapagos Safari Camp** (Ecuador): alojamiento pionero en turismo de lujo responsable dentro del archipiélago, con un enfoque de personalización y respeto por el entorno.
- **Natural Floats Lodge** (Amazonía): hotel flotante que minimiza su impacto físico en el ecosistema, ofreciendo a la vez lujo y educación ambiental.

Estos referentes confirman la viabilidad y el valor estratégico de un enfoque que articula hospitalidad y sostenibilidad. ENDEMIC GALÁPAGOS toma como base estos aprendizajes, pero añade elementos innovadores como la infraestructura modular y desmontable, el programa de lealtad *Endemic Key*, y su enfoque hacia un mercado de alto poder adquisitivo con sensibilidad ecológica.

2.5 Hacia un modelo de regeneración ambiental y social

Aunque ENDEMIC GALÁPAGOS no se adscribe explícitamente al concepto de turismo regenerativo, incorpora varias de sus premisas fundamentales: restaurar lo que ha sido dañado, empoderar a la comunidad, y dejar el lugar mejor de lo que se encontró. El hotel integrará un **huerto productivo**, una zona de conservación de **Scalesia pedunculata**, prácticas de reforestación participativa con huéspedes y un programa de becas para formación hotelera de jóvenes locales.

Este modelo no solo mejora la calidad del servicio y la experiencia del visitante, sino que también fortalece el tejido social y natural del destino. La regeneración, en este caso, no es una promesa, sino una práctica concreta y medible, incorporada desde la concepción del proyecto.

CAPÍTULO 3 – DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y TURÍSTICO DE GALÁPAGOS

3.1 Caracterización geográfica y normativa de Galápagos

El Archipiélago de Galápagos, situado a aproximadamente 1.000 km de la costa ecuatoriana, está conformado por 13 islas principales, 6 menores y más de 100 islotes. Santa Cruz es la isla más habitada y el principal centro turístico y logístico de la región, concentrando más del **60% de la población residente** (INEC, 2023). La planificación territorial de Galápagos está regida por la **Ley Orgánica del Régimen Especial de la Provincia de Galápagos (LOREG)**, la cual establece restricciones específicas para actividades económicas, turísticas y de construcción, con el objetivo de preservar los ecosistemas frágiles del archipiélago.

La **Dirección del Parque Nacional Galápagos (DPNG)** y el **Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos** son las principales entidades encargadas de la regulación ambiental, los permisos de operación y los planes de ordenamiento territorial. Cualquier infraestructura hotelera debe cumplir con estrictas normas de uso del suelo, tratamiento de aguas residuales, eficiencia energética y sistemas de transporte sostenible (DPNG, 2023).

3.2 Situación actual del turismo en Galápagos

El turismo es el motor económico de Galápagos, representando el **65% del PIB local** y siendo la principal fuente de empleo directo e indirecto (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024). A pesar de la pandemia de COVID-19, el destino logró una rápida recuperación,

alcanzando en 2023 más de **267.000 visitantes anuales**, de los cuales el 65% fueron extranjeros y el 35% ecuatorianos. El perfil del turista es mayoritariamente de alto poder adquisitivo, motivado por el contacto con la naturaleza, la exclusividad y el valor científico del destino.

No obstante, el crecimiento de la demanda ha generado desafíos significativos:

- **Presión sobre servicios básicos y recursos naturales**, especialmente agua, energía y gestión de residuos.
- **Calidad desigual del servicio hotelero**, con un alto número de establecimientos familiares sin formación profesional.
- **Déficit de innovación en experiencias diferenciadas** frente a un viajero cada vez más exigente y consciente.

Estos factores limitan la capacidad de Galápagos para consolidarse como un destino de turismo sostenible de clase mundial, y revelan la necesidad de propuestas hoteleras integradas, profesionalizadas y con una clara orientación hacia la conservación y el valor agregado.

