

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Proyecto de Viabilidad Hotelera: Element Galápagos

Josué Jesús Chávez Cabrera
Verónica Nicole Aguirre Soto

Hospitalidad y Hotelería

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

Quito, 13 de mayo de 2025

Universidad San Francisco de Quito USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Proyecto de Viabilidad Hotelera: Element Galápagos

Josué Jesús Chávez Cabrera

Verónica Nicole Aguirre Soto

Giovanni Rosanía, Mgtr.

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: Josué Jesús Chávez Cabrera

Código: 00345522

Cédula de identidad: 1753169190

Lugar y fecha: Quito, 13 de mayo de 2025

Nombres y apellidos: Verónica Nicole Aguirre Soto

Código: 00325468

Cédula de identidad: 1750527168

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UNPUBLISHED DOCUMENT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 de titulación analiza la viabilidad de implementar el Hotel Element Santa Cruz - Galápagos, un proyecto hotelero de cuatro estrellas enfocado en la sostenibilidad ambiental, la rentabilidad económica y la responsabilidad social. A partir de un análisis integral del contexto nacional y regional, se identifican las oportunidades que ofrece el mercado turístico de las Islas Galápagos, así como las estrategias necesarias para garantizar un modelo de negocio competitivo y sostenible. El proyecto incorpora prácticas de turismo regenerativo, eficiencia energética, economía circular y una fuerte integración con la comunidad local, destacándose por la búsqueda de la certificación LEED Gold. Se realizan proyecciones financieras que demuestran la rentabilidad del proyecto, considerando factores como la demanda turística, la estructura de costos, la inversión inicial y el análisis de indicadores financieros como el VAN y la TIR. Este estudio contribuye a fortalecer el desarrollo de propuestas turísticas sostenibles en Ecuador, promoviendo la conservación de los recursos naturales de las Islas Galápagos y el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

Palabras clave: Turismo sostenible, viabilidad financiera, certificación LEED, turismo regenerativo, Galápagos, hotelería, economía circular, Element by Westin.

ABSTRACT

This research analyzes the feasibility of implementing the Element Santa Cruz - Galápagos Hotel, a four-star hospitality project focused on environmental sustainability, economic profitability, and social responsibility. Based on a comprehensive analysis of the national and regional context, the study identifies the opportunities offered by the Galápagos tourism market and the necessary strategies to ensure a competitive and sustainable business model. The project incorporates regenerative tourism practices, energy efficiency, circular economic principles, and strong integration with the local community, standing out for its pursuit of LEED Gold certification. Financial projections demonstrate the project's profitability, considering factors such as tourism demand, cost structure, initial investment, and financial indicators like NPV and IRR. This study contributes to strengthening the development of sustainable tourism proposals in Ecuador, promoting the conservation of the natural resources of the Galápagos Islands and the well-being of present and future generations.

Keywords: Sustainable tourism, financial feasibility, LEED certification, regenerative tourism, Galápagos, hospitality, circular economy, Element by Westin.

AGRADECIMIENTOS

Un especial agradecimiento a la familia **Aguirre Soto y Soto Ruocco**, cuyo ejemplo de perseverancia y dedicación ha sido pilar fundamental en mi formación y apoyo incondicional para este proyecto y cada uno de los años de estudio que me trajeron hasta aquí. Sus enseñanzas sobre el valor del trabajo duro, incluso en las horas y momentos más difíciles, son el camino hacia grandes logros. Por cada uno de los valores que inculcaron en mí: la honestidad como principio, la gratitud como actitud y la calidez humana como sello. Por su amor incondicional, que hizo que cada desafío fuera más llevadero. Por ser quienes forjaron a un profesional que ahora está preparado no solo para el mundo laboral, sino para la vida.

Un profundo agradecimiento a **Mateo Salazar**, por su apoyo y constancia en cada paso de este proyecto. Por sus palabras de aliento, su paciencia y sus conocimientos. Por hacer que este proceso fuera más llevadero en los momentos de dificultad y por impulsarme a seguir adelante. Cada parte de la presentación en la defensa lleva su huella y su amor incondicional.

Finalmente, nuestro sincero agradecimiento a nuestro tutor, **Giovanni Rosania**, por confiar en este proyecto desde el primer día, por desafiarnos a buscar la excelencia y perfeccionar cada detalle en cada entrega. Su guía fue fundamental para que este trabajo superara las expectativas, desde lo teórico hasta lo analítico y visual. Gracias por creer en cada uno de nuestros talentos y por impulsarnos a mirar más allá. Sus conocimientos fueron clave en nuestro aprendizaje y crecimiento durante este período.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
AGRADECIMIENTOS	7
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I: CONTEXTO NACIONAL Y REGIONAL	12
1.1 Ecuador en 2025: Panorama general	12
1.2 Las Islas Galápagos: Patrimonio Natural en riesgo	12
1.3 Santa Cruz: Centro turístico y económico	13
1.4 Oportunidades para el Desarrollo Sostenible	13
CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL CONCEPTO HOTELERO	15
2.1 Visión, misión y valores del proyecto	15
2.2 Concepto: Element Galápagos	16
2.3 Análisis competitivo del mercado hotelero.....	16
2.4 Perfil del cliente	17
2.5 Propuesta de valor y experiencia del huésped.....	18
CAPÍTULO III: ESTRUCTURA Y DISEÑO ARQUITECTÓNICO	20
3.1 Concepto arquitectónico y relación con la naturaleza.....	20
3.2 Distribución general del hotel	20
3.2.1 Zonas comunes: lobby, restaurante, Salas de estar	20
3.2.2 Áreas recreativas: spa, gimnasio, espacio de meditación.....	20
3.2.3 Habitaciones: tipologías y capacidades.....	21
CAPÍTULO IV: DESARROLLO del concepto de sistenibilidad	22
4.1 Introducción a la sostenibilidad hotelera	22
4.2 Certificación LEED: Objetivos y justificación.....	22
4.3 Estrategias de sostenibilidad	23
4.3.1 Economía circular y artesanías locales.....	23
4.3.2 Eficiencia energética y uso de energías renovables.....	25
4.3.3 Alimentación sostenible y reducción de desperdicios.....	25
4.3.4 Turismo regenerativo: reforestación y conservación	25
4.4 Beneficios ambientales, económicos y sociales	26
CAPÍTULO V: plan de marketing y comercialización	27
5.1 Estrategia de atracción para el mercado nacional.....	27
5.3 Canales de distribución y venta.....	28
5.4 Estrategias de fidelización.....	29
CAPÍTULO VI: viabilidad financiera y operativa	31
6.1 Análisis de la demanda y segmentación de clientes	31
6.2 Cálculo de la tarifa RACK y ADR.....	32
6.3 Proyecciones de ocupación y ventas.....	32
6.4 Análisis de costos operativos y margen de rentabilidad	33
6.5 Consideraciones legales y ambientales en Las Galápagos.....	33
CAPÍTULO VII: Análisis de inversión y presupuesto	34
7.1 Estimación de costos por áreas funcionales.....	34
7.2 Análisis de inversión inicial.....	34
7.3 Estructura de financiamiento.....	35

7.4 Proyección de ingresos y egresos	35
7.5 Análisis de rentabilidad (TIR, VAN)	36
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXOS.....	43
ANEXO A. Listado de profesores presentes en la defensa.....	43
ANEXO B. Instalaciones.....	44
Anexo B.1. Planta Baja.....	44
Anexo B.2. Piso 2 (Habitaciones).....	44
Anexo B.3. Piso 3	45
ANEXO C. Distribución del capital.....	46
ANEXO D. Certificación LEED.....	46
ANEXO E. Distribución ventas	47

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores con mayor capacidad para generar desarrollo económico y social, especialmente en países con alta riqueza natural y cultural como Ecuador. Sin embargo, el modelo tradicional de explotación turística ha evidenciado importantes limitaciones, entre ellas la presión sobre los recursos naturales, la generación de residuos no gestionados adecuadamente y la falta de integración de las comunidades locales en la cadena de valor (FAO, 2022). En este contexto, el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles y responsables se convierte en una necesidad urgente, particularmente en áreas de alta sensibilidad ecológica como las Islas Galápagos, declaradas Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO.