3.3 Oferta hotelera en Santa Cruz

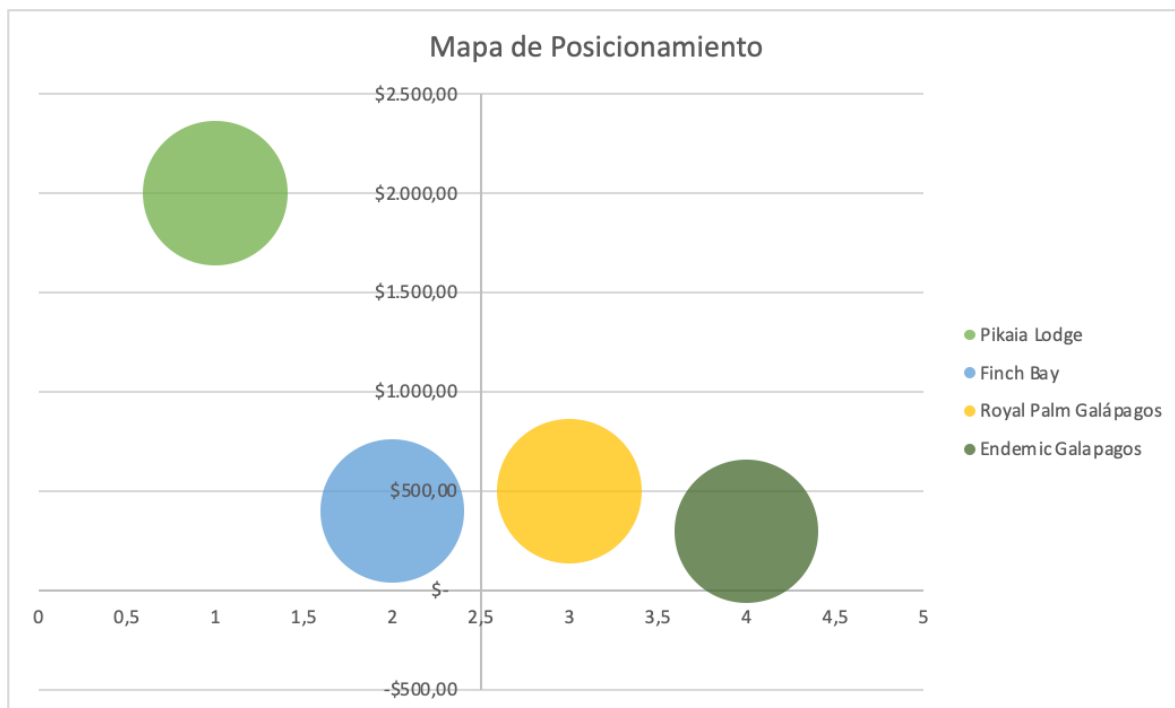
Santa Cruz cuenta con la mayor oferta de alojamiento del archipiélago. Según datos del Consejo de Gobierno de Galápagos (2023), existen más de **150 establecimientos de hospedaje registrados**, que se clasifican en hoteles, hostales, eco-lodges y casas de huéspedes. Sin embargo, **solo una minoría cumple con estándares internacionales** en cuanto a servicio, sostenibilidad y diseño. La mayoría son emprendimientos familiares de pequeña escala, con tarifas entre USD 40 y USD 90 por noche en habitaciones estándar (Booking.com, 2024).

En el segmento de lujo y eco-lodges destacan establecimientos como:

- **Galapagos Safari Camp**
- **Finch Bay Eco Hotel**
- **Pikaia Lodge**
- **Angermeyer Waterfront Inn**

Estos hoteles han logrado posicionarse gracias a una oferta diferenciada, experiencias integradas y alianzas con operadores turísticos. No obstante, existe espacio para nuevas propuestas con identidad local, diseño modular, y un enfoque en el servicio como eje diferenciador.

Mapa de Posicionamiento



(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

3.4 Perfil del viajero objetivo

ENDEMIC GALÁPAGOS está diseñado para atraer principalmente a viajeros internacionales de **Generación X y Baby Boomers**, con alto poder adquisitivo, preocupados por la sostenibilidad y en busca de **experiencias transformadoras**. Este tipo de turista valora el confort, la exclusividad, el contacto con la naturaleza y la autenticidad cultural. Según el Global Wellness Institute (2023), el **60% de los viajeros post-pandemia prioriza destinos que ofrezcan bienestar, propósito y conciencia ambiental**.

Además, se ha identificado un mercado emergente de turismo científico, educativo y voluntario, que busca alojamientos coherentes con sus valores. Esta tendencia refuerza la necesidad de integrar elementos como la interpretación ambiental, las alianzas con centros de investigación y el compromiso con la comunidad local.

CAPÍTULO 4 – PROPUESTA CONCEPTUAL DEL PROYECTO

ENDEMIC GALÁPAGOS

4.1 Visión general del proyecto

ENDEMIC GALÁPAGOS es un eco-lodge de **30 habitaciones** ubicado en la isla Santa Cruz, que nace como una respuesta a los principales desafíos del turismo en Galápagos: la

precariedad del servicio, la sostenibilidad superficial (*greenwashing*) y la desconexión entre el visitante y la comunidad local. Su propuesta se construye sobre tres pilares fundamentales:

- **Excelencia en hospitalidad y experiencia del huésped**
- **Sostenibilidad real y medible**
- **Integración y empoderamiento comunitario**

A través de un enfoque modular, responsable y contemporáneo, el proyecto busca ofrecer una experiencia diferenciadora para un viajero de alto poder adquisitivo, consciente y transformacional.

4.2 Diseño arquitectónico y distribución general

El lodge se desarrollará en una propiedad privada en Santa Cruz, dentro de los límites establecidos por el ordenamiento territorial y bajo cumplimiento de las normas del Parque Nacional Galápagos. Su **diseño arquitectónico modular** responde a los siguientes principios:

- **Impacto mínimo** en el suelo: módulos desmontables sin cimentaciones permanentes.
- **Iluminación natural** y ventilación cruzada.
- **Materiales de bajo impacto**, con acabados en madera reciclada, acero galvanizado y techos verdes.
- **Ventanas de piso a techo** para conectar visualmente al huésped con el entorno natural.
- **Áreas comunes** que incluyen: lobby abierto, restaurante con cocina de producto local, zona de spa, piscina y senderos interpretativos internos.

Las habitaciones se dividirán en:

- 10 ENDEMIC SUITES

- 10 EVOLUTION ROOM
- 10 EXPLORER ROOM

Cada una equipada con sistema de tratamiento de aguas grises, energía solar parcial y diseño interior inspirado en la flora y fauna endémica.

4.3 Servicios y experiencias diferenciadoras

El proyecto ofrecerá una gama de **servicios exclusivos**, diseñados para enriquecer la estadía del huésped:

- **Restaurante “EVOLVE”**: cocina creativa con productos locales y menú rotativo según temporada.
- **Huerto productivo y espacio educativo**: que permite la interacción directa de huéspedes con el proceso agrícola sostenible.
- **Programa de reforestación participativa**: jornadas voluntarias con especies endémicas como *Scalesia pedunculata*. (Galapagos 2025)
- **Zona wellness y spa**: terapias con productos naturales elaborados in situ (aceites, exfoliantes, shampoo).
- **Excursiones personalizadas con guías naturalistas**: incluyendo navegación con embarcación aliada de uso exclusivo.
- **Endemic Key**: programa de fidelización que premia la participación en prácticas sostenibles, reintegra beneficios en estadías futuras y prioriza reservas directas.

4.4 Cultura organizacional y operación

ENDEMIC GALÁPAGOS contará con un equipo de aproximadamente **40 colaboradores**, priorizando la contratación local y el desarrollo profesional interno mediante

capacitaciones continuas en hospitalidad, idiomas y sostenibilidad. El **modelo de operación horizontal y colaborativa** incluye:

- Manuales de servicio personalizados
- Estándares de calidad inspirados en Leading Hotels of the World
- Cultura de hospitalidad centrada en la anticipación de necesidades
- Uniformes con identidad local y ecológica

El PMS elegido para la gestión operativa es **Little Hotelier**, por su adaptabilidad a hoteles boutique y conexión con múltiples canales de venta directa e indirecta.

4.5 Identidad de marca y propuesta de valor

La marca **ENDEMIC GALÁPAGOS** toma su nombre de la riqueza biológica del archipiélago y busca transmitir una identidad de **exclusividad accesible, conciencia ecológica y hospitalidad genuina**. Su eslogan, *Experience the Uniqueness*, refuerza el mensaje de una experiencia transformadora que solo puede vivirse en este entorno y bajo este modelo.

Propuesta de valor:

“Más que un eco-lodge: un espacio para reconectar con la naturaleza, con el otro y con uno mismo, en el lugar más único del planeta.”

CAPÍTULO 5 – ANÁLISIS DE MERCADO Y SEGMENTACIÓN

5.1 Tendencias globales del turismo postpandemia

El mercado turístico ha experimentado una transformación significativa desde la pandemia del COVID-19. Según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2024), el

viajero actual prioriza la **seguridad sanitaria, la sostenibilidad, la autenticidad y el bienestar personal** como criterios clave en la elección de su destino. Esto ha generado un auge del turismo de naturaleza, el turismo slow y las experiencias transformadoras, especialmente en destinos remotos y protegidos como Galápagos.

Además, el **Global Wellness Institute (2023)** reporta que el turismo de bienestar alcanzó un valor global de USD 814 mil millones, con un crecimiento sostenido en segmentos que combinan naturaleza, desconexión digital y salud holística. Este nuevo paradigma de viaje representa una oportunidad estratégica para propuestas como ENDEMIC GALÁPAGOS, cuyo concepto se alinea con las preferencias del nuevo turista consciente.

5.2 Análisis del mercado turístico de Galápagos

Galápagos recibió en 2023 un total de **267.000 visitantes**, de los cuales el **65% fueron extranjeros** (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024). El gasto promedio diario de un turista internacional en Galápagos oscila entre **USD 300 y 450**, dependiendo del tipo de experiencia y alojamiento elegido (DPNG, 2023). A pesar del alto valor de la oferta, la **ocupación promedio anual de los hoteles en Santa Cruz se mantiene entre el 42% y el 55%**, lo cual revela una oportunidad de mejora en la **segmentación y diferenciación de productos**.

La mayoría de alojamientos ofrecen servicios estandarizados, sin una narrativa clara ni un valor agregado más allá del hospedaje. Esto genera una **saturación de productos similares**, dejando espacio para propuestas especializadas y con identidad.

5.3 Segmentación de mercado

ENDEMIC GALÁPAGOS ha definido su mercado objetivo bajo criterios psicográficos, demográficos y de comportamiento, priorizando la calidad sobre la cantidad.