Las Islas Galápagos, y en especial la isla Santa Cruz, se han consolidado como uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial. Según datos del **Ministerio de Turismo del Ecuador (2024)**, en el año 2024 las islas recibieron más de 270.000 visitantes, de los cuales un 79% optó por alojamientos en tierra firme. Este creciente flujo turístico representa tanto una oportunidad como un desafío: es imperativo fortalecer la infraestructura hotelera para atender una demanda cada vez más exigente, sin comprometer la conservación del frágil ecosistema galapagueño (Dirección del Parque Nacional Galápagos, 2024).

El presente proyecto de tesis plantea la implementación del Hotel **Element Santa Cruz - Galápagos**, un hotel de cuatro estrellas bajo la franquicia de Marriott International, que se diferencia por su enfoque en sostenibilidad, bienestar integral y diseño inspirado en los cuatro elementos de la naturaleza: agua, tierra, fuego y aire. Este proyecto busca no solo ofrecer un servicio de hospitalidad de alta gama, sino también convertirse en un referente de turismo regenerativo, implementando la certificación **LEED Gold** (USGBC, 2024), sistemas de eficiencia energética y un fuerte compromiso con las comunidades locales a través de programas de economía circular y talleres artesanales.

La viabilidad de este proyecto se analiza desde un enfoque integral, que contempla la sostenibilidad ambiental, la rentabilidad financiera y la proyección de una propuesta de valor diferenciada en el competitivo mercado turístico de Galápagos. A través de este estudio se busca demostrar que es posible lograr un equilibrio entre el desarrollo económico, la conservación ambiental y la responsabilidad social, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas y fortaleciendo la imagen del Ecuador como destino de turismo responsable y consciente.

CAPÍTULO I: CONTEXTO NACIONAL Y REGIONAL

1.1 Ecuador en 2025: Panorama general

Ecuador enfrenta en 2025 una serie de desafíos estructurales que limitan su desarrollo económico y social. La crisis de seguridad, impulsada por el auge del crimen organizado, ha posicionado al país como uno de los más violentos de América Latina, con una tasa de homicidios de 38,8 por cada 100.000 habitantes (El País, 2025). Esta situación ha impactado directamente en la percepción internacional del país, afectando la inversión extranjera y el sector turístico.

Desde el ámbito económico, el gobierno ha implementado medidas de ajuste fiscal, como el incremento del IVA del 12% al 15%, con el fin de reducir el déficit presupuestario (Gobierno del Ecuador, 2025). Sin embargo, estas medidas han generado tensiones sociales, ya que la pobreza afecta al 31,9% de la población y la informalidad laboral supera el 50% (Banco Mundial, 2024).

Pese a este contexto adverso, el turismo se mantiene como uno de los principales motores de la economía, representando cerca del 4% del PIB nacional (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). Las políticas públicas buscan reactivar este sector a través de la promoción de destinos sostenibles y la mejora de la conectividad aérea.

1.2 Las Islas Galápagos: Patrimonio Natural en riesgo

Las Islas Galápagos, declaradas Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO, enfrentan serias amenazas derivadas del cambio climático, la presión turística y la introducción de especies invasoras (Dirección del Parque Nacional Galápagos [DPNG], 2023). En los últimos años, el crecimiento del turismo ha sido exponencial, alcanzando más de 270.000 visitantes anuales, lo que genera una fuerte presión sobre los recursos naturales y la infraestructura local (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).

El frágil ecosistema de las islas está en riesgo por la contaminación, la sobreexplotación de recursos y la expansión urbana descontrolada. De acuerdo con la DPNG (2023), las áreas más afectadas corresponden a las zonas costeras y marinas, donde se registran altos niveles de contaminación por plásticos y residuos sólidos.

A nivel normativo, el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos (CGREG) ha impulsado regulaciones para controlar la capacidad de carga turística y fomentar proyectos de conservación. Sin embargo, la implementación de estas políticas enfrenta limitaciones presupuestarias y logísticas (CGREG, 2024).

1.3 Santa Cruz: Centro turístico y económico

La isla Santa Cruz, con su capital Puerto Ayora, se ha consolidado como el principal centro económico y turístico del archipiélago. Esta localidad concentra más del 70% de las operaciones turísticas, gracias a su infraestructura portuaria, servicios de hospedaje y su cercanía a los principales atractivos naturales, como la Estación Científica Charles Darwin y la Playa Tortuga Bay (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).

A pesar de su importancia estratégica, Santa Cruz enfrenta serios desafíos en la gestión de sus recursos y la sostenibilidad de su modelo económico. El acceso limitado a agua potable, la gestión ineficiente de residuos sólidos y la sobrecarga en la infraestructura hotelera son problemáticas recurrentes (Dirección del Parque Nacional Galápagos, 2023).

Este contexto abre oportunidades para el desarrollo de proyectos hoteleros que integren criterios de sostenibilidad y eficiencia en el uso de recursos, alineándose con las normativas locales y los estándares internacionales de turismo responsable.

1.4 Oportunidades para el Desarrollo Sostenible

El contexto actual de crisis y desafíos también representa una ventana de oportunidad para transformar el modelo de desarrollo turístico en Galápagos. Iniciativas como la certificación

LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) permiten promover prácticas sostenibles en la industria hotelera, garantizando un menor impacto ambiental y un uso eficiente de los recursos (U.S. Green Building Council [USGBC], 2024).

Además, la implementación de estrategias de turismo regenerativo, que buscan no solo minimizar el impacto ambiental, sino también contribuir activamente a la restauración de los ecosistemas locales, se presenta como una tendencia creciente en el mercado global (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023).

En este contexto, la propuesta del Hotel Element en Santa Cruz se alinea con las expectativas del turismo moderno, enfocado en experiencias auténticas, exclusivas y responsables con el medio ambiente. Este tipo de iniciativas no solo fortalecen la competitividad de la oferta turística ecuatoriana, sino que también contribuyen a la conservación del patrimonio natural de las Islas Galápagos.

CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL CONCEPTO HOTELERO

2.1 Visión, misión y valores del proyecto

Visión

Ser reconocidos como el hotel referente en sostenibilidad y bienestar en las Islas Galápagos, promoviendo una experiencia transformadora que inspire a los huéspedes a vivir en armonía con la naturaleza y adoptar un estilo de vida consciente, saludable y responsable.

Misión

Ofrecer una experiencia transformadora que integre los cuatro elementos naturales (agua, tierra, fuego y aire) en cada aspecto de la estancia, promoviendo el bienestar físico, mental y emocional de nuestros huéspedes. A través de un servicio personalizado, diseño eco-consciente y una profunda conexión con la naturaleza y la comunidad local, buscamos inspirar a nuestros huéspedes a vivir en armonía con el entorno, mientras disfrutan de la exclusividad y comodidad que define al Element Santa Cruz – Galápagos

Valores

- **Sostenibilidad:** Compromiso con la conservación del entorno natural, integrando prácticas responsables en cada aspecto de la operación hotelera (USGBC, 2024).
- **Conexión con la Naturaleza:** Fomentamos experiencias que permitan a los huéspedes reconectar con el entorno y apreciar la biodiversidad única de las Islas Galápagos.
- **Bienestar Integral:** Promovemos el equilibrio físico, mental y emocional a través de espacios de relajación, gastronomía saludable y programas de bienestar.
- **Autenticidad:** Celebramos la cultura local y la biodiversidad, integrando elementos autóctonos en la arquitectura, gastronomía y actividades del hotel.