Se identifican tres segmentos prioritarios:

1. Turista internacional consciente (Generación X y Baby Boomers)

- **Edad:** 45–70 años
- **Procedencia:** EE.UU., Canadá, Alemania, Francia
- **Motivación:** naturaleza, sostenibilidad, descanso
- **Comportamiento:** viajan en pareja o en grupos reducidos, prefieren experiencias personalizadas
- **Redes sociales preferidas:** Facebook, YouTube
- **Estancia media:** 4 a 6 noches

2. Nómadas de bienestar y naturaleza

- **Edad:** 30–45 años
- **Procedencia:** Norteamérica y Europa Occidental
- **Motivación:** reconexión, bienestar físico y emocional
- **Comportamiento:** buscan equilibrio entre trabajo remoto y exploración
- **Redes sociales:** Instagram, TikTok, Pinterest
- **Interés:** alojamiento con coworking, spa, naturaleza, comunidad

3. Viajero nacional con poder adquisitivo alto

- **Edad:** 35–60 años
- **Procedencia:** Quito, Guayaquil, Cuenca
- **Motivación:** exclusividad, experiencia diferenciada, desconexión

- **Comportamiento:** reserva con anticipación y viaja en pareja o familia
- **Redes sociales:** Instagram, Facebook
- **Frecuencia:** 1–2 viajes al año a destinos premium

5.4 Posicionamiento de ENDEMIC GALÁPAGOS

La propuesta se posiciona como un **eco-lodge de lujo consciente**, enfocado en brindar una experiencia transformadora que va más allá del alojamiento. Su mensaje principal:

“Experience the Uniqueness”

invita al huésped a descubrir una forma distinta de habitar Galápagos: con respeto, propósito y hospitalidad real.

El diferencial clave no es solo el diseño ni la ubicación, sino el **nivel de servicio personalizado y la coherencia entre discurso y práctica sostenible**. Esto lo posiciona estratégicamente frente a competidores que centran su propuesta únicamente en el paisaje o la exclusividad física.

5.5 Estrategia de marketing

El marketing de ENDEMIC GALÁPAGOS se apoya en una narrativa visual y emocional. Se priorizan canales digitales, alianzas con operadores de turismo consciente, y programas de fidelización. Las principales estrategias incluyen:

- **Marketing sensorial y de contenido:** video storytelling, aromas personalizados, diseño biofílico
- **Colaboraciones con creadores de contenido ecológico** (influencers de naturaleza, fotografía, wellness)

- **Puntos de contacto digitales optimizados:** sitio web con sistema de reservas, blog sobre especies endémicas y prácticas sostenibles
- **Alianzas con aerolíneas, cruceros y centros científicos** para atraer visitantes de interés
- **Estrategia de soft landing:** incentivo para volver a Ecuador en futuras visitas con descuentos exclusivos

5.6 Canales de Distribución de Endemic Galapagos

La estrategia de distribución de Endemic Galapagos responde a su identidad como un hotel boutique de categoría selecta, con un fuerte enfoque en sostenibilidad, diseño y autenticidad. Para alcanzar a su público objetivo —viajeros de alto poder adquisitivo, conscientes y exigentes— Endemic se apoya exclusivamente en canales de distribución cuidadosamente seleccionados, enfocados en el turismo de lujo, boutique y responsable.

5.7 Canales Digitales Especializados en Lujo y Experiencias Curadas

Endemic Galapagos se encuentra presente en plataformas de alta gama que ofrecen una curaduría rigurosa de hoteles únicos en el mundo. Estas plataformas no solo funcionan como canales de reserva, sino también como vitrinas de reputación, inspiración y posicionamiento internacional.

5.7.1 Tablet Hotels by Michelin

Como parte de la red de hoteles seleccionados por Tablet Hotels —la plataforma de hoteles boutique y de diseño de Michelin—, Endemic Galapagos accede a un nicho de viajeros sofisticados que valoran propuestas auténticas y bien integradas con su entorno.

5.7.2 Condé Nast Traveler

A través de menciones editoriales, listados seleccionados o colaboraciones estratégicas,

Endemic Galapagos ha establecido presencia en medios líderes como *Condé Nast Traveler*, que influyen decisivamente en las decisiones de viaje del segmento premium.

5.7.3. Mr & Mrs Smith, Kiwi Collection y Afines

Además de Tablet y Condé Nast, Endemic proyecta su presencia (o apunta estratégicamente a posicionarse) en plataformas como Mr & Mrs Smith o Kiwi Collection, donde solo los hoteles con una propuesta auténtica, estética y personalizada son admitidos.

5.8. Alianzas con Agencias Boutique y Operadores de Lujo

Endemic trabaja exclusivamente con agencias y tour operadores que comparten su visión de excelencia y responsabilidad. Estas alianzas se centran en:

- **Viajes a medida**, donde se diseña cada detalle de la experiencia del huésped.
- **Mercados especializados**, como agencias en Europa, EE. UU. o Sudamérica que promueven destinos únicos con enfoque en sostenibilidad.
- **Operadores DMC premium en Ecuador y Galápagos**, que integran a Endemic como parte de circuitos exclusivos.

5.9. Distribución Editorial y Presencia en Rankings

Más allá de los canales comerciales, Endemic Galapagos apuesta por una distribución de reputación a través de:

- **Editoriales de viaje, arquitectura y sostenibilidad**, donde se destacan el diseño contemporáneo, la propuesta gastronómica y la conexión con la naturaleza.
- **Premios, listas y reconocimientos**, como Top Boutique Hotels o Sustainable Travel Awards, que actúan como validadores externos.

5.9.1. Venta Directa Selectiva

La página web oficial del hotel cumple un rol estratégico como canal de reserva directa, pero se mantiene alineada con los estándares de diseño, comunicación y exclusividad que exige el

segmento al que se dirige. Desde esta plataforma, los huéspedes pueden acceder a información clara, imágenes de alto impacto y un motor de reservas optimizado.

Además, el contacto personalizado por correo electrónico o WhatsApp se ofrece para solicitudes a medida, grupos privados o agentes de viaje, garantizando un trato humano y altamente profesional desde el primer contacto.

5.9.2 Tabla de Canales de Distribución

Tipo de Canal	Nombre del Canal / Plataforma	Descripción	Rol Estratégico
Plataforma de Lujo	Tablet Hotels by Michelin	Curaduría de hoteles boutique con aval de Michelin.	Canal principal de reservas premium
Medio Editorial	Condé Nast Traveler	Menciones y recomendaciones en medios líderes de turismo de lujo.	Reputación, alcance y validación
Agencia Boutique	Mr & Mrs Smith, Kiwi Collection	Plataformas cerradas para hoteles únicos y con servicio personalizado.	Captación de viajeros exclusivos
Operadores DMC	Socios estratégicos en Ecuador y Galápagos	Tour operadores que ofrecen itinerarios de lujo personalizados.	Alianzas clave en el mercado regional
Venta Directa	Página web oficial de Endemic Galapagos	Plataforma con motor de reservas optimizado.	Control de marca y rentabilidad
Contacto Personalizado	Email / WhatsApp / CRM	Comunicación directa para reservas personalizadas o agencias.	Servicio premium y fidelización
Editorial y Premios	Revistas especializadas, rankings sostenibles	Participación en premios y editoriales selectos.	Validación externa y posicionamiento

(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

CAPÍTULO 6– LA VIABILIDAD OPERATIVA Y FINANCIERA

6.1 Propuesta operativa

ENDEMIC GALÁPAGOS está diseñado para operar como un **eco-lodge de 30 habitaciones**, con servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, bienestar y excursiones. Su

estructura organizacional contempla **40 colaboradores** distribuidos en áreas clave: recepción, limpieza, cocina, mantenimiento, actividades guiadas, administración y sostenibilidad. El hotel operará bajo un modelo de **gestión propia**, con formación continua y contratación local como prioridad.

La operación estará soportada por el sistema **PMS Little Hotelier**, que permite el control de reservas, tarifas dinámicas, ingresos y conexión con OTAs (agencias de viaje en línea). La **capacidad total proyectada** es de 60 huéspedes por noche, con un enfoque en **ocupación sostenible**, evitando la sobrecarga de recursos.

Los servicios principales incluyen:

- Desayuno tipo buffet y cena con menú rotativo
- Actividades diarias guiadas
- Servicio de spa y bienestar
- Excursiones marítimas y terrestres con operador aliado
- Actividades participativas en el huerto y programa de reforestación

6.2 Proyecciones de ocupación y tarifa promedio (ADR)

Basado en benchmarks del segmento boutique ecológico en Santa Cruz, se establecen las siguientes proyecciones para los tres primeros años:

Proyección 2025

2025												
Habitaciones del hotel	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Días del mes	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Habitaciones disponibles	930.00	840.00	930.00	900.00	930.00	900.00	930.00	930.00	900.00	930.00	900.00	930.00
Habitaciones ocupadas	465.00	294.00	418.50	450.00	372.00	495.00	558.00	604.50	270.00	372.00	315.00	465.00
ADR	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36	\$ 542.36
OCC	50%	35%	45%	50%	40%	55%	60%	65%	30%	40%	35%	50%
Ratio de doble ocupación	1.66	1.66	1.66	1.66	1.66	1.66	1.66	1.66	1.66	1.66	1.66	1.66
Total Pax	771.90	488.04	694.71	747.00	617.52	821.70	926.28	1,003.47	448.20	617.52	522.90	771.90
Ingresos Totales	\$ 252.195.08	\$ 159.452.37	\$ 226.975.57	\$ 244.059.75	\$ 201.756.06	\$ 268.465.73	\$ 302.634.09	\$ 327.853.60	\$ 146.435.85	\$ 201.756.06	\$ 170.841.83	\$ 252.195.08