- **Innovación Responsable:** Aplicamos soluciones tecnológicas que mejoran la experiencia del huésped y optimizan el uso de recursos naturales de forma eficiente.
- **Colaboración Comunitaria:** Impulsamos el desarrollo económico y social de las comunidades locales mediante programas de empleo, capacitación y alianzas con artesanos y productores (FAO, 2022).

2.2 Concepto: Element Galápagos

El Hotel Element Galápagos se concibe como un eco-hotel de cuatro estrellas, inspirado en los cuatro elementos naturales: agua, tierra, fuego y aire. Este concepto se refleja en la arquitectura, el diseño de interiores, las experiencias ofrecidas y la filosofía operativa del hotel (Marriott International, 2024).

Cada espacio está diseñado para ofrecer un equilibrio entre confort, lujo consciente y sostenibilidad. Las áreas comunes están integradas con la vegetación local, utilizando materiales naturales y reciclados, mientras que las habitaciones ofrecen ambientes relajantes que promueven la conexión con la naturaleza.

La propuesta del Hotel Element no solo busca atraer turistas de alto poder adquisitivo, sino también a viajeros conscientes que valoran experiencias auténticas, exclusivas y responsables con el medio ambiente. Este enfoque permite posicionar al hotel como un referente en turismo de bienestar y sostenibilidad en las Islas Galápagos (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023).

2.3 Análisis competitivo del mercado hotelero

La competencia en el mercado hotelero de Galápagos se divide en dos segmentos principales: hoteles de lujo y alojamientos de categoría media. Entre los principales competidores se encuentran:

Hotel Competidor	Ubicación	Rango de Precios	Fortalezas	Debilidades
Finch Bay Galápagos	Santa Cruz	\$600 - \$1,000	Hotel boutique sostenible, acceso a playa privada, gastronomía de lujo	Precio elevado, limitado atractivo para viajeros de segmento medio-alto
Ikala Galápagos	Santa Cruz	\$300 - \$500	Instalaciones modernas, ubicación céntrica	No tiene acceso directo a la playa
Royal Palm	Santa Cruz	\$500 - \$900	Resort de lujo, privacidad y exclusividad	Ubicación remota, menor accesibilidad
AirBnb	Variado	\$50 - \$300	Flexibilidad, precios bajos	Falta de estándares hoteleros, servicios limitados
Cruceros de lujo	Diverso	\$1,000+	Experiencias exclusivas y exploración de islas	Alto impacto ambiental, menor conexión con comunidades locales

Fuente: Elaboración propia de los autores

La diferenciación de Element Galápagos se centrará en su fuerte enfoque en sostenibilidad, experiencias personalizadas y una propuesta de bienestar integral, elementos que aún no son plenamente explotados por los competidores directos.

2.4 Perfil del cliente

Segmento Nacional

- **Edad promedio:** 40 años
- **Poder adquisitivo:** Medio-alto
- **Viaja principalmente en:** Parejas y familias
- **Intereses:** Turismo de bienestar, experiencias sostenibles, gastronomía consciente y turismo responsable.
- **Buyer Persona - Florencia Guerberooff:**

- Ecuatoriana de 35 años, profesional en Relaciones Internacionales, apasionada por los deportes, la naturaleza y las actividades al aire libre. Viaja junto a su pareja y busca experiencias que promuevan la sostenibilidad y el bienestar (Proyecto de Titulación, 2025).

Segmento Internacional

- **Edad promedio:** 40 años
- **Poder adquisitivo:** Alto
- **Viaja principalmente en:** Parejas y familias
- **Buyer Persona - Ignacio Pellejero:**
 - Español de 35 años, CEO de Pedalea Films y Cycling Tours, ciclista de ultra distancias, amante de la naturaleza y colaborador en proyectos documentales de sostenibilidad.
- **Buyer Persona - Juan Francisco Vivero:**
 - Singapurense de 36 años, Gerente de Auditoría Global en Asia Pacífico de Heineken. Participante en competencias IRONMAN, enfocado en bienestar, salud y experiencias de turismo de alta gama.

2.5 Propuesta de valor y experiencia del huésped

Element Galápagos ofrecerá una experiencia de hospedaje basada en tres pilares: **bienestar integral, sostenibilidad y conexión con la naturaleza.**

Principales Componentes:

- Habitaciones equipadas con tecnología de eficiencia energética y confort premium.
- Instalaciones recreativas: spa de 240 m², gimnasio de 82 m², espacio de meditación de 79 m², piscina en rooftop, bar y salones multifuncionales.

- Gastronomía basada en productos locales con enfoque en la reducción de desperdicios, aprovechamiento de excedentes y etiquetado con información de huella ecológica.
- Programas de sostenibilidad: certificación LEED Gold, uso de paneles solares, reducción del consumo de agua mediante tecnologías eficientes y compromiso con el programa Galápagos Verde 2050.
- Actividades de turismo regenerativo, talleres con la comunidad y alianzas con productores locales certificados.
- Programa de fidelización Marriott Bonvoy, con beneficios exclusivos para clientes frecuentes.

CAPÍTULO III: ESTRUCTURA Y DISEÑO ARQUITECTÓNICO

3.1 Concepto arquitectónico y relación con la naturaleza

El Hotel Element Santa Cruz - Galápagos está concebido bajo los principios de la arquitectura bioclimática y sostenible, integrando armónicamente los cuatro elementos naturales: agua, tierra, fuego y aire. Esta conceptualización se refleja en cada espacio del hotel, generando ambientes que promueven la conexión con la naturaleza, la tranquilidad y el bienestar integral.

El diseño considera materiales sostenibles, sistemas de eficiencia energética y ventilación cruzada para reducir la dependencia de sistemas artificiales de climatización. Además, la implementación de paneles solares y sistemas de captación de agua de lluvia optimizan el uso de los recursos naturales, cumpliendo con los estándares de la certificación LEED Gold.

3.2 Distribución general del hotel

El hotel está distribuido en tres niveles principales, con áreas diferenciadas para habitaciones, servicios, zonas comunes, recreativas y operativas.

3.2.1 Zonas comunes: lobby, restaurante, Salas de estar

- **Lobby y Recepción:** Espacio de bienvenida con diseño minimalista y elementos decorativos inspirados en la flora y fauna endémica de las Galápagos.
- **Restaurante “Origen”:** Especializado en gastronomía local y sostenible, con capacidad para atender tanto a huéspedes como a visitantes externos.
- **Salón Multifuncional:** Espacio adaptable para eventos, conferencias y actividades culturales, equipado con tecnología de bajo consumo energético.

3.2.2 Áreas recreativas: spa, gimnasio, espacio de meditación

- **Spa:** Ofrece tratamientos enfocados en el bienestar físico y mental, utilizando productos naturales de la región.

- **Gimnasio:** Equipado con maquinaria de bajo consumo eléctrico y vista hacia jardines interiores.
- **Espacio de Meditación:** Área diseñada para actividades de relajación, yoga y mindfulness, rodeada de vegetación nativa.
- **Rooftop con Piscina y Bar:** Espacio recreativo con piscina de agua salada para minimizar el uso de químicos, bar y zona de descanso, con vistas panorámicas de la isla.

3.2.3 Habitaciones: tipologías y capacidades

- **Total de habitaciones:** 30
 - Estándar King (6 unidades, 30 m²)
 - Studio King (6 unidades, 36 m²)
 - Studio Queen (10 unidades, 38 m²)
 - Suites Long Stay (2 unidades, 42 m²)
 - Handycap King (1 unidad)
 - Habitaciones interconectadas (5 unidades)

Todas las habitaciones están diseñadas bajo estándares de eficiencia energética, con domótica para la gestión de iluminación y climatización, y terrazas privadas que permiten la ventilación natural.

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DEL CONCEPTO DE SOSTENIBILIDAD

4.1 Introducción a la sostenibilidad hotelera

El turismo sostenible ha cobrado gran relevancia en los últimos años, promoviendo un modelo que minimiza los impactos negativos en el entorno natural, social y cultural, al tiempo que maximiza los beneficios económicos locales (FAO, 2022). En este contexto, el Hotel Element Santa Cruz - Galápagos se erige como un referente de sostenibilidad, integrando prácticas certificadas a nivel internacional que aseguran la eficiencia en el uso de recursos, la conservación ambiental y la responsabilidad social.

El hotel adopta los principios de la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), buscando alcanzar la categoría Gold, lo que garantiza la implementación de estrategias de alto impacto en eficiencia energética, manejo de recursos hídricos y construcción con materiales sostenibles (USGBC, 2024).

4.2 Certificación LEED: Objetivos y justificación

La certificación LEED es reconocida internacionalmente como un estándar de excelencia en diseño, construcción y operación de edificios sostenibles (USGBC, 2024). Su aplicación en el Hotel Element Santa Cruz - Galápagos responde a la necesidad de cumplir con normativas ambientales locales e internacionales, reducir la huella de carbono y promover un turismo responsable en un entorno tan frágil como las Islas Galápagos.

Principales estrategias implementadas:

- **Eficiencia Energética:** Instalación de paneles solares que cubrirán entre el 30% y 40% del consumo eléctrico del hotel. Implementación de sistemas de domótica para gestionar iluminación y climatización, reduciendo consumos innecesarios.

- **Gestión del Agua:** Instalación de griferías y sanitarios de bajo flujo, reutilización de aguas grises en sistemas de riego y uso de piscinas de agua salada para minimizar el uso de productos químicos.
- **Materiales Sostenibles:** Uso de materiales reciclados y certificados, priorizando proveedores locales y de bajo impacto ambiental.
- **Calidad Ambiental Interior:** Aplicación de sistemas de filtración de aire y utilización de materiales no tóxicos, garantizando ambientes saludables para huéspedes y colaboradores.

La adopción de estas prácticas permitirá la obtención de puntos clave dentro de las categorías de evaluación LEED: Energía y Atmósfera, Eficiencia en Uso de Agua, Materiales y Recursos, y Calidad Ambiental Interior (USGBC, 2024).

4.3 Estrategias de sostenibilidad

La sostenibilidad del Hotel Element Santa Cruz - Galápagos se estructura a partir de un modelo integral que combina prácticas de economía circular, eficiencia energética, alimentación consciente y turismo regenerativo. Esta estrategia responde a las recomendaciones de organismos internacionales como la **USGBC (2024)** y la **FAO (2022)**, promoviendo un equilibrio entre la rentabilidad económica, la conservación del entorno natural y el bienestar de las comunidades locales.

4.3.1 Economía circular y artesanías locales

El hotel adopta un modelo de economía circular que prioriza la reducción, reutilización y reciclaje de recursos, integrando a la comunidad local en la cadena de valor.

Acciones clave:

- Implementación de talleres artesanales en colaboración con artesanos locales, generando productos decorativos y recuerdos sostenibles para los huéspedes (FAO, 2022).
- Alianzas con micro-proveedores certificados como *El Cafetal*, *La Huerta de Don Fausto* y *Semilla Verde*, para fomentar la producción local bajo prácticas agroecológicas (Proyecto de Titulación, 2025).
- Programa de reaprovechamiento de residuos sólidos y orgánicos, permitiendo la elaboración de productos derivados como mermeladas, caldos y conservas, en línea con las mejores prácticas internacionales de gestión de residuos alimentarios (FAO, 2022).

La estrategia energética del hotel está orientada a la reducción de la huella de carbono mediante la implementación de tecnologías limpias y sistemas de monitoreo inteligente (USGBC, 2024).

Acciones clave:

La estrategia energética del hotel está orientada a la reducción de la huella de carbono mediante la implementación de tecnologías limpias y sistemas de monitoreo inteligente (USGBC, 2024).

Acciones clave:

- Instalación de paneles solares capaces de suplir entre el 30% y 40% de la demanda energética del hotel.
- Implementación de sistemas de domótica para controlar la climatización, iluminación y consumo energético en tiempo real, favoreciendo la eficiencia operativa.
- Uso de tecnologías de bajo consumo, incluyendo iluminación LED y electrodomésticos certificados con eficiencia energética.
- Promoción de la movilidad sostenible entre los huéspedes, incentivando el uso de bicicletas y medios de transporte eléctricos.

4.3.2 Eficiencia energética y uso de energías renovables

- La estrategia de alimentación se centra en la oferta de menús saludables, utilizando productos locales de bajo impacto ambiental y fomentando prácticas de consumo consciente.

Acciones clave:

- Inclusión de información nutricional y de huella ecológica en los menús del restaurante “Origen”, permitiendo a los huéspedes tomar decisiones informadas (FAO, 2022).
- Implementación de la tecnología **Winnow Vision** para la gestión eficiente de los inventarios y el control de desperdicios alimentarios, logrando reducir hasta un 50% los residuos de cocina (Winnow Solutions, 2024).
- Charlas y talleres sobre alimentación consciente, donde los huéspedes pueden participar en experiencias gastronómicas sostenibles, como la elaboración de productos locales y degustaciones de café con sello de sostenibilidad.

4.3.3 Alimentación sostenible y reducción de desperdicios

- Desarrollo de menús sostenibles con productos locales de bajo impacto ambiental.
- Implementación del sistema Winnow Vision para el monitoreo y control de desperdicios alimentarios en cocina (Winnow Solutions, 2024).
- Charlas y talleres de alimentación consciente para los huéspedes, fomentando la reducción del desperdicio alimentario y el consumo responsable.

4.3.4 Turismo regenerativo: reforestación y conservación

- Participación en el programa **Galápagos Verde 2050** impulsado por la Dirección del Parque Nacional Galápagos (DPNG, 2023), contribuyendo con la reforestación de especies endémicas y la restauración de ecosistemas.

- Donaciones a programas de conservación y desarrollo de actividades turísticas enfocadas en la restauración ambiental.
- Organización de jornadas de limpieza de playas y reforestación de manglares con la participación de huéspedes y personal.

4.4 Beneficios ambientales, económicos y sociales

Beneficios ambientales:

- Reducción de la huella de carbono mediante el uso de energías renovables y tecnologías de eficiencia energética.
- Conservación de la biodiversidad local a través de alianzas con organismos de conservación y la implementación de proyectos de reforestación.

Beneficios económicos:

- Optimización de recursos operativos, reduciendo costos mediante la implementación de tecnologías sostenibles.
- Fortalecimiento de la economía local mediante la contratación de personal y proveedores de la isla (FAO, 2022).

Beneficios sociales:

- Generación de empleo digno para la población local.
- Integración de la comunidad en talleres productivos, actividades de conservación y programas de desarrollo turístico responsable.
- Sensibilización de los visitantes en prácticas sostenibles, contribuyendo a la creación de una conciencia ambiental global.

CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

5.1 Estrategia de atracción para el mercado nacional

El turismo nacional se ha consolidado como un segmento clave en la reactivación de la demanda interna, impulsando la ocupación hotelera en temporadas medias y bajas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). Con un perfil de consumidor enfocado en la búsqueda de experiencias de bienestar y sostenibilidad, la estrategia para el mercado nacional se centra en ofrecer paquetes accesibles, experiencias diferenciadas y una fuerte presencia digital.