(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

Proyección 2026

2026												
Habitaciones del hotel	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Días del mes	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Habitaciones disponibles	930,00	840,00	930,00	900,00	930,00	900,00	930,00	930,00	900,00	930,00	900,00	930,00
Habitaciones ocupadas	466,09	294,69	419,48	451,05	559,30	372,87	496,16	559,30	605,91	270,63	372,87	466,09
ADR	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46	\$ 552,46
OCC	50%	35%	45%	50%	60%	40%	55%	60%	65%	30%	40%	35%
Ratio de doble ocupación	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66
Total Pax	\$ 773,70	\$ 489,18	\$ 696,33	\$ 748,74	\$ 618,96	\$ 823,62	\$ 928,44	\$ 1.005,81	\$ 449,25	\$ 618,96	\$ 524,12	\$ 773,70
Ingresos Totales	\$ 257.491,17	\$ 162.800,87	\$ 231.742,05	\$ 249.185,00	\$ 205.992,94	\$ 274.103,51	\$ 308.989,41	\$ 334.738,52	\$ 149.511,00	\$ 205.992,94	\$ 174.429,50	\$ 257.491,17

(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

Proyección 2027

2027												
Habitaciones del hotel	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Días del mes	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Habitaciones disponibles	930,00	840,00	930,00	900,00	930,00	900,00	930,00	930,00	900,00	930,00	900,00	930,00
Habitaciones ocupadas	467,17	295,37	420,46	452,10	562,19	373,74	497,31	560,61	607,32	271,26	373,74	467,17
ADR	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19	\$ 562,19
OCC	50%	35%	45%	50%	60%	40%	55%	60%	65%	30%	40%	35%
Ratio de doble ocupación	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66	1,66
Total Pax	\$ 775,51	\$ 490,32	\$ 697,96	\$ 750,49	\$ 620,41	\$ 825,54	\$ 930,61	\$ 1.008,16	\$ 450,29	\$ 620,41	\$ 525,34	\$ 775,51
Ingresos Totales	\$ 262.641,00	\$ 166.056,89	\$ 236.376,90	\$ 254.166,70	\$ 210.112,80	\$ 279.585,58	\$ 315.169,19	\$ 341.433,29	\$ 152.501,22	\$ 210.112,80	\$ 177.918,09	\$ 262.641,00

(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

Estas cifras son conservadoras para el segmento de lujo consciente, considerando estacionalidad, crecimiento de marca y reputación en línea. La tarifa promedio incluye desayuno, experiencias en la propiedad, y traslado desde el canal de Itabaca.

6.3 Costos operativos y estructura de ingresos

Se identifican las siguientes fuentes de ingreso:

- Alojamiento (85%)
- Alimentos y bebidas (8%)
- Spa y wellness (4%)
- Excursiones privadas (3%)

Los costos fijos incluyen personal, servicios básicos, mantenimiento, seguros, software, y licencias ambientales. Los costos variables están principalmente ligados al consumo energético, insumos de cocina, lavandería y materiales de amenities naturales.

Margen operativo estimado:

- **Año 1:** 18%
- **Año 2:** 29%
- **Año 3:** 35%

Esto se logra mediante una operación eficiente, economía circular, control de desperdicios y alianzas estratégicas que reducen costos de intermediación.

6.4 Inversión inicial estimada

La inversión inicial incluye:

- **Costo del Terreno:** \$1.000.000,00
- **Construcción (Obra Gris):** \$7.184.689,55
- **Equipamiento del Hotel (Diseño):** \$29.153,98
- **Equipamiento Operativo:** \$41.900,98
- **Ventas y Marketing (Pre-Apertura):** \$46.359,00
- **Recursos Humanos (Pre-Apertura):** \$300.590,00
- **Capital de trabajo (6 meses):** \$687.133,04
- **Total inversión estimada:** USD \$9.289.826,85

La infraestructura modular permitirá **reducción de tiempos de construcción**, cumplimiento con normativas ambientales, y potencial desmontaje o traslado en caso de requerirse.

Desglose de Inversión Inicial

INVERSIÓN NECESARIA			
Costo del Terreno			\$ 1.000.000,00
Construcción (Obra gris)			\$ 7.184.689,55
Equipamiento del Hotel (Diseño)			\$ 29.153,98
Equipamiento Operativo			\$ 41.900,98
Ventas y Marketing (Pre-Apertura)			\$ 46.359,30
Recursos Humanos (Pre-Apertura)			\$ 300.590,00
Capital de Trabajo			\$ 687.133,04
TOTAL			\$ 9.289.826,85
ESTRUCTURA DE CAPITAL			
Deuda	\$	2.322.456,71	25%
Capital	\$	6.967.370,14	75%

(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

6.5 Punto de equilibrio y rentabilidad

El punto de equilibrio operativo se alcanza a una ocupación del 40%, lo cual es posible desde el segundo semestre del primer año. La rentabilidad del proyecto se proyecta así:

- **TIR estimada (Tasa Interna de Retorno): 26%**
- **Período de recuperación: 5 a 6 años**
- **Valor presente neto (VPN) a 10 años:** positivo, con escenarios conservadores

Estos indicadores muestran que ENDEMIC GALÁPAGOS es **financieramente viable** bajo una estrategia realista, con potencial de crecimiento a mediano plazo y de generación de valor reputacional y económico.

TIR y VAN Año Actual (2025):

Tasa	12%
VAN	\$ 11.258.677,41
TIR	26%

(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

TIR y VAN a 10 años Venta del Hotel (2035):

Tasa	12%
VAN	\$12.229.247,03
TIR	28%

(Fuente: Toledo, Benavides, 2025)

CAPÍTULO 7– IMPACTO, SOSTENIBILIDAD Y PROYECCIÓN

7.1 Compromiso con la sostenibilidad ambiental

Desde su concepción, ENDEMIC GALÁPAGOS fue diseñado bajo principios de sostenibilidad reales y medibles. A diferencia de los modelos que se limitan a promover una imagen “verde”, este proyecto incorpora medidas estructurales que permiten **minimizar el impacto ambiental** y, al mismo tiempo, educar al huésped sobre la fragilidad del ecosistema que lo rodea.

Las principales estrategias implementadas incluyen:

- **Infraestructura modular:** evita cimentaciones permanentes, permite desmontaje sin dejar huella.
- **Energía solar parcial:** instalación de paneles solares en zonas de alta exposición.
- **Gestión integral del agua:** captación de agua lluvia, tratamiento de aguas grises, aireadores y duchas de bajo consumo.
- **Paisajismo con especies endémicas y nativas,** incluyendo la reforestación con *Scalesia pedunculata*, especie clave del ecosistema de la zona alta de Santa Cruz.
- **Huella de carbono y huella hídrica:** calculadas anualmente en alianza con entidades científicas locales.

Además, ENDEMIC integrará una **zona de compostaje** para residuos orgánicos y un sistema de separación de residuos sólidos con señalización multilingüe para el huésped.

7.2 Impacto social y educativo

ENDEMIC GALÁPAGOS no solo busca reducir impactos negativos, sino **generar valor positivo en su entorno humano inmediato**. Su propuesta de sostenibilidad social incluye:

- **Contratación prioritaria de talento local**, con un plan de desarrollo profesional continuo en áreas como hospitalidad, idiomas, seguridad y sostenibilidad.
- **Programa de becas para jóvenes de Santa Cruz** interesados en estudiar carreras relacionadas con hotelería, ecoturismo o gestión ambiental.
- **Alianzas con instituciones educativas y científicas**, como la Fundación Charles Darwin y colegios locales, para visitas guiadas, talleres y actividades de concienciación.
- **Participación comunitaria** en experiencias para huéspedes, como la elaboración de productos artesanales, clases de cocina local y recorridos culturales.

Estas acciones permiten fortalecer el **tejido social y económico de la comunidad** y generar orgullo en torno a un proyecto que reconoce a la población local como protagonista.

7.3 Indicadores de evaluación de impacto

Para garantizar la coherencia entre discurso y práctica, se establecerán **indicadores de desempeño sostenibles (KPIs)** auditables. Algunos de ellos son:

- Litros de agua consumidos por huésped/noche
- % de energía generada mediante fuentes renovables
- Toneladas de residuos reciclados vs. generados
- Número de colaboradores locales contratados
- Participación de huéspedes en actividades de reforestación o educación
- Cantidad de becas otorgadas anualmente
- Evaluación de satisfacción del cliente en aspectos de sostenibilidad

Estos indicadores serán publicados de forma transparente en el sitio web oficial del hotel y compartidos con aliados estratégicos.

7.4 Proyección a largo plazo

ENDEMIC GALÁPAGOS está concebido como un **proyecto a largo plazo**, con potencial para convertirse en:

- **Modelo replicable** en otros destinos insulares frágiles del Ecuador y América Latina.
- **Referente regional de hospitalidad sostenible**, gracias a su innovación, coherencia y rentabilidad.
- **Centro de formación práctica** para futuros profesionales en hotelería sostenible, con posibilidades de convertirse en un pequeño **hotel escuela** en alianza con universidades nacionales.
- **Catalizador de conciencia ambiental** en el visitante internacional, al vincular experiencias de confort con aprendizaje y conexión.

Este enfoque integral permite que el proyecto no solo sea viable financieramente, sino también **valioso en términos de conservación, educación y transformación del modelo turístico vigente en Galápagos**.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. **Galápagos enfrenta una crisis silenciosa en su modelo turístico**, caracterizada por la desconexión entre el crecimiento del turismo y la capacidad real del territorio para sostenerlo en términos ecológicos, sociales y operativos. El diagnóstico territorial y turístico evidencia que el servicio deficiente, el greenwashing y la presión sobre los recursos naturales son obstáculos persistentes.