Acciones Clave:

- **Promociones Estacionales:** Diseño de ofertas para fechas clave, como feriados nacionales y temporadas de baja afluencia, permitiendo mejorar la ocupación anual (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).
- **Colaboración con Influencers Nacionales:** Utilización de campañas de marketing de contenidos para difundir la propuesta de valor enfocada en bienestar y sostenibilidad (FAO, 2022).
- **Paquetes Especiales:** Desarrollo de promociones que incluyan alojamiento y actividades regenerativas, integrando experiencias gastronómicas basadas en productos locales (FAO, 2022).
- **Alianzas con Agencias de Viaje Nacionales:** Cooperación con agencias como Metropolitan Touring y Klein Tours, fortaleciendo la comercialización a través de intermediarios consolidados.

5.2 Estrategia de atracción para el mercado internacional

De acuerdo con las estadísticas del Ministerio de Turismo (2024), Estados Unidos, España, Alemania y Canadá representan los principales mercados emisores hacia las Islas Galápagos.

Este segmento está conformado por viajeros de alto poder adquisitivo que priorizan experiencias exclusivas, sostenibles y de bienestar.

Acciones Clave:

- **Participación en Ferias Internacionales:**
 - ITB Berlín (Alemania)
 - WTM Londres (Reino Unido)
 - FITUR (España)
 - IMTM (Israel)
 - ASTA Global (Estados Unidos) (MINTUR, 2024).
- **Alianzas con Agencias y OTAs Internacionales:**
 - Agencias como Surtrek, Happy Gringo y Gulliver Expeditions.
- **Utilización de la Plataforma Marriott Bonvoy:**
 - A través de Marriott Bonvoy, se fortalecerá la fidelización de clientes internacionales, permitiendo acceso a experiencias exclusivas y beneficios diferenciados (USGBC, 2024).

5.3 Canales de distribución y venta

Canales Directos:

- Página web oficial optimizada para reservas directas, con integración de herramientas de análisis de tráfico y comportamiento de clientes.
- Redes sociales con campañas de contenido experiencial.
- E-mail marketing segmentado para clientes fidelizados (FAO, 2022).

Canales Indirectos:

- OTAs: Booking, Expedia, Despegar.

- Metabuscadores: Google Hotel Ads, Trivago.
- Agencias de viajes nacionales e internacionales.

Gestión de Reservas:

- Implementación del sistema PMS Opera Oracle, compatible con las plataformas de Marriott International, facilitando la gestión de reservas y la conexión directa con OTAs y metabuscadores.

5.4 Estrategias de fidelización

La fidelización de clientes es un pilar fundamental dentro del modelo de negocio del Hotel Element Santa Cruz - Galápagos. A través de la implementación del programa Marriott Bonvoy, se busca no solo incrementar la tasa de repetición de clientes, sino también fortalecer el vínculo emocional entre el huésped y la marca, mediante la oferta de experiencias personalizadas, beneficios exclusivos y un servicio orientado al bienestar integral (USGBC, 2024).

El programa Marriott Bonvoy permite a los huéspedes acumular puntos por cada estancia, los cuales pueden ser redimidos en futuras reservas, productos y servicios exclusivos. Este enfoque no solo premia la lealtad, sino que también incentiva a los clientes a optar por estadías más largas y a disfrutar de los servicios adicionales que ofrece el hotel, como el spa, los talleres de sostenibilidad y las experiencias gastronómicas enfocadas en productos locales (FAO, 2022). Además, el programa de fidelización contribuye a segmentar eficazmente a los clientes, permitiendo desarrollar estrategias comerciales específicas para cada grupo, basadas en su nivel de membresía y comportamiento de compra. Esto fortalece la percepción de valor del cliente y posiciona al Hotel Element como parte de un portafolio de marcas globales comprometidas con la sostenibilidad y el turismo regenerativo (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023).

Beneficios para Miembros:

- Acceso a upgrades de habitaciones, priorizando las suites Long Stay y habitaciones con vistas privilegiadas.
- Tarifa preferencial en estancias prolongadas y reservas anticipadas.
- Early check-in y late check-out según disponibilidad.
- Acceso exclusivo a eventos y talleres vinculados a prácticas sostenibles, gastronomía consciente y bienestar integral.
- Bonificación de puntos adicionales en temporadas promocionales y durante la participación en programas de turismo regenerativo, como las actividades del Proyecto Galápagos Verde 2050 (DPNG, 2023).

Niveles de Membresía Marriott Bonvoy:

- **Silver Elite:** Beneficios básicos de acumulación de puntos y acceso a promociones exclusivas.
- **Gold Elite:** Prioridad en upgrades de habitaciones y beneficios adicionales en check-in y check-out.
- **Platinum Elite:** Acceso a experiencias personalizadas y mayor bonificación en acumulación de puntos.
- **Titanium Elite:** Beneficios exclusivos en estancias de larga duración y eventos especiales.
- **Ambassador Elite:** Máximo nivel de fidelización, con atención personalizada y privilegios exclusivos en toda la red de hoteles Marriott a nivel mundial.

CAPÍTULO VI: VIABILIDAD FINANCIERA Y OPERATIVA

6.1 Análisis de la demanda y segmentación de clientes

El análisis de la demanda se fundamenta en los datos oficiales del Ministerio de Turismo del Ecuador (2024) y la Dirección del Parque Nacional Galápagos (**DPNG, 2024**). Durante el 2024, las Islas Galápagos recibieron un total de 270.000 visitantes, de los cuales el 79% optó por hospedarse en tierra, representando un mercado potencial de aproximadamente 213.300 turistas.

Segmentación de la Demanda:

Segmento	Porcentaje	Estimado de Visitantes
Turistas Internacionales	72%	192.000
Turistas Nacionales	28%	78.000

Fuente: Elaboración propia de los autores

Perfil del Cliente Internacional:

- Edad promedio: 40 años
- Poder adquisitivo: Alto
- Principales mercados emisores: Estados Unidos (45%), España (26%), Alemania (4%), Canadá (3%) (MINTUR, 2024).

Perfil del Cliente Nacional:

- Edad promedio: 40 años
- Poder adquisitivo: Medio-alto
- Predominantemente de Quito y Guayaquil.

El Hotel Element está diseñado para captar al 8% de la demanda de turistas que prefieren alojamiento de alta gama y buscan experiencias de sostenibilidad, lo que se traduce en un mercado objetivo de aproximadamente 12.000 a 15.000 visitantes anuales.

6.2 Cálculo de la tarifa RACK y ADR

La tarifa RACK y la tarifa promedio diaria (ADR) se han calculado en base a un análisis de los precios de la competencia directa y considerando el posicionamiento premium del Hotel Element.

Cálculo de Tarifa RACK:

Tipo de Habitación	Precio RACK (USD)
Estándar King	278
Studio King	313
Studio Queen	334
Suite Long Stay	357

Fuente: Elaboración propia de los autores

Tarifa Promedio (ADR): Basado en la mezcla de habitaciones y ocupación esperada, se ha proyectado un ADR de **USD 326,40**, valor que se encuentra dentro del rango competitivo del mercado de hoteles 4 estrellas en Santa Cruz (MINTUR, 2024).

6.3 Proyecciones de ocupación y ventas

Considerando la tendencia de recuperación del turismo postpandemia y la creciente demanda por experiencias sostenibles, se estima un nivel de ocupación promedio del **61,17%** durante el primer año de operación (Proyecto de Titulación, 2025).

Proyección de Ingresos – Año 1:

- **Ingresos por habitaciones:** USD 1,440,000 (60% del total de ingresos).

- **Ingresos por alimentos y bebidas:** USD 867,000 (36,2%).
- **Otros ingresos (Spa, talleres, eventos):** USD 133,000 (3,8%).

Ventas Departamentales Totales: USD 2,400,000

6.4 Análisis de costos operativos y margen de rentabilidad

El modelo de costos considera los principios de eficiencia en el uso de recursos energéticos y humanos, alineados a la certificación LEED y al uso de tecnologías de bajo consumo.

Gasto Operativo	Porcentaje sobre Ventas
Costos Departamentales	45%
Gastos No Distribuidos	24%
Cargos Fijos	16,87%
Impuestos	24%
Utilidad Neta	30,45%

Fuente: Elaboración propia de los autores

La rentabilidad proyectada para el primer año de operación es positiva, con un flujo de caja de USD 1,200,000 y un margen de utilidad neta del **30,45%**.

6.5 Consideraciones legales y ambientales en Las Galápagos

El proyecto cumple con las normativas establecidas por el **Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos (CGREG, 2024)**, en cuanto a la gestión de residuos, uso eficiente del agua y regulación del impacto ambiental.

- Certificación LEED Gold como respaldo de las prácticas sostenibles implementadas (USGBC, 2024).
- Participación en programas de conservación como **Galápagos Verde 2050** (DPNG, 2023).

CAPÍTULO VII: ANÁLISIS DE INVERSIÓN Y PRESUPUESTO

7.1 Estimación de costos por áreas funcionales

La inversión del Hotel Element Santa Cruz - Galápagos ha sido estructurada en función de las áreas operativas clave, priorizando la eficiencia de recursos y el cumplimiento de estándares internacionales de sostenibilidad (USGBC, 2024).

Área Funcional	Inversión (USD)	Porcentaje
Construcción	9,184,865.54	86.30%
Terreno	1,000,000.00	9.40%
Marketing y Ventas	873,175.00	7.40%
Equipos y Diseño	218,401.00	1.85%
Recursos Humanos	525,229.00	4.45%
Capital de Trabajo	322,884.97	2.80%
Total Inversión	11,801,670.66	100%

Fuente: Elaboración propia de los autores

7.2 Análisis de inversión inicial

El proyecto requiere una inversión inicial de **USD 11,801,670.66**, que será financiada en un 75% con capital propio y en un 25% mediante deuda bancaria (Banco Pichincha, s.f.).

Estructura de Financiamiento:

- **Capital Propio (75%):** USD 8,850,000
- **Deuda (25%):** USD 2,950,000

El modelo financiero considera condiciones de crédito locales, con un plazo de amortización de 10 años y una tasa de interés anual promedio del 12% (Banco Mundial, 2024).

7.3 Estructura de financiamiento

El financiamiento del proyecto se sustenta en la fortaleza de la marca Element by Marriott y en la alta rentabilidad proyectada. La estrategia de financiamiento busca equilibrar la inversión de capital propio con créditos de inversión productiva, aprovechando incentivos locales para proyectos de turismo sostenible.

Condiciones del Préstamo:

- Monto: USD 2,950,000
- Plazo: 10 años
- Tasa de interés: 12% anual
- Garantía: Inmueble y flujo de caja del proyecto.

7.4 Proyección de ingresos y egresos

Proyección de Ingresos (Año 1):

- Habitaciones: USD 1,440,000 (60% de los ingresos).
- Alimentos y Bebidas: USD 867,000 (36.2%).
- Otros Servicios (Spa, talleres): USD 93,000 (3.8%).

Ingresos Totales Proyectados: USD 2,400,000

Proyección de Costos (Año 1):

- Costos Departamentales: USD 1,080,000 (45% de los ingresos).
- Gastos No Distribuidos: USD 576,000 (24%).
- Cargos Fijos e Impuestos: USD 405,000 (16.87%).
- **Utilidad Neta Proyectada:** USD 732,000 (30.45%).

Estas cifras se proyectan con un incremento anual del 5% en ingresos y un control estricto de costos gracias a la implementación de prácticas sostenibles (FAO, 2022).

7.5 Análisis de rentabilidad (TIR, VAN)

Cálculos Financieros:

- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** 10.27%
- **Valor Actual Neto (VAN):** -USD 1.1 millones (considerando un escenario conservador).
- **Período de Recuperación de la Inversión (Payback):** 9 años.

Aunque el VAN presenta un valor negativo en un escenario conservador, la rentabilidad mejora sustancialmente a partir del quinto año gracias a la estabilización de la ocupación y la madurez de los programas de fidelización y marketing internacional (Proyecto de Titulación, 2025).

Las proyecciones financieras consideran un crecimiento sostenido en la demanda turística y la diferenciación del hotel en el segmento de turismo de bienestar y sostenibilidad (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024).

CONCLUSIONES

El presente estudio permitió analizar la viabilidad de implementar el Hotel Element Santa Cruz - Galápagos, bajo un modelo de turismo sostenible y responsable. A lo largo de la investigación se identificó que, si bien existe una demanda creciente por experiencias enfocadas en sostenibilidad y bienestar, la rentabilidad del proyecto está condicionada por factores externos como la capacidad de carga turística de la isla, las proyecciones de ocupación y la competencia directa.

Considerando los comentarios del jurado, se concluye que las proyecciones iniciales de una ocupación del 61% para el primer año resultan optimistas. Basándose en los datos de la **Dirección del Parque Nacional Galápagos (2024)**, que evidencian una ocupación promedio histórica del 59% y considerando la dinámica de reactivación postpandemia, un escenario más conservador situaría la ocupación inicial por debajo del 55%. Esta corrección impacta directamente en los indicadores financieros, como la TIR y el VAN, reflejando una rentabilidad ajustada en los primeros años de operación.

Adicionalmente, el análisis de la competencia reveló que hoteles como “Las Ninfas” no corresponden al segmento objetivo de Element, al tratarse de establecimientos de categoría 3 estrellas con un ADR inferior a USD 150 (Booking.com, 2024). Por lo tanto, la competencia directa debe analizarse en relación con hoteles que compartan no solo la categoría 4 estrellas, sino también la propuesta de valor en sostenibilidad y experiencias de bienestar.

Pese a estos desafíos, la diferenciación del Hotel Element Santa Cruz - Galápagos radica en su fuerte apuesta por la sostenibilidad, la certificación LEED Gold y la integración de prácticas de turismo regenerativo, lo que fortalece su posicionamiento en el mercado internacional de viajeros conscientes. La viabilidad financiera del proyecto puede ser alcanzada a partir de un

plan estratégico de control de costos, optimización de la ocupación a través de convenios y alianzas, y un agresivo plan de marketing digital.

RECOMENDACIONES

Para fortalecer la rentabilidad del proyecto y ajustarse a un escenario de ocupación más conservador, se proponen las siguientes estrategias:

1. **Recalibrar las Proyecciones Financieras:** Ajustar las proyecciones de ocupación al 50%-55% durante el primer año, siguiendo un enfoque gradual de crecimiento que considere la etapa de introducción de la marca en el mercado. Esta medida permitirá establecer expectativas realistas y definir estrategias de mitigación de riesgos financieros (Dirección del Parque Nacional Galápagos, 2024).
2. **Implementar Tarifas Dinámicas y Temporales:** Aplicar un sistema de tarifas flexibles que permita captar mayor demanda en temporada baja, sin comprometer el posicionamiento de la marca en temporada alta. Además, fortalecer las alianzas con agencias de viaje nacionales e internacionales para garantizar la ocupación mínima necesaria para cubrir los costos operativos.
3. **Fortalecer el Marketing Experiencial y el Programa de Fidelización:** Aprovechar la plataforma **Marriott Bonvoy** para captar un segmento de clientes leales que valoren la sostenibilidad y las experiencias de bienestar. Desarrollar campañas de marketing experiencial enfocadas en los mercados de alto poder adquisitivo, ofreciendo paquetes exclusivos que integren actividades regenerativas, bienestar y gastronomía consciente.
4. **Optimizar la Estructura de Costos:** Implementar prácticas de eficiencia energética y reducción de desperdicios alimentarios a través de la tecnología **Winnow Vision**, permitiendo disminuir los costos operativos y mejorar los márgenes de rentabilidad (Winnow Solutions, 2024).