2. ENDEMIC GALÁPAGOS surge como una **propuesta de valor coherente, innovadora y pertinente** al contexto actual del archipiélago. Su enfoque centrado en la hospitalidad consciente, el diseño modular de bajo impacto y la vinculación comunitaria, responde tanto a las demandas del nuevo turista como a las necesidades del entorno.
3. A través de su **estructura operativa eficiente**, modelo financiero responsable y segmentación precisa del mercado, el proyecto demuestra **viabilidad económica real**, con indicadores sólidos como un punto de equilibrio alcanzable y una TIR proyectada del 26% a 28% en escenarios conservadores.
4. El modelo de ENDEMIC no solo es financieramente rentable, sino que también puede convertirse en un **referente replicable** para otras zonas protegidas del Ecuador. Su impacto positivo tanto ambiental como social, lo posiciona como un proyecto hotelero transformador que redefine el turismo en Galápagos.
5. La incorporación de **indicadores de sostenibilidad verificables** y la transparencia en su operación garantizan que el proyecto no incurra en prácticas de greenwashing, sino que se convierta en un ejemplo de integridad ambiental y empresarial.

Recomendaciones

- **Fase de preapertura:** se sugiere iniciar al menos un mes antes con capacitación intensiva al personal, pruebas operativas, simulaciones de servicio y fortalecimiento de identidad de marca con la comunidad.
- **Certificaciones sostenibles:** se recomienda iniciar procesos de certificación con entes como el *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC) o *TourCert*, para respaldar su promesa sostenible ante el mercado internacional.

- **Monitoreo continuo:** implementar un sistema de seguimiento de KPIs ambientales, sociales y de satisfacción del huésped desde el primer mes de operación, para detectar desviaciones y oportunidades de mejora.
- **Estrategia de reinversión social:** establecer un porcentaje fijo del ingreso anual destinado a programas educativos, becas y mantenimiento ecológico del huerto y la zona de reforestación.
- **Alianzas estratégicas:** consolidar acuerdos formales con el Parque Nacional Galápagos, Fundación Charles Darwin y universidades ecuatorianas como la USFQ GALÁPAGOS para legitimar la propuesta académica y científica del proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos. (2023). *Inventario de establecimientos turísticos autorizados*.

CIPCA. (2023). *Informe de sostenibilidad turística en áreas protegidas*.

Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64–87.

Dirección del Parque Nacional Galápagos. (2023). *Guía de requisitos para operaciones turísticas en el área protegida*.

Fundación Charles Darwin. (2023). *Especies endémicas y restauración ecológica en Galápagos*.

Global Sustainable Tourism Council. (2022). *GSTC Criteria for Hotels*.

Global Wellness Institute. (2023). *Wellness Tourism Economy Report*.

González, R., & Tapia, S. (2021). Turismo, conservación y comunidad en Galápagos. *Revista Ecuatoriana de Turismo*, 18(2), 45–62.

Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.

INEC. (2023). *Estadísticas de población de Galápagos 2023*.

Lashley, C. (2018). Hospitality and hospitableness: New ideas for hospitality management education and training. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 84–91.

Little Hotelier. (2024). *Property Management System overview*.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024). *Informe de turismo Galápagos 2023*.
<https://servicios.turismo.gob.ec>

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.

STR Global. (2023). *Hotel Performance Metrics – Latin America & Caribbean*.

UNWTO. (2022). *Sustainable Development of Tourism*. <https://www.unwto.org>

UNWTO. (2024). *Tourism Recovery and Consumer Trends Report 2023–2024*.

UNESCO. (2024). *World Heritage List: Galápagos Islands*. <https://whc.unesco.org>

Anexos

Avance 1: Contexto Ecuador

[Grupo 1 Gabriela Benavides y Martín Toledo Avance 1.xlsx](#)

Avance 2: Contexto de las Islas Galápagos

[Grupo 1 Gabriela Benavides y Martín Toledo Avance 2.xlsx](#)

Avance 3: Concepto de la Marca

https://www.canva.com/design/DAGeECNjyTA/KBT5l4EFhWkSG59Y_c2QJg/view?utm_content=DAGeECNjyTA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=hd27c3013fc

Avance 4: Sostenibilidad

https://www.canva.com/design/DAGe6P8-ASg/V_ClUIzyuh548Y1UvDK58w/view?utm_content=DAGe6P8-ASg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=hf397ac9c47

Avance 5: Inventario de Habitaciones

[Grupo 1 Gabriela Benavides y Martín Toledo Avance 5.xlsx](#)

Avance 6: Canales de Distribución

https://www.canva.com/design/DAGh6PtUtWQ/rLzdCGM8nWQhytVV6hxG4w/view?utm_content=DAGh6PtUtWQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utm_id=hcf05f7d2c9

Avance 7: Equipamiento

[Grupo 1 Gabriela Benavides y Martín Toledo Endemic Avance 7.xlsx](#)

Avance 8: Análisis Financiero

[Grupo 1 Gabriela Benavides y Martín Toledo Endemic Galapagos Avance 8.xlsx](#)