5. **Buscar Nuevas Fuentes de Ingresos Complementarios:** Incluir servicios adicionales como talleres de sostenibilidad, paquetes de bienestar, programas de reforestación participativos y la venta de productos locales certificados. Estas actividades no solo generan ingresos adicionales, sino que fortalecen la propuesta de valor diferenciada del hotel.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencias y organizaciones

Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos (CGREG). (2024). *Apoyo a la gestión de residuos sólidos de Santa Cruz con la dotación de cinco vehículos*. Recuperado de <https://www.gobiernogalapagos.gob.ec>

Dirección del Parque Nacional Galápagos (DPNG). (2023). *Plan de manejo ambiental para la conservación de especies endémicas y restauración de ecosistemas en Galápagos*. Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica del Ecuador.

Instituto Nacional de Eficiencia Energética y Energías Renovables del Ecuador (INER). (2023). *Evaluación del potencial solar en las Islas Galápagos*. Quito, Ecuador.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). *Estrategias de turismo sostenible y regenerativo en áreas protegidas*. Quito, Ecuador.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2022). *Gestión de residuos orgánicos y compostaje en áreas de biodiversidad frágil*. Roma, Italia.

U.S. Green Building Council (USGBC). (2024). *Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) Certification*. Recuperado de <https://www.usgbc.org>
Winnow Solutions. (2024). *Winnow Vision: Reducción del desperdicio alimentario en hoteles y restaurantes*. Recuperado de <https://www.winnowsolutions.com/es>

Artículos y fuentes en línea

AIRROI. (2024). *Puerto Ayora, Ecuador – Occupancy and Hotel Market Data*. Recuperado de <https://www.airroi.com/report/world/ecuador/galapagos/puerto-ayora>

Banco Mundial. (2024). *PIB*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/pais/ecuador?view=chart>

Ecuador en Cifras. (2025). *Entradas y salidas nacionales*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/>

INEC. (2024). *Proyecciones poblacionales*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

Isla Santa Cruz, 24/6 – 25/6. (2025, 24 junio). KAYAK.
https://www.es.kayak.com/hotels/Isla-Santa-Cruz,Ecuador-p311289/2025-06-24/2025-06-25/2adults;map?ucs=g6neap&sort=rank_a&fs=stars=4;freebies=freebreakfast,freeparking;amenities=fitness,pool,24hfrontdesk,restaurant,spa;ambiance=familyfriendly,design,romantic,spa_wellness;property-type=inn,apthotel,bb,guesthouse,hostel,hotel,resort

MINTUR. (2019). *Informe anual 2019*. Recuperado de <https://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/INFORME-ANUAL-DE-VISITANTES-2019.pdf>

MINTUR. (2020). *Informe anual 2020*. Recuperado de https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/Informe_anual_visitantes_2020_V_final_DEAPs.pdf

MINTUR. (2021). *Más de 136 mil turistas llegaron a Galápagos durante el 2021*. Recuperado de <https://galapagos.gob.ec/mas-de-136-mil-turistas-llegaron-a-galapagos-durante-el-2021/>

MINTUR. (2024). *Tur*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>

MINTUR. (2024). *Estadísticas de visitantes a Galápagos*. Recuperado de <https://galapagos.gob.ec/estadistica-de-visitantes/>

Ono, N. (s.f.). *Naoto Ono Creative*. Recuperado de <https://www.naotoono.com/>

Sitios Web Comerciales

Amazon. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.amazon.com>

Ambientar. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.ambientar.com.ec>

Bed Bath & Beyond. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.bedbathandbeyond.com/>

Bose Ecuador. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.bose.com.ec>

Colineal. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.colineal.com>

Crate & Barrel. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.crateandbarrel.com/>

Debuyer. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.debuyer.com/>

Decor Center. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.decorcenter.ec>

Delta Global. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.deltaglobal.com.ec>

Ecoline. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.ecoline.ec>

Ecopack. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.ecopack.ec/>

Etnie's Decor. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.etniesdecor.com/>

Global Suites. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.globalsuites.com.ec/>

Homecenter Ecuador. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.homecenter.com.ec>

- HP Ecuador. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.hp.com/ec-es/shop/>
- IKEA. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.ikea.com/>
- Kywi. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.kywi.com.ec>
- LG Ecuador. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.lg.com/ec>
- Linens Limited. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.linenslimited.com/>
- Lockers Ecuador. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.lockers.com.ec>
- Marcimex. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.marcimex.com>
- Nespresso. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.nespresso.com/>
- OXO. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.oxo.com/>
- Pichincha. (s.f.). *Simulador de crédito*. Recuperado de <https://www.pichincha.com/detalle-producto/simulador-de-credito>
- Plastigama. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.plastigama.com>
- Restaurant Supply. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.restaurantsupply.com/>
- Sodimac Ecuador. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.sodimac.com.ec>
- Sonika Ecuador. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.sonikaecuador.com>
- Tienda Oster Ecuador. (s.f.). (*Página oficial*). Recuperado de <https://www.tienda.oster.ec>
- Wavin Ecuador. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.wavin.com/es-ec>
- WebstaurantStore. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.webstaurantstore.com/>
- Williams Sonoma. (s.f.). *Página oficial*. Recuperado de <https://www.williams-sonoma.com/>

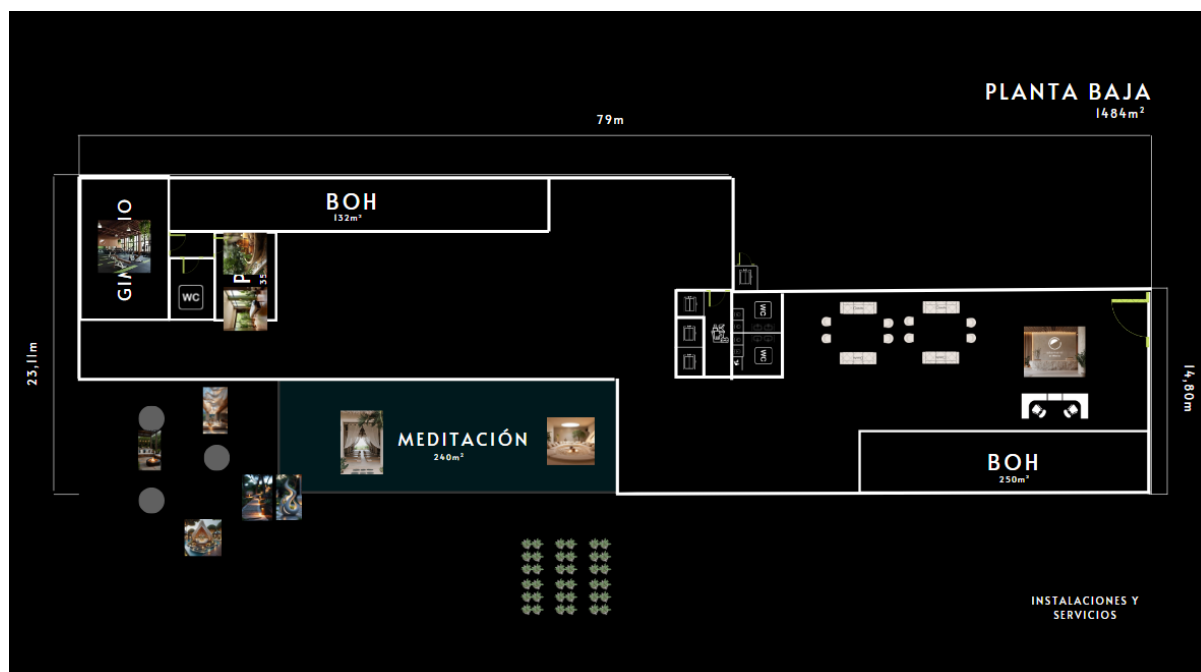
ANEXOS

ANEXO A. Listado de profesores presentes en la defensa

1. Damián Ramia (Decano del Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo)
2. Paola Torres (Coordinador de la carrera de Hospitalidad y Hotelería)
3. Luis Santamaría (Chef profesor)
4. Verónica Salgado (Profesor)
5. Giovanni Rosanía (Profesor)
6. Rafael Villota-Jetzer (Profesor)

ANEXO B. Instalaciones

Anexo B.1. Planta Baja

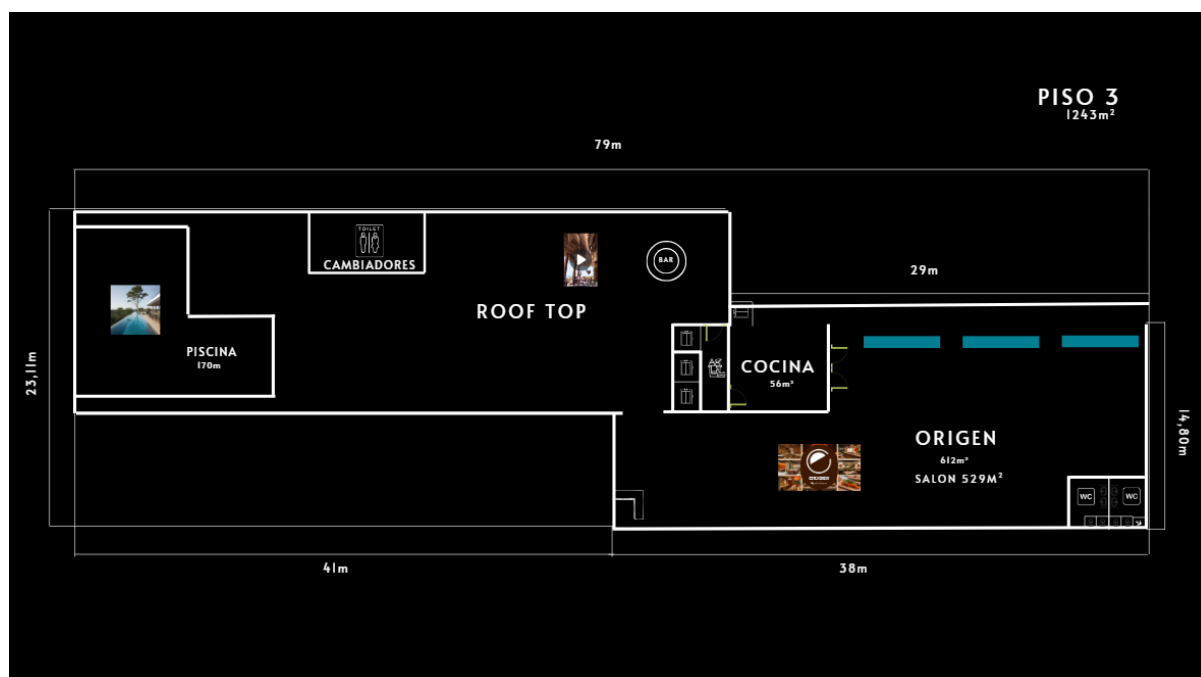


Fuente: Elaboración propia de los autores

Anexo B.2. Piso 2 (Habitaciones)



Fuente: Elaboración propia de los autores

Anexo B.3. Piso 3

Fuente: Elaboración propia de los autores

ANEXO C. Distribución del capital



Fuente: Elaboración propia de los autores

ANEXO D. Certificación LEED

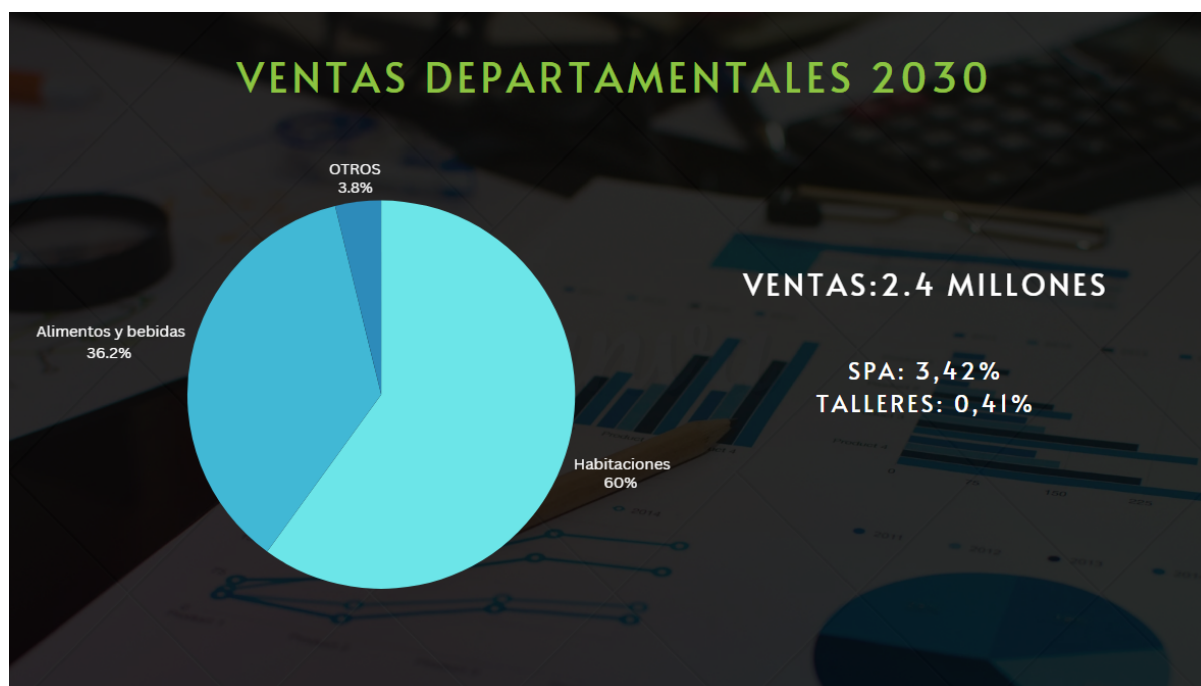
¿Por qué LEED Gold?

element y LEED

- Compromiso: Hoteles diseñados con prácticas sostenibles.
- Características:
 - Eficiencia energética y de agua.
 - Materiales reciclados y sostenibles.
 - Espacios saludables y bienestar.
- Resultado: Propiedades certificadas LEED.

- Eficiencia energética:** Uso de sistemas de climatización y iluminación eficientes.
- Gestión del agua:** Instalación de grifos y sanitarios de bajo flujo.
- Materiales sostenibles:** Uso de materiales reciclados y de bajo impacto ambiental.
- Calidad del aire interior:** Filtración de aire y uso de materiales no tóxicos.

Fuente: U.S. Green Building Council (USGBC), 2024

ANEXO E. Distribución ventas

Fuente: Elaboración propia de los autores